

M.M.Ağakərimov

O T E L

(Dərs vəsaiti)

Bakı Dövlət Universitetinin
Coğrafiya faküləsi Elmi
şurasının 5 sayılı 28 yanvar
2008-ci il tarixli qərarı ilə çapa
təvsiyyə edilmişdir.

BAKİ - 2008

Elmi redaktor : BDU-nun "Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm" kafedrasının müdiri, coğrafiya elmləri namizədi, dosent H.B. Soltanova

Məsləhətçi : İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin Sərgi Mərkəzinin direktoru, Qərb Universitetinin "İqtisadiyyat, marketing və menecment" kafedrasının müəllimi S.T. Yeqanlı

Redaktor : BDU-nun "Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm" kafedrasının müəllimi S.İ. Babazadə

Rəyçilər: Bakı Dövlət Universitetinin "Xarici ölkələrin siyasi-iqtisadi coğrafiyası və turizm" kafedrasının müdiri, dosent H.B. Soltanova

Azərbaycan Turizm İnstitutunun "Turizm ixtisası fənnləri" kafedrasının müdiri, dosent B.Ə. Bilalov

64
+ A34

Dərs vəsaiti kimi təqdim olunan "Otel", Azərbaycan Respublikasında bu sahəyə aid yazılmış ikinci kitabdır. 10 fəsildən ibarət olan kitabda, otel personalının nümunəvi vəzifə təlimatları, otel və restoran biznesində işlədilən terminlərin "İngilis-Azərbaycan" dilində qısa lüğəti və mehmanxanaya aid müxtəlif Beynəlxalq sənədlərdən bəhs edilir. Fəsillərdə mehmanxanaların inkişaf tarixi, otelin müxtəlif bölmələrinin, o cümlədən qəbul, yerləşdirmə və xidmətin təşkili, marketing, təsərrüfat, təhlükəsizlik, restoran, kadrlar şöbələrinin işi, strukturu və fəaliyyəti haqqında geniş məlumatlar verilir. Dərs vəsaitində otelin idarə olunmasında kompüter sisteminin rolu, mehmanxana personalının peşə etikasına da öz əksini tapmışdır.

Dərs vəsaiti Ali təhsil ocaqlarında "Mehmanxana təsərrüfatı", "Mehmanxana biznesi", "Otelçilik" kursunu keçən bakalavr, magistrant və otel biznesi ilə maraqlananlar və mehmanxanada işləyən personal üçün nəzərdə tutulmuşdur.

A 4205000000-068
089-2008

RN "R.N.Novruz-94", 2008

Mündəricat

Müəllifdən.....	6
Fəsil 1. Mehmanxanaların inkişaf tarixi.....	10
1.1.Qədim dövr (qədim zamanlardan b.e. 476-cı ilinə qədər).10	
1.2.Orta əsrlər (V-XV).....	13
1.3.Yeni dövr (XVI-XX əsrin əvvəlləri).....	15
1.4.Müasir dövr (XX əsrin II yarısından).....	19
Fəsil 2. Mehmanxanada qəbul, yerləşdirmə və xidmətin təşkili (Front Office).....	22
2.1. Mehmanxanada nömrə və yerin bronlaşdırılması qaydaları.....	26
2.2. Qəbul və yerləşdirmə bölməsi.....	42
2.3. Qonaqlara xidmət göstərən bölmə.....	64
Fəsil 3. Mehmanxana biznesi və marketing.....	70
3.1. Marketing və satış bölməsi.....	71
3.2. P.R. (Public Relations-ictimaiyyətlə əlaqələr) – mehmanxana biznesində fəaliyyəti.....	77
Fəsil 4. Təsərrüfat şöbəsi (Housekeeping department).....	85
4.1. Mehmanxana nömrələrinin təsnifatı.....	86
4.2. Nömrə fondunun yığışdırılması və təmizlənməsi.....	88
4.3.Ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş ictimai sahələrin yığışdırılması və təmizlənməsinin təşkili (Public Area).....	97
Fəsil 5. Mehmanxananın təhlükəsizlik bölməsi (Security)....	100
5.1. Təhlükəsizlik bölməsinin funksiyası.....	102
5.2. Mehmanxanada yanğından təhlükəsizlik tədbirləri.....	108
5.3. Mehmanxanada yanğın təhlükəsizliyinə dair təlimat.....	112
Fəsil 6. Yeməklər və İçkilər (food and beverage) şöbəsi.....	116
6.1. Restoran işinin inkişaf tarixi.....	116

6.2. Yeməklər və içkilər şöbəsinin strukturu və fəaliyyəti.....	125
6.3. Mehmanxananın restoran və barları.....	129
6.4. Mehmanxana nəzdində restoranın mətbəxi.....	144
6.5. Menyü.....	147
6.6. Restoranda istifadə olunan qab-qacaqlar və digər ləvazimatlar.....	152

Fəsil 7. Mehmanxana restoranlarında keçirilən diplomatik qəbullara və kütləvi tədbirlərə (ziyafətlər) xidmət göstərilməsi.....	161
7.1. Qonaqpərvərlik qaydaları.....	161
7.2. Kütləvi tədbirlərdə (qəbullarda, ziyafətlərdə) xidmətlərin göstərilməsinə hazırlıq.....	167
7.3. Ofisiantların tam xidmət göstərdiyi masaarxası banket.....	173
7.4. Ofisiantların qismən xidmət göstərdiyi masaarxası banket.....	176
7.5. Banket – furşet.....	177
7.6. Banket – kokteyl.....	179
7.7. Banket – çay.....	181
7.8. Səyyar tədbirlər (keyterinq).....	182
7.9. Yeni mehmanxananın açılış mərasiminin keçirilməsi... ..	184

Fəsil 8. Kadrlar Şöbəsi (Human Resources).....	188
8.1. Personalın seçilməsi və işə qəbulu.....	189
8.2. Personalın təlim və tərdrisi.....	198
8.3. Təlim-tədris mehmanxanası.....	204
8.4. Oteldə göstərilən xidmət keyfiyyətinin standartları.....	206

Fəsil 9. Mehmanxana işçisinin etikası.....	209
9.1. Diplomantik etiket.....	209
9.2. Personalın qonaqlarla davranış mədəniyyəti və ünsiyyət qaydaları.....	214
9.3. Telefon danışmalarının aparılması üçün əsas qaydalar.....	219

9.4. Mehmanxana personalının xarici görünüşü və şəxsi gigiyenası üzrə qoyulan tələblər.....222

Fəsil 10. Otelin idarə olunmasında kompüter sisteminin rolu.....224

10.1.Kompüter sistemi vasitəsi ilə bronlaşdırmanın qısa tarixi.....224

10.2. Kompüter sistemində olan modullar.....227

10.3. Fidelio sistemi.....230

10.4. Lodging Touch sistemi.....231

10.5. Nimeta sistemi.....232

10.6.Naqilsiz daxil olma sistemi.....233

10.7.İnteraktiv televiziya sistemi (İTS).....235

Əlavə 1. Mehmaxana müəssisələrində nümunəvi vəzifə təlimatları.....238

Əlavə2.Mehmanxana sahibləri və turizm agentlikləri arasında bağlanan müqavilə haqqında Beynəlxalq Mehmanxana Konvensiyası.....272

Əlavə 3. Beynəlxalq mehmanxana qaydaları.....299

Əlavə 4. Müvəqqəti olaraq xarici ölkəyə gələnlərin təsnifatı.....306

Otel biznesində işlədilən terminlərin “İngilis-Azərbaycan” dilində qısa lüğəti.....308

Restoran biznesində işlədilən terminlərin “İngilis-Azərbaycan” dilində qısa lüğəti.....316

İstifadə edilən və tövsiyyə olunan ədəbiyyatın siyahısı.....320

“Bu gün Azərbaycan o qədər böyük sürətlə inkişaf edir ki, yeni otellərə böyük ehtiyac yaranır. Təbii ki, bu həm iqtisadi inkişafın göstəricisi, həm də Azərbaycanın dünya birliyinə inteqrasiyasının nəticəsidir...”

İlham Əliyev-Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Müəllifdən

Turizm sahəsinin ayrılmaz tərkib hissəsi mehmanxana biznesidir.

Qonaqpərvərlik anlayışı bəşəriyyət tarixi qədər qədimdir. İngiliscə “hospitality” (qonaqpərvərlik) qədim fransız sözü olan “hospis” sözündən yaranıb və bunun da mənası “qərib yolçular üçün ev” deməkdir.

Artıq XXI əsrin əvvəllərində mehmanxana və turizm biznesi, iqtisadi səmərəliyinə görə dünyada birinci yerə çıxaraq beynəlxalq ticarətinin avtomobil, neft və qaz sahələrini əhəmiyyətli dərəcədə qabaqlamışdır.

Biznes nöqtəyi nəzərindən mehmanxana müştəriyə servis xidməti (mehmanxana məhsulu) göstərən müəssisədir.

Mehmanxana biznesi özünə məxsus spesifik xüsusiyyətlərə malikdir və menecmentin bunları bilməsi otelin gəlirlə və keyfiyyətlə işləməsinə kömək edir.

Müştərilər yaşamaq üçün otel seçərkən bir sıra amilləri önə çəkirlər:

- Mehmanxananın yerləşdiyi yer, (ətraf ərazinin cazibədarlığı, infrastrukturu, mərkəzdə yerləşməsi, nəqliyyat vasitələrinə yaxınlığı);
- Mehmanxanada münasib avadanlıqların olması və müxtəlif çeşidli yüksək səviyyəli xidmət, nömrələrin rahatlığı və təmizliyi;
- Nömrələrin qiyməti və əlavə xidmətlər (konfrans zalı, taksi sifarişi, ekskursiya, nəqliyyat biletləri və s.);
- Müştərilər dost və həmkarların rəyini nəzərə alırlar;
- Müştərilər daha çox, standartlara riayət edilən şəbəkə sisteminə daxil olan otellərə üstünlük verirlər;

- Mehmanxananın imici yerləşdiyi ərazidən, personalın peşəkarlığı, ünsiyyəti və xarici görünüşündən, göstərilən xidmətlərin yüksək standartlara cavab verməsindən asılıdır və bu amillər müştəriləri otelə daha çox cəlb edir.

Mehmanxana biznesi, hər zaman bu sahədə çalışan tədqiqatçıların müzakirə mövzusu olmuşdur. Mehmanxana sənayesi ilə məşğul olan bir çox sahibkar və menecerlər, bu sahə haqqında yazmağa səy göstərsələr də, bir çoxları buna nail olmayıblar. Sahibkar və menecerlər əsasən otelin biznesi, menecmenti və gəliri ilə daha çox məşğul olmuş, bu və digər səbəblər onlara otelçilik nəzəriyyəsinin öyrənilməsi və tədqiqinə imkan verməmişdir. Lakin bu sahədə çalışan bir sıra xarici mütəxəssislərin məsələn, Lusius Bumerin “Mehmanxana menecmenti”, Con Uokerin “Qonaqpərvərliyə giriş”, Vilyam Qrey və Salvatore Çiqnorin “Mehmanxanalar və motellər”, Ernest Henderson “Mr Şeraton” (Mr. Sheraton), Orhan Batmanın “Otel işlətmələri yönetimi”, Hilton Konrad “Mənim qonağım ol” (“Be my guest”) əsərləri əhəmiyyətinə görə xüsusi qeyd edilməlidir.

Azərbaycanda otel biznesi haqqında ilk kitab 2005-ci ildə nəşr olunan “Mehmanxana təsərrüfatı” adlı dərs vəsaitidir (Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ.).

Mehmanxana – asan təhlil olunmayan, öz spesifik məhsulu ilə bazara çıxan, mürəkkəb texnologiya və metodları olan bir biznes sahəsidir.

Dərs vəsaiti kimi nəşr olunan “Otel” kitabı, ümumi xarakterə malik biznes haqqında kitabların yerini tutmağa və ya mehmanxana sənayesinin bütün sahələrini əhatə etməyə çalışmır. Bu kitab otel və turizm sahəsində çalışan mütəxəssislərə və bu sahələr üzrə təhsil alan tələbələrə kömək məqsədi ilə yazılmışdır.

Dərs vəsaitində, mehmanxanaların inkişaf tarixi, otelin müxtəlif şöbələrinin strukturları, o cümlədən qəbul, yerləşdirmə və xidmət, marketing, təsərrüfat, təhlükəsizlik, kadrlar

şöbələrinin funksiyaları, restoran servisi, diplomatik tədbirlərin təşkili haqqında geniş məlumat verilir.

Dərs vəsaitində əvvəllər mehmanxanalarda, nömrələrin bronlaşdırılması, qəbulu, yerləşdirilməsi və xidməti üçün istifadə olunan blanklar, yazı üsulları, iş prinsipləri göstərilməklə, yeni iş metodları, vəzifə bölgüləri, şöbələrin strukturu, beynəlxalq bronlaşdırma sisteminin işi də geniş açıqlanır.

Beləliklə, köhnə və yeni iş üsulları, prinsipləri arasında körpü yaranaraq, vəhdət təşkil edir. Dünənə qədər köhnə iş üsulları ilə çalışan otel personalı, yeni iş metodlarına tez bir zamanda yiyələnməli və beynəlxalq standartlara uyğun fəaliyyət göstərməlidir.

Hər bir sahədə olduğu kimi, mehmanxana sahəsində də yüksək səviyyəli mütəxəssis olmaq üçün otelçilik işinin keçmişini, indiki vəziyyətini və gələcək perspektivlərini bilmək lazımdır.

Dərs vəsaitinə otelin idarə olunmasında kompüter sistemlərinin rolu öz əksini tapmışdır. Bundan başqa kitaba mehmanxanalar haqqında Beynəlxalq Sənədlər, otel və restoran xidmətinə aid qısa “İngilis-Azərbaycan terminləri lüğəti” əlavə olunmuşdur.

Hazırda Azərbaycanda yüksək dərəcəli mehmanxanalar fəaliyyət göstərir və yeniləri inşa olunur. 4 və 5 ulduzlu otellərdə işləmək üçün yüksək dərəcəli peşəkarlara tələbat vardır. Otellər üçün peşəkar kadrlar hazırlamaq günün tələbatına çevrilmişdir. 2007-ci ildə “Azərbaycan Otellər Asosiasiyasının” yaranması çox təqdirəlayiq haldır. Lakin bunula iş bitmir. Respublikada otel biznesinin inkişafı üçün, beynəlxalq standartlara cavab verən səriştəli kadrların hazırlanması üçün **Azərbaycan Turizm İnstitutunda otelçilik fakültəsinin açılmasına ehtiyac vardır.**

Mən əminəm ki, açılacaq fakültə, nəinki Respublika ərazisindəki mehmanxanalar üçün mütəxəssislər hazırlayacaq,

həmçinin bu kadrların sorağı müxtəlif xarici ölkələrdən gələrək bizi sevindirəcəkdir.

Dərs vəsaiti Ali məktəblərin “Turizm və sosial-mədəni servis”, “Otelçilik” ixtisaslarına yiyələnən tələbələrinə və bu sahənin biznesi ilə məşğul olan mütəxəssislərə yardımçı ola bilər.

Müəllif bu kitabın hazırlanmasında BDU-nun “Xarici ölkələrin iqtisadi, siyasi coğrafiyası və turizm” kafedrasının müəllimi Samir Babazadəyə, “Ramada Baku” otelinin əməkdaşı Fuad İsrailova, Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin restoranlar müdiri, Mədəniyyət və Turizm kollecinin müəllimi, restoran servisi üzrə mütəxəssis İldırım Musayevə dərin minnətdarlığını bildirir.

Fəsil 1. Mehmanxanaların inkişaf tarixi

1.1. Qədim dövr (qədim zamanlardan b.e. 476-cı ilə qədər)

İctimai həyatın və iqtisadiyyatın mühüm sahələri olan turizm və mehmanxana biznesi bir vəhdət şəklində yaranıb inkişaf etmiş və fəaliyyət göstərir. Turizm və mehmanxana biznesinin qarşılıqlı fəaliyyətini öyrənmək üçün, bu sahələrin təşkilat formalarının inkişaf tarixi ilə hərtərəfli tanış olmaq lazımdır. Biz turizmin mehmanxana biznesinə və əksinə mehmanxana biznesinin turizmin inkişafına tarix boyu necə təsir göstərdiyinin şahidi oluruq.

Hələ quldarlıq dövründə, yeni yolların salınması, yaşayış yerlərinin inşası sistemli və planlı şəkildə aparılır və bu nəqliyyat və rabitənin işini asanlaşdırırdı.

İngilis arxeoloqu Leonard Vullinin İraqın cənubunda 12 il ərzində apardığı qazıntılar nəticəsində, məlum olub ki, b.e. 5 min il əvvəl, insanların müvəqqəti yaşayış məskənləri olan xanlar mövcud olmuşdur.

Qədim Babilistan hökmdarı Xammurapinin “Qanunnaməsi”-ndə mehmanxana və onun sahiblərinin fəaliyyəti haqqında məlumatlar var. Mənbələrdən görünür ki, b.e. 2000 il əvvəl Xaldey deyilən (müasir İraqın ərazisi) məskəndə mehmanxana işi inkişaf etmişdi. Dövlət tərəfindən tavernaların işinə ciddi nəzarət olunurdu. Elmi araşdırmalar apararı babillər bir çox ərazilərin xəritələrini tərtib etmişlər. Gil lövhələri üzərində cızılmış belə xəritələrdə, çayların mənbəyi, dənizlərin yeri, müəyyən sahələrin ərazisi, karvan yolları üzərində müvəqqəti yaşayış məskənləri göstərilmişdir. Babillər Qara və Xəzər dənizi sahilləri boyunca ərazilərdə, sığınacaq yerləri, karvan yolları boyunca karvansaralar salmışlar. Ən məşhur karvan yolu Afrika və Suriyadan Məkkəyə gedən yol idi. Birinci karvan yolu Qahirə və ya İsgəndəriyyədə təşkil

olunurdu, ikinci yol Dəməşq şəhərindən başlanırdı. Yol boyu yerləşən karvansaralar tacir, yolçu, ziyarətçi və səyyahların müvəqqəti yaşayış yerləri idi.

Karvansaralar sonradan yaranan dayanacaq həyətlərinin, poçt karetaalarının, motel və otellərin sələfi idi. Karvansaralar əsasən müasir Türkiyənin, İranın, Azərbaycanın, Əfqanıstanın və Hindistanın şimalında salınmışdı. Karvansaralar arasındakı məsafə 1 günlük at yolu qədər idi. Karvansara daxili həyət, heyvan saxlamaq üçün yer, kiçik və sadə otaqlardan ibarət olurdu.

Tarixi sənədlərdən məlum olur ki, Türkiyə sultanının sərəncamı ilə karvansarada qalan yolçu, səyahətçi və ziyarətçilərə üç gün ərzində pulsuz yemək və yataq verilirdi (dinindən və milliyyətindən asılı olmayaraq). Turizmde işlədilən müasir terminlərlə desək, “tam pansion” təqdim olunurdu. Bundan əlavə imkansızlara bir cüt ayaqqabı da verilirdi. Hal-hazırda Türkiyə ərazisində yüzdən çox karvansara saxlanılıb. Bu karvansaralar fəaliyyət göstərməyə də, muzey kimi turistlərin üzünə açıqdır.

Azərbaycan ərazisində onlarla karvansara mövcuddur ki, hal-hazırda bunlardan bir neçəsi milli restoran kimi fəaliyyət göstərir.

Mehmanxana tipli yerlər Qədim Yunanıstanda “İliada” və “Odisseyin” müəllifi Homerin vaxtından məlum idi. Yunanıstanda mehmanxanalar əsasən, müxtəlif şənlik və bayramlar keçirilən məbədlərin ətrafında yerləşirdi. Bu mehmanxanalarda, varlı və yoxsul, sadə və məşhur adamlar yer ala bilirdi. Tarixi mənbələrdən məlum olur ki, Makedoniya çarı Fillipin yanına yollanan elçilər bu tipli mehmanxanada yaşamışlar.

Roma imperatoru Avqustun yaxın adamlarından biri olan Meçenatı səyahətdə müşayiət edən Roma şairi Horaşianın (b.e.ə. 65-8-ci il) xatirələrində belə mehmanxanaların olması barədə məlumatlar var. Roma imperatoru Oktavianın

(b.e.ə. 63-cü il) zamanı dövlət rabitə əlaqələrinə ciddi nəzarət edirdi və bununla əlaqədar, dövlət dayanacaq evləri yaranır. Romadan Kiçik Asiya və Qalliyaya qədər, əsas yollar boyunca, dayanacaq evləri inşa olunur. Dövlət məmurları və çaparlar bu dayanacaq evlərində qalırdı. Dövlət, dayanacaq evlərinin etibarlı və təhlükəsiz olmasına ciddi yanaşırdı. Məsələn, qonağın təhlükəsizliyinə və əşyaların qorunmasına dayanacaq evinin sahibi məsuliyyət daşıyırdı. Hal-hazırda bir çox dövlətlərin qanunvericiliyi bu növ məsələlərin tənzimlənməsində Roma mülki hüququna əsaslanır.

Roma imperiyasında mehmanxanalar təsnifata bölünürdü. İki tip mehmanxana mövcud idi. Birinci tip mehmanxanada varlı, zəngin və imtiyazlı patrisiyalar, ikinci tip mehmanxanada kasıb, sadə və imtiyazsız plebeylər yaşaya bilərdilər.

Roma mehmanxanaları, müxtəlif və geniş funksiyalara malik nömrələrdən, yerlərdən və sahələrdən (otaqlar, ambar, dükan, emalatxana, tövlə və s.) ibarət idi. Mehmanxanalar əsasən daşdan inşa olunurdu. Bu mehmanxanalar qış mövsümündə qızdırılırdı və qonaqlara müxtəlif növ xidmətlər göstərilirdi. Bəzi mehmanxanalar, yalnız dövlət tərəfindən verilmiş xüsusi sənədləri olan qonaqlara xidmət göstərirdi. Müasir dövrdə bu ənənə öz qüvvəsini saxlamışdır. Hörmətli və nüfuzlu qonaqlar üçün, təyyarə limanlarında, dəmiryolu vağzallarında və s. yerlərdə xüsusi (VIP) zallar ayrılır.

Roma imperiyasında təsərrüfat münasibətlərinin inkişafı ilə əlaqədar, səyahətçilərin, qonaqların yaşayış yerlərinin şəraitinə, göstərilən xidmətlərə tələbat artır. Bununla əlaqədar daha zəngin, abadlaşdırılmış və müxtəlif xidmətlər göstərən dayanacaq evləri yaranır.

Roma şairi Siseronun verdiyi məlumata görə, dayanacaq evlərində hamam, masaj, çamaşırxana və ayaqqabı təmizləyən yerlər var idi.

Roma imperatoru Böyük Feodosiya zamanı (b.e. 347-395-ci il) hərbi xəritələrdə, dayanacaq məntəqələri qeyd olunmuşdur. Xəritədə göstərilən işarələrdən dayanacaq evlərinin tiplərini müəyyən etmək olar.

B.e. 476-cı ilində Roma imperiyasının süqutundan sonra, mehmanxanaların, inkişaf tarixində yeni mərhələ başlayır.

1.2.Orta əsrlər (V-XV)

Orta əsrlərdə mehmanxanaların inkişafına dini ənənələr əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu dövrdə xeyli insan müqəddəs yerlərə ziyarət edir və təbii ki, yol boyu istirahət üçün dayanacaq evlərində, karvansaralarda, monastirlərdə məskən salırdılar.

Kilsə monastirlərə, ziyarətçilərə yataq və yeməklə təmin etməyi həvalə etmişdi. Monastirlər ziyarətçilərə pulsuz xidmət göstərirdi ki, bu da fərdi yerləşdirmə müəssisələrinin inkişafına mane olurdu.

Feodal hakimiyyəti möhkəmləndikcə dövlət məmurları üçün xüsusi dayanacaq evləri inşa olunurdu. "Döyüşkən xoruzun yanında" adlı qədim dayanacaq evlərindən birinin əsası Sent-Albane (İngiltərə) məskənində 795-ci ildə qoyulmuşdu.

IX-XI əsrlərdə beynəlxalq ticarət mərkəzi Konstantinopol (hazırda İstanbul) şəhəri idi. Dünyanın hər yerindən bura tacirlər axışb gəlirdi. Şəhərdə çoxlu sayda dayanacaq evləri inşa olunurdu. Bunların bir neçəsi indi də tarixi abidə kimi qorunur. Venesiya şəhəri də ticarət mərkəzlərindən biri idi. Burada ticarət edən almanların öz dayanacaq evləri var idi. Genuyalıların Messin şəhərində öz xüsusi dayanacaq evləri fəaliyyət göstərirdi.

1096-cı ildən başlanan və 200 il davam edən xaç yürüşləri dayanacaq evlərinin, xüsusən də İtaliyanın şimalında

inkişafına təkən verdi. Yeni dövrlərdə otel biznesinin inkişafı ilə əlaqədar mehmanxanalar ittifaqı yaranır və nizamnaməsi təsdiq olunur. İttifaq otelin qonaqları üçün daxili qaydaları müəyyən edir. Məsələn, 1282-ci ildə Florensiya şəhərində otellər ittifaqı bu biznesə nəzarət edirdi.

İngiltərənin təmsalında mehmanxana biznesinin inkişafının xronologiyasını dəqiq izləmək olar. İngiltərə qanunvericiliyinə görə mehmanxanalar ictimai müəssisə adlanır və qonaqların təhlükəsizliyi üçün sahibkarın məsuliyyət daşdığı elan edilir. Mehmanxana sahibi qonağı qəbul etmək, xidmət göstərmək, təhlükəsizliyini təmin etmək və s. öhdəlikləri üzərinə götürür. Orta əsrlərdə iri şəhərlərdə tikilən mehmanxanaların əksəriyyəti sadə və minimal mebellə, avadanlıqla təchiz olunmuşdu. XV əsrdə bir sıra mehmanxanalar, artıq 20 və ya 30 nömrədən ibarət idi. Otelin nömrələrinə, məşhur adamların, titulların və şəhərlərin adı verilirdi. Məsələn, “Qraf”, “London”, “Oksford” və s.

Rusiyada ilk dayanacaq evləri XII-XIII əsrlərdə yaranmışdır. Dayanacaq evləri müxtəlif səvyyəli qonaqlara xidmət göstərir. XV əsrdə “Yam”lar deyilən dayanacaq evləri yaranır. Bununla əlaqədar Rusiyada Yamskiy prikazın nəzdində “Yam xidməti” yaranır.

Hələ XII əsrdə Rusiyanın Böyük Novqorod şəhərində ilk qonaq evləri yaranır. Bu şəhərdə, xarici tacirlər mənsub olduğu dövlətin adına uyğun dayanacaq evlərində məskən salırdılar.

XII-XV əsrlərdə Novqorod şəhərində “Alman”, “Danimarka”, Moskva şəhərində “Yunan”, “Alman”, “Fars” və s. qonaq evləri mövcud idi.

XIII əsrdə Vitebsk, Qrodno, Brest və Belorusiyanın digər şəhərlərində qonaq evləri fəaliyyət göstərirdi.

1.3. Yeni dövr (XVI-XX əsrin əvvəlləri)

1539-cu ildə İngiltərə kralı VIII Henrix, özü də dərk etmədən, monastirlərin torpaq üzərindəki təsirini azaltmaqla, mehmanxanaların inkişafına təkan verir. VIII Henrixin sərəncamı ilə kilsə torpaqları ayrılmalı və ya satılmalı idi. Bununla əlaqədar, səyahətçiləri, yolçuları və ziyarətçiləri qəbul edən kilsənin rolu zəifləyir və kommersiya məqsədi ilə qonaqları qəbul edən dayanacaq evlərinin əhəmiyyəti isə əksinə, artır.

1577-ci ildə İngiltərə və Uelsdə aparılan hesablamaya görə, pivə satılan 14.202 yer, 1631 mehmanxana, 329 taverna fəaliyyət göstərirdi. 1600-cü ilin ortalarında bir sıra mehmanxanalar qeyri-rəsmi pul nişanları buraxır və otel sahibləri bu nişanları krallığın rəsmi pulu ilə almağa zəmin dururdu.

Bu tip pul nişanlarının buraxılmasına dövlət tərəfindən icazənin verilməsi, mehmanxanaların əhəmiyyətini və nüfuzunu göstərirdi.

İngiltərədə mehmanxanalar idman həvəskarlarının sevimli yeri idi. İngilis parlamenti dövlət poçtunun daşınmasını karetilərə həvalə etmişdi. XVIII-XIX əsrlərdə poçt mehmanxanaları inkişaf etmişdi, çünki otellər poçt məntəqələri kimi istifadə olunurdu. Kənd yerlərində fəaliyyət göstərən mehmanxanaların əsas funksiyası müsafirlərə xidmət göstərmək və karetiləri atla təmin etmək idi.

Müasir mehmanxana biznesinin inkişafı, elmi ixtiraların kəşf olunduğu XIX əsrə təsadüf edir.

XVIII əsrdə Parisdə nəşr olunan bələdçi kitabçasında, Fransa Parlamentinin yerləşdiyi Burbonlar sarayı, prins Kondeyə məxsus otel kimi göstərilir.

Parisdə yerləşən qədim otellər öz memarlığı ilə turistləri cəlb edirdi. Bunlardan "Karnaval" (1544-cü ildə inşası başlanıb) və "Klyuni" (XVI əsrdə inşa olunub) otellərini göstərmək olar.

XIX əsrdə otellərdə yaşayan müsafirlərin tələbatı getdikcə artır. Müsafirilər daha çox müxtəlif xidmətlər və komfort tələb edirlər. Mehmanxanalar daha çox müxtəlif və rahat avadanlıqlarla təchiz olunur.

XIX əsrdə Amerika və İngiltərədən, Avropaya varlı və zəngin müsafirlərin axını çoxalır. Bu dövrdə otel biznesi üçün yeni standartlar işlənilib hazırlanır. Məhz bu illərdə “komfort”, “dizayn”, “ekspres” kimi ingilis sözləri otel terminologiyasına daxil olur.

XIX əsrin axırlarında Avropadakı (ilk növbədə İsveçrədə) yüksək səviyyəli komfortlu otellər inşa olunur. Bəsit və sadə adlı ənənəvi otellərin (“İngilis həyatı”, “Qədim poçt” və s.) yerinə, təmtəraqlı, cingiltili adlar (“Bristol”, “Metropol”, “Palas”, “Qrand otel”, “Excelsior”) meydana gəlir.

Məlumdur ki, turizmin əsas şərtlərindən biri komfort və rahatlıqdır. XIX əsrin axırlarında turizm fəaliyyətində əsas amil olan otel biznesi inkişaf edir və məhsulun satışı üçün yeni bazarlar formalaşdırır.

1812-ci ildə Mərkəzi İsveçrədə “Riqi-Klesterli” adlı otel açılır, 1832-ci ildə Faulxorn şəhərində digər bir mehmanxana inşa olunur.

1801-ci ildə Almaniyanın Baden-Baden şəhərində “Badişe-Hof”, 1859-cu ildə İsveçrənin İnterlanan şəhərində “Qrand otel Svayçerhof” adlı otellər inşa olunur.

XVIII-XIX əsrlərdə Almaniyanın Hayliqendame, Norqepniy, Travemyunde adlı yerlərində mineral su mənbələri olan kurort-otellər yaranır.

XIX əsrin axırları və XX əsrin əvvəllərində mehmanxanaların sayı nəinki Avropada, həmçinin Yaxın Şərq, Şimalı Afrika və Şimalı Amerikada kəskin şəkildə artır.

1913-cü ildə Avstriya-Macarıstanda 15 min mehmanxana mövcud idi. Bu mehmanxanaların əksəriyyəti kiçik idi. Lakin bununla yanaşı iri mehmanxanalar da inşa olunurdu.

1913-cü ildə Almaniyada 90 mindən çox kiçik otel fəaliyyət göstərirdi.

1607-ci ildə Amerikada ilk dayanacaq evləri yaranır. Bunlar ingilis dayanacaq evlərinə uyğun eyni tipli tikililər idi. Amerikada yaranan dayanacaq evləri, Avropadakı dayanacaq evlərinə oxşar idi. Bunlar sahibinin yaşayış məskəni və səyahətçilər üçün müvəqqəti qalmaq yerlərindən ibarət idi. Bu yaşayış yerləri hələ kommersiya müəssisəsi deyildi.

İlk tavernalardan biri 1634-cü ildə Boston şəhərində açılmışdı. 1642-ci ildə Nyu-York (o zaman Yeni Amsterdam) şəhərində Dutch East Holland şirkəti "Stadt Huys" adlı tavernanı açır. Bundan bir il sonra Boulinq-Qrin adlı yerdə "Kreiger's Tavern" açılır.

Amerika inqilabı zamanı bu tavernalar "King's Arms" adlandırılmış və ingilis generalı Keydjin qərərgahına çevrilmişdi. Məşhur "Fraunces Tavern" tavernası general Vaşinqtonun qərərgahı olub. Bu müəssisə indiyə qədər fəaliyyət göstərir. Amerikada tavernalar siyasi yığıncaq və ictimai həyatın mərkəzləri idi.

XVIII əsrin axırlarında Amerikada otelçilikdə keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir. 1794-cü ildə Nyu-Yorkda "Siti Otel" adlı (70 nömrə) ilk kommersiya mehmanxanası açılır. Bundan sonra bu tipli sadə kommunal mehmanxanaların sayı artır. 1829-cu ildə Boston şəhərində "Tremont" otelinin açılışı ilə, ABŞ-da mehmanxana sənayesinin inkişafında, xüsusilə də ABŞ-ın Şərqi sahillərində, sonra isə Qərbi və Cənubda mühüm rol oynayır.

XIX əsrin axırlarında ABŞ-da iki tip, yeni dəbdəbəli və köhnə qədim otellər fəaliyyət göstərirdi. Otellərin çox qismi nəqliyyat qovşaqları, əsasən dəmiryol vağzalları yanında inşa olunurdu.

XX əsrin ilk illərində işgüzar adamlar üçün nəzərdə tutulan mehmanxanalar inşa olunur. İlk dəfə olaraq 1908-ci ildə Buffalo şəhərində "Buffalo Statler" adlı mehmanxana

açılır. Otelin sahibi Elsvort Statler idi. İnşa olunan mehmanxanada qonaqlar üçün daha çox komfort və rahatlıq yaradılmışdı. Bu mehmanxana biznesində yeni prinsiplial konsepsiya idi.

“Müştəri hər zaman haqlıdır” şüarını ilk dəfə olaraq E.Statler irəli sürür. “Buffalo Statler” otelin nömrələri ilk dəfə olaraq böyük ayna, yataq çarpayısının üstündə lampa, qapı yanında elektrik açarının qoşucusu, telefon, dəftərxana ləvazimatı ilə təchiz olunur. Otelin personalı uniforma geyinir.

XIX əsrin ortalarında ABŞ-da mərkəzi isitmə sistemi, lifti və nömrələrində vannası olan otellər fəaliyyət göstərirdi. 1911-1912-ci illərdə Lidvalın layihəsi üzrə Rusiyanın Sankt-Peterburq şəhərində “Astoriya” oteli inşa olunur. Bu otelin nəzdində fəaliyyət göstərən mətbəx öz ləziz yeməkləri ilə müştəriləri heyran qoyurdu.

Artıq XIX əsrin axırlarında Moskva şəhərində “Düso”, “Slavyan bazarı”, “Drezden”, “Paris”, “İngiltərə”, “Almaniya”, “Berlin” və s. bu kimi məşhur otellər fəaliyyət göstərirdi.

XX əsrin əvvəllərində Moskva şəhərində yüksək dərəcəli otellər tikilir. Bunlar “Metropol” (1899-1904-cü illər, memar V.Valikotta), “Boyar evi” (1901-ci il, memar A.İvanov) və digərləri fəaliyyət göstərməyə başlayır.

1910-cu ildə Rusiyada dayanacaq evləri və traktirlər (aşxanası olan mehmanxana) nəzərə alınmadan 4685 mehmanxana fəaliyyət göstərirdi.

XX əsrin əvvəllərində Minsk şəhərində 30-dan çox özəl mehmanxana fəaliyyət göstərirdi. Bunların əksəriyyəti, sadə, bəsit mebellə təchiz olunmuş, 10-15 nömrədən ibarət kiçik mehmanxanalar idi. Minsk şəhərində, müxtəlif xidmətlər göstərən ən böyük “Avropa” oteli idi. Bu oteldə restoran, kitabxana, lift, qadın və kişi bərbərxanası fəaliyyət göstərir və avtomobil sifariş etmək olardı.

1.4. Müasir dövr (XX əsrin II yarısından)

İkinci dünya müharibəsindən sonra 50-ci illərdə mehmanxana biznesində əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliklər olmuşdur. 1952-ci ildə ABŞ-da Kemmons Uilson avtomobilçilər üçün "Holiday Inn" adlı ilk motel inşa edir. Nömrələrin və xidmətlərin qiymətləri ucuz olan motellər müştərilər üçün sərfəli idi. Motellərin məşhurlaşması və müxtəlif tipli mehmanxanalarla rəqabətdə irəli çıxması, sahibkarlar arasında gərginliyi artırır.

Motel sahibləri Amerika Mehmanxanalar Asosiasiyasını yaradır ki, bu da sonralar Amerika Otel və Motel Asosiasiyasına (AOMA) çevrilir.

Pan-Amerikan şirkəti Amerika qitəsində bir neçə "İnterkontinental" otelləri inşa edir. 1948-ci ildə Konrad Hilton beynəlxalq otel biznesinə başlayır.

XX əsrin 80-cı illərinə qədər dünya mehmanxana biznesində "Marriott", "Ramada", "Şeraton", "Redisson" və digər mehmanxana şəbəkə sistemləri inkişaf edir.

ABŞ-da bir çox otellərdə, qonaqlara yüksək səviyyəli xidmət göstərmək üçün nömrələrin sifarişi elektron sistemi ilə həyata keçirilir. Mehmanxana servisi üçün xüsusi hazırlanmış bu elektron sistemi, nömrələrin bölüşdürülməsi, telefondan istifadəyə, mühasibat hesablarına nəzarət edir.

"Ramada", "Holiday Inn" və digər mehmanxana şəbəkələrində, elektron sistemindən istifadə edirlər. Məsələn, "Şeraton" mehmanxana şəbəkəsi 1970-ci ildən, nömrələrin bronlaşdırma sistemini həyata keçirir. Bu mehmanxana şəbəkəsinin mərkəzi qərargahı Sent-Luis (ABŞ) şəhərində yerləşir. Bronlaşdırmanın təsdiqi EHM-in (Elektron Hesablama Maşınları) bazası əsasında yerinə yetirilir.

1975-ci ildə ABŞ-da 1500-dən çox otel haqqında məlumat saxlayan "Independent reservation system" qurulur.

Bu sistem vasitəsi ilə mehmanxanada nömrə sifariş etmək mümkündür.

ABŞ-da mehmanxana biznesi üçün ixtisaslı kadrların hazırlanmasına daha çox diqqət verilirdi. Mehmanxana və restoran biznesinə aid dərsliklər, xüsusi jurnallar nəşr olunurdu. “Houtlend Catering Review” jurnalı belə nəşrlərdən biri idi. Universitetlərin nəzdində xüsusi kafedralar qonaqpərvərlik sahəsi üçün mütəxəssislər hazırlayırdı. Bunlardan ən məşhuru 1922-ci ildə yaradılan Korneliy Universiteti nəzdində fəaliyyət göstərən “Mehmanxanaların idarəçiliyi məktəbi” idi. Burada təhsil müddəti 4 il nəzərdə tutulurdu. Aparıcı “Holiday Inn” şirkəti, personal hazırlığına daha çox diqqət yetirir.

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra mehmanxana biznesinin inkişafı kütləvi xarakter alır. Mehmanxanalarda təqdim olunan xidmət növlərinin rəngarəngliyi, keyfiyyəti və kəmiyyəti artır.

XX əsrin 50-60-cı illərində turizmin inkişafı ilə əlaqədar Qərbi Avropa ölkələrində çoxlu sayda mehmanxanalar tikilir.

Mehmanxanaların kütləvi tikintisini təhlil edən İsveçrənin peşəkar jurnalı “Hotel Review” 1948-ci ilin dekabrında qeyd edir ki, Avropada mehmanxanalar “yağışdan sonra çıxan göbələk kimi artır”.

XX əsrin 50-ci illərində Avropada turizm əsasən Amerika turistlərinin hesabına inkişaf edirdi. Bu səbəbdən ABŞ mehmanxana biznesindəki qəbul olunan standartlar və qaydalar Avropa mehmanxanalarında tətbiq olunurdu. Həmin illərdə Avropaya dollar axını artır. Yeni mehmanxana şəbəkələri yaranır.

XX əsrin 90-cı illərində Amerika mehmanxana şəbəkələri, bütün dünyada üstünlük təşkil edir və Avropa mehmanxana şəbəkə sistemləri olan “Travelodge International” və “Master Hosts International”-ı sıxışdırıb aradan çıxarır. Avropada yalnız iki – “Accor” (Fransa) və “Forte PLC”

(İngiltərə) mehmanxana şəbəkələri öz mövqelərini saxlaya bilirlər.

Hazırda Azərbaycan mehmanxana biznesində yeni, yüksək dərəcəli (4 və 5 ulduz) otellərin sayı getdikcə artır. Bu otellərin çoxunun həmtəsisçisi xarici şirkətlərdir. Bu şirkətlər qonaqlara xidmətlərin standart texnologiyasını təqdim edirlər. Onlar digər mehmanxanaların rəqibinə çevrilirlər. Nüfuzlu qonaqlar adi otellərdən fərqli olaraq yeni, Avropa standartlarına uyğun xidmət göstərən otellərə üstünlük verirlər. Qonaqlara daha yüksək və keyfiyyətli xidmət göstərən otellər rəqabətə davam gətirirlər.

Mehmanxanaların idarəçiliyində vahid ideal model yoxdur və bütün otellərdə istifadə olunan ümumi qanunauyğunluq və elementlər mövcuddur. Mehmanxanalar rəqabətə davam gətirmək üçün, idarəçiliyin sadə və çevik üsullarından istifadə etməlidir. Bu üsullar aşağıdakıları əhatə edir:

- İxtisaslı mütəxəssislərlə təşkil olunmuş şöbələr;
- Xidmət istehsalı və işin təşkili, istehlakçıya – mehmanxananın müştərilərinə yönəldilməlidir.

Mehmanxana və restoran biznesi hal-hazırda “Hospitality Industry” adlandırılır. Qonaqpərvərlik sənayesi – qonaqların yaşayış yerləri və yeməklə təmin olunması və onların asudə vaxtlarının səmərəli keçirilməsini təşkil etməkdir. Mehmanxana müəssisəsinin strukturunun təyin olunması otelin təyinatına, onun dərəcəsinə, nömrə fondunun sayına, yerləşdiyi əraziyə, müştərinin spesifik xarakterinə və s. amillərə əsaslanır.

Fəsil 2. Mehmanxanada qəbul, yerləşdirmə və xidmətin təşkili (Front Office)

Turizmin mühüm formalarından biri olan mehmanxana, qonaqların qəbulu, yerləşdirmə və onlara xidməti yerinə yetirir.

İngilis sözü olan və müasir mehmanxanalarda işlədilən "Front Office" (Ön büro) azərbaycan dilinə adətən qonaqların qəbulu və nömrələrə yerləşdirilməsi kimi tərcümə olunur. Mənim fikrimizcə bu düzgün məna vermir, çünki qəbul və yerləşdirmə ingilis dilində "Reception desk" və ya "Reception Department" adlanır və bu bölmələr "Front Office"-ə daxildir. Geniş mənada "Front Office"-ə yuxarıda adlarını çəkdiyimiz bölmələrdən əlavə, konsyerjlər, şvesarlar (qapıçılar), yük daşıyanlar, xidmətçilər, telefon operatorları, suvenir köşkü və s. daxil olduğu xidmət bölməsi, bronlaşdırma bölməsi, və hətta marketing bölməsi də daxil ola bilər. Yuxarıda adı çəkilən bölmələrdən başqa, "Front Office"-ə qonaqlarla hesablaşma aparən kassa xidməti də daxildir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, kassa xidməti ikili tabeçilikdədir. Bu xidmət həmçinin mühasibə tabedir. Bir sıra mehmanxanaların strukturunda bronlaşdırma bölməsi, marketing xidmətinin nəzarətindədir. Marketing xidməti, mehmanxananın böyük və kiçikliyindən asılı olaraq, müstəqil bölmə kimi fəaliyyət göstərir və ya "Front Office"-ə daxildir.

Məsələn, İngiltərənin bir çox mehmanxanalarında "Front Office" şöbəsi təsərrüfat xidmətinə tabedir və qəbul şöbəsində ayrı-ayrı bölmələrə baş əməkdaşlar rəhbərlik edir. Məsələn, baş telefon operatoru, baş kassir, bronlaşdırma xidmətinin rəhbəri və s.

Mehmanxana "Front Office"-nə director (Front Office Manager) rəhbərlik edir. Front Office Menecer ilk növbədə mehmanxana haqqında tam məlumatla malik olmalıdır. İkincisi, şöbənin bütün işini dəqiq planlaşdırmağı bacarmalıdır. Üçüncüsü, şöbənin işini daim nəzarətdə saxlamalıdır. Qonaqlara

göstərilən xidmət və digər məsələlərlə ortaya çıxan anlaşıl-mazlıq və problemləri həll edə bilməlidir.

Front Office mehmanxananın baş qərargahı, onun “si-nir” sistemidir. Burada qonaq qarşılır, xidmət göstərilir və yola salınır. Front Office mehmanxananın güzgüsü və sima-sıdır. Mehmanxanaya gələn qonaq əsasən “Front Office”-in əməkdaşları ilə ünsiyyətdə olur, arzu və istəklərini bildirir.

Mehmanxananın iş prinsipindən asılı olaraq “Front Of-fice”-də növbələr və iş vaxtı müxtəlif ola bilər. Lakin mənim fikrimcə, “Front Office” iki növbəli olmalı və iş vaxtı saat 09:00–21:00-dək və 21:00–09:00-dək məqsəduyğun ola bilər.

Bu sistem şöbədə sənədləşdirməni, hesabatı dəqiq və düzgün aparmağa imkan yaradır, işçilərin cavabdehlik və məsuliyyətini artırır.

Front Office şöbəsi mehmanxananın birinci mərtəbə-sində münasib yerdə olmalı, xidmət göstərən işçilər lifti və mehmanxana holl-nu yaxşı görməlidirlər. Belə olan halda şö-bənin əməkdaşları mehmanxanaya daxil olan qonaqları görə və onların yüklərinə nəzarət edə bilərlər.

“Front Office” öz müştəriləri haqqında məlumat toplayır, saxlayır, daimi qonaqların zövqünü, arzusunu, hətta ad günlərini bilir. Mehmanxananın daimi qonaqları və VIP müş-təriləri ilə menecer (guest relation manager) məşğul olur. Xü-susi hörmətli qonaqları, şəxsən baş direktorun özü qarşılayır və salamlayır.

Banqok şəhərində (Tailand) yerləşən “Oriental Hotel”-in baş direktoru Kurt Vahtveldən soruşanda ki, servisdə ən yaxşı və birinci olmaq üçün nə etmək lazımdır? O belə cavab vermişdir: “Xidmət, xidmət və yenə də xidmət”.

Mehmanxana müəssisələrinin tiplərindən və yerləşmə tutumlarından asılı olaraq şöbə və bölmələrin sayı az və ya çox ola bilər. İri mehmanxanaların strukturunda bronlaşdırma, mar-keting və satış, xidmət şöbələri müstəqildir və baş direktora ta-bedir. Orta və kiçik mehmanxanalarda yuxarıda adları çəkilən

şöbələr və ya bölmələr qəbul, yerləşmə və xidmət şöbəsinə daxildir.

Cədvəl 2.1.

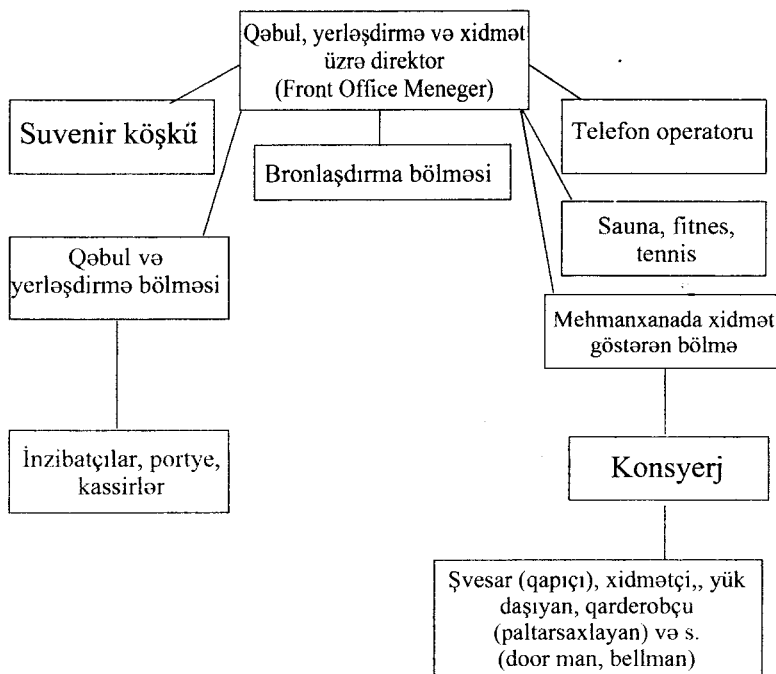
Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin iş prosesi

Proses	Personal	Sənədlər	Ödəniş
1	2	3	4
Mehmanxanada yerin əvvəlcədən sifarişi	Qəbul və ya bron bölməsinin meneceri	Bron üçün sifariş zamanətli ödəniş	Qeydiyyat zamanı hesabı daxil edilir. Müdiriyyət təyin edir.
Razılaşmaq	Qaraj xidməti (sürücü), şvesar (qapıçı), xidmətçi	—	Çaypulu, bəxşiş
Qeydiyyat	Qəbul bölməsinin inzibatçısı, portye, kassir	Anket, yerləşmək üçün icazə vərəqi, hesab, vizit kartı	Hesab üzrə, yerin tarifi, vergi, xüsusi yığım
Əsas və əlavə xidmətlərin təqdim edilməsi	Qəbul bölməsi, yemək və içmək xidməti, təsərrüfat bölməsi, çamaşırxana və kimyəvi təmizləmə, turizm təlimatçıları, sauna, fitnes, idman bölməsi və s.	Sifariş, şifahi və ya blankı yazılı şəkildə doldurmaqla təqdim olunur.	Xidmətlərin müəyyən olunmuş tarifləri üzrə verilən hesab
Son hesablaşma, qonağın getməsini rəsmiləşdirmək	İnzibatçı, portye, kassir.	Hesab qəbzi	Hesab üzrə

Mehmanxananın dərəcəsindən və tipindən asılı olmaya-raq qonaqların qəbulu, yerləşmə və xidməti prosesini bir neçə mərhələyə bölmək olar:

1. Bronlaşdırma - əvvəlcədən mehmanxanada qonaqlar üçün yerin və ya nömrənin sifarişi;
2. Qəbul, qeydiyyat və yerləşmə;
3. Qonağa, yaşayacaq nömrənin göstərilməsi və xidməti;
4. Əlavə xidmətlərin təklif olunması
5. Son hesabatı aparmaq, rəsmiləşdirmək və qonağı yola salmaq.

Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsi (Front Office)



Şəkil 2.1. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin sxemi (Front Office)

2.1. Mehmanxanada nömrə və ya yerin bronlaşdırılması qaydaları

Mehmanxanada nömrə və ya yerin sifariş olunması bronlaşdırma (reservation) vasitəsi ilə həyata keçirilir. Mehmanxanada qonaqlara xidmət, bronlaşdırmadan başlayır.

Mehmanxanada nömrənin və ya digər xidmətlərin bronlaşdırılması, qonaqla mehmanxana arasında müqavilə münasibətləri yaradır. Müqavilə münasibəti qonağın mehmanxanada nömrənin sifariş etməsindən və onun tərk etməsinə qədər davam edir.

Əvvəlcədən bronlaşdırmanı qəbul edən mehmanxana, hüquqi və biznes məsuliyyəti daşıyır. Bronlaşdırma vasitəsi və ya sistemi mehmanxanaya əlavə gəlir gətirir.

Bronlaşdırma funksiyasını, bronlaşdırma bölməsi və ya qəbul və yerləşdirmə xidməti yerinə yetirir. Bir qayda olaraq turist və ya biznesmen mehmanxanada nömrə problemi ilə üzləşmək istəmədiyinə görə, bronlaşdırma xidmətindən istifadə edir. Bronlaşdırma bölməsi, təkcə sifariş qəbul etmir, həm də mehmanxana yerlərinə olan tələbatı öyrənir. Mehmanxananın iş təcrübəsini öyrənərək, regionda keçirilən müxtəlif tədbirlərin (idman yarışları, festivallar, konfranslar, bayram şənlikləri və s.) planını nəzərə alaraq, mehmanxana yerlərinə olan tələbatı proqnozlaşdıraraq, nömrə fondundan səmərəli istifadə etmək üçün, bronlaşdırma bölməsi marketinq xidməti ilə mehmanxana fəaliyyətini planlaşdırır. Bronlaşdırma bölməsi şəraiti (konyunkturamı) izləməli və vəziyyətə nəzarət etməlidir. Sifarişləri qəbul edən bronlaşdırma bölməsi, yerlərə olan tələbatı nəzərə almalıdır.

Mehmanxana yerinə və ya nömrəsinə tələbat artdıqca, təbii olaraq bu yerlərin qiyməti də artır. Əlbətdə, qonaqlara göstərilən servisin keyfiyyəti də yüksək olmalıdır. Bu halda mehmanxana əlavə mənfəət əldə edir.

Əvvəlcədən bronlaşdırma sistemi böyük mehmanxanalar üçün (300-dən çox nömrəsi olan) zəruridir. Bu səbəbdən də böyük mehmanxanalarda bronlaşdırma bölməsi müstəqil struktura malikdir. Bu bölmə böyük mehmanxanalara səmərəli (rentabelli) işləməyə, nömrələri qonaqlarla təmin etməyə imkan verir.

Məlumdur ki, kütləvi tədbirlər zamanı mehmanxana yerlərinə tələbat bir neçə dəfə artır. Tədbirlərdə iştirak edən qonaqlar üçün bronlaşdırılmış nömrələrin sayı çox olduqca mehmanxana daha çox mənfəət qazanır və bronlaşdırma hər hansı bir tədbirin başlanmasına xeyli vaxt qalmış sifariş olunur. Əgər bronlaşdırma ləğv olunarsa, mehmanxana müqavilə qaydalarına uyğun sifarişçidən cərimə alır və manevr imkanları artır. Mehmanxana yerlərinə sifarişlərin artıb və azalması, regionda baş verən siyasi, iqtisadi vəziyyətlə, mövsümlə əlaqədar ola bilər. Məsələn, regionda siyasi vəziyyətlə əlaqədar stabillik, turistlərin təhlükəsizliyi üçün təminat olmasa, mehmanxanalarda nömrələrin sifarişi aşağı düşür.

Bronlaşdırmanın bir sıra növləri mövcuddur:

1. İkiqat bronlaşdırma. Bu növ bronlaşdırma, kütləvi tədbirlər zamanı və turist mövsümünün pik vaxtı istifadə olunur. Mehmanxananın eyni yeri iki qonağa təsdiqlənir (bron) və satılırsa bu **ikiqat bronlaşdırma**dır. Bu üsulu seçən mehmanxana riskə gedərək üzərinə böyük məsuliyyət götürür. Bronu təsdiq olunmuş iki qonaq mehmanxanaya eyni vaxtda gələrsə nə etməli? Bu halda "Front Office"-ə birinci müraciət edən qonaq qəbul edilir. İkinci qonaq mehmanxananın hesabına yaxınlıqdakı otelə yerləşdirilir. Bu zaman digər otelə yerləşdirilən qonaq, sifariş etdiyi nömrənin dərəcəsinə uyğun və ya daha yaxşı otaqla təmin olunmalıdır.

Mehmanxanada belə risk ona görə edilir ki, daha çox gəlir əldə edilsin və nömrələr boş qalmasın. Mehmanxana nəzərə alır ki, qonaqlardan biri sifarişini ləğv edən və ya təyin

olunmuş vaxtda mehmanxanaya gəlməyə bilər, bu halda risk özünü doğruldur.

İkiqat bronlaşdırmanın digər geniş yayılmış səbəbi, mehmanxanada qalan qonağın uçuş üçün əlverişli olmayan hava şəraiti və digər səbəblərə görə mehmanxanadan tərki edən bilməməsidir. Bu zaman bronla mehmanxanaya gəlmiş yeni qonağı, mehmanxana nömrəsi ilə təmin edə bilmir.

Nüfuzunu qorumaq üçün mehmanxana yeni gəlmiş qonağı, digər oteldə eyni dərəcəli nömrə ilə (müşətarinin sifarişinə əsasən) və ya daha yüksək dərəcəli nömrə ilə təmin etməlidir. Tarif fərqi mehmanxana ödəyir (bu əməliyyat "form out" adlanır).

Bəzən müşətar müxtəlif turist firmaları vasitəsi ilə bir neçə nömrə sifariş edir. Bronlaşdırma bölməsi belə ikiqat bronlaşdırmanı izləməli və nəzarətdə saxlamalıdır. Bir sıra hallarda, bronlaşdırma bölməsinin öz mehmanxanasında yer olmadıqda, müşətarinin sifarişini digər mehmanxanaya göndərir və müşətarinə göndərdiyi təqdimatda onu məlumatlandırır. Bu halda müşətarinin razılığı olmalıdır.

Bəzi mehmanxana menecerlərinin rəyinə görə ikiqat bronlaşdırma mehmanxananın nüfuzuna xələl gətirə bilər. Belə menecerlər nömrənin boş qalmasına üstünlük verirlər. Lakin bu da nəzərə alınmalıdır ki, düşünülmüş bronlaşdırma siyasəti, mehmanxananın səmərəli işləməsinə kömək edir. Lakin mehmanxana rəhbərliyinin qarşısında dilemma durur, ikiqat bronlaşdırmaya üstünlük verməklə riskə gedib mehmanxananın nüfuzuna ziyan vurmaq və ya ikiqat bronlaşdırmadan imtina edib nüfuzu saxlamaq. Məhz buna görə mehmanxananın bronlaşdırma bölməsinin fəaliyyəti mühüm rol oynayır.

2. Zəmanətli bronlaşdırma (Guaranteed reservation) müşətarinin sifərişi əsasında, mehmanxananın göndərdiyi xüsusi təsdiqnamə, müşətarinə nömrənin bronlaşmasına **zəmanət verir**.

Müştəri mehmanxanaya sifariş etdiyi vaxtdan gec gələrsə, təsdiqnamə nömrənin saxlanılmasına zəmanət verir. Müştərinin kredit kartı varsa, nömrəsi qeyd olunur ki, bu da müştərinin gecikməsindən asılı olmayaraq mehmanxana nömrəsinin pulunun ödənilməsinə zəmanət verir.

Zəmanətli bronlaşma mehmanxana üçün əlverişlidir. Ona görə ki, ləğv olunan sifarişin pulu alınır və boş qalan nömrə yenidən satıla bilər.

Zəmanətli bronlaşdırmanın növləri:

- qonaqlardan tam pulu ödənilmiş bron;
- müəyyən hesabı ödənilən bron (depozit, avans);
- şirkət və ya təşkilatın zəmanəti ilə sifariş olunan bron (mehmanxananın şirkət ilə müqaviləsi olmalıdır);
- turizm firmasının vauçeri ilə zəmanətli bron.

Qabaqcadan tam pulu ödənilmiş bron qonağın mehmanxanada yaşadığı müddətə aid olunur. Qabaqcadan pul bank vasitəsi ilə otelin hesabına keçirilir. Pulun ödənişi haqqında təsdiqnaməni, otel qonağın mehmanxanaya gəlişinə bir sutka qalmış göndərməlidir.

Zəmanətli bronlaşmanın digər forması depozit (avans) ödəmədir. Bu halda müştəri sifariş olan nömrənin bir günlük və ya mehmanxanada yaşamaq müddətinin tam pulunu ödəyir.

Mehmanxana müştəridən sifariş olunan nömrənin pulunu avansla ödəməsini (əvvəlcədən) xahiş edir. Turist qruplarının mehmanxanada qəbulu üçün əvvəlcədən müəyyən hesab keçirilməlidir.

Kredit kartı ilə zəmanətli bronlaşdırma.

Bir çox bankların ödəniş sistemləri, mehmanxanaların sığorta siyasətini dəstəkləyir. Qonaq zəmanətli bron edib, otelə gəlmədiyi təqdirdə, kredit kartının sahibi pulu ödəməyə məcburdur. Ödəniş vaxtında yerinə yetirilməsə cərimə sanksiyaları tətbiq olunur. Otel bu üsulla özünü sığortalamalıdır. Müştərinin kredit kartının rekvizitləri əsasında, pul tutulur.

Zəmanətli bron haqqında sifariş

“.....” Oteli

Xahiş olunur, kredit kartı ilə brona zəmanət verin. Qonağın otelə gəlmədiyi zaman, Sizin kredit kartınızdan nömrənin I günlük pulu çıxarılacaq.

Qonağın soyadı: _____

Təsdiqnamənin nömrəsi: _____

Şirkət/Company: _____

Gəliş vaxtı: _____

Nömrənin dərəcəsi: _____

Hazırkı saziş ilə mən “.....” otelə kredit kartımdan pulun çıxarılmasının hüququnu verirəm.

Kartın tipi (xahiş olunur qeyd edin): VISA, MASTER/EUROCARD, AMEX, Diners club, JCB

Kartın nömrəsi: _____

Etibarlıdır: _____

Kart sahibinin soyadı və imzası: _____

Məbləğ:

_____ yaşamağın I günlük qiyməti

_____ transferin qiyməti

Xahiş olunur kredit kartının hər iki tərəfli foto surətini əlavə edin

Tarix _____

Transferin təsdiq olunduğu təqdirdə qonaq hava limanında qarşılır.

Transferin təşkili üçün gəlmə vaxtını və reysin nömrəsini göstərin. Xahiş

edirik təqdim olunmuş bu forma blankını doldurun və bronlaşdırma

bölməsinə faks vasitəsilə göndərin _____

Şəkil 2.2. Zəmanət bronunun blankı.

Bu prosesi həyata keçirmək üçün otel əvvəlcədən müştəriyə zəmanət bronunun blankını (şəkil 2.2.) göndərir. Müştəri bu blankı doldurub yenidən bronlaşdırma bölməsinə yollamalıdır.

Bağlanmış saziş əsasında otel nömrəni zəmanət bronu əsasında saxlayır. Otellərdə bronun ləğv edilmə müddəti və ya cərimə sanksiyaları müxtəlif ola bilər. Mehmanxana ilə müqavilə bağlayan şirkət, firma və təşkilatlar qonaqların maliyyə məsələlərini öhdələrinə götürürlər. Məsələn, təşkilat otelə yazdığı zəmanət məktubunda göstərir ki, qonaq müxtəlif səbəblər üzündən müəyyən olunmuş vaxtda gəlmədikdə, bron ləğv olunmazsa, təşkilat bir günlük ödənişə zəmanət verir. Məktubun məzmunu müxtəlif ola bilər, bu şirkət və otel arasında qarşılıqlı münasibətdən asılıdır.

Turizm agentliyi tərəfindən verilən turist vauçeri otel üçün zəmanət sənədidir. Bu sənəd müçtərinin turizm agentliyinə verdiyi ödənişi təsdiq edir.

Nömrənin zəmanətsiz bronu (non guaranteed reservation)

Bu tip bron qonağın oteldə nömrə almasına zəmanət vermir. Qonaq otelə göstərilən vaxtdan gec gələrsə, onun nömrəsi başqa müştəriyə satıla bilər və həmin qonağa oteldə olan hər hansı boş nömrə verilə bilər.

Qonaqlar adətən zəmanətsiz bronu üstünlük verirlər və hesab edirlər ki, bronun müəyyən olunmuş vaxtdan əvvəl otelə gələcək və heç bir öhdəlik götürmək istəməzlər. Lakin qonaq otelə, bronun göstərildiyi vaxtdan gec gələ bilər (qatar və ya təyyarənin gecikməsi və s. səbəblərdən). Bu halda zəmanətsiz bronu, zəmanətli bronu dəyişmək mümkündür. Bunun üçün qonaq otel ilə əlaqə saxlayır və gecikmənin səbəbini göstərir, mehmanxana qaydalarına uyğun zəmanətsiz bronu, zəmanətli bronu dəyişir. Bronun dəyişməsi təxminən aşağıdakı üsulla həyata keçirilir:

1. otelin işçisi qonağın ad və soyadını soruşur və kompüterdə bronlaşdırma məlumatında tapır;
2. kredit kartının tipi, nömrəsi, sahibinin adını qeyd edir;

3. qonağın bronuna yeni təsdiqnamə nömrəsi qeyd olunur;
4. kompüterin informasiya bazasına zəruri olan məlumatları qeyd edərək bronun növünü dəyişir.

3. Qrup bronlaşması (10 nömrədən çox sifariş olunur) fərdi bronlaşmadan fərqlənir. Bu zaman bronlaşma bölməsinin meneceri, qrup üçün bronlaşma sifariş edən şəxslə görüşür, danışıqlar aparır və qrupa xidmət göstərmək üçün müqavilə bağlanır.

Mehmanxana şəbəkələrinin inkişafı ilə əlaqədar mərkəzi bronlaşma sistemi yaradılmışdır. Mehmanxananın nömrə fondunun 60-70%-i şəbəkənin mərkəzi bronlaşma sisteminin nəzarətindədir, Yerdə qalan nömrələri birbaşa mehmanxanaya sifariş vermək olar. Mərkəzi bronlaşma sisteminin üstünlüyü ondadır ki, mehmanxananın nömrə fondunu doldurmağa imkan yaradır, səmərəli işləyir.

Mehmanxana, xidmətlərin təqdim etmə qaydalarına uyğun iki tərəfli müqavilə bağlaya bilər. Bu müqaviləyə əsasən, birbaşa sifarişləri qəbul edir.

Beynəlxalq mehmanxana konvensiyası, turizm agentlikləri və mehmanxana sahibləri arasında imazlanan və əməl olunan müqavilələri tənzimləyir. müqavilə bağlayan tərəflər konvensiyanın müddəalarına riayət edəcəklərini öhdələrinə götürürlər. (Bax əlavə 2)

Müqaviləyə əsasən, mehmanxana turizm agentliyi qarşısında, turistlərə xidmət təqdim edəcəyi barədə öhdəlik götürür. Mehmanxana xidmətindən müntəzəm istifadə edən turizm agentliyi, müəyyən müddətə müqavilə bağlayır. Bu halda turizm agentliyinə və ya təşkilata sıra nömrəsi verilir. Müqavilənin şərtinə uyğun olaraq, mehmanxana turizm agentliyinin göndərdiyi turistlərə yer və ya nömrə verir, xidmət göstərir. Bir çox turizm agentlikləri müəyyən mehmanxanalarla müqavilə bağlamağa səy göstərir. Mehmanxananı müntəzəm olaraq turistlərlə təmin edən şirkətlərə, turizm agentliklərinə,

təşkilatlara güzəştlər edilir. Bu güzəştlər nömrələrə, yeməyə və həm də digər xidmətlərə aiddir.

Müqavilədə, sifarişin verilmə vaxtı, hesablaşma qaydaları və s. öz əksini tapır. Təşkilat və ya turizm agentliyi, mehmanxanada bir neçə nömrə və hətta mərtəbə sifariş edə bilər.

“Beynəlxalq mehmanxana qaydalarına” (Bax əlavə 3) görə, müştəri mehmanxanaya təyin olunmuş vaxtdan gec gələrsə, bronun və bir günün pulu alınır. Brona görə, müştəri bir gündən artıq mehmanxanaya gecikərsə, bron ləğv olunur. Bronu ödəməkdən imtina edən, müştəri mehmanxanaya ümumi qaydada qəbul olunur.

“Beynəlxalq mehmanxana qaydaları”nda bronun məbləği göstərilir. Bronun məbləğini və faizini mehmanxananın müdiriyyəti təyin edir. Adətən fərdi turistlər yerin, tarif üzrə 50%-ni ödəyir. Turist qrupları üçün güzəştlər nəzərdə tutulur və qrupda adamların sayına görə faiz müəyyən olunur.

Bronlaşdırma bölməsi öz funksiyasını bir sıra sənədlərlə yerinə yetirir:

- sifarişləri qəbul edir və hazırlayır;
- zəruri sənədləri gündəlik (həftə, ay, rüb) gələn qonaqların qrafikini, nömrə fondunun gəliş-gediş kartını tərtib edir;
- müxtəlif müddətlərə qəbul olunmuş sifarişlər öz əksini, bronlaşdırma cədvəlində tapır və menecer sənədə nəzər yetirdikdə, bronlaşdırılmış və boş nömrələrin siyahısını aydın və tez görür.

Mehmanxanada yerin və nömrənin bronlaşdırılmasının bir neçə üsulu var. Bunlar, məktub, sifahi, kompüter və s. üsullardır. Müştəri və ya təşkilat məktub-sifarişi faksla və ya poçt ilə mehmanxanaya göndərir (şəkil 2.3.).

“Azintur” turist firması
Bakı, Azadlıq, 1.
H/hesabı № 0000001
Azəriqazbank
Tel/faks _____

“Azərbaycan” mehmanxanasının
direktoru cənab A.C. Əliyevə

Sifariş

Xahiş edirik firmamızın qonaqları Baba-zadə S.İ., Kərimova M.M. üçün
05.05.2007 – 12.05.2007-ci il, iki biryerli nömrə bron edəsiniz.

Qonaqlar saat 14:00-da gəlir.

Ödənişə 15-A 01.01.2006-cı il müqaviləsinə əsasən zəmanət veririk. Xahiş
edirik bronu faksla tədiq edəsiniz.

Hörmətlə,

Direktor – Quliyev O.B.
Baş mühasib – Məmmədova A.S.
03.04.2007-ci il.

Şəkil 2.3. Nömrə bronu üçün təqdim olunan sifariş məktubu.

Belə bir sifarişi mehmanxananın bronlaşdırma bölməsində də tərtib etmək olar. Məktub-sifarişlərlə işi diqqətlə, səliqəli və düzgün aparmaq lazımdır. Bronlaşdırmaya və ya ləğv olunmasına verilən hər bir məktub-sifariş qeydiyyatdan keçməlidir. Bron üzrə menecer sifariş olunan və ya ləğv edilən bronları vaxtında qeyd etməsə, mehmanxanaya gələn qonaq nömrə ilə təmin edilə bilməz və ya nömrə satılmamış qalar. Hər iki halda mehmanxananın nüfuzuna ziyan dəyə bilər.

Bron üçün verilən məktub-sifarişlər firma və təşkilatların blankında çap olunmalıdır. Bu blankda təşkilatın tam rekvizitləri öz əksini tapmalıdır (təşkilatın adı, ünvanı, tel/faks, bankda hesab nömrəsi və s.).

RESERVATION SHEET

Bron anketi

Room/Otaq: _____ Reservation/Bron: _____
Change/Dəyişiklik: _____ Cancellation/Ləğv etmə: _____

Name/Soyadı: _____
Company/Firma: _____
Adress/Ünvan: _____

Zip Code/Poçt indeksi: _____ City/Şəhər: _____ Country/Ölkə: _____
Phone no/Telefon: _____ Fax no/Faks: _____

Arrival Date/Gəlmə: _____ Departure Date/Getmə: _____
Room Cat/Nömrənin dərəcəsi: _____ No.of Room/Otaq sayı: _____
No.of Pax/Adam sayı: _____
Price/Qiymət: _____ Smoking/Siqaret çəkir: _____ Non smoking/Siqaret çəkmir: _____
Children/Uşaqlar: _____ Add.bed/Əlavə çarpayı: _____
Baby cot/Uşaq çarpayısı: _____
Remarks/Rəy: _____

Booked by/Sifariş: _____
Contact Person/Şəxs: _____
Phone no/Telefon: _____
Bill to/.... hesab: _____
No.Credit card/Kredit kartının nömrəsi: _____
Pending/İcra edən: To be confirmed until/Təsdiqlənən: ____/____/____
Deposit until/Əvvəlcədən ödəniş: ____/____/____
Fix/Qeyd olunub: Confirmed by/Təsdiqlənib: _____
Date/Tarix: _____ Done
by/Yazıb: _____

Signature/İmza: _____

Şəkil 2.4. Bronlaşdırma anketi.

Hər bir məktub-sifarişdə aşağıdakı məlumatlar yazılmalıdır:

- qonağın gəlmə və getmə tarixi;
- qonağın soyadı və adı;
- nömrənin sayı, dərəcəsi (lüks, apartament, ekonom-klass, biznesklass və s.);
- nömrədə olan xidmətlər (vanna, duş, televizor, soyuducu, mini-bar, seyf və s.);
- nömrənin qiyməti (bu qiymətə nə daxildir? Ancaq yaşayış, yaşayış və tam pansiyon, yaşayış və səhər yeməyi və s.);
- qonağın xüsusi arzusu, istəyi və təklifləri (əvvəlcədən restoranda yemək sifariş etmək, transfer, teatra bilet, nömrədə it, pişik və digər heyvan saxlamaq arzusu və s.).

Telefon vasitəsi ilə bron sifarişi qəbul edən menecer müştərini diqqətlə dinləməli və nəzakətli olmalıdır. Bu dialoq nəticəsində müştəridə, mehmanxana, onun xidmətləri və personalı haqqında təsəvvür yaranır. Müştərini telefonda çox gözlətməməlidirlər. Telefon dəstəyini maksimum 5 zəngdən sonra götürmək lazımdır (adətən, yaxşı olardı ki, 3 zəngdən sonra telefon götürülsün).

Telefon dəstəyini bronlaşdırma bölməsinin mehmanxana haqqında geniş məlumata malik olan menecerin qaldırması daha yaxşı olar. Telefon vasitəsi ilə bron sifarişini qəbul edərkən xüsusi blanklardan istifadə etmək məqsədəuyğundur. (Şəkil 2.4.). Bu blanklar sifarişi qəbul edərkən operativ yazılış üçün çox rahatdır. Bu blankın sütununda (qrafa) ancaq qeydlər edilir. Kompüterin xüsusi bölməsində bu blankı yerləşdirmək olar. Telefon vasitəsi ilə olunan bron, yazılı şəkildə təsdiq edilməlidir.

Menecer qəbul olunan sifarişi qeyd edir (qeydiyyat nömrəsi verilir) və sifarişçiyə təsdiqnamə (confirmation),

göndərir (şəkil 2.5.). təsdiqnamədə yerləşmənin tarixi, nömrənin dərəcəsi, qalma günlərinin sayı, sifarişin nömrəsi göstərilir.

“Azərbaycan” mehmanxanası

Sizin 03.04.2007-ci il faksınıza cavab olaraq 05.05.2007 – 12.05.2007-ci il, iki bir yerli nömrənin bronunu təsdiq edirik. Qiyməti (hər nömrənin) 45 manat (60\$).

Sizin sifərişi dəyişmək və ya ləğv etmək fikriniz olarsa, xahiş edirik 04.05.2007-ci il saat 18:00 ləğv edin.

Vaxtında bron ləğv olunmazsa, nömrənin boş qalmasına görə hesab təqdim olunacaq.

Mehmanxanada hesablaşma saati 12:00-da başlayır.

Hörmətlə,

Direktor – A.C. Əliyev

Baş mühasib – S.T. Əhmədova

05.04.2007-ci il.

Şəkil 2.5. Bronlaşmanı təsdiq edən məktubun forması.

Mehmanxanaya gələn qonaq hər ehtimala görə təsdiqnaməni özü ilə gətirməlidir. Qonağın mehmanxanaya gecikdiyi təqdirdə (saat 18:00-a qədər otelə gəlməzsə) təsdiqnamə zəmanət rolunu oynaya bilməz. Zərurət yaranarsa otel bronu çıxarda bilər. Müştərinin otelə gec gəlməsi haqda qeyd (late arrival) yoxdursa, müştəri mütləq mehmanxanaya 18:00-da gəlməlidir. Müştəri otelə nömrə üçün depozit keçiribsə, gecikməsindən asılı olmayaraq nömrə saxlanılır (depozitin məbləğindən və nömrənin tarifindən asılı olaraq).

Bronlaşdırma bölməsi nömrələrin sifarişini qəbul etməklə yanaşı, həm də bronu ləğv etmək işini yerinə yetirir. Bron tam ləğv olunanda “Bronun ləğv olunması” blankını doldurur (şəkil 2.6.).

Bronun ləğv edilməsi Cancellation		
Soyadı/Family name: _____		
Adı/Name: _____		
Şirkət/Company: _____		
Gəlmə vaxtı/Arrival: _____		
Kim ləğv edib/Cancelled by: _____		
Telefon nömrəsi/Phone no.: _____		
Faks nömrəsi/Fax no.: _____		
Ünvan/Adress: _____		

Əlavə məlumat/Additional: _____		

Qəbul etdi Taken by	Tarix Date	Sistemdə edilən dəyişikliklər Changed in system

Şəkil 2.6. Bronun ləğv olunması blankı.

Kompüter vasitəsi ilə nömrələrin bronlaşdırılması, mehmanxana və müştərilər üçün yeni geniş imkanlar açır. Bilirik ki, kompüter ilə bronlaşdırma sistemi yeni bir üsuldür. Mərkəzi bronlaşdırma şəbəkəyə daxil olan bütün otelləri birləşdirir. Müstəqil otelləri birləşdirən bronlaşdırma sistemi də mövcuddur. Mərkəzi bronlaşdırma sistemi ilə digər şəhərdə və ya ölkədə yerləşən və şəbəkəyə daxil olan oteldə nömrə və digər xidmətlər sifariş etmək olar.

Kompüter şəbəkəsi vasitəsi ilə telefonla mehmanxanada yer bronlaşdırılır. Kompüter şəbəkəsinin dispeçeri otel ilə əlaqə yaradır, mehmanxananın imkanlarını öyrənir. Bu üsul o qədər

münasib deyil, çünki, mehmanxananın bronlaşmasının şərtlərini öyrənmək üçün çox vaxt tələb edir.

Kompüterdə nömrələrin bronlaşdırılmasının daha iki üsulu var ki, bunlar, mehmanxananın özünün internet sahifəsindən istifadə etməsi və ya otelin hər hansı bir bronlaşdırma sisteminin üzvü olmasıdır.

İnternet bronlaşdırma az məsrəflər sərf etməklə, geniş imkanlar təqdim edir və dünyada daha çox təşəkkül tapır. Bu üsul vasitəsi ilə müştərilər bron etdikləri sifarişlərin cavabını daha tez alırlar.

Mehmanxananın AIS (Avtomatik idarəetmə sistemi) və internet bronlaşdırmanın birləşdirilməsi nəticəsində, mehmanxana və turizm agentliyi, təqdim olunan mehmanxana nömrələri, xidmətləri, gündəlik tariflər, güzəştlər, qonaqlar üçün xüsusi proqramlar və s. haqqında geniş operativ informasiya mübadiləsi almaq imkanına malik olurlar. Bu məlumatlara malik olan turizm agentliyi və otel, tələbata uyğun qiymət siyasəti yeridir. Bu bronlaşdırma sistemi aşağıdakı kimi yerinə yetirilir:

Müştəri internet-bronlaşdırma sisteminin web-saytına girir və bronlaşma qaydaları ilə tanış olur, sonra mehmanxananı seçir, zəruri məlumatları yazır və E-mail ilə turizm agentliyinə göndərir. Bronlaşdırma avtomatik sistemi sifarişi tərtib edib, qaydaya salır (qeyri-standart şəraitdən başqa) və əvvəlcədən ödəniş şərti ilə ilkin təsdiqnaməni göndərir, müştəri gözləmə listinə qeyd olunur. Müştəridən müəyyən olunmuş zamanəti (zamanət məktubu, əvvəlcədən ödəniş və s.) alan, turizm agentliyi, bronlaşdırmanın son təsdiqnaməsini müştəriyə göndərir. Mehmanxanada təsdiqlənən bron, cədvələ qeyd olunur.

Mehmanxananın internetdə öz xüsusi sahifəsi varsa, yuxarıda göstərilən sistem vasitəsi ilə müştəri otel ilə birbaşa əlaqə yaradır. İnternet sistemi imkan verir ki, müştəri mehmanxananın nömrə fondu haqqında zəruri məlumat alsın.

İnternetin beynəlxalq kompüter şəbəkəsi elə sürətlə inkişaf edir ki, onun istifadəçilərinin sayı getdikcə artır. Turizm və mehmanxana biznesi beynəlxalq kompüter şəbəkəsindən geniş istifadə edir. İri otellər vahid bronlaşma sistemində malikdirlər. Hal-hazırda dünyada, bronlaşdırmanın 4 qlobal sistemi (Global Distribution Systems – GDS) mövcuddur. Bunlar Amadeus, Galileo, Sabre və Worldspan sistemləridir. Dünya bazarının 90%-i bu “qızıl dördlüyə” malikdir. Dünyada 400 mindən çox turizm agentliyində bu sistemin terminalları qurulmuşdur. Bronlaşdırmanın vahid resepti yoxdur, hər bir mehmanxana, müştərilərin heyətini dəqiq təhlil etməli, qiymət siyasəti yeritməli və s.

GDS qlobal sistem olmasına baxmayaraq bu sistemin hər birinin özünəməxsus yayılma məkanları var. Amadeus və Galileo Avropada, Sabre və Worldspan Amerikada daha geniş yayılmışdır.

Bronlaşdırmanın qlobal sistemindən əsasən işgüzar səfərlərdə iştirak edən biznesmenlər istifadə edir. Statistika görə GDS vasitəsi ilə bronlaşmadan, təcili olaraq biznesmenin səfərinə bir neçə gün və ya bir neçə saat qalmış daha çox istifadə olunur.

Bronlaşdırmanın hər bir sistemi, bir neçə rejimə malikdir. Bunlar prinsip etibarlı ilə fərqlənən, rejimə daxil olan “A” və “B” tipləridir. “A” tipinə daxil olan müştəri, bronlaşdırılan nömrənin təsdiqnaməsini 7 saniyəyə alır. “B” tipinə daxil olan müştəri, bronlaşdırılan nömrənin təsdiqnaməsini 24 saat ərzində alır. Bronlaşdırmanın qlobal sistemləri ilə təcrübəli turoperatorlar çalışır və bu işə görə komisiyon haqqı alır. Ayrı-ayrı müştərilər, turizm agentliyi ilə deyil, birbaşa internetdə mehmanxana ilə tanış olur və sifariş verir.

Bronlaşdırma bölməsi mehmanxanada, sifariş olunan nömrələrin, müəyyən müddət üçün (gün, həftə, ay) perspektiv planını tərtib edir (şəkil 2.7.).

Sifarişin №-si	Ölkə	Adı, soyadı	Qəbul edən təşkilat	Gəlmə	Getmə	Otaqların nömrələri	Qeyd
01/00	R.F.	İvanov İ.İ.	İnstitut	05.02 14.00	10.02 12.00	154	
02/00	Gürcüstan (MDB)	Dumbadze İ.	Vivatur	05.01. 10.00	07.01. 12.00	210	
03/00	Danimarka	Olafson F.	Azertur	05.01. 12.00	09.01 12.00	99	Nömrədə səhər yeməyi
04/00	ABŞ	Qrin B.	Eleqant-tur	05.01. 12.00	08.10 12.00	105	
05/00	Fransa	Renuar O.	İmprotex	05.03 13.00	09.03 12.00	15	
06/00	Çexiya	Qotvald İ.	Bakı səyahət və ekskursiyalar bürosu	05.02 20.00	06.02 12.00	25	

Şəkil 2.7. Nömrə fondunun gündəlik planı

Bronlaşdırma bölməsi, qəbul və yerləşmə bölməsi ilə qarşılıqlı əlaqədə olmalı və bir-birini məlumatlandırılmalıdır. Oteldə gündəlik nömrə tutumu haqda hesabatlar hazırlanmalı və bölmələr məlumatlandırılmalıdır. Bölmələrin nömrə fondu haqqında düzgün hazırlanmış hesabatı otelin səmərəli və effektiv işləməsinə kömək edir.

2.2. Qəbul və yerləşdirmə bölməsi

Mehmanxananın “Front Office” şöbəsinin əsas bölmələrindən biri, qəbul və yerləşdirmə xidmətidir. Bu bölmənin əməkdaşları, mehmanxanaya gələn qonaqları qarşılayır, qeydiyyatını aparır və nömrələrə yerləşdirilməsini təmin edir. Qəbul və yerləşdirmə bölməsi, mehmanxananın bütün xidmətləri ilə sıx əlaqədə fəaliyyət göstərir və demək olar ki, öz ətrafında birləşdirir. Bölmə qonaqlara göstərilən xidmətləri təşkil edir və qəbul-yerləşdirmə-xidmət prinsipi ilə işləyir. Bölmənin əsas funksiyası, qonağı salamlayıb, nömrə təqdim etmək, zəruri sənədləşməni rəsmiləşdirmək, əsas və əlavə xidmətlər göstərməkdir.

Qəbul və yerləşdirmə bölməsinin inzibatçısı (resepsionist), şvesardan (qapıçı və ya bellboy) sonra qonağı qarşılayan və təmasda (kontraktda) olan otelin ilk rəsmi əməkdaşdır. İnzibatçının mehmanxanaya gələn qonağı, xoş təbəssümlə qarşılayıb, salamlaması, rəsmi sənədlərin (bron, anketin doldurulması, ödəniş və s.) tez qeydiyyatı və s. müştəridə otel haqqında gözəl təəssürat yaradır.

Qonaq otelə daxil olarkən qəbul və yerləşdirmə bölməsini axtarmasın deyə, bu bölmə otelin giriş qapısının yaxınlığında yerləşməlidir. Bölmədə çalışan inzibatçının masası, iş yeri səliqəli və təmiz olmalı, lazımsız kağız və əşyalar olmamalıdır. Əməkdaşların xarici görünüşü səliqəli olmalı və onlar ədəb və nəzakət qaydalarına riayət etməlidir. Qonaqları

salamlayan və qəbul edən əməkdaş qonağa hörmət əlaməti olaraq ayaq üstə durmalı və qonağı gözlətməməli, diqqətli olmalı, sənədlərin qeydiyyatını tez aparmalıdır.

Müxtəlif insanlarla ünsiyyətdə olan, bölmənin əməkdaşı, otelin nömrəsini satmağı bacarmalı, qonağın hər hansı bir problemini həll etməyə çalışmalı, təhlükəsizliyini təmin etməli, mehmanxananın müsbət imicini yaratmalıdır.

Mehmanxanaya gələn müxtəlif xarakterli müştərilərlə ünsiyyətdə olan bölmənin əməkdaşı psixoloji cəhətdən hazırlıqlı olmalı, qonağın istək və arzularını (məsələn, qonaq sakit və ya əyləncəli yerlərə üstünlük verir, daha çox nə arzu edir və s.) bilməyə çalışmalı, hər bir müştərinin ürəyinə yol tapmalıdır. Bölmənin əməkdaşı, otel haqqında geniş və ətraflı məlumatla malik olmalıdır (hər bir nömrənin üstün və çatışmayan cəhətlərini, qiymətini, otelin xidmət sahələrini, iş vaxtını, yerini, şəhər nəqliyyatının otellə birləşdirən marşrutlarını, teatr və muzeylərin iş vaxtını, yerini və s.).

Qonağı qəbul edən bölmənin əməkdaşı, bronu dəqiqləşdirməli (nömrənin dərəcəsi, rahatlıq şəraiti, qiyməti, oteldə qalma müddəti və s.) və anketi təqdim etməlidir. Bunlardan başqa, qəbul və yerləşdirmə bölməsi, digər funksiyaları da yerinə yetirir. Bu funksiyalar aşağıdakılardır:

Nömrələri müştərilərə satmaq, boş nömrələri təyin etmək, müştəriyə hesab təqdim etmək, qonaq otelə gəlməmişdən əvvəl, onun nömrəsini hazırlamaq, nömrə fondunun kartını tərtib etmək və s. İri və orta mehmanxanalarda bu tip əməliyyatlar, xüsusi kompüter proqramları ilə yerinə yetirilir. Kiçik mehmanxanalarda bu məqsədlə xüsusi özəkləri olan lövhələrdən istifadə olunur. Bir qayda olaraq, nömrələrin açarları qəbul və yerləşdirmə bölməsində saxlanılır və qonaqlara verilir. Bu açarlar stelajın (qəfəs) özəklərində (room rack) saxlanılır. Bu özəklərdə, açardan əlavə nömrə haqda məlumat (tarif, dərəcə, xüsusiyyət, təchiz olunma və s.) kartı saxlanılır. Nömrə müştəriyə satıldıqdan sonra, özəyə müştəri

haqda məlumat qoyulur (adı, soyadı, tarif, qalma müddəti və s.). Bu kartlar müxtəlif rəngdə olur. Məsələn, nömrə bron olduqda, müəyyən rəngli kart qoyulur. Rəngli kartlar vasitəsi ilə inzibatçı (resepşinist) nömrələrin bronda, boş olmasını və ya qonağın yaşadığını təyin edir.

Adətən qonaq vizit kartı göstərməklə və ya hansı nömrədə yaşadığını deməklə otelin xidmətlərindən istifadə edə bilər. Oteldə qonağa göstərilən əlavə xidmətlərin hesabı, "Front Office"-ə təqdim oluna bilər.

Qonaq haqqında kartoteka, müştərinin oteldə nömrə almasından sonra doldurulur. Kartotekada qonağa göstərilən xidmətlər qeyd olunur və qonağın xüsusiyyətləri (hansı yeməyi xoşlayır, hansı nömrədə və ya mərtəbədə yaşamaq istəyir, əlavə xidmətlərdən daha çox nəyə üstünlük verir, əyləncəli proqramları xoşlayır və ya əksinə və s.) əksini tapır. Bu məlumatlara əsasən qonaq təkrarən otelə gəldikdə, ona daha yüksək səviyyədə, keyfiyyətli xidmət göstərmək olar. Bu və buna bənzər oteldə görülən işlər, daimi müştərilərin sayını artırır və otelin nüfuzunu qaldırır. Müasir mehmanxanalarda kompüter proqramlarından istifadə etməklə otelin müştəriləri haqqında məlumat blankı yaradılır və bu işdə istifadə olunur.

Qonaqların qeydiyyatı və yerləşdirmə qaydaları

Mehmanxanada qonağın qarşılınması, qeydiyyatı, açarın verilməsi və nömrəyə qədər müşayiət olunması sadə göründüyü kimi, həm də məsuliyyətlidir. Qonağı otelin qarşısında və ya qapının girəcəyində şvesar (qapıçı və ya bell boy) salamlayır və qarşılıyır. Bundan sonra qonağı inzibatçı gülərüzlə qarşılıyır və salamlayır. Inzibatçı qonağa nömrə bron etdiyi barədə sual verir, adını və soyadını soruşur. Otelə gəlmə vaxtı müəyyən edilmiş nüfuzlu qonağı, bəzən mehmanxananın vestibülündə qarşılıyırlar. Mehmanxanaya gələn qonaq nömrədən əlavə nəqliyyat sifariş edibsə, onu hava limanında və ya dəmiryolu vağzalında qarşılıyırlar.

Mehmanxanada dəfələrlə qalmış, daimi müştəriyə adı ilə müraciət etdikdə, ona xoş təəssürat bağışlaya bilərsiniz, çünki oteldə onu yaddan çıxartmayıblar və daimi qonaq kimi tanıyırlar.

Mehmanxanada nömrə alan hər bir qonaq qeydiyyatdan keçməlidir. Qonağın qeydiyyatının aparılma prosesi, otelin dərəcəsi, xidmətin keyfiyyətindən, avtomatlaşdırma sistemindən və s. asılı olaraq müxtəlif ola bilər. Avtomatlaşdırma sistemi olan oteldə, qonağın qeydiyyatı tez bir müddətdə aparılır. Məsələn, Yaponiyanın, ABŞ-in, və Avropanın bir sıra yüksək dərəcəli otellərində, qonağın otelə daxil olub salamlanmasından, qeydiyyatdan keçməsi və açarın alınmasına qədər müddət cəmi 45 saniyədir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, qeydiyyatı tez aparılan qonaqlar əvvəlcədən oteldə nömrə bron (sifariş) etmişlər.

Mehmanxanaya gələn qonaqlar iki tip ola bilər. Birinci tip, əvvəlcədən nömrə bron (sifariş) edənlər, ikinci tip, nömrəni əvvəlcədən sifariş etmir və otelə gəlir (walk in guest). Əvvəlcədən nömrə sifariş edən qonaq haqqında oteldə artıq məlumat olduğuna görə, onun qeydiyyatı tez aparılır. İnzibatçı, qonaqdan sifarişin nömrəsini, soyadını soruşur və kompüter sistemində lazım olan modulu seçir və qeydiyyatı aparır. Qonaq ancaq anketi imzalayır.

Oteldə əvvəlcədən nömrə sifariş etməyən qonağın qeydiyyatı 5 dəqiqədən də çox vaxt apara bilər. Çünki qeydiyyatla əlaqədar qonağa əlavə suallar verilir və cavab alınır (nömrənin qiyməti, qalma müddəti, ödəniş qaydası, əlavə xidmətlər və s.). Qonaqdan nömrənin qiymətini ödəmək imkanı müəyyən olunur. Müştəri, "Amerikan Ekspress", "Viza", "Master Kart" və s.-in qızıl kartı ilə ödənişə zəmanət verirsə, narahat olmağa dəyməz.

Qonaq oteldə yerləşmə təsdiqini alan kimi qeydiyyat kartını (anketi) yazır (şəkil 2.8.). Anket otel və qonaq arasında müqavilədir. Qonaq anketdə, adını, soyadını, ünvanını, ödənişi

verən təşkilatın adı, ünvanı (ödənişi üçüncü şəxs həyata keçirərsə) və s. qeyd edilir. Bir sıra yerlərdə, şəhərlərdə anket iki nüsxədə yazılır. Anketin bir nüsxəsi, inzibati orqanların otellərdə qalanların hesabatını aparmaq məqsədi ilə mərkəzi ünvan bürosuna və ya pasport xidmətinə verilir. Anketin ikinci nüsxəsi otelin qəbul, yerləşdirmə və xidmət bölməsində saxlanılır.

“Azərbaycan” Oteli	
Otaq № _____	
Gəlib “_” _____ 200_ -ci il	
Gedib “_” _____ 200_ -ci il	
MEHMANXANADA YAŞAYAN QONAĞIN ANKETİ	
1. Adı, soyadı _____	
2. Doğulduğu gün, ay, il _____	
3. Doğulduğu yer _____	
4. Pasport _____	(seriya, nömrə, nə vaxt və harada verilib)
5. Daimi yaşadığı və qeydiyyatda olduğu yer _____	
6. İş yeri, vəzifəsi _____	
7. Gəlmə məqsədi _____	(hansı təşkilata gəlib)
8. Saxlama kamerasına verilməyən qiymətli əşya və pullara otel cavabdeh deyil.	
(tanış oldum, imza) _____	
9. Yangından mühafizə qaydaları ilə tanış oldum (imza) _____	
Anket tərtib olunub “_” _____ 200_ -ci il	
İmza _____	
(mehmanxanada yaşayan qonaq)	
İmza _____	
(mehmanxananın məsul işçisi)	

Şəkil 2.8. Qeydiyyat kartı (anket).

Qonaq anketi diqqətlə oxumalı və suallara dəqiq, düzgün cavab yazmalıdır. Müştəri oteldə əşyalarını yaddan çıxararsa, onun ünvanına bu əşyaları göndərmək mümkün olsun. Bundan əlavə ünvanı olan daimi müştəriləri, otelin təşkil etdiyi mərasimlərə dəvət etmək olar, müştəri nömrə və ya xidmətə görə hər hansı bir səbəbdən ödəniş etməyibsə, ünvan vasitəsi ilə ona xəbər göndərilir. Qonaq anketi yazıb doldurmaqla, nömrənin qiymətini, oteldə yaşamaq müddətini, yerləşmənin növü və s. imzası ilə təsdiq edir və otel ilə müqavilə bağlayır.

Bölmənin inzibatçısı qonağın yazdığı anketi, pasportla və ya şəxsiyyəti təsdiq edən sənədlə tutuşduraraq, yoxlayır, sonra anketə qonağın nömrəsini, gəlmə tarixini və vaxtını yazıb imzalayır. Daha sonra nömrədə yerləşmə və ödəniş üçün iki nüsxədən ibarət icazə vərəqi yazır (şəkil 2.9.). İcazə vərəqinin bir nüsxəsi kassir, digəri kartoteka üçün yazılır. Qonaq icazə vərəqəni kassirə ödəniş üçün təqdim edir.

Nömrədə yerləşmək üçün icazə vərəqi	
Fərdi – “7”-ci mərtəbə	_____
Ölkə (şəhər)	_____
Sifariş 02/00	_____
15.02.07-ci il – 22.02.07-ci il	_____
Otaq – 705	_____
Adı, soyadı	_____
Yaşayış indeksi	_____
Ödəniş növü	_____
Bronun ödənişi 50%	_____
Əlavə məlumat	Səhər yeməyi _____
Inzibatçı (resepşinist)	_____
	(İmza)

Şəkil 2.9. Fərdi yaşayış üçün icazə vərəqi.

Kassir nömrə üçün hesabı yazıb qonağa təqdim edir. Hesab blankında (şəkil 2.10.) nömrənin və ya yerin tarifi,

qalma müddəti, bronun, əlavə xidmətlərin və digər mehmanxana yığımlarının məbləği göstərilir.

Hesab № 000004		“Azərbaycan” Oteli	
Tarix: 04.02.2006-cı il.			
Adı, soyadı: <u>Hacıyev A.F.</u>			
Gəlmə tarixi: 04.02.06-cı il.		Getmə tarixi: 10.02.06-cı il.	
Yaşayış üçün ödəniş.			
Ödənişin növü	Tarif	Günlərin sayı	Ödəniş
Yaşayış	50.00 manat	6	300.00 manat
Bron üçün	25.00 manat	---	25.00 manat
		Cəmi	325.00 manat

Məbləğ söz ilə: üç yüz iyirmi beş manat

Qəbul edildi: 325.00 manat

Kassir:

Hüseynova A.Q.

Şəkil 2.10. Yaşayış üçün hesab.

Kassir kassa hesabatını iki nüsxədə hazırlayır. Birinci nüsxə çek və ya kassa lentləri ilə birlikdə mühasibəyə təqdim olunur, ikinci nüsxə hesabat verən kassirdə saxlanılır. Sonra inzibatçı (resepşinist) vizit kartını (key card, room slim) (şəkil 2.11.) yazıb, qonağa təqdim edir. Vizit kartı bir nüsxədə yazılır və orada qonağın adı, soyadı, nömrəsi, gəlmə və getmə müddəti göstərilir. Vizit kartı ilə qonaq otelə daxil olur, açarı alır, otelin digər xidmətlərindən istifadə edir.

Qonağın kartı

Adı, soyadı _____

Qalma müddəti _____

Otağın №-si _____

Şəkil 2.11. Qonağın vizit kartı.

Bir sıra mehmanxanalar vizit kartını, reklam vasitəsi kimi istifadə edirlər. Vizit kartında, mehmanxananın yerləşdiyi ərazi, sxemi, nəqliyyatın marşrutu, oteldə göstərilən xidmətləri, yeri və iş vaxtı haqqında məlumatlar verilir. Oteldə yer alan qonağı, otağına bölmənin xidmətçisi müşayiət edir. Xidmətçi (bell boy) qonağın yükünə kömək edir, ona təhlükəsizlik qaydalarını izah edir, nömrədə olan avadanlıq və cihazların iş prinsipini başa salır.

Turist qrupunun qeydiyyatının aparılmasının xüsusiyyətləri.

Turist qrupları üçün nömrələr əvvəlcədən oteldə bronlaşdırılır. Bu halda şöbə müdiri nömrələri hazırlayır, inzibatçıların, yükdaşıyanların, şvesarların (qapıçılar, bell boy) və digər xidmətçilərin işini planlaşdırır, zəruri sənədləri qaydaya salır. Turistləri qəbul edən inzibatçı “Bron kartını” (şəkil 2.12.) əvvəlcədən tərtib edir.

“Azerbaycan“ Oteli
Bron kartı № 0111

Sifariş 05/00

Yaşayış müddəti: 05.02-10.02.2006-cı il

Teşkilat: “Azinturist“

HEsab nağdsız ödənilir.

05/02

14.00

Otağın nömrəsi	Tarif	Adı, soyadı	Gəlmə	Getmə	Bron	Gecikmə	Yaşayış	Cəmi	Qeyd
1210	50	Baba-zadə S.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
1503	50	Məmmədov İ.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
1402	50	Kərimov S.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
607	50	İsrafilov F.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
515	50	Hüseynov N.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
210	50	Həsənov V.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
408	50	Bağrov R.	05/02 14.00	10/02 12.00	25	0.00	250	275	
		Cəmi	05/02 14.00	10/02 12.00					

Bron və yaşayış: 5 gün 1925

Səhər yeməyi: 175

Sığorta yığımı: 35

Cəmi: 2135 manat

İnqizibatçı: Əhmədov M.

Tarix: 05.02.2006-cı il

Şəkil 2.12 Bron kartı

Turist qrupunun rəhbəri inzibatçıya turizm firmasının göndərişini (şəkil 2.13.) təqdim edir (bu sənəd qrupun oteldə qalmaq hüququnu və hesabın ödənildiyini təsdiq edir) və qrupun pasport rejiminə uyğun tərtib olunmuş siyahısını təqdim edir.

“Azinturist” turist firması	“Azərbaycan” Otelinə
“Azərbaycan” prs. 1. H/№ 0000001 – N Bankı	
Yaşayış üçün göndəriş	
Bizim üçün ayrılmış nömrələrin hesabına, Gəncə şəhərindən 7 nəfərdən ibarət qrupu 05.02.2006-cı il – 10.02.2006-cı il müddətində sizin oteldə yerləşdirilməsini və yaşayış hesabına nağdsız siyahı kartına daxil etməsini xahiş edirik.	
Menecer	Abdullayev V.A

Şəkil 2.13. Mehmanxanada yaşayış üçün turist firmasının göndərişi.

Otelin inzibatçısı turist qrupunun, mərtəbə və nömrələrini elan edir və yazıb verir. Adətən turist qrupları iki yerli (standart) nömrələrdə yerləşdirilir. Qrupun rəhbərinə bir yerlik nömrə verilir. Qrup üçün tərtib olunan sənədin sütununda turizm sözü yazılır. Bölmənin inzibatçısı qrup üçün nömrədə yerləşmənin nağdsız icazə vəərəqini mərtəbəyə təqdim etmək üçün yazır (şəkil 1.14.) və orada turistlərin nömrələrini göstərir.

Yaşayış üçün icazə

Qrup

4-cü mərtəbə

Azərbaycan Respublikası, Gəncə şəhəri

Sifariş 05/00

Yaşayış: 05.02.06 – 10.02.06-cı il.

Nömrələr: 1210, 1211, 1212, 1213, 1214.

Hesabın növü: nağdsız

Bronun ödənişi: 50%

Əlavə məlumatlar: _____

Şəkil 2.14. Qrupun mərtəbə üçün nağdsız icazə vərəqi.

Qeyd etmək lazımdır ki, turistlərə müxtəlif mərtəbələrdə nömrələr verildisə, hər mərtəbəyə ayrıca icazə vərəqi yazılır. İnzibatçı hər bir turistə ayrıca vizit kartı yazır. Ödəniş nağdsız olduğuna görə kassir qrup üçün çek yazmır. Bəzən turizm firmaları turistlərə putyovka ilə yanaşı, yük (baqaj) üçün nömrəli yarlık (etiket) verirlər. Yarlıkdakı nömrə turistin siyahıdakı nömrəsinə uyğun olur. Oteldə otaqlara turistlərin yerləşdirilməsi zamanı, otelin xidmətçisi (bell boy) bu yarlıqa əsasən turistin yükünü (baqajını) nömrəsinə aparır. Çox vaxt, oteldə təyin olunmuş yaşayış müddətindən artıq qalanda (saat 12:00-dan – hesab vaxtı) turistlər əlavə hesab ödəməmək üçün, 1 və ya 2 nömrə saxlamaqla yerdə qalan nömrələri azad edirlər. Bu nömrələr turistlərin yüklərini yığmaq və istirahəti üçün lazım olur.

Xarici vətəndaşların və turist qrupunun oteldə qeydiyyatının bəzi xüsusiyyətləri.

Azərbaycan Respublikasının ərazisinə daxil olan xarici vətəndaşlar viza almalıdır. Viza, dövlətin, xarici vətəndaşa, ölkəyə gəlib-getməsi və ya ölkənin ərazisindən tranzit keçməsi üçün verdiyi xüsusi icazədir. Viza xarici vətəndaşın

pasportunda qeyd olunur və ya pasporta əlavə vərəq (ayrıca sənəd) kimi verilir (turist qrupları üçün).

Vizalar birdəfəlik (entry visa), çoxdəfəlik (multiple entry visa), tranzit (transit visa), turist (tourist visa) və s. ola bilər. Ölkəyə daxil olmaq üçün viza (entry visa) xarici dövlətin diplomatik nümayəndəliyi tərəfindən verilir.

Oteldə qonağın və ya turist qrupunun qeydiyyatı zamanı, inzibatçı (resepsionist) vizanın müddətinə, qeyd nömrəsinə, tarixinə, otelin adına diqqət yetirməlidir. Bir sıra otellərdə xarici vətəndaşlar anket doldurmur. Diplomantik vizadan rüsum alınmır.

Nömrə fondunun hesabatının aparılması üçün zəruri olan sənədlər.

Oteldə qonağa təqdim olunan sənədlərdən başqa, inzibatçı otelin daxilində nömrə fondu ilə əlaqədar istifadə olunan sənədləri işləməli və doldurub yazmalıdır. Avtomatik idarəetmə sistemində bu sənədlər kompüterdə formalaşdırılır və qonağın qeydiyyatı aparılır. Bəzi otellərdə sənədlər əl ilə doldurulur. Belə oteldə əsas sənəd kimi nömrə fondunun gediş-gəliş cədvəli işlədilir (şəkil 2.15.).

Otağın nömrəsi	Tarif	Nömrənin boşaldılma vaxtı	Tarix/saat	Ödəniş vaxtı	Adı, soyadı	Nömrənin tutulma vaxtı	Tarix/saat	Nömrənin tutulma vaxtı	Tarix/saat	Əlavə yer

Şəkil 2.15. Nömrə fondunun gediş-gəliş cədvəli.

Bu cədvəl hər bir mərtəbə üçün ayrıca tərtib olunur. Bu sənədlə işləyən inzibatçı boş və dolu nömrələri aydın görür. Bəzi hallarda qonağın arzusu ilə otaqlara əlavə çarpayı qoyurlar. Əlavə çarpayı, qonağın arzusu ilə uşaq üçün də qoyulur. Yüksək dərəcəli otel nömrəsində uşaq üçün çarpayı və çoxotaqlı nömrələrdə divan olur.

Qonaq oteldə yaşadığı müddətdə bir sıra səbəblərə görə (otaqda avadanlıq və cihaz xarəbdirsə, pəncərəsi səs-küylü küçəyə açılırsa və s.) nömrəsini dəyişmək arzusu olarsa, inzibatçıya müraciət edir. Bu halda inzibatçı imkan daxilində qonağın nömrəsini dəyişir və onun anketində və digər sənədlərdə qeyd aparır. Dəyişilən nömrənin qiyməti yüksək olarsa, qonaqdan əlavə pul alınır, əgər qiyməti aşağıdırsa, nömrənin qiymət fərqi qonağa qaytarılır.

Oteldə yaşayan qonaqlarla aparılan hesablaşmanın növləri.

Oteldə yaşayan qonaqlarla nağd və nağdsız (pulu hesaba köçürmək) hesablaşma aparılır. Bir çox otellərdə nağdsız hesablaşmaları kredit kartları vasitəsi ilə aparırlar. Adətən fərdi turistlər kredit kartlardan istifadə edirlər. Oteldə nömrəni sifariş edən (bron) müştəri, kredit kartının ödəniş sistemini (kredit kartının adı), nömrə və kartın etibar müddətini deməlidir. Mehmanxanada plastik kartlarla hesablaşmanı aparmaq üçün xüsusi avadanlıq, **imprinter** və ya elektron terminal qurulur.

POS-Terminal bir sıra əməliyyatlar həyata keçirir:

- Satış rejimi On Line (Sale);
- Müştərinin hesabına pulun qaytarılması (Refund (Rfnd));
- Çekin yenidən çap olunması (Duplicate (Dup)).

POS-Terminal vasitəsi ilə müştərinin kredit kartının ödəniş qabiliyyəti yoxlanılır. Bunun üçün müxtəlif kredit kartları ilə işləyən bankla müqavilə olmalıdır.

Kredit kartı, plastikdən hazırlanır və hər hansı bir bankın və ya maliyyə-kredit təşkilatının, müəyyən olunmuş limitinə əsasən müştəriyə verilir. Xidmət sahəsində, kredit kartlardan istifadə etməyin nümunəsi kimi Azərbaycan Beynəlxalq Bankını göstərmək olar. Beynəlxalq Bankın müdiriyyəti, müştəriyə xidmət göstərən müəssisə və təşkilatlarla müqavilə bağlayır.

Xidmət sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr, mehmanxana, restoran, turist firması və s. ola bilər. Bankın kredit kartını alan müştərilərə bir sıra güzəştlər olunur.

Kredit kartı vasitəsi ilə nağd pul götürmək olar. Kredit kartında, onun sahibinin adı, soyadı, imzası, kredit kartın nömrəsi və etibar müddəti göstərilir. Kredit kartın maqnit daşıyıcısında onun sahibi haqda məlumat kodlaşdırılır. Bu məlumat kredit kartın plastin lövhəsində həkk olunur. Qəbul və yerləşdirmə bölməsinin xəzinədarı, müştəridən kredit kartını qəbul edəndə, kartın etibar müddətinə, onun sahibinə məxsus imzaya və zəruri məbləğin olmasına diqqət yetirməli və lazım gələrsə müştərinin imzasını onun şəxsiyyətini təsdiq edən sənədlə tutuşdurmalıdır.

Kredit kartlarla işləyən otellərin nüfuzu yüksək olur, beynəlxalq standartlara uyğun fəaliyyət göstərdiyinə dəlalət edir və imkanlı müştəriləri cəlb edir.

Otellərdə hesablaşmada yol (üstündə sahibinin adı yazılmış) çeklərindən də istifadə olunur. Yol çekində müəyyən edilmiş məbləğ göstərilir və bu məbləğə uyğun müştəriyə otel və restoranda xidmət göstərilir.

Yol çekini qəbul edən bölmənin işçisi, onun düzgünlüyünü (saxta olmadığını) diqqətlə yoxlamalı və qəbul etməlidir. Çeki verən şirkət ödənişə zəmanət verir. Yol çekini, digər şəxsə vermək olmaz, onu ancaq bankda nağdlaşdırmaq olar.

Müştərinin adı yazılmış çekdə, tələb olunan məbləği yazmaq olur. Bu çekdə yazılmış məbləğ, mehmanxananın hesabına müəyyən vaxtdan sonra keçir. Dünyada aparılan

təhqiqatlara əsasən, inkişaf etmiş ölkələrdə ödənişlər əsasən nağdsız aparılır. Hesablaşmalarda birinci yerdə kredit kart, ikinci yerdə çek və üçüncü yerdə nağd ödənişlər yer tutur.

Azərbaycan Respublikasında, hələ birinci yerdə nağd hesablaşma yer tutur. Kredit kartlarla və çeklərlə yüksək səviyyəli otellərdə hesablaşma aparılır.

Mehmanxanada yaşamağa görə hesablaşma qaydaları.

Mehmanxana xidmətlərini təqdim etmə qaydalarına uyğun olaraq, yaşayış üçün vahid hesablaşma vaxtı, yəni yerli vaxtla saat 12:00-dan müəyyən olunmuşdur. Yaşayış üçün ödəniş, qonağın günün (sutka) hansı saatında, otelə gəlməsindən asılı olmayaraq saat 12:00-dan hesablanır. Qonaq oteldə nömrəni, ancaq bir gün qalmaq üçün götürürsə, bu nömrədə neçə saat yaşamasından asılı olmayaraq bir günün (sutka) tam pulunu ödəməlidir.

Qonaq müəyyən olunmuş hesablaşma vaxtından (12:00-dan, 17:59-dək) oteldən gec gedirsə, saat hesabı pul ödəməlidir. Qonaq saat 18:00-dan 23:59-dək oteli tərk edirsə, yarım günün (yarım sutka) pulunu ödəməlidir. Qonaq oteli 12 saatdan gec tərk edirsə, tam günün (tam sutka) pulunu ödəməlidir.

Mehmanxanada yaşayışa görə hesablaşmanın qaydaları aşağıdakı şəkildə göstərilib (şəkil 2.16.).

	Tarix	Faxt	Tarix	Faxt	Tarix	Faxt	Tarix	Faxt	Tarix	Faxt
Gelme	01.11	11.00	01.02.	07.00	01.01	12.00	01.11	20.00	01.01	23.00
Getme	02.11	08.00	03.02.	08.00	03.01	15.00	03.11	20.00	03.01	01.00
Ödenilmiş günlərin (sutkaların) sayı	1 gün	2 gün	3 gün + 3 saat	2 gün	2.5 gün	2 gün	2 gün	2 gün	2 gün	2 gün
	1	2	3	4	5					

Şəkil 2.16. Mehmanxanada yaşayışa görə hesablaşmanın qaydaları

1. Qonaq, oteldə bir gündən az yaşayır və tam bir günün pulu ödənilir;
2. Qonağın otelə saat neçədə gəlməsindən asılı olmayaraq, 1 fevral saat 12:00-dan (vahid hesablaşma vaxtı), 3 fevral saat 12:00-dək ödəniş verilir. Bu halda qonaq iki günün pulunu verir;
3. Qonaq oteldə 1 yanvar saat 12:00-dan, 3 yanvar saat 15:00-dək yaşayarsa, 2 gün və əlavə 3 saatın pulunu verməlidir (mehmanxanada nömrənin dərəcəsinə asılı olaraq saat hesabı preyskurantı, qiymət siyahısı) olmalıdır.
4. Qonaq oteldə 1 noyabr saat 20:00-dan, 3 noyabr saat 20:00-dək yaşayarsa, 2 gün və əlavə yarım günün pulunu ödəməlidir. Çünki qonaq oteli saat 18:00-dan sonra tərk edir;
5. Qonaq oteldə 1 yanvar saat 23:00-dan, 3 yanvar saat 01:00-dək yaşayarsa tam iki günün pulunu ödəməlidir. Çünki qonaq oteli 3 yanvar saat 00:00-dan 12:00-dək tərk edir və buna görə qonaq tam günün pulunu ödəyir.

Daha bir misal göstərmək olar. Məsələn, "Azərbaycan" otelinə gələn qonaq martın 21-də saat 10:00-da "Lüks" nömrədə yer alır. Tarif üzrə nömrənin qiyməti 150 manatdır (vergilər daxil olmaqla). Qonaq nömrəni martın 24-də saat 16:00-da tərk edir. Mehmanxanada saat üzrə tarif 10 manat müəyyən olunub. Qonağın mehmanxanada qalma müddətinə 90 manatlıq müxtəlif əlavə xidmətlər göstərilib.

Beləliklə qonaq mehmanxanada 3 gün (21 mart saat 12:00-dan 24 mart saat 12:00-dək) yaşayıb. Qonaqdan 21 mart saat 10:00-dan 12:00-dək pul alınır. 24 mart saat 12:00-dan saat 16:00-dək 4 saatın pulu ($10 \text{ manat} \times 4 \text{ saat} = 40 \text{ manat}$) hesablanır. Nəticədə, qonağa tam hesab təqdim olunur, ($150 \text{ manat} + \text{nömrənin 1 günlük qiyməti} \times 3 \text{ gün} = 450 \text{ manat} + 4 \text{ saat} = 490 \text{ manat} + 90 \text{ manat} = 580 \text{ manat}$).

Mehmanxana xidmətlərinin təqdim olunma qaydalarına görə, mehmanxana bir sıra fiziki və hüquqi şəxslərə güzəşt verə bilər.

Pulun müştəriyə qaytarılma qaydaları.

Bir sıra səbəblərə görə qonaq mehmanxanayı vaxtından tez tərk edə bilər. Bu zaman qonağın yaşayış üçün əvvəlcədən ödədiyi pulun bir hissəsi qaytarılır və qəbz yazılır. Qəbz bir nüsxədə yazılır və "Kassa hesabatı" ilə mühasibata verilir. Pulun qonağa qaytarılmasının sənədlərini tərtib edərkən, əvvəlcə müştəriyə yazılmış hesabın, birinci və ikinci nüsxələrində pulun qaytarılması qeyd olunur (qonaq mehmanxanada yer alarkən çek yazılır və bu sənəd ciddi hesabat blankıdır).

Mühasibatın işçisi anketdə olan imza ilə pulu qaytarılan qonağın imzasını tutuşdurur, sonra anket bölməyə qaytarılır. Qonağa pulun qaytarılması bir prosesdir. Qonaq ilə hesablaşma nəzarət-kassa aparatı ilə aparıla bilər. Məsələn, qonaq mehmanxanada yer alarkən beş günün pulunu əvvəlcədən ödəyir və hesablaşma nəzarət-kassa aparatı ilə aparılıb, qonağa kassa çeki verilib. Qonaq müəyyən səbəbə görə mehmanxanayı vaxtından əvvəl tərk etmək istəyir və yerdə qalan pulunu tələb edir. Bu halda müştərinin pulu iki variantda qaytarıla bilər.

- Birinci halda, pulun ödənilmədiyi gün, kassa hesabatı bağlanmayıbsa, müştəriyə yeni çek yazılır və yeni kassa çeki vurulur və müştəriyə əvvəl verilmiş sənədlər (yazılan hesab və nəzarət-kassa çeki) geri alınır və bunlara əsasən akt tərtib olunur. Köhnə sənədlər akt ilə birlikdə mühasibata təhvil verilir. Qonağa qaytarılan məbləğ, kassirin xüsusi jurnalında qeyd olunur.
- İkinci halda, kassa hesabatı artıq bağlanıb və qonaq pulu verdiyi gündən sonra bu proses baş verir. Bu halda mehmanxananın əsas (baş) kassasından, qonağın ərizəsinə və şəxsiyyətini təsdiq edən sənədə əsasən pul

qaytarılır. Bunun üçün məxaric-kassa orderi yazılır. Bütün sənədlər (nəzarət-kassa çeki, qonağın ərizəsi, məxaric-kassa orderi və ilk yazılmış çek) mühasibata verilir.

Təcrübə göstərir ki, bir-sıra mehmanxananın işçiləri bu əməliyyatı apararkən səhvə yol verirlər. Ən geniş yayılmış səhv, sənədləşmə olmadan, nəzarət-kassa aparatında pulun qaytarılması üçün çekin vurulmasıdır. Bu zaman çek vurulur, pulun qaytarılmasını təsdiq edən sənədləşdirmə aparılmır və kassada pul əskik olur. Buna görə sənədləşdirilmə düzgün aparılmalı, çek, akt, jurnalda qeydiyyat, müştərinin ərizəsi, imzası və s. olmalıdır.

Qonaq mehmanxananı tərk edir.

Qonaq mehmanxananı tərk edən zaman son hesablaşma, mehmanxananın Ön bürosunun kassasında (cashier desk) yerinə yetirilir. Kassada qonağın bütün xərcləri hesablanır. Mehmanxananın bütün bölmələrindən Ön büroya qonaq haqqında məlumat daxil olur və qonağın hesablaşmanın hansı növü ilə ödəyəcəyi müəyyənləşdirilir. Qonağın otdə qaldığı müddətdə, istifadə etdiyi bütün xidmətlərin hesabı, onun kart-hesabında qeyd olunur (guest account, guest bill, guest statement). Bu kart-hesabda, həmçinin qonağın əvvəlcə ödənilən və ya onun əvəzinə təşkilatın ödədiyi hesablar qeyd olunur. Bu kart-hesaba əsasən, qonaq oteli tərk edərkən, ona ödənilmiş hesab təqdim olunur. Adətən, bu hesaba yaşayış, səhər yeməyi (yaşayış hesabına daxil olmayan) restoranda yemək (yerində ödənilməyibə), telefon, kabel televiziyası (pullu kanaldan istifadə edibə), əlavə xidmətlər (paltarın yuyulması, kimyəvi təmizləmə, avtomobil sifarişi, ekskursiya, otağa yemək sifarişi (room service), sauna və s. daxildir.

Qonağın mehmanxananı tərk etməsinin qeydiyyatını aparən bölmə, digər bölmələri bu barədə məlumatlandırır (informasiya, telefon və ilk növbədə təsərrüfat bölməsi). Bu

məlumatdan sonra, gedən qonağın otağını yığıdıran təsərrüfat bölməsi, qəbul və yerləşdirmə bölməsinə məlumat verir.

Qonaq mehmanxanayı tərk edərkən, onun vizit kartında, tarix, nömrəni tərk etmə vaxtı və yükünün sayı qeyd olunur və sonra bu vizit kartı qəbul və yerləşdirmə bölməsinə təqdim olunur.

Sonda, qəbul və yerləşdirmə bölməsinin işi barəsində bir sıra xüsusiyyətləri nəzərdən keçirək. Gecə növbəsində çalışan inzibatçı növbə ərzində aparılan işi yekunlaşdırır, digər bölmələrdən alınan məlumatları tutuşdurur və səhər növbəsinin inzibatçısı üçün nömrə fondu haqqında hesabatı hazırlayır (boş, bronda olan, təmirə dayanan nömrələr, otelə gələcək və gedəcək qonaqlar barədə, qonaqların otelə borcu və s. məlumatlar).

Gecə inzibatçısı növbə ərzində menecerin funksiyasını yerinə yetirir, lakin çətin vəziyyət yaranarsa, şöbənin müdiri ilə əlaqə yaratmalı və onun verdiyi göstərişləri, tövsiyələri yerinə yetirməlidir.

Qəbul və yerləşdirmə bölməsinin əməkdaşı müxtəlif qonaqlarla təmasda olur və bu işin xüsusiyyətlərini nəzərə almalıdır. Məsələn, turist qrupunun qəbulunu nömrələrə yerləşdirilməsini tezləşdirmək üçün əvvəlcədən hazırlıq görmək lazımdır (turistlərin siyahısı, vizit kartları, açarları hazırlamaq, şvesar (qapıçı), xidmətçi (bell boy), tərcüməçi (xüsusi qrup üçün tələb olunarsa) hazırlıqlı olmalıdır).

Mehmanxanaya gələn turist qrupu, geniş və yeni məlumatlar almaq istəyir (mehmanxanaya hansı nəqliyyat işləyir, şəhərin görməli yerləri harada yerləşir və s.) və bununla əlaqədar inzibatçıya müraciət edirlər. Bundan əlavə inzibatçı, gələn turist qrupu haqqında restorana vaxtında xəbər verməlidir ki, ofisiantlar masanı servirovka (düzülüşü) etsinlər və turist qrupunu qarşılasınlar.

Məlumdur ki, mehmanxanada yaşayan biznesmenlər əlavə xidmətlərdən daha çox istifadə edirlər və hesablaşmada

bir sıra problemlər ortaya çıxır. Məsələn, qonağı dəvət edən təşkilat və ya qonaq özü pulu ödəməlidir kimi suallar meydana çıxıb bilər. Qəbul və yerləşdirmə bölməsinin əməkdaşları mehmanxanada qalan əlil qonaqlara daha çox qayğı və diqqət yetirməlidirlər.

VIP-qonaqların təhlükəsizliyinə diqqət yönəltmək vacibdir. VIP-qonaqlara oteldə növbədən kənar xidmət göstərilir, onların qəbulu, qeydiyyatı sənədləşdirilməsi tez yerinə yetirilir.

“Front Office”-in əməkdaşları, qonaqlarla daha çox birbaşa təmasda olur, bunun üçün bu işçilərlə xüsusi təlimlər keçirilir. “Front Office”-in işçiləri düzgün davranış qaydalarını (gülümsəməyi, jest və duruş qaydalarını) bilməlidir. “Front Office”-in əməkdaşı qonağa əlavə xidmətləri təklif etməli, bahalı otağı satmağı bacarmalı, qonaq oteli tərk edərkən məmnun qaldığı barədə soruşmalı və yenidən dönməsini arzulamalıdır. Şöbənin əməkdaşı yaxşı hafizəyə malik olmalı, daimi qonaqları üzdən tanımalı, ona ad və ya soyadla müraciət etməlidir. Bu qonaqda xoş təəssürat və məmnunluq yaradır, çünki, onu yaşadığı otağın nömrəsi ilə deyil, məhz ad və soyadla tanıyırlar.

Qəbul və yerləşdirmə bölməsi müdiriyyət üçün gündəlik hesabat hazırlayır (nömrə və yerlərin müştərilərə satılması, VIP-qonaqlar və s. haqqında məlumat verir). İri mehmanxanalarda məlumat bölməsi fəaliyyət göstərir. Bu bölmə, mehmanxana, nömrələr, oteldə keçirilən tədbirlər, nəqliyyat sifarişi, ekskursiya və s. haqqında məlumat verir.

Bir sıra otellərdə təhlükəsizlik məqsədilə mehmanxanada yaşayanlar barəsində məlumatları çox ehtiyatla verirlər. Məsələn, qonağın hansı otaqda yaşamasını soruşan hər hansı bir şəxsə, bölmənin əməkdaşı cavab verir ki, siz telefon nömrəsini saxlayın, əgər qonaq bizim oteldə yaşayırsa, biz ona məlumatı çatdırırıq və ya oteldə yaşayan qonağın icazəsi olmadan sonra, onu soruşan şəxs otağa buraxılır. Bununla oteldə yaşayan qonağın rahatlığı və təhlükəsizliyi qorunur.

Bölməyə yaxınlaşan naməlum və ya şübhə doğuran şəxs otağın açarını tələb edərsə, bölmənin əməkdaşı ondan mütləq vizit kartını, ad və soyadını soruşmalı, yoxlamalı və sonra açarı verməlidir.

Bəzi hallarda oteldə yaşayan qonaq ilə münafişə vəziyyəti yarana bilər. Belə ki, qonaq bəzi səbəblərə görə otel nömrəsinin və xidmətlərin pulunu verməkdən imtina edir. Bu halda otel qonağın əşyasını, yükünü saxlatdıra bilər. İş yerinə və ya yaşayış yerinə məktub göndərə bilər.

Digər bir halda otel tərəfindən qonağın yükünə və ya əşyasına ziyan dəyibsə, mehmanxana bunu ödəməlidir. Bütün hallarda qonaq və otel arasında yaranan münafişə, dinc, sakit və qanun çərçivəsində həll olunmalı, otelin nüfuzuna zərər gətirməməlidir.

Mehmanxanada elektron kilid sisteminin istifadə olunması.

Yüksək dərəcəli mehmanxanaların ictimai yerlərində və nömrə fondunda ancaq elektron açarlarla açılan kilid sistemləri quraşdırılır. Elektron açar, fərdi kod ilə təmin olunmuş plastik maqnit kartıdır. Bu açarların nəzarəti mərkəzi puldan həyata keçirilir.

Qonağın oteldə qalma müddəti sona çatanda və ya nömrənin pulu vaxtında ödənilmədikdə, müştəri öz otağına daxil ola bilməz. Elektron kilid sistemi oteldə qonaqlara yüksək səviyyədə xidmət göstərildiyini təsdiq edir və onların təhlükəsizliyini təmin edir. Qəbul və yerləşdirmə bölməsində elektron kilid sisteminin xüsusi avadanlığı quraşdırılır. Bu fərdi kodla qorunan hər hansı bir kartı (elektron açarı) təcili hazırlayan mini terminaldır.

Elektron açarlar xüsusi texnologiya üzrə hazırlanır və tam dəqiqliyə zəmanət verilir. Xüsusi materialdan hazırlanan elektron açar, nəmliyə, toza və mexaniki təsirə məruz qalmır. Elektron açarın kod qurğusu, yeni hazırlanan açara kodu daxil edir. Elektron açarların təsdiq sistemi, açarların əslini

yoxlamaq üçün istifadə olunur. Qəbul və yerləşdirmə bölməsinin hazırladığı yeni açar uyğun kilidə daxil edilən kimi, əvvəlki açarın kodu avtomatik dəyişir.

Mehmanxanada yaşayan qonaq, oğurlanan və ya itirilən açar barəsində, vaxtında xəbər verərsə, köhnə açar qapını açmaq üçün artıq istifadə edilə bilməz.

Elektron açar müxtəlif rejimlərdə istifadə oluna bilər (müşəri, xadimə, mini-bar, mühəndis xidməti, direktor, qəza, ehtiyat açar, birdəfəlik açar). Hər bir qonağın açarı ancaq onun otağının kilidinə uyğundur (müşəri rejimi). Mərtəbədəki xadimələrin açarları, ancaq yığışdırdığı otaqların kilidinə uyğundur.

Mühəndis-texniki personalda, ancaq təmirə dayanan otağın kodlaşdırılmış açarı olur. Otelin direktoru və ya inzibatçıda hər hansı bir otağa daxil olmaq üçün universal açar olur. Qəza rejimində kodlaşdırılmış açarlar, zərurət yaranırsa, mərtəbəni, korpusu blokirovka edə bilər (açıb və ya bağlaya bilər).

2.3. Qonaqlara xidmət göstərən bölmə

Qonaqlara xidmət göstərən bölmə mehmanxananın əsas strukturlarından biridir. Bölməyə konsyerj, şvesar (qapıçı), yükdaşıyan (bell boy), qarderobçu (paltarsaxlayan), liftçi və digər işçilər daxildir. Bölmənin personalı qonaqlara birbaşa xidmət göstərdiyinə görə, müştərilərlə təmasda və ünsiyyətdə olur. Mehmanxana haqqında ilk təəssüratı bu bölmənin işçiləri yaradır və buna görə onların üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Qonağın qəbulu, qarşılınması, yola salınması, yükün daşınması, nəqliyyatın, ekskursiyanın sifərişi, və digər xidmətlərin təşkil olunması, bölmənin əməkdaşlarının əsas vəzifəsidir. Qonaq və ona göstərilən bütün xidmətlər haqqında məlumatı bu bölmədən almaq olar.



Beijing Marriott Hotel West (Çin) Restoran



Courtyard Moscow City Center (Marriott-Rusiya) Restoran



Courtyard Paris Charles de Gaulle Airport (Fransa) Restoran



Hunghada Marriott Beach Resort (Misir) Restoran



Hyatt Regency Paris-Madeleine (Fransa) Restoran



Hyatt Regency Cologne (Almaniya) Restoran



Jeddah Hilton Hotel (Səudiyyə Ərəbistanı) Ziyafət zalı



Vienna Marriott Hotel (Avstriya) Restoran



Grand Hyatt Berlin (Almaniya) Restoran



Hyatt Regency Bellevue (ABŞ) Bar



Renaissance Salzburg Hotel Congress Center (Avstriya) Restoran



Şheraton Paris Airport Hotel& Conference Centre (Fransa) Kofe break



The Excelsior Hong Kong (Restoran)



The St. Regis Singapore (Sheraton-Singapur) Restoran

Mehmanxanaya daxil olan qonağı ilk qarşılayan işçi, **şvesardır (doorman)**. Şvesar qonağı salamlayır, avtomobildən düşməsinə kömək edir, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinə gətirir. Şvesar (qapıçı) otelin göstərdiyi xidmətlərin növləri, qiymətləri və oteldə keçirilən tədbirlər haqqında məlumatlı olmalıdır. Uniformada vəzifəsini yerinə yetirən şvesar (qapıçı) təmiz, səliqəli xarici görünüşə malik olmalı, iş yerində siqaret çəkməməlidir. Şvesarın əsas iş yeri mərkəzi qapının giriş yeridir və mehmanxanada yaşayan qonaqların vizit kartını yoxlayır. Qonaq vizit kartını itirdiyi zaman, şvesar bunu ayırd etmək üçün "Front Office"-ə müraciət edir və qonağın oteldə yaşadığına əmin olandan sonra, qonağı saxladığına görə üzr istəyir və otelə buraxır. Qonaq oteli tərk edərkən xadimə və ya resepsionist, ona şəxsi əşyalarını çıxartmaq üçün buraxılış vərəqi yazır. Buraxılış vərəqində əşyanın adı, miqdarı göstərilir. Şvesar (qapıçı) buraxılış vərəqini qonağın əşyaları ilə tutuşdurur, qonağı yola salır və buraxılış vərəqini xüsusi yerdə saxlayır. Buraxılış vərəqində göstərilən yazı, qonağın əşyaları ilə uyğun gəlmədikdə, şvesar bu anlaşılmazlığı tez bir zamanda aradan qaldırmağa çalışmalıdır. Şvesar holl-da səliqə-sahmana, təmizliyə nəzarət etməli və zərurət yaranarsa, kül və zibil qablarını təmizləmək üçün xadiməyə müraciət edir.

Şvesar turist qruplarının otelə qəbulu və ya tərk etməsi zamanı holl-un təmizliyinə xüsusi diqqət yetirməlidir. Şvesar otelin holl-unda gəzişən naməlum şəxslərdən, kimi gözlədiyini, kömək lazım olduğunu soruşmalıdır. Şvesar oteldə səs-küy salan, daha çox hündürdən danışan, ədəb qaydalarını pozan müştərilərə xəbərdarlıq etməli, qayda-qanuna dəvət etməli, zərurət yaranarsa təhlükəsizlik bölməsinə müraciət etməlidir.

Şvesarın iş yeri, lazımi avadanlıq və texniki ləvazimatla təchiz olunmalıdır. Axşam vaxtı şvesar mehmanxananın xarici işıq reklamını və işıqları yandırmalıdır. Reklam işıqları nasaz olarsa, təmir qrupuna xəbər verilir. Otelin reklamı pis işıqlandırılırsa bu qonaqlarda mənfi təəssürat yarada bilər.

Yükdaşıyan-xidmətçi (bell boy) - otelin inzibatçısının göstərişi ilə qonağın yükünü götürür və onu nömrəyə qədər müşayiət edir. Qonağı müşayiət edən yükdaşıyan (bell boy) qonağa otel, xidmətlər, kafe, restoran, bar, camaşırxana, hovuz, idman zalı və s. iş rejimi haqqında məlumatlar verir. Nömrəyə daxil olan qonağın yerləşməsinə kömək edir, suallarına cavab verir, nömrədə olan avadanlıqların (TV, mini-bar, telefon, soyuducu və s.) iş prinsipini yoxlayır və qonağa başa salır.

Qonağın əlavə sualları yoxdursa, yükdaşıyan (bell boy) nəzakətlə sağollaşır (məsələn, “mən Sizə oteldə xoş günlər keçirməyinizi arzu edirəm” deyir) və nömrəni tərk edir. Yükdaşıyan sözün əsl mənasında müdirin “gözü və qulağıdır”. Oteldə görünən şübhəli hadisələr barədə müdirə məlumat verməlidir. Yükdaşıyan oteldə qonaqların və müdiriyyətin tapşırıqlarını yerinə yetirir, poçt göndərişlərini, bağlamaları qonaqlara çatdırır.

Konsyerj – oteldə qonaqlara müxtəlif əlavə xidmətlər göstərən əməkdaşdır. İxtisaslı və səriştəli konsyerj müştərinin arzusu ilə Azərbaycanın müxtəlif regionlarına ekskursiyalar, nəqliyyat sifariş edir, konsert və tamaşalara biletləri təşkil edir, konsyerj biznes turistlər üçün hətta nazirlə görüşü təşkil edə bilər. Konsyerj vestibüldə qonaqlara xidmət göstərən bölmənin işini (doorman, bell boy və s.) əlaqələndirir və təşkil edir.

Konsyerj əsasən aşağıdakı xidmətləri göstərir:

- Teatr və konsertlərə biletlərin alınması və ünvanına çatdırılması;
- Qonaq üçün milli restoranda yemək sifariş edir;
- Nəqliyyatın iş rejimi haqqında məlumatlar, dəmiryolu, təyyarə, avtobus biletlərinin sifərişi və yerinə çatdırılması;
- Bərbərxanada yerin sifərişi və hətta lazım gələrsə həkimin qəbuluna yazılmağı təşkil edir;

- Şəhərin gəzməli, görməli yerləri, muzey, sərgi, mağazaların iş rejimi haqqında məlumat verir;
- Müxtəlif hadisələr zamanı qonaqlara kömək göstərir (həkimin, hüquqşünasın, notariusun çağırılması və s.);
- Müştərilərin fərdi sifarişlərini yerinə yetirir (müxtəlif malların alışı, vizanın qeydiyyatı və s.);

Yaxşı konsyerj olmaq üçün hərtərəfli biliyə və bacarığa malik olmaq lazımdır. Konsyerj bir neçə xarici dil bilməli, ünsiyyətli olmalı, şəhərdə yaxşı əlaqələri olmalıdır. Konsyerj oteldə yaşayan qonaqlara maliyyə (valyuta dəyişmə) poçt, nəqliyyat, şəhər haqqında məlumat və digər əlavə xidmətlər göstərilir.

Qarderobçu (Paltarsaxlayan) – mehmanxanaya, restorana gələn və oteldə yaşayan qonaqlara xidmət göstərəkən üst paltarlarının və əşyalarının alınib verilməsini yerinə yetirir. Növbəni təhvil alan qarderobçu, xüsusi jurnalda qeyd olunan bütün əşyaların siyahısını gözdən keçirir, qarderobun avadanlığını, nömrə jetonlarının sazlığını və sayını yoxlayıb təhvil alır. Qarderobçu növbə ərzində iş yerində olmalı, üst paltarların alınib verilməsində diqqətli və dəqiq olmalıdır və jetonları səhv salmamalıdır. Qarderobçunun iş yeri, stol, stul, stellaj, əşyaları saxlamaq üçün şkaflar, asılqanlar və s. ilə təchiz olunmalıdır. İş vaxtı qurtarandan sonra qarderobçu iş sahəsini təmizləyir. Qarderobçu “Front Office” şöbəsinə tabedir.

Liftçi – liftin saz işləməsinə və sərnişinlərin liftdən istifadə qaydalarına riayət etməsinə nəzarət etməlidir. İşə başlayan liftçi ilk növbədə telefon və qəza signalını yoxlayır, sərnişinlər olmadan lifti hər mərtəbədə saxlayır və bununla da sınaq yoxlanışını aparır.

Liftdə nasazlıq aşkar olunarsa, təcili otelin mexanikinə və inzibatçıya xəbər verilir. Liftin jurnalında qeyd edilir. Liftin gecə iş rejimi bitəndən sonra, lift aşağı mərtəbədə dayandırılır,

motor söndürülür, şaxta bağlanır və liftçi jurnalda qeydiyyatını aparır.

Mehmanxanada liftlərdə göstərilən xidmət aşağıdakı kimi olmalıdır:

- Liftçi hər bir kabinanı liftin içində olmaqla müşayiət etməlidir (növbədə 1 kabinaya 1 nəfər liftçi);
 - Liftçi bir neçə liftə xidmət göstərir və bu halda sərnəşinlər liftdən müstəqil istifadə edirlər. Liftçi aşağı mərtəbədə nəzarət yerindən liftlərə nəzarət edir (növbədə 1 nəfər liftçi işləyir).
- Liftə xidmət edən işçi "Front Office"-ə tabedir.

Taksi sifarişi. Mehmanxanada qonaq üçün iki variantda taksi sifariş olunur:

- Nəqliyyat təşkilatı ilə müqavilə əsasında qonağa taksi təqdim olunur;
- Mehmanxanaya məxsus olan nəqliyyat qonağa təqdim olunur (otelin qarajı və nəqliyyat üçün dayanacaq yeri olmalıdır).

Müqavilə əsasında taksi sifariş olunarsa, inzibatçı sürücü üçün kart yazır. Kartda otelin adı, otağın nömrəsi, avtomobilin nömrəsi, təyin olunmuş yerin adı göstərilir. Kartın surəti sürücüyə təqdim olunur. Qonaq pulun məbləğini sürücüyə verir.

Mehmanxanaya məxsus taksi sifariş olunarsa, inzibatçı otelin nəqliyyat xidmətinə məlumat verir. Bu halda da sürücüyə kart yazılır. Mehmanxanaya məxsus bütün nəqliyyatın üzərində otelin nişanı (emblem), telefon nömrəsi olmalıdır.

Poçt - Otelə qonaqların ünvanına adi, sifarişli poçt, mətbuat, bağlama, faks, paket və s. daxil ola bilər. Poçt otelə qonaq gəlməmişdən əvvəl daxil olubsa, qeydiyyat zamanı qonağa

verilməlidir və ya poçt, qonaq oteli tərk edəndən sonra daxil olubsa, onun ünvanına göndərilməlidir.

Qonağa faks təcili çatdırılmalı, sifarişli poçt şəxsən qonağa təqdim olunmalı, bağlama açılmamalıdır. Poçtun hər bir növü üçün standart əməliyyat mövcuddur. "Front Office"-dən açarı alan qonağa, ona aid poçtu, bağlamayı, faksı və s. təqdim edirlər.

Oteldə əsas və əlavə xidmətlər təqdim olunur. Qonaqlara göstərilən xidmətlər müxtəlif, rəngarəng və ən başlıcası keyfiyyətli olmalıdır!

Fəsil 3. Mehmanxana biznesi və marketing

Marketing termininin əsasında “bazar” anlayışı durur (ingilis dilində market sözündən götürülüb). Bu terminin hərfi mənası malın dövriyyəsi və ya ticarət sahəsində fəaliyyəti deməkdir.

ABŞ-ın Şimal-Qərb Universitetinin professoru F.Kotlerin təbirincə marketingin mahiyyətinin mənası aşağıdakı kimi ifadə olunur. Marketing mübadilə vasitəsi ilə, ehtiyac və tələbatə yönəlmiş, insan fəaliyyətinin bir növüdür.

Marketing, sosial və idarəedici prosesi özündə ifadə edir və bunların köməyi ilə fərdin və ya qrup şəklində olan insanların ehtiyacını təmin edir. Marketingin məqsədi, müştərini hərtərəfli öyrənmək və başa düşmək, az say göstərməklə satışı elə təşkil etmək lazımdır ki, mal və xidmət müştəriyə uyğun olsun və onu özü tapsın.

Marketing ehtiyac və tələbatı aşkar edir, lakin o, satışı sinonimi deyil. Satış, ancaq satıcının, marketing isə həm də alıcının ehtiyac və tələbatını ödəyir. Satışda, satıcı ancaq öz malını satmağa say göstərir, marketingdə isə malın və ya xidmətin köməyi ilə nəinki mal satılır və həm də müştəri razı olur, məmnun qalır, tələbat və ehtiyacı ödənilir.

Marketing vasitəsi ilə, müştərinin tələbatını və ehtiyacını ödəyən mal və xidmət müştərini nəinki razı salmalı, həm də müştəri bundan zövq almalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, marketing satışı əvəz etmir, lakin bunlar bir-birini tamamlayır.

Mehmanxana xidmətlərinin marketingi prinsip etibarlı ilə digər tələbat mallarından fərqlənir. Lakin mehmanxana marketinginin öz xüsusiyyətləri mövcuddur. Mehmanxananın təqdim etdiyi əsas mal, nömrə fondudur və bunun yeri və vaxtı dəyişməzdir.

Satışa çıxarılan nömrə qısa müddətə əhəmiyyətli dərəcədə dəyişə bilməz və bu mal (nömrə və ya yer) uzun müddətə saxlanılıb sonradan satıla bilməz. Mehmanxananın

nömrəsi vaxtında və yerində satılmayıbsa o, artıq itirilmiş sayılır, çünki, nömrə boş qalır və mehmanxana mənfəət qazanmır. Bildiyimiz kimi, mehmanxanaya tələbat dəyişə bilər. Tələbat aşağıdırsa, mehmanxana ziyanla işləyir, tələbat yüksəkdirsə mənfəətlə işləyir. Mehmanxananın müvəffəqiyyətlə işləməsində əsas üç amil zəruri sayılır. **Bunlar, mehmanxananın düzgün yerdə tikilməsi, onun uyğun tutumu (nömrə fondu) və yüksək səviyyədə xidmətin olmasıdır.** Bütün bunlar, marketinq qərarlarının qəbul olunmasında mehmanxana konsepsiyasının həyata keçməsində mühüm rol oynayır.

3.1. Marketinq və satış bölməsi

Marketinq və satış bölməsi (marketing & sales) mehmanxana strukturunda başqa bölmələrə nisbətən yenidir. Lakin bu bölmənin rolu mehmanxana biznesində getdikcə artır və artıq mühüm yer tutur. Məsələn, ABŞ-da, mehmanxananın baş menecerini təyin edəndə, məhz bu bölmədə çalışan işçilərə üstünlük verirlər. Böyük Britaniyada maliyyə şöbəsində, Almaniya təsərrüfat şöbəsində işləyən işçilərə baş menecer vəzifəsini tutmağa imkan yaradır.

Marketinq bölməsinin əsas vəzifəsi, mehmanxananın nömrə fondunu, mütəmadi və yüksək səviyyədə doldurmasını təmin etməkdir. İri mehmanxanalarda bu bölmədə 10 nəfərə qədər işçi çalışır ki, bunlardan 1 və ya 2 işçi marketinq təhqiqatı ilə məşğul olur, digər işçilər nömrə fondunun satışını təşkil edir. Bölmənin 90% işçisi, əsasən mehmanxanadan kənar, yeni alıcılar axtarmaqla məşğuldurlar (turist firmaları, iri şirkətlər, konqress və sərgilərin təşkilatçıları və s.).

Marketinq bölməsinin əsas vəzifələrindən biri, müştəriləri mehmanxanaya cəlb etmək üçün yeni üsullardan istifadə etməkdir. Müştəriləri xarakterizə edən əlamətləri (yaş, gəliri, milliyəti, işi, mehmanxanada yaşamasının səbəbi, nə

vaxt gedir, mehmanxana xidmətində daha çox nəyi xoşlayır, dəyərləndirir və s.) iş prosesində bölmədə nəzərə alınırlar.

Bölmənin funksiyalarından biri, mehmanxana və xidmətlərin reklamını təşkil etmək və otelin işini yaxşılaşdırmaq, inkişaf etdirmək üçün təkliflər və tövsiyələr hazırlamaqdır. Marketing və satış bölməsi, qəbul və yerləşdirmə bölməsi üçün, nömrə fondunun doldurulması proqnozlarını hazırlayır. Marketing və satış bölməsi, oteldə yaşayan qonağın tələbatının necə ödənildiyi barədə təhlillər aparır. Bu məqsədlə otelin nömrələrinə anket və təklif blankları qoyulur (şəkil 3.1., 3.2.). Bu anketlərdə qonaqlara müxtəlif bölmələr tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti barədə öz fikir və təkliflərini qeyd etmək xahiş olunur (nömrənin təmizliyi, "Front Office"-in işi, yeməyin keyfiyyəti, restoranda xidmətin səviyyəsi və s.).

Oteldə sizə xidmət edən bölmələrə verdiyiniz qiyməti xanalarda qeyd edin.	Əla	yaxşı	kafi	Qeyri kafi	Təklif və şikayət
1.Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsi (Front Office)					
2.Mərtəbələrdə xidmət (Housekeeping department)					
3.Restoranda xidmət					
4.Yeməyin keyfiyyəti					
5.Bufetdə xidmət					
6.Barlarda xidmət					Adı: Soyadı: Otağın Nəsi Təşəkkür edirik

Şəkil 3.1. Qonaq üçün anket.

Qonağın rəy kartı.

Biz arzu edirik ki, mehmanxana Sizin xoşunuza gəlib və Siz yenidən Bizim mehmanxanaya qonaq gələcəksiniz. Sizin mehmanxana və onun xidmətləri haqqında təklifləriniz Bizim işimizə kömək edəcək və göstərdiyimiz xidmətlərin keyfiyyətini artıracaq. Siz təkliflərinizi, təqdim olunan **rəy kartında** qeyd edə bilərsiniz.

Rəy kartını doldurandan sonra "Front Office"ə verməyinizi xahiş edirik.

Adı, soyadı: _____ Otaq №-si: _____
Ünvan: _____
Tel/faks: _____ Tarix: _____
Rəy: _____

Şəkil 3.2. Mehmanxananın rəy kartı.

Bu anketlər əsasında, bölmənin işçiləri təhlil apararaq, oteldə xidmətlərin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq üçün təkliflər hazırlayır. Bu təkliflər, mehmanxananın daha səmərəli işləməsini, nömrələrin müştərilərə satılmasını və otelin daha çox gəlir əldə etməsini təmin edir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, otaqlarda qoyulan anketlər və qonaq kartının bir qismi doldurulur və bölməyə qaytarılır.

Marketing və satış bölməsinin əsas vəzifələrindən biri də qiymət siyasətidir (nömrənin əsas tarifi və qonaqları cəlb etmək üçün müxtəlif güzəştlər təqdim edir). Otel öz bukletlərində otaqların qiymətini (room rates) göstərir. Otel

müxtəlif güzəştlər təqdim edir (turizm firması, həmkarlara, tələbə, daimi müştəri və s.).

Bazarı tədqiq edən marketing bölməsi qiymət siyasətindən başqa, reklama və yeni xidmətlərin qonaqlara təqdim edilməsinə daha çox fikir verməlidir. Mehmanxananın marketing strategiyasında müxtəlif proqramlardan istifadə olunur. Belə ki, daimi müştərilər oteldə müxtəlif xidmətlərdən (yemək, avtomobilin icarəsi, ekskursiya və s.) daha çox istifadə edirsə onlara ballar təyin olunur və bu ballara görə sertifikat verilir. Sertifikata əsasən oteldə, müştəriyə müxtəlif xidmətlər pulsuz təqdim olunur (şam yeməyi, transfer, şəbəkəyə daxil olan hər hansı bir oteldə pulsuz yaşamaq və s.). Bu proqramlar həm otel və həm də otelin müştərisi üçün sərfəlidir. Belə həvəsləndirici proqramları mehmanxana şəbəkəsinə daxil olan Şeraton, Hilton, Marriott və s. otellər həyata keçirir.

Bir sıra otellər aviaşirkətlərin beynəlxalq **bonus**¹ proqramlarında iştirak edir. Otelin daimi müştərisi, yığıdığı balların hesabına, hər hansı bir ölkəyə pulsuz səyahət edə bilər və ya aviaşirkətin xidmətindən daim istifadə edən müştəri oteldə pulsuz yaşaya bilər.

Mehmanxanada il ərzində yaşadığı günlərin sayına müvafiq olaraq qonaq gümüş, qızıl, platin və ya brilyant üzvlük kartları alır. Bu kartın sahibləri mehmanxananın müxtəlif xidmətlərindən güzəştlə istifadə edir (sauna, massaj və s.) və hədiyyələr alırlar (mehmanxananın nişanı olan suvenirlər, əşyalar və s.). Qonaqlar onlara verilən VIP kartlarını təqdim etməklə, yaşayış, bar, restoranlarda və s. xidmətlərdə 10% güzəşt alırlar. Daimi müştərilər üçün, şam yeməyi ilə birlikdə əyləncəli tədbirlər təşkil olunur.

¹Bonus – otelin və ya aviaşirkətin və ya hər hansı bir təşkilatın, əlavə xidmətlərini və ya malının reklamına görə, əlavə mükafatdır.

Marketing və satış bölməsi “Fəxri qonaq” proqramını hazırlayır və bu proqram qonağın eyni mehmanxanada qalmasını və xidmətlərindən istifadə etməsini stimullaşdırır. Bu proqrama əsasən qonağa uzun müddətli güzəştlər verilir. Bundan əlavə qonaqlar üçün, mehmanxananın restoranında, milli mətbəxlərin müsabiqəsi təşkil olunur.

Mehmanxananın müştəriləri sırasında iri şirkət və təşkilatlar getdikcə artır. Bu təşkilatlar, müxtəlif tədbirlərin (sərgi, konqress, festival və s.) keçirilməsini təşkil edir və mehmanxanalarla müqavilə bağlayırlar. Mehmanxana bu təşkilatlara xüsusi qiymət və güzəştlər verir.

Ümumiyyətlə mehmanxananın marketing və satış bölməsi, rəqabət aparmalı, digər mehmanxanaların göstəricilərini araşdırmalı, bölmənin zəif və güclü tərəflərini bilməli və işi müasir tələblər səviyyəsində qurmalıdır. Bölmənin satış üzrə menecerləri yeni müştərilər axtararaq, müqavilələr bağlayır və daimi müştərilər ilə əlaqələri saxlayıb, inkişaf etdirirlər. Bölmədə işçilərin funksional bölgüsü ola bilər (turizm firmaları üzrə menecer, konqresslər üzrə menecer, şirkətlər üzrə menecer və s.). Satış üzrə menecerin müqavilə bağlayan zaman əsas silahı korporativ tariflərdir. Mehmanxanaya il ərzində müəyyən sayda müştəri verən şirkətə güzəştlər verilir. İlin sonunda şirkətin otelə göndərdiyi müştərilərin sayı müəyyən olunur və bu halda şirkət ilə yeni müqavilə bağlayanda güzəşt faizinin miqdarı təyin olunur (oteli daha çox müştərilər ilə təmin edən şirkət və ya turizm firmasına daha çox güzəşt olunur).

Bölmənin meneceri hər həftənin sonu baş menecərə hesabat təqdim edir. Mehmanxanada qalan qonaqların siyahısı, kompüterə daxil edilir və günləri və s. qeyd olunur. Məsələn, qonaq mehmanxanada 50 dəfədən çox yaşayıbsa, onun üçün yubiley tədbiri keçirilir, lüks nömrə pulsuz təqdim olunur, hədiyyələr verilir. Marketing bölməsi, kadrlar şöbəsi ilə birlikdə, qonaqlarla birbaşa təmasda olan işçilərin təhsilini və

təlimini aparır. Təlimin məqsədi odur ki, qonaqlarla təmasda olan hər bir işçi otelin xidmətlərini satmağı bacarmalıdır.

Mehmanxananın reklamını təşkil etmək, marketing bölməsinin vəzifəsidir. Kütləvi informasiya vasitələrində (KİV) otelin nüfuzunu qaldıran, xidmətlərin keyfiyyətini təbliğ edən şəkillər, məqalələr və s. dərc olunur. Bölmə, həmçinin müxtəlif reklam işləri görür, yəni hava limanında, şəhərin görməli yerlərində, mehmanxananı reklam edən iri şitlər vururlar. Mehmanxana öz çap məhsullarında, reklam məqsədi ilə oteldə yaşayan məşhur insanların adını qeyd edir. Məsələn, Roma papası Bakı şəhərinə təşrif buyuranda, “İrşad” otelində yaşayıb və xidmətlərindən razı qalmışdır.

Mehmanxanada müxtəlif konfransların, simpoziumların, sərgilərin və digər kütləvi tədbirlərin keçirilməsi, otelin nüfuzuna öz müsbət təsirini göstərir.

“Birbaşa” marketing və ya poçt vasitəsilə göndərilən reklamdan geniş istifadə olunur. Daimi müştərilərə göndərilən məktubda, qonaqlar mehmanxananın təşkil etdiyi tədbirlərə dəvət olunur və onlara yeni xidmətlər haqqında məlumat verilir. Marketing bölməsi, mehmanxananın təbliğ etmək məqsədi ilə, beynəlxalq turizm sərgilərində, yarmarkalarda, öz stendləri ilə iştirak edir.

Mehmanxanada yaşayan hər bir qonaq restoran və barların xidmətindən istifadə edir. Qonaqlara göstərilən yüksək səviyyəli xidmət, yemək və içkilərin müxtəlifliyi, keyfiyyəti, dadı, burada çalışan ofisiyant (yeməkpaylayan) və aşbazların peşəkarlığından xəbər verir və mehmanxananın nüfuzunu artırır, qonaqları cəlb edir və onlar fərqli, toy, ziyafət və digər tədbirləri məhz bu oteldə keçirməyə üstünlük verirlər.

Mehmanxananın bir çox reklam materiallarının ilk səhifəsində otelin interyeri deyil, restoranın görünüşü və masanın üzərinə düzülmiş yeməklər göstərilir. Bu, otelə qonaqları cəlb etmək üçün bir üsuldur.

Keyfiyyətli xidmət mehmanxana biznesinin əsas şərtlərindən biridir və otel dərəcəsinə uyğun (ulduz sistemi) qonaqlara xidmət göstərməlidir. Bir sıra mehmanxanalarda, yüksək dərəcəli nömrələrdə yerləşən qonaqların qeydiyyatı və hesablaşma mərtəbədə aparılır. Bu tip fərdi qonaqlarla ayrıca menecer (guest relation manager) məşğul olur.

Beynəlxalq şəbəkəyə daxil olan mehmanxanalarda marketing işi daha yüksək səviyyədə aparılır və daha çox imkanlara malikdir. Bir sıra mehmanxanalar marketing qrup və assosiasiyalarının üzvü olmağa çalışırlar, çünki, bu onların marketing üzrə işlərini asanlaşdırır və nüfuzlarını qaldırır. Marketing və satış bölməsi “klassik” marketing işi apararaq, otelin yerləşdiyi ərazidə mehmanxana xidmətləri bazarını öyrənir, rəqiblərinin işini təhlil edir (maliyyə vəziyyəti, bazarda payı, qiymət siyasəti, reklam strategiyası, nömrələrin müştərilərlə doldurulması və s.).

Bu işləri aparmaq üçün müxtəlif mənbələrdən (çap nəşrləri, internet, sorğuların keçirilməsi, digər otellərlə maraqlanmaq və s.) istifadə edir. Bundan əlavə otelin müxtəlif şöbə və bölmələrindən, marketing və satış bölməsinə statistik və mühasibata aid məlumatlar daxil olur. Bu məlumatlara əsasən, bölmə təhlil aparır və otelin gəlirlə işləməsi və nömrələrin müştərilərlə doldurulması üçün iş görür.

Sonda qeyd etmək lazımdır ki, məlumatların toplanması və saxlanılmasına görə, marketing və satış bölməsi, mehmanxananın qapalı və məxfi bölməsidir.

3.2. PR – mehmanxana biznesində fəaliyyəti

PR (public relations) – (ictimaiyyətlə əlaqələr) anlayışının bir çox təyinatı var. Aparıcı mütəxəssislər tərəfindən bu anlayışın iki oxşar təyinatı verilmişdir. Bunlar, aşağıdakılardır:

1. Müəssisənin nüfuzunu qaldırmaq və uğurla işləməsi üçün ictimai rəy yaratmaq və formalaşdırmaq. Bu müxtəlif yollarla, ilk növbədə KİV vasitəsi ilə həyata keçirilir;
2. Bəzi layihələr daxilində qarşılıqlı münasibətlərin harmonizasiyasına (layihə dedikdə firma, təşkilat, mehmanxana nəzərdə tutulur), həmçinin verilən layihənin onun xarici mühit və layihə iştirakçıları arasında uğurlu həyata keçməsi məqsədinə yönəldilmiş, informasiya-analitik və prosedur-texnoloji fəaliyyət sistemidir.

Deməli, PR – təşkilat və ictimaiyyət arasında qarşılıqlı xoş münasibətin yaranması və qorunmasına yönəlmiş, uzun müddətə planlaşdırılan fəaliyyətdir. PR – fəaliyyətinin mehmanxana biznesində həyata keçirilməsi, göstərilən xidmətlərin xüsusiyyəti, səviyyəsi və spesifikliyindən asılıdır.

PR-ın məqsədi, müştəri və mehmanxana arasındakı qarşılıqlı anlaşmaya, müsbət münasibətə nail olmaq və mehmanxananın perspektivinin uzun müddətli olacağına müştəridə inam yaratmaqdır. Bu, ictimaiyyətin gözündə mehmanxana haqqında müsbət imicin, etibar və hörmətin formalaşmasına səbəb olur. Müəyyən mənada PR – fəaliyyəti reklama yaxındır. Reklam tədbirləri nəticəsində (plakatlarda, məqalələrin və qeydlərin mətbuatda çap olunması), mehmanxana nömrələrinin satılmasına və gəlirin artmasına səbəb olur. PR – fəaliyyətinin məqsədi bir tərəfdən müştərinin müəssisənin təkliflərinə olan marağını artırmaq, o biri tərəfdən müştəri ilə olan qarşılıqlı əlaqəyə əsasən, tələbatla müvafiq olaraq xidmət təkliflərini göstərməkdir. PR – fəaliyyəti təkcə çap məhsullarının tərtibatı, müəssisənin imicinin irəliləyişi üçün yeni üsulların hazırlanması ilə deyil, həm də, onun kommunikasiya-əlaqə vasitələrinin seçimi ilə də sıx bağlıdır.

Mehmanxanada məlumatların yayılması

Professional PR – fəaliyyəti etibarlı mənbədən alınan məlumatdan başlayır. Onun əsasını müəssisənin xüsusiyyətlərini göstərən ətraflı və geniş məlumatlar təşkil edir. Məsələn:

- Məsuliyyətli əməkdaşların siyahısı (kim nəyə cavabdehdir);
- Nömrələrin növü və sayı;
- Restoran və barın iş vaxtı, xüsusiyyətləri;
- Banket və konfrans-zalların adı, texniki xüsusiyyəti və tutumu;
- Mehmanxana yerinin təsviri, aeroport və vağzalдан mehmanxanaya gələn marşrutun göstərilməsi;
- Avtomobil dayanacaqları;
- Diqqətəlayiq yerlər – bədii və memarlıq;
- Xidmət sahəsində, mehmanxananın imkanlarını izah edən şəkillər və s.

Bu məlumatlar daima yeniləşir, əlavələr olunur.

PR-in müəssisə daxili fəaliyyətindən danışanda ilk növbədə əməkdaşlar arasında müəyyən olunmuş PR münasibətlərinə nəzər salmaq lazımdır. Təcrübə göstərir ki, mehmanxana, restoran biznesi müəssisənin kollektivində istehsalat münasibətlərini (insan amili) yaxşılaşdırmaq üçün, aşağıdakı PR – üsulları istifadə olunur:

- Müəssisə barədə işçilər arasında sorğu keçirmək, onların rəylərinin qiymətləndirilmə və araşdırılması;
- Şəxsi xüsusiyyətlər;
- PR – tədbirlərinin planlaşdırılma və aparılmasında işçilərin iştirakı;
- Mehmanxananın ən yaxşı işçiləri barədə ixtisas artıran seminarların keçirilməsi və bunlara aid ədəbiyyat;
- Asudə vaxtlarda kollektiv tədbirlərin keçirilməsi (ekskursiyalar, yubileylər);

- Aşbazlıq müsabiqələrində iştirak etmək və s.

Müəssisə daxili PR tədbirlərin keçirilməsi iki məqsəd daşıyır: işçilər arasında PR – münasibətlərinin yaradılması; rəhbərlik və işçilər arasındakı münasibətlərdə inam və qarşılıqlı anlaşma yaratmaqdır.

Mehmanxananın xaricində PR – fəaliyyəti

PR vasitəsi ilə mehmanxana və restoranlarda ictimai işin aparılması, potensial müştərilərlə KİV, turizm firmaları, dövlət strukturları, investorlar və ittifaqlarla münasibətin qurulmasını nəzərdə tutur. PR məlumatları mətbuatda daha çox nəşr olunmalıdır. “Mətbuatla əlaqə” termini yalnız qəzet, jurnal və digər çap məhsullarına aid deyil, eyni zamanda, radio, TV nəzərdə tutur. “KİV ilə əlaqələr” termini geniş yayılmayıb. Nəşr edilmiş materiallar mütləq ünvanlı olmalı, məhz bu xüsusiyyəti mütəxəssis əlaqə yaradanda rəhbər tutmalıdır. Mətbuatla iş müəyyən olunmuş qaydalar üzrə qurulur. Bu zaman aşağıdakıları təyin etmək lazımdır:

- Potensial oxucuların dairəsi – yaş həddi, cinsi, ictimai vəziyyəti, siyasi və dini baxışları, milliyyəti, xüsusi maraqları;
- Nəşrin tirajı;
- Çap məhsulunun yayılma üsulu – mağazalarda satışı, poçt vasitəsi ilə yayılma, kompüter şəbəkəsi;
- Çap məhsulunun yayılan ərazisi;
- Çap məhsulu beynəlxalq, milli, regional, yerli ola bilər.

KİV məlumatlarının təqdim olunması

Müəyyən oxucu və mütəxəssis auditoriyasını cəlb edən yeni mövzular nəşr olunmalıdır. Çünki reklam mətnindən çox, yeni xəbərlər insanların marağına səbəb olur. Mətbuatda dərc olunmuş mətndə mehmanxananın adı və layihəsindən çox,

konkret fəaliyyəti əks olunmalıdır. Məsələn, mətndə belə göstərmək olar ki, “Ramada Baku” oteli qonaqlara yeni, müxtəlif, rəngarəng, keyfiyyətli xidmət növləri təklif edir və ya “Ramada Baku” otelinin restoranının baş aşbazı yeni, müxtəlif, dadlı, ləzzətli milli və Avropa yeməklərinin dequstasiyasını təşkil edir. Şəhərimizin sakinlərini və qonaqlarını yeni memarlıq üslubunda inşa olunmuş restorana bu ləziz yeməkləri dadmaq və qiymətləndirmək üçün dəvət edirik və s.

Nəşr olunmuş mətnin giriş hissəsi onun qısa məzmununu ümumiləşdirməlidir. Mətnin giriş hissəsinin səriştəli tərtib olunması, əsas məlumatın oxucuya düzgün çatdırılmasında mühüm rol oynayır.

Mətnin əvvəlində oxucuya mehmanxananın adı, bir və ya iki dəfədən artıq rast gəlməməlidir. Giriş hissəsindən sonra, mətnin əsas ideyasını göstərmək və qısa biznes-adlarını açıqlamaq üçün beş sualın (nə, kim, harada, nə vaxt, nə üçün) qaydalarına riayət olunmalı və oxucu mətndə bunlara dəqiq cavab almalıdır. Nəşrin mətni sadə olmalıdır.

Mətnin sonunda təşkilatın tam adı, məhsulun adı, ünvan və rabitə əlaqəsinin bütün növləri göstərilir. Mətnin mövzusu yeni məhsulun və xidmətlərin izah edilməsinə uyğun gəlir. Eksklüziv məqalə nəşrin əla üslubunu tələb edir, çünki, məqalə böyük həcmli olmalıdır. Yaxşı olardı ki, onu otelin baş direktorunun adından ismini gizli saxlayan professional mütəxəssis yazsın. Məqalənin birinci hissəsi (xülasə tələb olunmur), oxucuların diqqətini cəlb edib məqaləni bütövlükdə oxumağa maraq yaratmalıdır.

Yeni, dolğun məlumatlarla, yaxşı yazılmış və məşhur qəzet və jurnallarda çap olunmuş mövzular və mətnlər daha çox əhəmiyyət kəsb edir və mehmanxananın nüfuzunu artırır. Demək olar ki, bütün otellər KİV vasitəsi ilə reklamdən istifadə edirlər.

Mətbuatla qurulan keyfiyyətli, düzgün əlaqə dərc olunan məqalələrin sayından daha vacibdir. Bir sıra otellər

internet – reklamı üstün tuturlar. İnternetdən istifadə edən müştərilər, xidmət seçimi əldə edirlər.

PR aksiyaları

PR fəaliyyətinin (tədbirlərin) təşkili marketing üzrə menecerin vəzifəsinə daxildir. Bu fəaliyyətdə (tədbirlərdə) verilən məlumatların mötəbərliyi və tam ciddiliyi əsas prinsiplərdəndir. Mehmanxana və restoran işinin təcrübəsində geniş yayılmış olan, PR fəaliyyətləri müxtəlifdir:

- Müxtəlif növ xeyriyyə tədbirləri;
- Mehmanxanada incəsənət üzrə sərgilərin təşkili;
- Mehmanxana müştəriləri üçün kosmetik məhsulların təqdimatı;
- Moda nümayişləri, uşaqlar üçün karnavalların keçirilməsi;
- Müxtəlif regionların mətbəxlərinin müsabiqəsi;
- Mehmanxanada musiqi axşamları;
- Pivə və ya şərabların dequstasiyası;
- Moda evlərinin əməkdaşlığı ilə moda nümayişləri;
- Məşhur adamlar ilə tok şoular;
- Mehmanxananın baş aşbazının rəhbərliyi altında yeməklərin hazırlanması.

PR fəaliyyəti içərisində mətbuat tədbirlərinin təşkili mühüm yer tutur (müzakirələr, beynəlxalq müşavirələr, yubileylər, təqdimatlar). Mətbuat tədbirlərinin bir neçə növləri var. Mətbuat-konfransları KİV-in, müxtəlif təşkilatların nümayəndələri ilə görüşlərin təşkili. Mətbuat qəbulu – jurnalistlərlə görüşdə müəyyən olunmuş proqram üzrə sualların müzakirəsi, təqdimatların keçirilməsi, audio və video məlumatların nümayişləri. Mətbuat qəbulun hazırlığı bir neçə həftə çəkir. Mətbuat qəbul – dəvətə uyğun olaraq jurnalistlərin qrup şəklində qəbulu, məsələn, otelin yeni filialının rəsmi açılışına

KİV nümayəndələri dəvət olunur. KİV nümayəndələri ilə dostluq münasibətlərinə nail olmaq, mətbuat tədbirlərinin məqsədidir. Hər hansı mətbuat tədbirlərinin təşkilində, tarix və vaxtın seçimi elə planlaşdırılmalıdır ki, məlumat tez bir zamanda çap olunsun. Tarix, vaxt, dəvət edən şəxsin adı, soyadı, həmçinin bütün növ əlaqələrin göstərilməsi şərti ilə, jurnalistlərə dəvətnamələri əvvəlcədən yollamaq lazımdır (təxminən 1-2 həftə qabaq). Daha bir mühüm məsələ, TV və radio jurnalistləri digər mətbuat nümayəndələri ilə bir yerdə qəbul etmək məsləhət deyil. Onlar üçün başqa bir gün təyin etmək lazımdır.

Dialog, qiymətləndirmə və planlaşdırma vasitəsi ilə müştəridə otel haqqında müsbət imic və inam yaratmaq lazımdır ki, müştəridə qaldığı mehmanxana və göstərilən xidmətlərin keyfiyyətli olması barədə əminlik yaransın. PR fəaliyyətində şəxsi əlaqələrdən istifadə olunur və ikitərəfli yol hərəkətidir. Məlumat müştəriyə çatdırılırsa, eyni zamanda ondan da alınır. Mehmanxanada keçirilən bütün tədbir və təqdimatlar otelin effektiv işləməsinə, inkişafına kömək etməlidir.

Müştərilərlə təmas, ünsiyyət müxtəlif jurnal və qəzetlərdə çap olunan məlumatlar vasitəsi ilə yaradılır. Bu nəşrlərdə mehmanxananın fəaliyyəti tərtib etdiyi proqramlar, tədbirlər, xidmətlər haqqında məlumatlar verilir.

PR mehmanxananın uğurlu fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsidir. PR fəaliyyəti beynəlxalq şəbəkə sisteminə daxil olan mehmanxanalarda özünü daha aydın büruzə verir. Şəbəkə mehmanxanalarının korporativ üslubu var. Şəbəkəyə daxil olmayan mehmanxanalarda PR fəaliyyəti ilə marketinq bölməsi və ya direktor məşğul olur.

Çox vaxt jurnalistlərin faktları təhrif etməməsi üçün, otel haqqında məqalələri menecer özü yazır. Otelin nömrələrinin satışını aparmaq üçün, müştərilərə yeni, keyfiyyətli xidmətlər təklif olunur ki, bu da mehmanxananın ictimaiyyət qarşısında nüfuzunu artırır.

Mehmanxananın sərgi, konfrans, seminar və digər tədbirlərdə iştirakı, onun fəaliyyətinə effektiv təsir göstərir və imicini artırır. PR üsullarından biri də ictimai əks-sədaya səbəb ola bilən bayramlarda, sponsor tədbirlərində iştirakıdır. PR-ın uğurlu fəaliyyətlərindən biri müştərilər haqqında məlumat bazasının yaradılması və təhlil edilməsidir. Bu üsulla müştəriyə göstərilən xidmətlərdə çatışmamazlıqları aradan qaldırmaq mümkündür.

Bir qayda olaraq müştərilərin sorğu dəyişiklikləri, bilgiləri, tələbləri 3 kanal vasitəsi ilə çatdırılır: bunlar anket vasitəsi, şəxsi söhbət zamanı (adətən telefonla və ya qonağın oteldə qeydiyyatı zamanı) və aparılan yekun statistikanın nəticəsində aparılır.

Hər bir mehmanxana daimi müştəriləri uğrunda mübarizə aparır. Mehmanxananın arsenalında qonaqların qəbulu üçün müxtəlif maraqlı üsullardan istifadə olunur: kokteyllər, meyvə səbətləri, şampan şərabı, şokolad təklif edilir. Bir çox otellər xüsusi proqramlar keçirir: VIP – müştəriləri ilə görüş, təbrik məktubu və hədiyyə, əlavə pulsuz xidmətlər, mehmanxana, şəhərin mərkəzi və hava limanı arasında müntəzəm avtobus reyslərinin təşkili, daha yüksək dərəcəli nömrələrin əlavə ödənişsiz təqdim olunması, müştərilər üçün çamaşırxanalardan uzun müddətli güzəştlərin qurulması və s.

Mehmanxana biznesində PR fəaliyyətinin həyata keçirilməsində mühüm amillərdən biri reklam sayılır. Otellər zəngin reklam səhifələri və xüsusi sorğu nəşriyyat kitabçaları təklif edir. Bir çox otellərin öz xüsusi saytları mövcuddur.

Fəsil 4. Təsərrüfat şöbəsi (Housekeeping department)

Təsərrüfat şöbəsinin əsas funksiyası otelin nömrə fonduna xidmət göstərmək və təmiz saxlamaqdır. Bundan əlavə mehmanxananın ictimai yerlərinin yığışdırılması və təmizliyi bu şöbənin üzərinə düşür. Otelin müsafirləri, adətən, çox vaxtlarını nömrədə keçirirlər və buna görə nömrələrin təmiz saxlanması, mələfələrin vaxtında dəyişdirilməsi, lazımi ləvazimatlarla təmin olunması vacib şərtlərdəndir. Şöbədə nizam-intizam yüksək səviyyədə olmalı və şöbənin rəhbəri nömrələrin standartı uyğun düzgün yığışdırılmasına və fəaliyyətinə nəzarət etməlidir.

Otelin bütün sahələri dörd əsas hissəyə bölünür. İnzibati, xidmət göstərən, yardımçı və yaşayış:

- İnzibati yerlər: kabinetlər və vestibüldə yerləşən kommunikasiya-rabitə və digər sahələr;
- Xidməti yerlər: ictimai və ümumi istifadə olunan sahələr (konfrans zalı), musiqi salonları (diskoteka, bar) və s.;
- Yardımçı yerlər: təsərrüfat və anbar sahələri (mələfələr və inventar saxlanılan yer, təmir sexi, çamaşırxana);
- Yaşayış sahələri: bütün dərəcədə olan nömrələr və onlarla əlaqəli məişət sahələri.

Mehmanxana ərazisinin əsas hissəsini yaşayış üçün olan nömrələr və onlarla bağlı olan köməkçi və xidmət sahələri tutur.

Mehmanxana nömrələrində müsafirin yaşaması üçün zəruri olan hər bir şey olmalıdır. Nömrədə istirahət, yatmaq, işləmək və qonaq qəbul etmək üçün yer, şərait və ləvazimat olmalıdır.

Nömrə fondu – müxtəlif kateqoriyalara aid olan bütün nömrələrin ümumi məcmusudur (cəmidir).

Nömrə – bir və ya bir neçə yerlik yaşayış yerindən ibarət olan, tələbatlara uyğun avadanlıqla təmin olunmuş, mehmanxana tərəfindən təqdim olunan yaşayış yeridir.

Çarpayı-yer – yatmaq üçün yer, bir nəfərin istifadəsi üçün nəzərdə tutulur.

4.1. Mehmanxana nömrələrinin təsnifatı

Mehmanxana nömrələri müxtəlif əsaslarla təsnif edilir: yerlərin sayına görə, bir yerli, iki yerli, üç yerli və s. Mehmanxanada bir yerli nömrə, daha yüksək dərəcəli nömrəyə bir qonağın yerləşdirilməsi üçün nəzərdə tutulur və daha sərfəlidir. İki yerli nömrələr eyni vaxtda iki müştərinin yaşayışı üçün nəzərdə tutulur. Burada iki çarpayı ola bilər: bir-birindən aralı və ya birləşdirilmiş iki çarpayı və yaxud ər-arvad üçün nəzərdə tutulmuş iki yerli böyük çarpayı (french bed). Təyinatına görə **biznes-klass** nömrələr işgüzar və ezamiyyətdə olan qonaqlar üçün nəzərdə tutulur. Bu halda standart otaqdan fərqli olaraq burada işləmək üçün də şərait yaratmaq lazımdır (iş stolu, telefon, faks, kompüter).

Ekonom klass nömrələr: maliyyə imkanları məhdud olan qonaqları yerləşdirmək üçün nəzərdə tutulur. Bu nömrələr yığcam, bahalı olmayan avadanlıqla təchiz olunur (otaqda çarpayı, tumba, stol, stul, şkaf, vanna otağı, tualet, soyuducu, televizor) və qiymətləri müvafiqdir.

Apartamentlər: iki, üç, dörd otaqlı nömrələr, uzun müddətə ailəli qonaqların yaşaması üçün nəzərdə tutulur. Bu nömrələr lazımı avadanlıq və ləvazimatlarla təchiz olunur (kofe bişirən, mikrodalğalı soba, mikser).

Lüks nömrələr: üç, dörd otaqlı (45 m^2 –dən az olmayan və ya mətbəxi olmaya bilər) nömrələr. Bu dərəcəli nömrələr daha bahalı olur.

Bundan başqa aşağıda göstərilən nömrə kateqoriyaları müəyyən edilmişdir:

Syuit: ümumi sahəsi 75 m² –dən az olmayan üç və daha çox yaşayış üçün nəzərdə tutulmuş otaqdan (qonaq otağı və ya mətbəx, iş otağı və yataq otağı) ibarət olan, geniş iki yerli yataq çarpayısı (200 × 200 sm) və əlavə qonaq üçün ayrıca tualeti olan nömrədir.

Apartament: ümumi sahəsi 40 m² –dən az olmayan iki və daha çox otaqdan (qonaq otağı və ya mətbəx, yataq otağı) ibarət olan, mətbəx avadanlığı və ləvazimatları olan nömrə.

Lyuks: ümumi sahəsi 35 m² –dən az olmayan iki otaqdan ibarət olan (yataq və qonaq otağı) bir və ya iki nəfərin yaşaması üçün nəzərdə tutulan nömrə.

Studiya: ümumi sahəsi 25 m² –dən az olmayan bir otaqlı, lakin yataq otağının yarısı qonaq otağı, mətbəx və ya iş otağı kimi işlədilən, bir və ya iki nəfərin yaşaması üçün nəzərdə tutulan nömrələr.

Birinci dərəcəli nömrə: bir yaşayış otağından və sanitariya qovşağından (vanna və ya duş, unitaz, əlüzyuyan) ibarət, iki yataqlı nömrə, bir və ya iki nəfərin yaşaması üçün nəzərdə tutulub.

İkinci dərəcəli nömrə: bir yaşayış otağı və natamam sanitariya qovşağından (əlüzyuyan, unitaz) və ya iki ayrıca otaq və arasında yerləşmiş tam sanitariya qovşağından ibarət nömrə, bir və ya iki adam üçün nəzərdə tutulur.

Üçüncü dərəcəli nömrə: üç və ya daha çox çarpayısı və natamam sanitariya qovşağı olan nömrə və ya iki və daha çox otağın, çoxlu çarpayısı və tam sanitariya qovşağı olan nömrə (il boyu fəaliyyət göstərən oteldə hər bir adama 6 m², mövsümdə fəaliyyət göstərən oteldə 4.5 m² yaşayış sahəsi düşür).

Nömrələrin təsnifatının Avropa standartları.

Avropa otellərində nömrələr aşağıdakı kimi təsnif edilir:

- Double twin – iki çarpayılı nömrə;
- Triple – iki çarpayılı və divanı olan (divanda uşaq da yata bilər) nömrə;

- Single – double twin ölçüsündə, lakin bir çarpayılı nömrədir. Bəzən bir müştəri iki nəfərlik nömrəyə yerləşdirilir. Bu zaman bir çarpayı və əlavə çarpayının 25%-nin pulunu ödəməli olur. Bu üsul, “double for, single use” adlanır.
- Junior suite – daha müasir planda, iki yerli bir otaqlı nömrədir.
- De luxe – Junior suite ölçüsündə, lakin tərtibatı daha zəngin olan nömrədir.
- Suite – yüksək keyfiyyətli mebel və avadanlıqlarla təchiz olunmuş yataq və qonaq otağından ibarət nömrə.
- Business – iş görmək üçün, kompüter və faks ilə təchiz olunmuş böyük nömrə.
- Family studio – ailə üçün nəzərdə tutulan, bir-birinə keçidi olan iki birləşmiş otaq.
- President – bir neçə yataq otağı, kabinet, 2-3 tualeti olan, mehmanxananın ən müasir və bahalı nömrəsi.

4.2. Nömrə fondunun yığışdırılması və təmizlənməsi

Mehmanxana fasiləsiz xidmət göstərən bir müəssisədir və buna görə də yüksək sanitariya-gigiyenik qaydalara riayət olunması vacibdir. Dərəcəsi asılı olmayaraq mehmanxana təmiz və səliqəli olmalıdır.

Bütün sanitariya-gigiyenik qaydalara riayət etməklə otaqların yüksək səviyyədə yığışdırılması və təmizliyinin əldə edilməsi üçün, mehmanxana aşağıdakılara əməl etməlidir:

- Hazırlıq keçmiş, yüksək ixtisaslı personal olmalıdır;
- Bütün müasir və lazımi təmizlik avadanlıqları və ləvazimatları ilə təchiz olunmalıdır;
- Müasir təmizləyici maşın və mexanizmlərə malik olmalıdır;

Burada əsas şərt, nömrənin yığışdırılması və təmizliyinə ayrılan vaxtın düzgün bölünməsidir. Təmizlik işi apararkən bir neçə mühüm prinsiplərə diqqət etmək lazımdır:

- Mərtəbədə çalışan işçilər qonaqlarla mümkün qədər az qarşılaşmalıdır;
- Təmizləyici avadanlıqlar və əşyalar, ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş yerlərdə saxlanılmamalıdır;
- Təmizlik işi görən zaman, xadimə şəxsi işləri ilə məşğul olmamalıdır;

Bütün bunların lazımi səviyyədə yerinə yetirilməsi, həmin oteldə mədəni xidmətin yüksək səviyyəsindən xəbər verir. Təsərrüfat şöbəsinin müdiri otelin və onun nömrələrinin təmizliyinə cavabdehdir. Adətən onun bir neçə köməkçisi olur (baş xadimələr (supervisor) və onlar mərtəbə və həyətəni sahələrə aid olan yerlərin təmizliyinə cavabdehdir.

Təsərrüfat şöbəsi (Housekeeping department) qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsi ilə birbaşa əlaqədədir. Təsərrüfat şöbəsi otaqların vəziyyəti haqqında məlumatlarını, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin məlumatları ilə tutuşdurur. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsindən qonağın nömrəni tərk etməsi barədə Təsərrüfat şöbəsinə məlumat daxil olur və bu məlumat şöbənin jurnalındakı qrafada qeyd olunur. Jurnalın digər qrafasında, otağı yığışdıran xadimələrin soyadı qeyd olunur. Otağı yığışdırıb təmizləyəndən sonra, jurnalda bu barədə qeyd edilir. Nömrənin hazır olması, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinə bildirilir. Mərtəbə xadimələri bir sıra xüsusi təhlükəsizlik qaydalarına riayət etməlidirlər:

- Nömrənin açarını unutmuş qonaq və ya texniki servis işçiləri üçün icazəsiz qapı açmamalıdır;
- Nömrənin açarını daima üzərində saxlamalı, öz iş arabasının üzərinə qoymamalıdır;
- Nömrənin yığışdırılması zamanı qapı açıq olmalı, lakin otağın giriş hissəsi təmizlik iş arabası ilə kəsilməlidir;

- Xadimə şübhəli müştərilər gördükdə (qonaq nömrədə gecələməyib və ya əşyası yoxdur), təhlükəsizlik bölməsinə xəbər verməlidir;

Xadimələr adətən iki növbədə çalışır: 07:00-dan 16:00-a qədər və 16:00-dan 24:00-a qədər. Hər xadimə üçün yığışdırıb təmizləməsi üçün normativ otaq sayı, mehmanxananın dərəcəsindən, nömrələrin ölçülərindən və təmizliyin növündən (qonaq otağı tərk edəndən sonra tam yığışdırılma və ya müştəri olan otağın gündəlik yığışdırılması və təmizlənməsi) asılı olaraq 11-18 nömrə təşkil edir. Mehmanxananın bütün sahələrinin təmizlənməsi üçün müfəssəl təlimatlar işlənib hazırlanır.

Yaşayış nömrələrinin yığışdırılması və təmizlənməsinin aşağıdakı növləri vardır:

- Qonaq üçün bron olunmuş nömrənin yığışdırılması;
- Qonaq oteli tərk edəndən sonra yığışdırmaq;
- Nömrələrin gündəlik cari yığışdırılması;
- Nömrələrin ekspress yığışdırılması;
- Nömrələrin əsaslı yığışdırılması.

Qonaq üçün bron olunmuş nömrənin ilk növbədə yığışdırılmasının məqsədi, qonaq tərəfindən sifariş olunmuş nömrəni əvvəlcədən tam hazırlamaqdır.

Bronlu nömrələrin yığışdırılması və təmizlənməsi işinə aşağıdakılar daxildir:

- Nəm əsgisi ilə nömrənin silinməsi;
- Quru əsgisi ilə nömrənin silinməsi;
- Döşəmənin nəm əsgisi ilə silinməsi.

Ekspress təmizlik. Nömrənin yığışdırılması və bu növ təmizliyi nömrədə yaşayan qonağın arzusu ilə aparılır. Ekspress yığışdırma və təmizliyə aşağıdakılar daxildir:

- Nömrədəki zibillərin atılması;
- Qab-qacaqların yuyulması;

- Nahar masasının silinməsi;
- Yataq dəstinin yenidən yığılması;
- Yataq dəstinin dəyişdirilməsi;
- Sanitar qovşağının yığışdırılması (əlüzyuayanın, vannanın, unitazın yuyulması);
- Vannanın hazırlanması;
- Məhrəbaların dəyişdirilməsi;
- Döşəmələrin yuyulması və ya tozsoran vasitəsi ilə təmizlənməsi.

Mehmanxanada və onun nömrələrində aparılan bütün növ yığışdırma və təmizlik işlərində mütləq təmizlik avadanlıqları və ləvazimatlarından istifadə olunur.

Nömrənin əsaslı yığışdırılması və təmizlənməsi.

Nömrənin əsaslı yığışdırılması və təmizlənməsinin aparılmasının məqsədi aşağıdakılardır:

- Nömrənin yığışdırılması və təmizliyi müxtəlif avadanlıq, ləvazimat və məşinlərlə həyata keçirilir;
- Əsaslı yığışdırma və təmizlik nömrənin hərtərəfli və tam yığışdırılmasını təmin edir;
- Nömrələrin əsaslı yığışdırılması və təmizliyi sanitariya-gigiyenik normalara uyğun, müvafiq müddətdə keçirilməlidir. Nömrələrin interyerində lazımı kosmetik təmir işlərini aparmaq lazımdır (divar kağızlarının yığışdırılması, rəngləmə və s.);
- Nömrələrə baxış keçirmək, qonaqların yaşaması üçün otağın hazır olduğunu yoxlamaq və müxtəlif kommunikasiya sistemlərində olan çatışmamazlıqları üzə çıxarmaq.

Nömrələrin əsaslı yığışdırılması və təmizliyinin aparılması üçün aşağıdakı işlər görülməlidir:

- Divarların yuyulması və quru əsgilə silinməsi;
- Havalandırma qurğusunun çərçivələrini silib təmizləmək;

- Pərdələrin, döşəklərin təmizlənməsi;
- Pəncərə və qapıların yuyulub təmizlənməsi.

Nömrələrin əsaslı yığışdırılması və təmizliyində görülən əlavə işlər:

- Döşəmə və xalının yuyulması, döşəmələrin rənglənməsi, silinməsi və s.;
- Tavanın, divarların, havalandırma çərçivələrinin mexaniki yuyulması;
- Pəncərə çərçivələrinin ildə 2 dəfə yuyulması;
- Pəncərə pərdələrinin mexaniki üsulla toplanması və təmizlənməsi;
- Pərdələrin yuyulması;
- İşıqlandırıcı cihazların yuyulması;

Əsaslı yığışdırma və təmizlik 7-10-14 gündən bir keçirilir. Mehmanxanada bir qayda olaraq hər bir otaq yığışdıran xadiməyə müəyyən sayda nömrələr təhkim olunur. Nömrələrin yığışdırma və təmizliyinə az əmək, vaxt və ləvazimat sərf edərək aparılması üçün, aşağıda göstərilən ardıcılığa diqqət etmək lazımdır.

Çox otaqlı nömrənin yığışdırılması və təmizlənməsi aşağıdakı kimi aparılır:

- Yataq otağı;
- Qonaq otağı;
- Mətbəx (yemək otağı);
- Kabinet;
- Giriş (dəhliz);
- Sanitar qovşağı;

Nömrələrin böyüklüyündən və təchizatından asılı olaraq, onu yığışdırmağa 20-30 dəqiqə vaxt sərf edilməlidir. Yığışdırma və təmizlik işini yerinə yetirərkən növbəti prinsiplərə əməl etmək məsləhət görülür: yığışdırma və təmizlik işi saat əqrəbi və ya saat əqrəbinin əksi istiqamətində ardıcıl aparılır ki, heç bir əşya və sahə gözdən yayınmasın. Təmizliyin

keyfiyyəti baş xadimə (supervisor) tərəfindən təlimatlandırılır və nəzarət edilir.

Nömrələrin gündəlik yığışdırılması və təmizliyinin ardıcıl aparılması.

Yığışdırılma və təmizlik işi aparılan zaman ilk növbədə nömrənin havası dəyişdirilməlidir. **Üç otaqlı nömrələrin** yığışdırılmasında aşağıdakı ardıcillıq saxlanılır: əvvəlcə yataq otağı, sonra qonaq otağı, kabinet, giriş və sonda sanitar qovşağı yığışdırılır və təmizlənir. **İki otaqlı nömrələrdə** ilk öncə yataq otağı, sonra isə qonaq otağı və sanitar qovşağı yığışdırılır və təmizlənir. Bir otaqlı nömrələrdə isə nahar masasından başlamaq daha məqsədə uyğundur. Əgər masanın üstündə yemək qalıbsa, onları soyuducuya qoymaq və ya üstünü salfetlə ortmək lazımdır. Əgər yemək restorandan gəlibsə, o zaman ofisiant çağırılır, restorana məxsus qablar göndərilir, nömrəyə aid olan qablar isə yuyulub qurudulur və şkafa qoyulur. Bir çox otellərdə nahar masasının üstü plastıkdən olur. Onu əvvəlcə nəm, sonra isə quru əsgı ilə silmək məsləhətdır. Əgər masanın üstü hamardırsa (polırovka), yaş əsgı ilə silmək, masanın üstündə süfrə varsa onu çırpmaq, lazım gəldıkdə isə dəyişmək lazımdır.

Bundan sonra xadimə yataq dəstını yığışdırır. Burada bir çox üsullar vardır. Əsas ardıcillıq isə belədir: yataq ədyaı, mələfə, balış stulun üzərinə qoyulur, döşək, havalandırmaq üçün bir neçə dəfə çevrilir. Lazım gələrsə, mələfə və döşək üzü dəyişdirilir. Otelin meneceri işlədilən döşək ağılarının keyfiyyətinə nəzarət etməlidir. Nömrəyə əzilmiş, kirlənmiş, dəliyi olan və ləkəli mələfələr vermək olmaz. Mələfələr və **döşək ağıları tər-təmiz yuyulmalı, nişastalanmalı və yaxşıca ütülənməlidir.**

Mələfələrdə nöqsan aşkar edildikdə onu mütləq dəyişdirmək və **təhvil vermək** lazımdır. Onları çirkli mələfələrə qatmaq olmaz. Əgər mələfə müştərinin günahı üzündən yararsız hala gəlibsə, bu zaman xadimə bu barədə mərtəbə nəzarətçisinə məlumat verməlidir. Bu zaman otağın təmizliyinin aparılması və mələfənin dəyişdirilməsini qonağın yanında etmək və ona mübahisəli məsələni başa salmaq lazımdır. Mələfələrin dəyişdirilməsi xadimələr və ya baş xadimələr tərəfindən aparılır. Bunun üçün mərtəbədə olan otaqların sayının 20%-i qədər əlavə mələfələr, döşək üzləri və s. saxlamaq lazımdır. Əgər bu mümkün olarsa, xadimə, günün istənilən saatında mələfənin dəyişdirilməsi işini yerinə yetirə bilər. Xadimə növbə ərzində dəyişəcəyi mələfələri ayrıca şkafda saxlamalıdır.

Daha bir mühüm məsələ ondan ibarətdir ki, qonaq nömrədə olarkən, mələfələr, döşək üzləri dəyişdirilməməli və yığışdırılmamış və təmizlənməmiş otağa qonaq əşyalarını qoymamalıdır. Mehmanxana mələfələrinin yuyulması mehmanxananın çamaşırxanasında aparılır. Çamaşırxana işçiləri mərtəbə xadimələrindən istifadə olunmuş mələfələri qəbul edirlər. Mərtəbədən çıxan çirkli mələfələr xüsusi çeşidlənir, kisələrə yığılıb qaimə ilə çamaşırxanaya göndərilir, yuyulandan sonra baxılır, çamaşırxananın günahı üzündən hər hansı qüsurlar əmələ gəlibsə, bu zaman tələbnamə yazılır.

Yataq dəstini yığışdırandan sonra xadimə yazı masasını yığışdırır. Xadimə masanın üstündə olan kitabları, əlyazmaları, işgüzar kağızları oxumamalıdır. Xadimə külqabını təmizləyərkən, əlavə şeylərin qalmamasına diqqət etmək lazımdır. Sonra nəm əsgilə telefon aparatının və masaüstü lampanı, quru əsgilə isə kitabları, jurnalları, və televizoru silmək lazımdır.

Bundan sonra xadimə xalıları, çarpayı önündəki kiçik xalıları, pərdələri, yumşaq mebelləri təmizləməli və həmçinin divardakı və yerdəki tozları tozsoran vasitəsi ilə almalıdır. Tozsoranla işlədiyi zaman xadimə təhlükəsizlik qaydalarına

riayət etməlidir. Əgər oteldə tozsoran yoxdursa, xalılar, xali döşəmələri, çarpayı önündəki kiçik xalıları nəm süpürgə ilə xalıların xovu istiqamətində sürtməklə təmizləməlidir. Süpürən zaman ehtiyatlı olmaq lazımdır ki, su parketə keçməsin. Tozsoranla işlədikdən sonra xadimə döşəmə haşiyəsini və radiatorları silməlidir. Paltar şkaflını hər gün açıb havalandırmaq və nəzarət etmək lazımdır. Orada paltar asmaq üçün lazımi sayda asılqan olmalıdır. Nömrələrdə ayrıca yerlərdə paltar, ayaqqabılar üçün şotkalar, butulka açmaq üçün ləvazimatlar qoyulur. Xadimə, soyuducunun, TV, radio aparatların işləməsinə nəzarət etməlidir. Nasazlıq aşkar olunduqda, baş xadiməyə xəbər verməlidir.

Nömrələrin sanitar qovşaqlarının yığışdırılması və təmizlənməsi. Nömrənin otaqlarını yığışdırıb təmizləyəndən sonra xadimə, sanitar qovşağını yığışdırır və təmizləməyə başlayır. İşə başlamazdan əvvəl o, xüsusi geyimləri (rezin önlük, rezin və ya kapron əlcəklər, baş örtüyü) geyməlidir.

Sanitar qovşağının yığışdırılıb və təmizlənməsi aşağıdakı ardıcılıqla aparılır:

- Şüşədən olan tualet rəfləri və ləvazimatları təmizləmək;
- Əlüzyuyanlar;
- Vanna;
- Kafellər;
- Unitaz;
- Bide;
- Döşəmə.

Güzgünü nəm əsgilə silib, quru əsgilə qurudurlar. Şüşəli tualet rəfləri hər iki üzdən sabunlu mayelərlə yuyulur, sonra isə quru əsgilə qurudulur. Güzgü önündəki stəkan və sabun qabı bu üsulla yuyulur.

Əlüzyuyanlar xüsusi təmizləyici tozlar və ya ləkələri aparmaq üçün digər təmizləyici vasitələrlə yuyulur, su ilə yaxalanır, dezinfeksiya edici maye tökülür və bir daha su ilə

yaxalanır və qurulanır. Vanna, unitaz və bide də bu üsulla yuyulur.

Vannanın üstündəki divardakı kafellərdə sabun köpüyünün ləkələri hər gün təmiz ağ əsgə ilə silinir. Ən sonda unitaz yuyulur. Bu zaman xadimə mütləq əlcək geyməlidir. Hamamdakı rezin ayaqaltı bir neçə dəfə isti və soyuq su ilə yuyulur və xlorlu məhlul ilə yaxalanılır. Təmizlik işləri qurtarıqdan sonra xadimə, tualet kağızının, xüsusi forma nişanları olan sabunların olmasını, üzqırخان aparatının taxıldığı rozetkanın işləməsini, məhrabaların təmizliyini yoxlamalı, lazım gəldikdə onları yenisi ilə dəyişməlidir.

Xadimənin işə hazırlaşması. Xadimə işə başlamaq üçün aşağıdakıları yerinə yetirməli, baş xadimədən hansı otaqların yığışdırılması, təmizlənməsi işləri barədə aşağıdakı göstərişləri almalıdır:

- Uniforma (onun görünüşü otelin imkanlarından və dərəcəsiindən asılıdır) və ayaqqabı geyinməli;
- Nömrələrin açarlarını təhvil almalı;
- Ləvazimatları bir daha yoxlamalı: yeni mələfələrlə almalı, reklam materialları götürməli, xadimə arabasını hazırlamalıdır.

Xadimə bütün növ təmizlik işlərini aparmaq üçün normativ vaxtı bilməlidir. Bu, ona, lazım olan işi qısa vaxt ərzində görməyə imkan verir.

Otaqda işləyən xadiməyə aşağıda göstərilən hərəkətlər qadağandır:

- Nömrənin qapısını içəri tərəfdən bağlayıb işləmək;
- Televizora baxmaq, musiqiyə qulaq asmaq;
- Nömrəyə məxsus tualet, vannadan, avadanlıq və ləvazimatlardan istifadə etmək;
- Nömrədə siqaret çəkmək;
- Nömrədə işsiz oturub dincəlmək, çarpayıda uzanıb yatmaq;

- Qonaqla otaqda oturub söhbət etmək;
- Arabanı dəhlizdə qapının yanında saxlamaq;
- Qonağın şəxsi əşyalarına toxunmaq, yazı masasının üstündəki hər hansı kağızları icazəsiz tullamaq;
Xadimə mədəni şəkildə otağa girmək qaydalarını bilməli, lazım gəldikdə qonağın suallarına cavab verməlidir.

4.3. Ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş ictimai sahələrin yığışdırılması və təmizlənməsinin təşkili (Public Area)

Təsərrüfat şöbəsi, nömrələrin yığışdırılmasından başqa, dəhlizlərin, vestibülün, soyunub-geyinmə otaqlarının, ofislərin, xidmət və yardımçı yerlərin, pilləkənlərin, istirahət və kütləvi tədbirlər keçirilən yerlərin yığışdırılıb təmizlənməsini həyata keçirir. Bu sahələrin əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu ictimai yerlərdə insan axını daha çoxdur.

Ümumi istifadə üçün olan ictimai yerlər adətən səhər tezdən, axşam və ya gecə yığışdırılır. Ümumi ictimai sahələrin yığışdırılıb təmizlənməsi işi aşağıdakı qaydalarla aparılır:

- Yuyucu vasitələrlə döşəmələrin yuyulması, döşəmənin mexaniki yuyulması;
- Xüsusi vasitələrlə metal alətlərin və avadanlıqların sürtülüb təmizlənməsi;
- Şüşələrin, qapıların, çərçivələrin, pəncərə altlarının və güzgülərin təmizlənməsi;
- Zibil qutularındakı zibillərin atılması;
- Külqabıda olan zibillərin atılması və silinməsi;
- Masa və sütunların tozunun alınması, qaydaya salınması.

Ümumi ictimai sahələrin təmizlənməsi aşağıdakı ardıcılıqla yerinə yetirilir:

- Yığışdırılan yerin havalandırılması, kreslo və divanların, jurnal masalarının, gül qablarının, güzgülərin tozunun alınması;
- Parket döşəmələrdən tozsoran vasitəsi ilə tozun alınması;
- Bütün digər döşəmələrin, o cümlədən vestibül döşəmələrinin yuyulması.
- Nömrələrdə elektrik cihazlarını əvvəlcədən şəbəkədən çıxarıb, silmək və təmizləmək lazımdır.

Parket döşəmələr hər həftə möhkəmcə sıxılmış əsgilə yuyulur, yumşaq mebellər tozsoran vasitəsi ilə təmizlənir, nəm əsgilə pəncərə blokları və pəncərə altları təmizlənir. Ayda bir dəfədən az olmayaraq qapılar yuyulur, litoqrafik yerlər, şəkillər, tavan və divar lampaları silinir.

Hər iki aydan bir divarların yuxarı hissələri, tavanlar silinib təmizlənir, pərdələr dəyişdirilir, səbətlər təmizlənir. İldə iki dəfədən az olmayaraq şüşələr yuyulur (yaz və payızda). Parket döşəmələr ehtiyac olduqda sürtülüb parıldadılır. Gündüz vaxtı xadimələr və şvesarlar vüstitibülün giriş qapısının, pəncərənin təmizliyinə nəzarət edir vestibül qablarında, kül-qabılarda yığılmış zibilləri atır, sütunları təmizləyir.

Təmizlik işinin məqsədi təkcə mehmanxananın cazibədarlıq imicini yaratmaq deyil, otelin təmizliyi qonaqların sağlamlığı, mebellərin, xalılarının və digər mehmanxana avadanlıqlarının və ləvazimatların ömrünün uzadılması üçündür.

Təsərrüfat şöbəsinə otelin çamaşırxanası və paltarların kimyəvi təmizlənməsi xidməti də daxildir. Bu xidmətlər qonaqlara müxtəlif üsullarla göstərilir. Bu xidmətlər otelin fəaliyyəti nəzdində ola bilər və ya mehmanxanadan kənarında müqavilə əsasında fəaliyyət göstərən firma ilə həyata keçirilə bilər.

Oteldə hər hansı bir üsulun tətbiq edilməsinə baxmayaraq, hər bir halda qonaqlardan qəbul olunan əşyalar (paltar və s.) jurnalda qeyd olunur, çamaşrxanaya göndərilir və xidmət tez yerinə yetirilir.

Otelin mələfələrinin, ağlarının yuyulması, nömrənin hesabına, salfet, süfrələrin yuyulması restoran yeməklərinin qiymətlərinə daxildir.

Paltarların yuyulması və kimyəvi təmizlənməsinin qiymətləri ayrıca hesabda göstərilir və xüsusi paketdə qonaqlara təqdim olunur.

Fəsil 5. Mehmanxananın təhlükəsizlik bölməsi (Security)

Təhlükəsizlik problemləri son illərdə, xüsusilə də mehmanxana biznesində daha da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq münaqişələr, cinayət və terrorizm dalğası partlayıcı maddələrin və qeyri-qanuni silah alveri, bütün bu amillər qonaqpərvərlik sənayesinə öz təsirini göstərir. Mehmanxananın qonaqlarının və personalın təhlükəsizliyi vacib məsələlərdən biridir. Mehmanxana biznesini inkişaf etdirmək, daha çox turist axınını təşkil etmək üçün təhlükəsizlik sisteminə müasir səviyyəyə çatdırmaq lazımdır. Təhlükəsizlik məsələlərini, xüsusən terror təhlükəsini aradan qaldırmaq üçün mehmanxana müxtəlif vasitələrdən, o cümlədən texniki, metodiki, təşkilati və digər üsulları işləyib hazırlamalıdır. Bunun üçün ilk növbədə təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşlarının peşə hazırlığına və onların texniki vasitələrlə təchizatına diqqət verilməlidir.

Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşlarının gündəlik fəaliyyəti, mühafizə olunan ərazini diqqətlə yoxlamaq, növbədə olan bölmələrlə mütəmadi əlaqə yaratmaq, şübhəli şəxslər və əşyalar haqqında məlumat mübadiləsi aparmaq və s. ibarətdir.

Təhlükəsizlik bölməsinin əsas vəzifəsi baş vermiş cinayətləri təhqiq etmək deyil, qarşısını almaqdır. Bunun üçün bölmənin əməkdaşları **qabaqlayıcı tədbirlər görməlidir**. Bölmənin əməkdaşlarının, polisdən fərqli olaraq istintaq aparmaq imkanları və hüquqları məhduddur. Təhlükəsizlik bölməsi, polis yerli bölmələri ilə sıx əməkdaşlıq etməli, gözlənilən mitinq, ixtişaşlar, mehmanxanaya arzu olunmayan qonaqların gəlməsi və s. haqqında məlumatlar əldə edə bilər və mehmanxana buna hazırlaşır və tədbirlər görür.

Mehmanxanada qonaqların rahat və sakit yaşayış dincəlməsi üçün təhlükəsizlik bölməsi, sutka ərzində aktiv fəaliyyət göstərməlidir. **Bölmə, otelin təhlükəsizlik planını işləyib hazırlayır, digər şöbə və bölmələr ilə bu planı**

müzakirə edir, tam tərtib edib baş direktorun təsdiqinə verir. Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşları, etibarlı, təmkinli, satın alınmayan insanlar olmalıdır. Bu bölməyə, adətən keçmişdə hüquq-mühafizə orqanlarında çalışmış, təcrübəli, peşəkar işçilər dəvət olunur. Bu bölmənin əməkdaşları, qonaqlarla nəzakət və ədəblə davranmalıdırlar.

Bölməyə işə götürülən işçilər mütləq təlim keçir, otellə, onun bölmə və şöbələri ilə yaxından tanış olurlar. Bölmənin işçiləri, zərurət yaranarsa ilk tibbi yardım göstərə bilməlidirlər. Təhlükəsizlik bölməsinin hər bir əməkdaşı hüquq və vəzifəsini yaxşı öyrənməli, otelin fəaliyyətinə aid təlimatı, qanun və sərəncamları bilməlidirlər. Təhlükəsizlik bölməsi, sənədlərin saxlanılması, hesabatları tərtib etmək, təhqiqat aparmaq üçün texnika və monitorlarla təchiz olunmuş xidməti otaqları olmalıdır.

Bölmə əməkdaşlarının növbəni dəyişmə vaxtı elə tərtib olunmalıdır ki, digər bölmələrin növbə dəyişməsi ilə üst-üstə düşməsin və eyni vaxtda olmasın. Bu, ona görə edilir ki, bütün **növbələrin dəyişməsi eyni vaxtda olarsa, mehmanxanaya, bölmələrə və digər obyektlərə nəzarət diqqətdən yayına bilər.**

Təhlükəsizlik bölməsi texniki vasitələrlə, izləyici kameralar, monitorlar, radioəlaqə yaradan cihazlar və s. təchiz olunmalıdır. Nömrələrdəki seyflər, qapılardakı kilidlər, açarlar və s. bölmənin nəzarətində olmalıdır. Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşlarına dəyənək və tapanca gəzdirmək məsləhət görülmür. Bu atributlar (əlamət) oteldə yaşayan qonaqları qıcıqlandırır və narazılıq doğura bilər.

Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşlarının pencəyinin yaxasında bölməyə məxsus nişan (kart), soyadı olmalıdır ki, qonaq zərurət yaranarsa, ona müraciət edə bilsin.

5.1. Təhlükəsizlik bölməsinin funksiyası

Təhlükəsizlik bölməsinin funksiyası müxtəlifdir və mehmanxananın fəaliyyətində mühüm rol oynayır. Bölmənin əsas funksiyası, otelin daxilində yerləşən sahələrə, xaricində yerləşən ərazilərə nəzarət etmək və keşik çəkməkdir. Bundan başqa, bölmənin funksiyasında otelin əməkdaşlarının təhlükəsizlik qaydalarına əməl etməsini tələb etmək, kənar və şübhəli şəxslərin, otelin qadağan olunmuş yerlərinə daxil olmasının qarşısını almaq, qonaqların otelin daxili intizam qaydalarına riayət etməsinə nəzarət etmək, yanğından mühafizə qaydalarına diqqət yetirmək və s. daxildir. Memanxanada böyük tədbirlər (konfrans, konsert, mərasim və s.) keçirilən zaman, bölmənin işçiləri səfərbər olunur, nəzarət ikiqat artır, məsuliyyət çoxalır.

Tədbirlər keçirilən ərazi diqqətlə yoxlanılır, təhlükəsizlik tədbirləri görülür, hətta lazım gələrsə partlayıcı maddələrin axtarışı üçün **kinoloq dəvət olunur**.

Tədbirlərin müvəffəqiyyətlə keçməsi üçün məsuliyyət birinci növbədə təhlükəsizlik bölməsinin üzərinə düşür. Bildiyimiz kimi, otelin əməkdaşları, mehmanxanaya **xidməti girişdən, xüsusi buraxılışla daxil olurlar**. Bölmənin əməkdaşları xidməti girişdən kənar şəxslərin daxil olmasının qarşısını almalı və buna imkan verməməlidir. Mehmanxanaya sərxoş daxil olmaq istəyən, xuliqanlıq, əxlaqsız hərəkətlərə yol verən, otelin işçilərini təhqir edən və s. adamları bölmənin əməkdaşları təmkinlə və sakitcə təcrid etməli və neytrallaşdırmalıdır. Çalışmaq lazımdır ki, bu kimi xoşa gəlməz hallardan qonaqlar ziyan çəkməsin və baş vermiş hadisəni hiss etməsinlər.

Qonaqlar mehmanxananın əsas giriş qapısından daxil olur və onları şvesarlar (qapıçılar) qarşılayır. Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşları əsas giriş qapısına da nəzarət edirlər. Otelin zəruri olan bütün yerlərində (holl, mərtəbə, dəhliz,

kassirin iş yeri, qəbul və xidmət şöbəsi və s.) videonəzarət kameralarının qoyulması təhlükəsizlik baxımından məqsədə uyğundur. Bundan əlavə otelin xaricində (fasadın qabaq və arxa tərəfində, küçə tərəfdən otelə yaxın əraziləri izləmək üçün) videonəzarət kameraları qurulur ki, bu da otelin təhlükəsizliyini təmin edə bilən amildir. Mehmanxananın daxilində və xaricində (nömrə fondundan başqa) baş verən hadisələr videonəzarət kameraları vasitəsi ilə kompüterin diskinə yazılır və disk müəyyən müddətdə (20 gündən az olmayaraq) təhlükəsizlik bölməsində qalır. Disk ancaq təhlükəsizlik bölməsinin müdirinin otağında olan kompüterdə yazılır. Digər kompüterlərdə, bölmənin əməkdaşları ancaq nəzarət edirlər. Kompüterlər əsas enerji mənbəyindən başqa, hər ehtimala qarşı, müstəqil enerji mənbəyinə də qoşulur. Təsadüfən və ya bilərəkdən qəza nəticəsində əsas enerji mənbəyi işləməsə, müstəqil enerji mənbəyi avtomatik işə düşür.

Yaddan çıxarmaq lazım deyil ki, **mehmanxananın zəif sahələri** ola bilər. Məsələn, otelin yaxınlığında yerləşən meydana avtomobillərin dayanacaq yeri diqqət mərkəzində olmalıdır, xüsusi nəzarət və diqqət mehmanxananın giriş qapısında saxlanılan avtomobillərə verilməlidir ki, bu avtomobillər giriş qapısının qabağındakı meydanı tutmasınlar və ya terrorçular avtomobildən öz məqsədləri üçün istifadə etməklə, onu partlayıcı maddələrlə təchiz edib partlayış yarada bilməsinlər. Mehmanxananın qarşısında avtomobil bir neçə dəqiqədən artıq dayanmamalı və xüsusi dayanacağı aparılmalıdır.

Ümumiyyətlə, mehmanxanada, diqqətdən yayınan hər bir yer zəif sahə ola bilər. Məsələn, mehmanxanaya gələn qonaq nömrə götürür, pulunu verir və əşyalarını saxlama kamerasına verir, nömrəyə daxil olmadan, hansı səbəbə görə mehmanxananı tərk edir və mehmanxanaya qayıtmır. Şübhə doğuran bu hadisə, bölmənin əməkdaşlarının nəzərindən

yayınmamalıdır. Qonağın saxlama kamerasına verdiyi əşyalar, hər ehtimala görə metalaxtaran qurğu ilə yoxlanılmalıdır.

Qonaqlar bilməlidir ki, mehmanxananın ərazisi (nömrə fondundan başqa) videokamera nəzarəti altındadır. Mehmanxana təkcə qonaqları deyil, mehmanxana üzrə ixtisaslaşan oğruları da cəlb edir. Bu oğrular bir neçə dərəcəyə bölünür. Bunlardan bir neçəsini misal göstərə bilərik. Məsələn, mehmanxanaya oğru qonaq kimi gəlib nömrə alır. Nömrənin açarlarının surətini çıxarır və mehmanxananı tərk edir. Müəyyən müddətdən sonra, oğru, yenidən həmin otelə gəlir və çalışır ki, keçən dəfə nömrə aldığı mərtəbədə otaq alsın. Bundan sonra, keçən dəfə açarın surətini götürdüyü nömrədə qonağın qalıb-qalmadığını öyrənir, əgər həmin nömrədə qonaq qalırsa, imkan tapıb nömrəni, düzəltdiyi açarın surəti ilə açır, nömrədəki bütün əşya və şeyləri yığışdırıb mehmanxananı tərk edir. Bu tip oğru, yerindəcə yaxalanmasa, sonradan onu tutmaq çətindir. Digər mehmanxana oğrusu otelə tək gəlir, yer alır və gecə qonaqlar dərin, şirin yuxuya gedəndə (adətən 03:00 – 05:00 arasında) mərtəbədəki otaqların qapı dəstəklərini, kilidlərini bir-bir ehmalca yoxlayır və hansı qapının kilidi açıqdırsa, o nömrəyə daxil olub, əlinə keçən zinət və digər əşyaları (bir çox qonaqlar yatmamışdan qabaq zinət əşyalarını kiçik dolabın (tumbanın) üstünə qoyurlar) yığışdırır və mehmanxananı tərk edir. Təsadüfən yaxalanan bu oğru özünü sərxoşluğa vurub, nömrəni səhv saldığını deyir. Mehmanxana sutkanın 24 saati işləyir və gecə vaxtı, qonağın mehmanxananı tərk etməsi də şübhə doğurmur. Oğru gecə qatarına və ya təyyarəyə tələsdiyini bildirir.

Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşı belə qonağın (oğrunun) əşyalarını yoxlamaq səlahiyyətinə və imkanına malik deyil. Bunun üçün tutarlı dəlil olmalıdır. Oğurluğa aid başqa misal çəkkə bilərik. Restoranda əyləşən peşəkar oğru, mehmanxanada yaşayan və restoranda yeyib içən müştəriyə göz qoyur. Onun hansı nömrədə yaşamasını öyrənməyə çalışır,

hansı əskinaslarla (iri və ya xırda pullarla) ofisiyentlə hesablaşmasına diqqət yetirir, tam sərxoş olduğunu müəyyən edir və sonra öz işinə başlayır. Mehmanxananın restoranına otelin həm daxilindən və həm də xaricindən daxil olmaq mümkündür. Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşları bunu nəzərə alıb restoranla nömrə fondunu təcrid etməli və oteldə yaşamayan müştəriləri nömrə fonduna icazəsiz buraxmamalıdır. Restoran və nömrə fondu arasındakı yerdə bölmənin əməkdaşı keşik çəkməlidir.

Mehmanxanada nömrələrin qapılarının elektron kilidlərlə təchiz olunması, oğurluğa qarşı etibarlı təminatdır. Qonaq mehmanxanada yer alarkən, o, xəbərdarlıq edilir ki, mehmanxana qonağın oteldə yaşadığı müddətdə öz üzərində saxladığı şəxsi qiymətli zinət əşyalarının və pulunun itməsinə zəmanət vermir, məsuliyyət daşımır və qonaq bunları otelin saxlama kamerasına verə bilər. Bu deyilənlər, qonağ mehmanxanada nömrə alarkən yazdığı anketdə öz əksini tapıb. Qonaq bu təklifi qəbul etmərsə (zinət əşyalarını və pulu saxlama kamerasına vermək) özü məsuliyyət daşıyır.

Daha yaxşı olardı ki, mehmanxananın lüks və yarımlüks nömrələrində seyflər olsun və qonaqlar zinət əşyalarını və pulları bu seyfdə saxlasın. Bu qonağın rahatlığı üçün yaxşıdır və otelin əlavə məsuliyyətini azaldır. Qonaq seyfın kodunu yaddan çıxarsa, ərizə ilə qəbul və xidmət şöbəsinə müraciət edir. Bu halda təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşı, şahidlər və mərtəbənin xidmətçisi ilə birlikdə nömrəyə daxil olur və xüsusi açarlarla seyfi açır. Təhlükəsizlik bölməsi çalışmalıdır ki, oğurluq hadisələrinin qarşısını qabaqlayıcı, profilaktik tədbirlərlə alsın.

Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşları, nömrədə yaşayanların yanına qonaq qismində gələnlərin şəxsiyyəti ilə tanış olmalı, nömrəyə zəng etməli, qonağı qəbul edib və ya etmədiyini soruşmalı, və gələn qonağın şəxsiyyətini təsdiq edən sənədə əsasən jurnala məlumatları yazmalıdır. Mehmanxanada yaşayan qonağın əşyaları, nömrədə yaddan çıxıb

qalıbsa, akt tərtib olunur və saxlama kamerasına təhvil verilir. Sonradan, anketə əsasən qonağın ünvanına xəbər göndərilir.

Təhlükəsizlik bölməsinin əməkdaşlarının apardığı təhqiqat, polisın apardığı təhqiqatdan fərqlənir. Bölmənin əməkdaşı istintaq aparmır, daha çox sorğu sualı nəzakətlə qurur və olmuş hadisəni aydınlaşdırmağa çalışır. Mehmanxanada baş vermiş qarət, qətl, zorlama və daha ağır cinayətlər haqqında dərhal polisə xəbər verilməlidir. Lakin hüquq-mühafizə orqanlarının hadisə ilə bağlı fəaliyyəti, apardığı təhqiqat oteldə səs-küyə səbəb olmamalı, mehmanxanada qalan qonaqlar bunu hiss etməməlidir. Məlumdur ki, bu növ hadisələr mehmanxananın nüfuzuna xələl gətirir.

Bəzən elə olur ki, mehmanxanada yaşayan varlı, nüfuzlu, vəzifəli bir qonaq, nömrəyə qadın dəvət edir və bu qadın öz növbəsində, qonağı qarət edib nömrəni tərk edir. Nömrədə yaşayan qonaq nüfuzunu qorumaq üçün, otelin əməkdaşlarından xahiş edir ki, polisə xəbər etməsinlər. Bu halda bölmənin əməkdaşı, mütləq qonaqdan izahat almalıdır ki, otelə onun iddiası yoxdur. Bununla əlaqədar daha bir misal çəkmək olar. Məşhur Amerika estrada müğənnisi Koni Frensiz yüksək dərəcəli mehmanxanada zorlamaya məruz qalmışdı. Müğənninin vəkili mehmanxanaya 6 mln. ABŞ dolları məbləğində iddia (tələb) sürmüşdü. Otel 1.5 mln. ABŞ dolları məbləğində pulu zərərçəkənə verməklə münaqişəni həll etməli oldu.

Qeyd etmək lazımdır ki, mehmanxananın nömrələrindən nəinki qonaqların əşyaları və pulları oğurlanır, bəzən qonaqların özləri mehmanxanaya məxsus əşyaları suvenir kimi götürürlər.

Təhlükəsizlik bölməsi mehmanxanada digər funksiyaları da yerinə yetirir. Bunlar inkassasiyanı (yığılan pulları kassadan sənəd üzrə alıb, sonra lazımı yerlərə təhvil vermək) qorumaq, otelin açarlarına nəzarət (otelin hər bir əməkdaşı, ancaq onun işinə aid olan açardan istifadə edə bilər), əməkdaşların otelin avadanlığından düzgün istifadə etmək,

kompüter təhlükəsizliyinə (xakerlərin kompüterə daxil olmasının qarşısını almaq) nəzarət, qonağın kredit kartı ilə ödəmək imkanını yoxlamaq və s. daxildir.

Terror təhlükəsi ilə əlaqədar, bölmənin əməkdaşları, mehmanxanada işçilərlə profilaktik tədbirlər görür və bu zaman özlərini necə aparmaq qaydaları ilə tanış edirlər. Məsələn, terrorçu zəng edib oteldə partlayıcı maddə olduğunu deyirsə, telefonla danışan otelin əməkdaşı, çalışmalıdır ki, danışığın vaxtını uzatsın və bu zaman, haradan zəng etdiyini (spesifik səsələr, küçə və ya qapalı yerdən zəng edir) təyin etməli, partlayıcı maddənin yeri, tipi, zəng edənin yaşı, cinsi, nitqi, tələffüzü, vəziyyəti (sərxoş və ya ayıq olması) və nəyə görə terror aktı üçün bu otel seçilib və s. haqqında məlumat toplamalıdır. Hər bir əməkdaş bilməlidir ki, bu cür hadisə zamanı, ilk növbədə kimə xəbər verilməlidir.

Belə hadisələr zamanı evakuasiya (təxliyə) və qonaqları xəbərdar etmək haqqında qərarı mehmanxananın baş direktoru qəbul edir. Təhlükəsizlik bölməsinin vəzifəsi, evakuasiya zamanı, otelin avadanlığını qorumaq və insanların qayda üzrə oteldən çıxarılmasını təşkil etməkdir. Təhlükəsizlik bölməsi oteldə baş verən hadisələr, nöqsanlar, onların aradan qaldırılması yolları haqqında təkliflər hazırlayır və baş direktora hesabat verir. Bölmə müxtəlif hadisələrin baş verməməsi üçün profilaktik tədbirlər görür. Bölmədə, oteldə baş verən hadisələr, aparılan təhqiqatlar, qonaqların şikayətləri haqqında hesabat aparılır.

Təhlükəsizlik bölməsinə işə qəbul edilən personal dəqiq yoxlanılır. İşə qəbul ediləcək namizədlə, əvvəlcə bölmənin müdiri tanış olur, söhbət edir, zəmanəti, xasiyyətnaməsi yoxlanılır və s., sonra işə qəbul olunur. İşə qəbulda, deyildiyi kimi keçmişdə hüquq-mühafizə orqanlarında işləmiş kadrlara üstünlük verilir. Bu bölmədə, saf, təmiz, vicdanlı və insanlarla işləməyi bacaran kadrlar çalışmalıdır. Bölmənin işçiləri qonaqlarla

nəzakətli, mərifətli və ədəbli olmalı və otelin nüfuzuna uyğun fəaliyyət göstərməlidir.

5.2. Mehmanxanada yanğından təhlükəsizlik tədbirləri

Mehmanxananın binası, avadanlığı, qonaqların və personalın təhlükəsizliyi üçün ciddi tədbirlər görülməlidir. Mehmanxanada yanğına səbəb olan amillər müxtəlif ola bilər. Bunlar, odla ehtiyatsızlıq, elektrik şəbəkə və avadanlıqlarının nasazlığı, texnoloji və istismar qaydalarının pozulması və s. nəticəsində olur. Mehmanxananı yanğından qorumaq üçün aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilməlidir:

- **Birinci mərhələ**, mehmanxananın yanğından mühafizəsini təşkil etmək;
- **İkinci mərhələ**, işçiləri yanğından mühafizə üsulları ilə tanış etmək, yanğın zamanı özlərini necə aparmaq qaydalarını öyrətmək;
- **Üçüncü mərhələ**, yanğından mühafizə üzrə profilaktik tədbirlər aparmaq.

Mehmanxanada yanğından mühafizə tədbirlərinin təşkil olunması.

1. Mehmanxananın yanğından mühafizəsinin təşkilinə baş direktor məsuliyyət daşıyır.
2. Mehmanxananın baş direktorunun əmri ilə hər bir şöbənin müdiri, öz sahəsində yanğından mühafizə tədbirlərinə cavabdehdir;
3. Mehmanxananın hər bir şöbəsi üçün yanğından təhlükəsizlik qaydaları haqqında əsasnamə işlənib hazırlanmalıdır;
4. Mehmanxanada yanğın baş verərsə, xəbərdarlıq sistemi olmalıdır.

Mehmanxana əməkdaşları üçün yanğından mühafizə tədbirlərinin keçirilməsi.

Yanğından mühafizə tədbirləri yanğın-texniki minimum proqramını təşkil edən təlim və tədrisdən ibarətdir. Əməkdaş işə qəbul olunan zaman onun yanğından mühafizə tədbirləri haqqında ilk təlim keçirilir. Yanğın-texniki minimum təlimi baş direktor tərəfindən təsdiq olunmuş xüsusi proqram əsasında mühəndis-texniki və maddi-məsul işçilərlə keçirilir.

Mehmanxanada yanğın təhlükəsizliyi və yanğın zamanı davranış qaydaları haqqında yaddaş kitabçası olmalıdır. Yaddaş kitabçası hər bir nömrədə reklam materialları ilə, qovluqda olmalıdır. Yüksək dərəcəli otellərdə yanğından mühafizə tədbirləri ilə qonaqları nömrədəki televizorun video kanalı vasitəsi ilə tanış edirlər.

Yanğından mühafizə profilaktikasının keçirilməsi.

Yanğından mühafizənin profilaktik tədbirləri aşağıdakılardır:

- Mehmanxananın layihəsi və inşasının aparıldığı mərhələdə nəzərə alınmalıdır;
- Yanğın xəbərdarlığı sistemi işlənilib hazırlanmalıdır;
- Yanğını söndürmək üçün sistem və vasitələrinin istifadə qaydaları;
- Yanğın haqqında ümumi xəbərdarlıq sisteminin istifadə olunması;
- İnsanların evakuasiya (təxliyə) edilməsi sisteminin məşq edilməsi.

Mehmanxananın inşası zamanı profilaktik tədbirlər həyata keçirilməlidir. Mehmanxananın yanğından təhlükəsizliyini mühafizə etmək üçün, sahələri ayıran səddlər yanmayan xüsusi konstruksiyalardan ibarət olmalı, binanın xüsusi planlaşdırılması nəzərə alınmalıdır.

Otelin yanğından mühafizə olunan sahələri təcrid olunmuş, yanğına davamlı konstruksiyalardan olmalıdır. Yanğına davamlı divar, örtük, qapılar, və s. yanğının otel boyu yayılmasına imkan vermir və yanğın təhlükəsi olan sahələri təcrid etməyə imkan yaradır.

Yanğının söndürülməsi vasitələri və sistemi.

Transformator yarımstansiyasında əsas paylaşdırıcı, tənzimləyən lövhə və dizel yanacağı olan sahələrdə qazla yanğın söndürmə qurğusu qoyulur. Bu sahələrdə tüstü və istilik olarsa avtomatik qurğu işə düşür.

Su ilə yanğın söndürən avtomatik qurğu.

Otelin müxtəlif yerlərində və dəhlizlərində su ilə dolu təzyiqləndirilmiş borular şəbəkəsi istifadə olunur. Borularda su səpələyən başlıqlar var. Başlıqda tez əriyən kilid var və 50 °C-də bu kilid əriyir və susəpələyici vasitəsi ilə əraziyə su yayılır.

Yanğından mühafizə üçün daxili su kəməri.

Otelin bütün mərtəbələrində şaquli istiqamətdə daxili yanğın kranları qoyulmalıdır. Mərtəbələrdə yanğının yayılmaması üçün su örtükləri olmalıdır. Suyun buraxılıb işə salınması əl ilə həyata keçirilir.

Yanğın barədə xəbərdarlığın verilməsi və evakuasiyanın (təxliyənin) təşkil olunması, mehmanxananın yanğından mühafizə sisteminin tərkib hissəsidir. Oteldə yanğın zamanı avtomatik olaraq həyəcan zəngi və siqnalları, həmçinin otelin yerli televizor kanalı işə düşür. Televizorun ekranında müxtəlif dillərdə (ingilis, rus, fransız, alman və yerli dildə) mətn və evakuasiya (təxliyə) planı işıqlandırılıb yazılır. Zəruri məlumatlar nömrələrə səsgücləndiricilər, reproduktorlar vasitəsi ilə çatdırıla bilər. Evakuasiya (təxliyə) yanğın baş verən mərtəbədən başlayır, sonra yuxarı mərtəbələrdən daha sonra işə bütün oteldə həyata keçirilir. Oteldən qonəqləri nömrələrdə olan evakuasiya (təxliyə) planı üzrə, personal işə xüsusi yaddaş

kitabçalarına uyğun evakuasiya (təxliyə) olunmalıdır. Evakuasiya (təxliyə) planı, çıxış göstəricisi və istiqaməti sutka ərzində 24 saat işıqlandırılmalıdır.

I. Oteldə yaşayan insanların evakuasiyası (təxliyəsi) zamanı növbəçi personalın fəaliyyəti:

1. Mehmanxana əməkdaşları yanğının söndürülməsində aşağıda göstərilən hallarda iştirak edə bilərlər (onların təhlükəsizliyi üçün qorxu yoxdursa);
2. Evakuasiya (təxliyə) olmağa imkan tapmamış insanların yaxın yollarla oteldən çıxarılmasına yardım etmək və bu məqsədlə zirzəmiləri, ofisləri, mərtəbələri yoxlamaq lazımdır;
3. Qiymətli əşyaları və sənədləri, pulları və s. xilas etmək.

II. Təhlükəsizlik bölməsi, digər insanların otelə daxil olmaması üçün otelin giriş qapılarını bağlayır, insanların evakuasiyası (təxliyə) üçün nəzərdə tutulan çıxış qapılarını açır və oteldə baş verəcək oğurluq hallarının qarşısını almaq tədbirləri görür.

III. Oteldə qalan qonaqların və işləyən personalın siyahısını səsəndirmək üçün məsul şəxslər təyin olunur.

IV. Yanğın zamanı zədə alan insanlar ilk növbədə evakuasiya (təxliyə) olunur.

V. Yanğın zamanı çaxnaşma və hay-küyün qabağını almaq məqsədi ilə evakuasiya (təxliyə) sakit və mərkəzləşdirilmiş halda keçirilməlidir. Ayrı-ayrı hallarda fərdi mühafizə vasitələrindən istifadə edilir.

VI. Oteldə yanğıni söndürmək üçün portativ (adətən 3 kq, 5 kq və 10 kq) yanğınsöndürən olmalıdır. Mərtəbədə çalışan xadimənin arabasında portativ yanğınsöndürən olmalıdır.

Hündür mərtəbəli otellərdə, xüsusi xilasedici vasitələr (xilasedici alpinist kəndirləri) olmalıdır. Mehmanxanada 10-dan çox ehtiyat çıxışları (hətta zirzəmilərdə) olmalıdır.

5.3. Mehmanxanada yanğın təhlükəsizliyinə dair təlimat

Biznes və ya turist səfərinə çıxan müsafirlərin qalacaqları iri şəhərlərdəki mehmanxanaların əksəriyyəti kifayət qədər təhlükəsizdir. Lakin mehmanxanalarda yanğın baş verməsi riski olduqca yüksək ola bilər. İstənilən halda isə istər sizin şəxsi rahatlığınız, istərsə də yanğın baş verəcəyi təqdirdə təhlükəsizliyi təmin etmək üçün aşağıdakı məlumatı diqqətlə oxumaq çox vacibdir. Xüsusən tüstü ilə bağlı təhlükəsizlik təlimatlarına fikir verilməlidir. Belə ki, tüstünün udulması nəticəsində baş verən ölüm hallarının sayı yanğın ilə ölüm hallarından daha çoxdur. Bununla əlaqədar hər bir müsafirin bu məlumat sənədini oxumasını tövsiyyə edirik.

Otağınıza daxil olarkən...

1. Ən yaxın yanğın çıxışlarının yerini müəyyən edin və onlardan istifadə etməklə aşağı enin;
2. Pilləkən meydançalarının ümumi yerləşmə planını və alternativ təxliyə marşrutlarını nəzərdən keçirin;
3. Qaldığınız otaqla ən yaxın yanğın çıxışı arasında qapıları sayın və onların sayını yadınızda saxlayın;
4. Qaldığınız otaqda pəncərələrin necə açıldığını və yaxud ümumiyyətlə açılıb açılmadığını yoxlayın;
5. Otaqda olarkən qapının açarını və əl fənərini yatağınızın yanında saxlayın;
6. Sizə ən yaxın yanğın siqnalizasiyasının yerini müəyyən edin;
7. Sizə ən yaxın odsöndürənin yerini müəyyən edin;
8. Mehmanxananın yanğına dair təlimatlarını oxuyun;

9. Qrupunuzda olan digər şəxslərin otaq nömrələrini yadda saxlayın.

Əgər yanğın baş verərsə...

1. Əgər yaxınlıqda yanğın siqnalizasiyası varsa onu işə salın. Əks təqdirdə mehmanxananın qəbul otağına zəng edin. Mümkün olarsa, yanğınsöndürmə idarəsinə şəxsən özünüz zəng edin;
2. Təşvişə düşməkdənsə sakit olmağa çalışın. Çünki aydın düşünmə qabiliyyətini qoruyub saxlasanız, daha təhlükəsiz olarsınız;
3. Əgər alov sizin otağınıza daxil olubsa, dərhal oranı tərk edin və arxanızca qapını örtün;
4. Yaxınlıqda olan digər qrup üzvlərini yanğından xəbərdar edin və ya onlara zəng vurun;
5. Əgər otağınıza tüstü dolubsa, bu halda qapıya sürünərək yaxınlaşın. Belə ki, otaqda qatı tüstü dumanı olsa belə, döşəmə səviyyəsindən 8-9 sm hündürlükdə təmiz hava olacaq;
6. Otağı tərk etməmişdən qabaq əlinizin arxası ilə qapıya toxunmağa çalışın. Əgər qapı qızmar olarsa onu açmayın. Qapı soyuq olarsa onu yavaş-yavaş açın (dəhlizi görə biləcək qədər). Dəhlizi qatı tüstü dumanı və ya alov bürümüş olarsa qapını dərhal çırparaq kip örtməyə hazır olun.

Mümkün olarsa otağı tərk edin...

1. Otağın açarını özünüzlə götürün;
2. Ağız və burun nahiyənizə nəm əsgiyə tutun və ya ətrafınızı yaş dəsmal ilə bürüyün;
3. Qapını arxanızca örtün;
4. Divarın dibini ilə sürünərək yanğın çıxışına tərəf gedin. Belə ki, tüstü hətta gözlə görünməsə belə gözə-

- görünməz toksik buxarları ola bilər, döşəmə səthində isə hava həmişə təmiz olur;
5. Yol boyu qapıları döyün və insanları xəbərdar etmək üçün hündürdən səslənin;
 6. Ən yaxın yanğın çıxışına qədər olan qapıların sayını yadınıza salaraq qapıları saya-saya gedin. Belə ki, yanğın zamanı mehanxananın işıqları sönmə bilər.
 7. Liftlərdən istifadə etmək olmaz. Yalnız pilləkənlərdən istifadə edin;
 8. Əgər pilləkən meydançası tüstüyə bürünərsə, alternativ yanğın çıxışından istifadə edin, yalnız bütün təxliyə yollarının bağlı olduğu təqdirdə otağınıza dönün;
 9. Əgər pilləkən meydançası açıq olarsa sürəhildən tutaraq aşağı enin;
 10. Əgər pilləkənlərlə aşağı enmək mümkün olmazsa, onda pilləkəndən dama çıxmağın mümkün olub olmadığını müəyyən edin. Əgər mehmanxananın damına çıxış olarsa ora qalxın.

Əgər otağınızı tərk etmək mümkün olmazsa...

1. Vanna və çanağı soyuq su ilə doldurun;
2. Otağınızı təcrid etmək üçün vanna otağındakı dəsmal və mələfələri yaş edərək qapının ətrafındakı çat yerlərindən və pəncərələrdən (yanğın çöldən olarsa) asın;
3. Kondisioneri söndürün;
4. Çöldə tüstü olmazsa pəncərəni açın. Zərurət yoxdursa otağın pəncərəsini sındırmayın. Belə ki, sonradan pəncərəni bağlamaq lazım ola bilər;
5. Zibil qabından, buz qabından və digər qablardan istifadə etməklə qaynar yerlərə (məs., divarlara, qapılara və s.) su tökün;
6. Əgər tüstü dumanı otağınıza daxil olarsa, hər-hansı bir əsgəri parçasını yaş edərək yaxşı nəfəs ala bilmək üçün

- onu üçbucaq şəklində bükün ağız və burun nahiyəsinə tutun;
7. Tüstünü otaqdan xaric etmək üçün yaş dəsmalı havada yellədin;
 8. Kömək üçün işarə edin. Əgər telefonunuz işləyirsə ondan istifadə edin. Əks halda yataq mələfəsini pəncərədən asın və ya işığı yandırıb söndürməklə işarə verin;
 9. İkinci və ya üçüncü mərtəbədən aşağı tullanmaq təhlükəlidir. Belə etsəniz qaçılmaz ağır xəsarətlərlə üzləşəcəksiniz. Xilas edilmənizi gözləyin;
 10. Əgər son ümid yeri olaraq pəncərədən tullanması olsanız, onda mələflərdən uzun kəndir düzəldin, yataq döşəyini aşağı tullayın və mələfdən istifadə etməklə mümkün qədər aşağı enin. Əlinizlə mələfin ucundan yapışaraq bir qədər asılı vəziyyətdə qalın və sonradan döşəyin üstünə tullanın.

Yadda saxlayın!

1. Otağınıza daxil olarkən ən yaxın yangın çıxışının yerini müəyyənləşdirin;
2. Yangın baş verdiyi təqdirdə dərhal otağı tərk edin. İlk olaraq standart təxliyə marşrutlarından istifadə edin.
3. Plan cızmağa çalışın və təşvişə düşməyin.

Fəsil 6. Yeməklər və İçkilər (food and beverage) şöbəsi

6.1 Restoran işinin inkişaf tarixi

Restoran biznesi öz iş dövryyəsinə görə dünyada qabaqcıl yerlərdən birini tutur. Jan Briya Savaren 1826-ci ildə yazdığı “Qidanın psixologiyası” əsərində göstərir ki, “hər bir xalqın taleyi, onun necə qidalanmasından asılıdır.”

Tarixdə ilk dəfə ictimai iaşə yerləri haqqında yazılı məlumat b.e.ə. 1700-cü ildə tərtib olunmuşdur. Bu Babilistan hökmdarı Xammurapinin “Qanunnaməsi”-dir. Burada göstərilir ki, ictimai meyxanalarda, pivəyə su qatan şəxs ölüm cəzasına məhkum olunur.

Eramızdan əvvəl I minillikdə Qədim Yunanıstanda tavernalar (aşxanalar) sosial və dini həyatın mühüm elementi idi. Tavernalarda səyahətçi və yolçular üçün gecələməyə yerlərin olmasına baxmayaraq, əsasən qonaqlara yemək və içki xidmətləri göstərilirdi. Tavernanın sahibi qonaqlara yerli və xarici içkilər, keçi südündən hazırlanmış pendir, arpa çörəyi, kələm, noxud, paxla və mərçi kimi yeməklər təklif edirdi. Müştərilər həmçinin əncir, zeytun, cirə, balda bişirilmiş kükə və pendirli peçenye daha çox üstünlük verirdilər. Ət yeməkləri əsasən keçi, donuz və ya qoyun ətindən hazırlanırdı. Eşşək ətindən içi doldurulmuş və hazırlanmış yemək, delikates (məzə) hesab olunurdu.

Yazılı mənbələrdə göstərilir ki, b.e.ə. 776-ci ildə keçirilən ilk Olimpiya oyunlarının qaçış üzrə (190 metr) qalibi, ixtisasca aşbaz olan Koroyb adlı bir nəfər olmuşdur.

Qədim Romada ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş meyxanalar çox geniş yayılmışdı. Maraqlı bu idi ki, bu meyxanalar bütpərəst məbədlərinin yaxınlığında yerləşirdi və

qurbanlıq kəsilən heyvanlar yaxınlıqda olan tavernalara verilirdi.

Qurbanlıq ətlərdən bişirilmiş yeməklərdən əlavə bu aşxanaların menyusuna pendir, şərab və qurudulmuş tərəvəzlər daxil idi.

Yazılı abidələr Roma dövlətindəki aşxanalar və onların menyusunu haqqında məlumatlar verir.

Əfsanədə deyilir ki, qədim zamanların məşhur həkimi Eskulapın yaxın köməkçiləri: qızı Qiçeya (Gigiyena) və aşbaz qadın Kulina, onun həyatını əvəz olunmaz yeməklərlə nəşələndirirdi.

Romalılarda onuncu ilahə "Kulinariya" adlanırdı. Roma əsilzadələrinə ət yeməkləri həm qızardılmış, həm də suda bişirilmiş şəkildə təklif olunurdu. Qədim Romada varlı insanlar öz evlərində şəxsi aşbazdan başqa, menyu tərtib etmək üzrə mütəxəssis və yeni yemək reseptlərini hazırlayan qastronom saxlayırdılar.

Aşbazlığa aid olan ilk kitab b.e.ə. 40-cı ildə Romalı Apsi tərəfindən yazılmışdır.

"İşgüzar adamın nahar yeməyi" ideyasını ilk dəfə b.e.ə. 40-cı ildə romalı aşxana sahibi Sekviya Lokatu, irəli sürmüşdür. Bu qədim zamanlarda çoxavarlı gəmilərin dayanacaqalarında (limanlarda) işləyən və evə gedib nahar etmək üçün vaxtı olmayan dəllalların işini asanlaşdırmışdı.

Roma aşbazları özlərini elitar təbəqə hesab edir və bir birilərini görkəmli və fəxri ad və titullarla adlandırırdılar. Bundan əlavə Adrianın imperatorluğu dövründə (b.e. 117-138-ci illər) romalı baş aşbazlar Palatin yüksəkliyində xüsusi "Aşbazlıq Sənəti Akademiyası" təsis etmişdilər.

Adi aşxanaların müştəriləri sadə insanlar idi. Yuxarı təbəqənin insanları ictimai hamamlardan istifadə etməyi üstün tuturdular. Roma imperatoru Kaliqulanın (b.e. 37-ci il) hakimiyyətə gəlməsi ilə bu hamamlar bütün sutka ərzində işləməyə

başlayır. Burada çoxsaylı qonaqlar üçün ziyafətlər keçirilən, bəzədilmiş və yemək qoyulmuş otaqlar var idi.

Orta əsrlərdə insanlar daha çox səyahət edirdi və bununla əlaqədar yolüstü yaşayış yerlərinin sayları da artırdı. Səyahətçi özü ilə gətirdiyi və ya yaşayış evinin sahibindən aldığı ərzaqlarla qidalanırdı. Müsafirələr adətən ətlə (bəzən balıq və toyuq əti), çörəklə qidalanırdı və pivə içirdilər.

Avropada dadlı, ləziz yemək və içkilərdən ləzzət alan ilk insanlar, romalıların sələfləri olan italyanlar, aşbazlıq sənətinin pionerləri olmuşdur.

Təxminən XIV əsrin ikinci yarısından etibarən Avropada aşbazlıq sənətinin mərkəzi İtaliyadan Fransaya, Paris kral mətbəxinə keçir. Dadlı yemək bişirmək sənətinin inkişafı üçün Fransa dövləti hər cür yardım göstərirdi. 1375-ci ildə Fransa kralı V Karlın baş aşbazı Qiyam Tirel tərəfindən cəmi bir nüsxədən ibarət aşbazlıq sənəti haqqında kitab yazılmışdı.

Təxminən 100 il keçdikdən sonra İtaliyada (Vatikanda) ilk dəfə aşbazlığa aid kitab işıq üzə gərdi. "Gözəl ləzzət" adı altında çıxan bu kitab latın dilində naməlum bir rahib (monax) tərəfindən yazılmışdır. İngiltərədə isə ilk dəfə mətbəə üsulu ilə aşbazlığa aid kitab 1508-ci ildə nəşr olunur.

1571-ci ildə Fransada IX Karlın sarayında bayramla əlaqədar ilk dəfə özündə yeməklərin siyahısını əks etdirən menyu hazırlanır. Bu epizodik hadisə olduğu üçün həmin siyahı menyu adını almamışdı. Əsl və daimi menyu 100 il sonra XVII əsrin 60-cı illərin başlanğıcında XIV Lüdovik sarayında istənilən yeməklərin adları olan qeydlər şəklində hazırlanır. Zahirən onlar krala təqdim olunan yeməklərin siyahısını göstərən bir nüsxədən ibarət qalın kağız parçası idi.

Kral saraylarındakı qonaqlıq ziyafətlərində yüzlərlə zadəganlara qulluq göstərilirdi. Süfrəyə müxtəlif yeməklər dəqiq şəkildə düzülür, lakin etiket normalarına riayət edilmədən yeyilirdi. O zamanlar çəngəl yox idi. Güman edilir ki, hələ XVI yüzillikdə kraliça Yekaterina Mediçi fransız kral

sarayına çəngəldən istifadə etməklə yemək qaydasını öyrətməyə çalışmış, lakin bu qayda insanların məişətinə 200 ildən sonra daxil olmuşdu. Bu vaxta qədər isə çəngəl yerinə barmaqclar istifadə olunur, yağlı yeməklərin içindən, əl ilə ət parçaları çıxardılıb yeyilirdi.

Elə bu zaman, yəni 1553-cü ildə Parisdə “Tur d’ Arjan” adlı ilk restoran tipli yeməkkxana açılır. Restoran termini bir müddət sonra, XVII əsrdə istifadə olunur. Hal-hazırda dünyada “müasir restoranların atası” sayılan Bulanje, ilk dəfə olaraq müştərilərə ləziz yeməklərin geniş çeşidlərini təklif etmişdi. Qoyun ətindən hazırlanmış şərəb sousunda hazırlanmış şorbalar və Bulanje üslubunda hazırlanmış kartof (tünd bulyonla sobada xüsusi qablarda bişirilən doğranmış kartof) daha çox məşhur idi.

Bulanjenin restoranında latın dilində belə bir kəlam yazılmışdı: “Kimin mədəsi tənhalıqdan üzülürsə, bərpa etmək üçün mənim yanıma təşrif buyursun və mən onun mədəsini bərpa edərəm”. Latın dilində bərpa etmək (restaurabovos) adlanır və müasir restoran sözünün buradan əmələ gəlməsi də şübhə doğurmur.

1794-cü ildə Fransız inqilabı ərəfəsində Parisdə artıq 500 restoran var idi. İnqilab nəticəsində aristokrat evlərin yalnız ən sadıq baş aşbazları Fransada qalmış, digər aşbazları isə inqilabın dalğası bütün Avropaya “səpələmişdi”. Bir çoxları okeanı keçərək Amerikaya, əsas fransız şəhəri olan Yeni-Orleana gedir.

Amerikada onların əksəriyyəti restoran biznesi ilə məşğul olurlar. Fransız aşbazları buraya öz mətbəxlərinin ənənələrini gətirmişdilər.

ABŞ-da aşbazlığa aid ilk kitabı 1742-ci ildə nəşr olunur. Bu, Eliza Smitin “Evdar qadının kitabı” əsərinin yenidən nəşr olunmuş forması idi. 1798-ci ildə isə ilk dəfə milli amerikan aşbazlığı haqqında “Amerika mətbəxi” adlı kitab Amelin Simmone tərəfindən yazılmışdır.

Rusiyada ilk milli aşbazlıq kitabı “Rus aşbazlığı” adı altında yalnız 1816-cı ildə nəşr olunmuşdur.

XVIII-XIX əsrlərdə aşbazlıq və restoran işinin təşkili Fransada yüksək inkişaf səviyyəsinə çatmışdı.

1830-cu ildə Antoni Karem tərəfindən yazılan 5-cildlik “XIX əsrin aşbazlıq sənəti” adlı kitabda, o dövrün fransız aşbazlarının təcrübəsi təhlil olunur. O, həmçinin Aşbazlıq Akademiyası yaradır və burada fransızsayaqı xidmətin üsulları, bufet xidmətinin təşkili qaydalarının yaradılması ilə məşğul olur. A.Karem bu gündə də bişirilməsi xüsusi sənət sayılan sousların təsnifatını tərtib etmişdi.

Aşbazlıq sənətinin ustaları Urban Dyubua və Emil Bernar öz sənətlərini Rusiyada çar sarayında təkmilləşdirirlər. Məhz onlar yeməklərin masaya verilən zaman soyumadan yeyilməsini hazırlamış və bunu “Russayağı xidmət” adlandırmışdılar. U.Dyubua və E.Bernar təklif edirdilər ki, etiket qaydalarına hədsiz dərəcədə riayət etməkdənsə, bu prosesi bir az sadələşdirmək lazımdır. Onlar öz aşbazlıq reseptlərini özlərinin “Klassik mətbəx”, “Nəfis mətbəx”, “Dünya xalqlarının mətbəxi” əsərlərində izah edirlər.

Artıq 1800-cü ildə ingilislər öz fransız qonşularının restoran konsepsiyalarını ciddi qəbul etməyə başlayırlar. 1898-ci ildə Londonda Savoy oteli açılır. Onun direktoru Rits Sezar, baş aşbazu isə Oqyüst Eskofye idi. Eskofye dövrünün məşhur aşbazlarından biri idi. “Le Culinare” (Aşbazlıq haqqında sorğu kitabı) əsəri onu məşhur etmişdi. Oqyüst Eskofye dünyanın peşəkar aşbazları üçün müqəddəs bir şəxsiyyət idi.

Onu “Mətbəx İmperatoru” adlandırırdılar və mübahisəli məsələlərdə onun nüfuzu həlledici olurdu. Bir sözlə o, bütün baş aşbazlar üçün nümunə idi.

Eskofye aşbazlıq sənətinə, 13 yaşında ikən, dayısının restoranında şagird kimi çalışmağa başlayır. O, 1920-ci ilə kimi işləyir, bundan sonra isə ömrünün sonuna qədər Monako knyazlığında sakit ömür sürərək yaşayır və 1935-ci ildə

dünyasını dəyişir. Eskofye öz yüksək sənətini Avropanın bir sıra otellərində, o cümlədən Parisin “Palace Vendome” və Londonun “Savoy” və “Carlton” otellərində göstərmişdi.

1903-cü ildə Eskofye, özündə 5000 klassik yemək və qarnirlərin hazırlanması reseptlərini əks etdirən “Aşbazlıq üzrə tövsiyyələr” kitabını nəşr etdirir.

Amerikada ən yaxşı restoranlar siyahısına məşhur “Delmonico” restoranları başçılıq edirdi. Onlar uzun müddət ABŞ-da bahalı və kübar restoran imicini qoruya bildilər. Delmoniko restoranında bütün Amerika qastronomiyasına qida qəbulu mədəniyyət tərzini öyrədən İsveçrə-Fransız mətbəxi hegemonluq edirdi.

Restoranın sahiblərindən biri olmuş Con Delmonika restoranda yenilik etmişdi. Qonaqların fransız hərfləri ilə ənənəvi qaydada çap olunmuş menyunu oxumaqda çətinlik çəkdiyini görərək o, tərcüməçiyə 100 ABŞ dolları ödəməklə menyunu ingilis dilinə tərcümə etdirmişdir. Beləcə, iki dilli menyu ilk dəfə olaraq meydana gəlir. Bu ənənə qəbul olunur və illər ötdükcə daha da inkişaf edir və təkmilləşir.

1852-ci ildə hər bir məşhur Amerika otelində fransız baş aşbazı var idi. Mehmanxanalarda “Avropa planı” adında ödəmə növü fəaliyyət göstərirdi. Burada qonaq nömrə və yemək üçün deyil, sadəcə nömrə üçün pul ödəyir, yeməyi isə otelin restoranında “a la carte” menyusu ilə öz istəyinə uyğun ona təklif olunan siyahıdan seçir və ödəyir.

1876-cı ildə Fred Harvey Kanzas ştatının paytaxtı olan Topik şəhərində vağzalın ikinci mərtəbəsində özünün ilk restoranını açır. Onun restoranı, ləziz yeməkləri, təmiz masa örtükləri və gülürüz xidməti ilə digərlərindən fərqlənirdi.

XIX əsrin ikinci yarısında, qəlyanaltı, səhər yeməyinə daxil olan yeməklər, nahar, şam menyu kimi qəbul olunurdu. Bu menyuların siyahısı hər gün, ay, il ardıcıl olaraq dəyişirdi. Belə demək olar ki XIX əsrin ikinci yarısından başlayaraq “a la carte” menyusundan istifadə olunmağa başlanmışdı.

Qərbdə məşhur restoranlarda əvvəllər kişilərin yığıldığı məclislərdə qadınlarda görünməyə başladılar.

Az təminatlı əhali üçün “grill room” (qızardılmış ət və ya balıqdan yeməklər verilən balaca restoran və ya restoran içərisində otaq) fəaliyyət göstərirdi. Bu sırf ingilissayağı restoran tipi idi. Burada sərbəst şəkildə dostların əhatəsində nahar etmək mümkün idi.

XIX əsrdə vakuum qablaşdırma, konservləşdirmə üsulu ixtira olunur ki, bununla da istənilən delikatesləri (yeməkləri) mövsümdən asılı olmayaraq saxlamaq mümkün idi. I Napaleon da bu ixtirarı bəyənmiş, 1809-cu ildə yemək məhsullarını şüşə bankalarda qaynama yolu ilə xarab olmaqdan qorumaq üsulunu təklif edən Nikolay Apperti mükafatlandırmışdır.

1921-ci ildə Uolter Endersen və Bill Enqrem qamburqer qəlyanaltı şəbəkəsini açırlar və buraya “White Castle” (Ağ qala) adını verirlər. Onlar bu adı ona görə seçmişdilər ki, ağ təmizlik, qala isə əsaslılıq, möhkəmlik rəmzi idi. Qəlyanaltı otağının ağ rənglə əhənglənmiş divarları müştəriləri özünə cəlb edirdi. Buraya bir neçə stul və masadan ibarət çox da böyük olmayan otaq və üstündə qamburqer hazırlamaq üçün tavalar olan plitə var idi.

1927-ci ildə Uillard Marriott öz həyat yoldaşı ilə birlikdə Vaşinqton şəhərində özünün tikdiyi balaca köşkdə A&W Root Bear pivələri satmağa başlayır. Lakin bu biznes zəif inkişaf edirdi, qış mövsümü gəldikdə Marriott burada isti yeməklər də satmağı və köşkün adını dəyişməyi Hot Shoppe (isti yeməklərin satışı) qərara alır. İdeya özünü doğrultdu və 30 yaşında Marriott artıq milyonçu idi.

Həmin illərdə Amerikada tez xidmət göstərən yolüstü restoranlar yaranmağa başlayır. Bu tip restoranlarda sürücülərə maşından düşmədən xidmət göstərilirdi. Bu restoranlar “drive in” (maşını həyəətə sür) adlanır, sürücülər isə bu tip xidməti “car shopping” (maşının ayaq yerinə qalxmaq) adlandırırdılar,

çünkü, ofisiant sifariş götürmək üçün avtomobilin ayaq qoyulan yerinə çıxmalı olurdu.

1929-cu ildə birjaların iflası uğraması və “Böyük Depressiya”dan sonra Amerika da 30-cu illərin ortalarında “a La Fred Aster” adlı eleqant, təmtəraqlı, ləzzətli yeməklər verən yeni restoranlar fəaliyyətə başlayır. 1934-cü ildə “The Rain Room” restoranı açılır. Bu restoranın fəaliyyəti Nyu-Yorka təmtəraq və möhtəşəmlik imicini qaytarmaq üçün çalışırdı.

1937-ci ildə “Frader Vie’s” restoranı açılır. Bu restoranın tikilməsində məqsəd “Beachcomber” restoranının adını götürmək idi. Bu restoran, öz Polineziya çalarıları və kaloriti ilə müştəriləri özünə cəlb edərək böyük nailiyyətlər əldə edir. Restoranın sahibi olan Vik “may-tay” adlı yeni bir kokteyl icad edir və müştərilər bu kokteyli bəyənərək məmnuniyyətlə içirdilər.

1939-cu ildə Ümümdünya Yarmarkı iştirakçılarının istifadə etdikləri “Le Pavilion France” restoranı o qədər şöhrət qazanmışdı ki, sonradan eyni adla Nyu-Yorkda da belə bir pavilyon açılır.

1959-cu ildə Amerikada fransız kulinariyası olan “Four Seasons” adlı və digər restoranları yamsılamayan ilk-eleqant restoran açıldı. O, özündə, bütün qabaqcıl restoranların təcrübəsini birləşdirir və burada geniş ərazidən tutmuş mətbəx aksesuarlarına qədər hər bir şey harmoniya təşkil edirdi.

“Four Seasons” restoranı digərlərindən, özünün mövsümi menyusu (restoranın adı bunu təsdiq edir), müasir memarlıq və mədəniyyəti təcəssüm etdirən interyeri ilə fərqlənirdi. Onun yaradıcısı, Jo Baum yaxşı bilirdi ki, müştərilər restorana yalnız qida qəbul etmək üçün deyil, həm də bir-biri ilə ünsiyyətdə olmaq üçün gəlirlər.

Restoranlar ona görə mövcuddur ki, ora gedən insanlar hər bir elementdən zövq alsınlar və onun məşhur olmasının əsas şərti də müştərilərin tələbatını restoran tərəfindən nə dərəcədə yerinə yetirməsindən asılıdır.

Məşhur aşbaz, “Qastronom almanaxı”, “Ləzzətin sirləri”, “Mətbəxin sirləri” klassik kitablarının müəllifi Qauf demişdir: “Qida-möcüzə və ekzotikadır”.

Qəhvəxana və çayxanalar

XVI əsrdə Qərbi Avropa əhalisinin məişətinə iki ekzotik içki, qəhvə və çay daxil olmağa başlayır. Çay içki kimi qəhvəyə nisbətən daha az istifadə olunur. XIX əsrin ortalarında yalnız İngiltərədə çay geniş yayılır. İstanbulda (Türkiyə) olan səyahətçilər türk qəhvəsinə aludə olur və Avropaya geri qayıdanda bu ecazkar içkini özləri ilə aparırdılar. XVI əsrin sonlarında qəhvə insanların çox sevimli içkisinə çevrilir, lakin katolik kilsəsi tərəfindən “müsəlmanların şərabi” və “xristian olmayanların içkisi” adlandırılaraq bəyənilməmişdi. Yalnız Roma papası VIII Klementin dövründə qəhvə xristianların içkisi statusunu almışdı. Növbəti əsrdə qəhvəxanalar Avropada yağışdan sonra çıxan göbələklər kimi artmağa başladı. 1675-ci ildə təkcə Venesiyada onların sayı bir neçə düjünə (1 düjün=12 ədəd) bərabər idi. Bunlara San-Marko meydanında yerləşən öz dövrünün məşhur “Cafe Florian” qəhvəxanası da daxil idi. İlk ingilis qəhvəxanası 1652-ci ildə açılmışdı.

1683-cü ildə Mərkəzi Avropanın ilk qəhvəxanası Vyanada açılır. qəhvəyə azacıq süd və bal əlavə olunaraq, şirinləşdirilmiş ilk fincan qəhvə də məhz burada verilmişdir.

Müasir kafelərin sələfi olan qəhvəxanalar tezliklə öz zamanının mədəni və ədəbi həyatın mərkəzinə çevrilməyə başlayırdı.

Fərqləndirici üstünlüklərinin olmasına baxmayaraq qəhvəxanaların əleyhinə olanlar da var idi. Qadınlar, yalnız kişilərin yığıncaq yeri olduğuna görə qəhvəxanaları sevmirdilər, onlar hakimiyyət orqanlarına ərizələr yazır, qəhvəxanaları bütün bədbəxt hadisələrin səbəbi kimi qələmə verərək ittiham

edirdilər. Lakin bütün bunlara baxmayaraq qəhvəxanalar genişlənməkdə və inkişaf etməkdə davam edirdi.

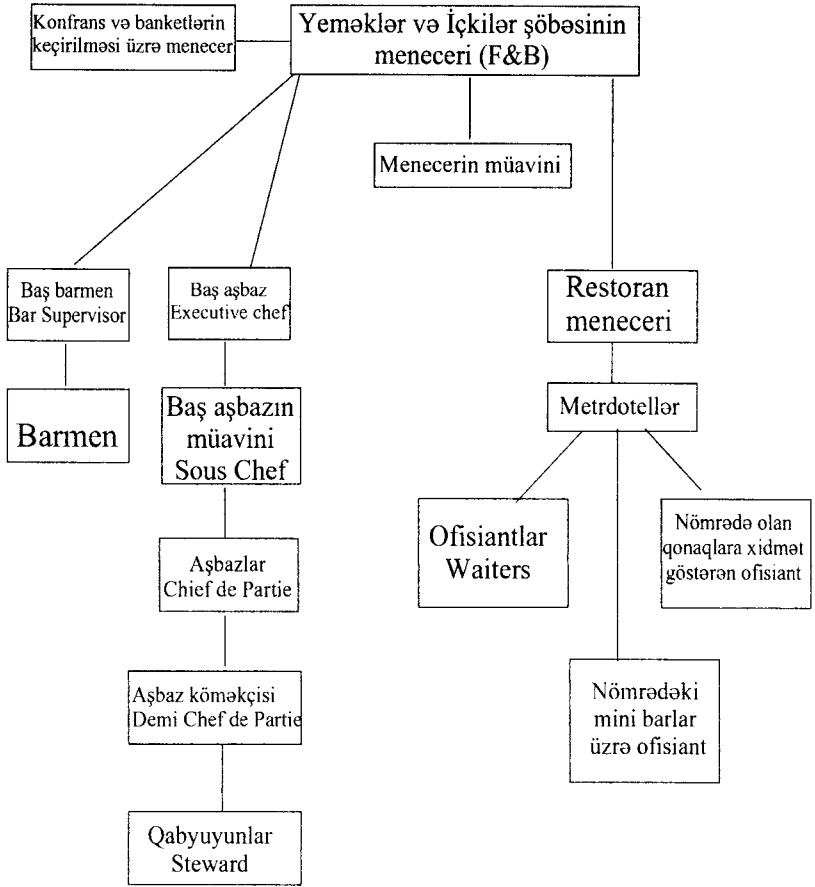
Qəhvə adətən, piyalə tipli, müasir qəhvə fincanlarından bir az böyük olan fincanlarda verilir. Digər tipli müəssisələr isə xaricdə analoqu olmayan çayxanalar idi. Rusiyada onlar yalnız XIX əsrdə II Aleksandrın zamamında Tver quberniyasında açılır və ilk gündən onların fəaliyyətinə xüsusi şərtlər qoyulur. Onlar üçün ən az icarə haqqı, çox az miqdarda vergilər tətbiq edilir. Peterburqda ilk çayxana 28 avqust 1882-ci ildə açılır. Sonradan onlar Moskvada və Rusiyanın digər şəhərlərində peyda olmağa başlayır. Çayxanalar tez bir zamanda hər yerdə geniş yayılır. Əvvəlcə onları **fəhlələrin** yığıldığı iş sahələrinin yaxınlığında, sonra isə bazar və araba dayanacaqlarında açmağa başladılar.

6.2. Yeməklər və İçkilər şöbəsinin sturukturı və fəaliyyəti

Otelin Yeməklər və İçkilər şöbəsinə menecer rəhbərlik edir. O aşağıda göstərilən sahələr üzrə işin səmərəli aparılmasına məsuldur və baş menecərə hesabat verir.

Yeməklər və İçkilər şöbəsinin meneceri, şöbəyə rəhbərlik etməklə idarə edir və standartları qoruyaraq qonaqlara yüksək səviyyəli xidmət göstərməklə otelin gəlirlərinin artırılmasına çalışmalıdır. Yeməklər və İçkilər şöbəsinin işini planlaşdırmalı, qonaqların gündəlik istəklərini təmin etməlidir. Bunun üçün aşağıdakıları həyata keçirməlidir:

- Baş aşbaz və restoran meneceri ilə birlikdə menyunun hazırlanmasında iştirak etməlidir;
- Yeməklər və İçkilərin hazırlanmasına səmərəli nəzarət etməlidir;



Şəkil 6.1. Yeməklər və İçkilər şöbəsinin təşkilatı strukturu

- Restoranın gəlirlərinin artmasında və yeməklərin standartlara cavab verməsi üçün menecerlərə kömək etməlidir;
- İşçiləri həvəsləndirmə (motivasiya) üsulundan istifadə etməlidir;
- Standartların yerinə yetirilməsi ilə bağlı müdriyyət tərəfindən keçirilən yoxlamalarda iştirak etməlidir;
- İşlərində ciddi nöqsanlara yol verən işçiyə xəbərdarlıq etməli, lazım olan hallarda işdən kənarlaşdırmalıdır;
- Şöbənin bütün işçilərindən avadanlıqlarla düzgün və təhlükəsiz qaydada rəftarı tələb etməlidir;
- Kompüter proqramları ilə işləyə bilməlidir;
- Standartlara cavab verən təmiz məhsullardan istifadə edilməsinə, istənilən yığışdırılma və təmizlik tapşırıqlarının yerinə yetirilməsinə nəzarət etməlidir.

Yeməklər və İçkilər şöbəsinin meneceri aşağıdakı bilik və bacarıq qabiliyyətlərinə malik olmalı və lazım olarsa şöbə müdiri kimi əsas işləri personala başa salmalı və göstərməlidir:

- Yeməklər və İçkilər şöbəsinin bütün sahələrində işləmək və əsas vəzifə tapşırıqlarını yerinə yetirməlidir;
- Müasir və mürəkkəb kompüter proqramları vasitəsilə informasiyaları almalı və onları tətbiq etməlidir;
- Yazılı və danışiq ingilis dilini bilməlidir;
- Əsas hissiyat orqanları vasitəsi ilə (görmə, iy bilmə, dadma, eşitmə) malların keyfiyyətini təyin etmə və gözlənilən təhlükəli hadisələri öncədən hiss edib üzə çıxarmaq bacarıqlarına malik olmalıdır.

Şöbə müdiri ən azı həftədə iki dəfə öz restoranlarında nahar və ən azı bir dəfə səhər yeməyi yeməlidir. Təqribən həftədə iki dəfə hörmətli və nüfuzlu qonaqlarla barlara gəlməli və göstərilən xidmətə baxmalı və bu sahədə baş verən

yeniliklərdən xəbərdar olmaq üçün daim mütəxəssislərlə əlaqədar olmalıdır.

Yanvarın əvvəllərində mehmanxana şöbəsinin Yeməklər və İçkilər şöbəsinin bütün menecerləri bir araya toplaşır və qarşıdakı bütün bayramlar (8 mart, Novruz bayramı, Müstəqillik günü, Yeni il və s.) üçün plan təsdiq edirlər.

Yeməklər və İçkilər şöbəsinin işinin planlaşdırılması məsələlərinə aşağıdakılar aiddir:

- Bütün bölmələrin işçilərlə təmin olunması;
- Bu sahəyə sərf olunan xərclərə nəzarət;
- Baş aşbazla birlikdə menyunun seçilməsi, yeməklərin keyfiyyəti və qida məhsullarının həcmının təyin edilməsi;
- Qonaqların sorğu və istəklərinin təhlili;
- Alış üzrə menecerlə ehtiyat malların təyin edilməsi ilə bağlı qarşılıqlı əlaqələr yaratmaq lazımdır.

Yeməklər və İçkilər şöbəsinin meneceri olmaq üçün böyük təcrübə və öz işinə sədaqət hissi olmalıdır. Yaxşı təcrübə toplamaq üçün ixtisaslaşmış məktəblərdə təhsil almaq və bu sahədə işləmək lazımdır. Bu halda bir neçə müddət təchizatla (purchasing), təminatla (anbar) və qab-qasıqın yuyulub təmizlənməsi və otelin ərazisi və nömrələrin təmizliyinə və yığışdırılmasına xidmət göstərən şöbələrdə çalışmalıdır.

Yeməklər və İçkilər şöbəsinin meneceri bilməlidir ki, insanlarla ünsiyyət onun ən güclü tərəflərindən biri olmaqdır, çünki, işçilərin peşəkarlığının artmasında onun lider kimi mühüm rolu var.

6.3 Mehmanxananın restoran və barları

Mehmanxananın restoranı – onun əsas siması, həm də gəlir mənbəyidir. Restoransız mehmanxana, sadəcə gecələmək üçün yerdur. İnsan gərək əvvəlcə ləzzətlə yemək yesin, bundan sonra yatsın.

Mehmanxananın tərkibində bir neçə restoran ola bilər. Böyük mehmanxana şəbəkəsinə aid olan iri otellərdə adətən iki əsas restoran – qəşəng, dəbdəbəli restoran və çox da böyük olmayan kafe tipli restoran olur.

Restoranın münasib yerdə olması onun gələcək müştərilərinin sayından xəbər verir. Şəhərin mərkəzində yerləşən, iş adamlarının hətta, piyada gəzərək gedə bildiyi restoranlar, şəhər ətrafında yerləşmiş və ancaq nəqliyyatla getmək mümkün olan restoranlardan fərqlənir. Əlbəttə, mehmanxana daxilində yerləşmiş restoranın meneceri onun yerləşmə məsələsinə təsir edə bilməz. Burada o, yalnız restoranın interyerini, servis növələrini, mətbəxi nəzərə almamalı, hətta, restoranda menyuların qonaqların istəyinə uyğun olmasına nəzarət etməlidir. Restoranların sayından asılı olaraq, onların daxili, interyerləri, quruluşu və bəzəyi müxtəlif olur.

Mehmanxana restoranları menecer tərəfindən idarə olunur. Ümumilikdə restoran menecerinin vəzifələrinə aşağıdakılar daxildir:

- Qonaqlara yüksək səviyyədə xidmət göstərilməsini təşkil etmək;
- İşçilərin seçilməsi, öyrədilməsi və onlardan səmərəli istifadə olunması;
- Servisin yüksək standartlarını təşkil etmək və onu inkişaf etdirmək;
- Marketing siyasəti aparmaq;
- Mini bar vasitəsi ilə qonaqlara nömrədə xidmət göstərməyi təşkil və idarə etmək;

- Şöbə müdirinə yeməklərin və içkilərin büdcə hesabatını və qarşıdakı həftə, ay, il üçün biznes proqnozu vermək.

Bəzi restoran menecerləri, işçilərin yaxşı işləməsinə görə, həvəsləndirmə kimi, hər rüb mükafatlar təqdim edirlər. Hər səhər yeməyi, nahar və şam yeməyi üçün nə qədər yemək bişirmək və içkilər hazırlamağın hesabını aparmaq üçün, oteldə nə qədər müsafirin yaşadığını (hal-hazırda) və qonaqların tipləri (məsələn, konfrans iştirakçıları, turistlər, fərdi qonaqlar və s.) nəzərə alınmalıdır.

Kiçik otellərdə restoran meneceri funksiyasını metrdotel yerinə yetirir. Metrdotelin funksiyası çox müxtəlifdir. Metrdotel masa arxasında əyləşən qonaqlardan sifariş götürülməsinə cavabdehdir. Sifariş götürərkən aşağıdakılar qeyd edilir:

- Müştərinin soyadı;
- Müştərinin gəlmə saati və tarixi;
- Yerlərin sayı;
- Əlavə istəklər (ad günü üçün tort, uşaqlara xidmət, pəhriz saxlayan qonaqlara xidmət göstərmək və s.);
- Müştərinin telefonu.

Metrdotel hər sifarişçi üçün masanı təyin edir və ofisiantlara təlimat verir. Metrdotel (və ya baş ofisiant) qonaqları restoranın girişində qarşılayır, onları masaya qədər ötürür, əyləşdirir, menyu təqdim edir, xidmət etmək üçün ofisiant göndərir.

Metrdotel ofisiantlar arasında iş bölgüsünü aparır, onların xarici görünüşünü nəzərdən keçirir, lazımı avadanlıqların olduğunu yoxlayır (məcməyilər, qab-qacaqlar, salfetlər və s.) masaların üstündəki yemək ləvazimatları, qab-qacağın və süfrələrin təmizliyi, mebellərin, xalçaların, işıqlandırmanın sazlığını yoxlayır. O, qonaqların şikayətlərini qəbul edir (zərurət yaranarsa keyfiyyətsiz yemək və içkilər pulsuz

dəyişdirilir). Restoranda ən aşağı vəzifə - ofisiantdır (**server**). Avropada bu çox hörmətli bir vəzifə sayılır. Ofisiant olmaq üçün, ən azı iki il təhsil almaq, xarici dilləri bilmək lazımdır.

Böyük restoranlarda bir neçə ofisiant, briqadirə (**captain**) tabe olur. Briqadir onları idarə edir. O, sifarişləri götürür və müştərilərlə hesablaşmanı aparır. Ofisiantın vəzifəsi restoranın səviyyəsindən (dərəcəsiindən) asılı olaraq müxtəlifdir. Lakin bəzi ümumi qaydalar vardır:

- Ofisiant süfrələri və yemək ləvazimatlarını, həmçinin onun adına yazılmış masaları yoxlamalıdır ki, o, yırgalanmasın və sınıq olmasın;
- Ofisiant süfrəni masanın üstünə salmalıdır (əvvəlcə səsi udmaq üçün yumşaq örtük sərilir, sonra süfrə sərilir): Süfrənin kənarları (küncləri) döşəmədən 10 sm hündürlükdən çox olmalı və ən azı 25 sm masanın qırağından aşağı olmalıdır;
- Ofisiant masanı silir və qab-qacaqları, qədəhləri, salfetləri düzür. Sanitar qaydalara görə qədəh silinib ağzı aşağı qoyulmalı, yalnız qonaq əyləşərkən ona qulluq edən zaman qədəh çevirilərək düz qoyulur. Qədəh ayaq tərəfindən əl ilə tutulmalı, digər ləvazimatların (çəngəl, bıçaq, qaşığı) qulpundan tutmaq lazımdır;
- Ofisiantlar müştərilərə bilavasitə qulluq göstərir (sifariş qəbul edir, sifariş olunmuş yemək və içkiləri gətirir, düzür, içki şüşələrinin qapağını açır, süzür, çirkli qabları yığışdırır, müştəriyə hesab təqdim edir).

Ofisiantın iş yeri – piştaxta (**sideboard**), yemək ləvazimatlarının, süfrələrin salfetlərin, menyuların, kibritlərin və s. saxlanıldığı yeşikdir. Ofisiantın ustalığı yemək paylayarkən çəngəl və qaşıqdan ustalıqla istifadə etmək, bir əldə yeməklə dolu 3 boşqab aparmaq, balığı doğrayıb düzəltmək və bu kimi vərdişləri təkmilləşdirməkdə özünü göstərir.

Bir çox ölkələrdə təmiz qablar qonağın sol tərəfindən qoyulur, yeməklər boşqablara soldan təqdim olunur, içkilər (qəhvə də daxil olmaqla) sağ tərəfdən süzülür, çirkli qablar sağ tərəfdən götürülür.

Ofisiantın standart ləvazimatları – ştopr (butilkanın probkasını açan, folqaları açmaq üçün kiçik bıçaq, həmçinin pivə, mineral su butilkasını açmaq üçün ləvazimat bu komplektə daxildir), qələm, alışqan (kibrit), dəsmal (salfet).

Restoranda göstərilən xidmətin qaydaları. Restoranda xidmətin əsas tələblərindən biri yeməklərin masaya soyutmadan verilməsidir. Buna görə də cold və vurnuxmadan işləmək lazımdır. Müştəriyə xidmət göstərən zaman ofisiant aşağıdakıları yerinə yetirməlidir:

- Müştəriləri əyləşdirməli və menyunu təqdim etməlidir;
- Su süzməlidir;
- Yeməkdən qabaq içiləcək içkilərin-aperitiv, kokteyllərin sifarişini qəbul etməli və yerinə yetirməlidir;
- Menyü üzrə sifariş qəbul etməli, şərab təklif etməlidir;
- Aperitiv içkilər içildikdən sonra, qabları yığışdırmalıdır;
- Qəlyanaltıları gətirməli, çirkli qabları yığışdırmalıdır;
- Birinci yeməyi gətirməli, çirkli qabları yığışdırmalıdır;
- Əsas yeməyi (ikinci, **entree**) gətirməli: İkinci yemək qonağa nümayiş olunur, qonaq yeməyin xarici görünüşündən razılığını bildirir və sifarişi təsdiqləyir, yeməkdən sonra ofisiant qabları yığışdırmalıdır;
- Desert təklif etməlidir;
- Qabları yığışdırmalıdır;
- qəhvə, çay təklif etməlidir;
- Hesabı yazır (müştərinin yanında yazmır), pulu alır, masa arxasından qonağın qalxmasına kömək edir, qonaqlarla sağollaşır (bu zaman qonağın qoyduğu

bəxşişi (pulu) onun gözü önündə saymaq məsləhət görülmür);

- Masanı yığışdırır.

Ofisiantdan aşağıdakılar tələb olunur:

- Şəxsi gigiyena qaydalarına və xarici görünüşünə (uniforma təmiz və ütülü olmalı, təmiz əllər, az bəzək və qadınlarda azacıq kosmetika) diqqət verməlidir;
- Menyunu əzbər bilməli, ofisiant menyudakı yeməklərin hansı ərzaqlardan və necə hazırlandığını qonağa başa sala bilməlidir;
- Müştəri ilə ünsiyyət qura bilməlidir (nəzakət, ədəb, səbr, səsin ahəngi, gülümsəmə);
- Kollektiv ilə işləmək bacarığı olmalıdır.

Bütün bu ümumi tələblərdən başqa ofisiant bir sıra digər peşəkar vərdişlərə də malik olmalıdır. Şərab süzmək üçün vaxtında müştərinin yanında olmalı, ikinci kokteyli təklif etməli (əgər birincinin dördüdə bir hissəsi içilməmiş qalıbsa), su süzməli, qəlyanaltıları təqdim etmək bacarığı olmalı (əgər sifariş olunmuş əsas yemək gecikirsə), yeməyi böşqabda səliqəli yerləşdirməli, özünün hər-hansı bir yeməkdən xoşu gəlmirsə, bunu hiss etdirməməli, yeməyi müştəriyə elə təqdim etməlidir ki, qonaq yeməkdən imtina etməsin.

Çaypulu (Tips – “to insure promptness” söz birləşməsinin qısaldılmış forması) ofisiantlara müştərilər tərəfindən bəxşiş formasında verilən əlavə puldur. Təcrübə göstərir ki, bəxşişlərin miqdarı ofisiantın məharəti və qadın ofisiantların cəlbediciliyi ilə əlaqədar olur. Bəxşişlər restoranın tipindən, gələn müştərilərin növündən (təşkilatlar bir qayda olaraq fərdi müştəriyə nisbətən az bəxşiş qoyur, qadın və kişi birlikdə olanda digərlərindən daha çox bəxşiş qoyurlar) asılıdır. Böyük şəhərlərdə kiçik şəhərlərə nisbətən bəxşişlər çox olur və s. Bir sıra restoranlarda bəxşişlər yığılır və bütün ofisiantlar

arasında bərabər bölünür. Belə qayda olmayan restoranlarda metrdotel nəzarət etməlidir ki, yüksək səviyyədə qonaqlar üçün ayrılmış masalara ofisiantlar növbə ilə xidmət etsinlər.

Mehmanxana restoranlarında adətən müştərilərə aşağıdakı qidalanma şərtləri təklif olunur:

- **Tam pansiyon – Full Board** (FB-üç dəfə yemək – səhər yeməyi, nahar və şam);
- **Yarım pansiyon – Half Board** (HB-iki dəfə qidalanma – səhər yeməyi, nahar və ya şam);
- **Yalnız səhər yeməyi – Bed and Breakfast** (BB – birdəfə qidalanma – səhər yeməyi).

Bütün mehmanxanalarda səhər yeməyinin təşkilinə xüsusi diqqət yetirilir. Məhz səhər yeməyi ilə müştəri yeni günə başlayır və burada yeməyin təşkilindən çox şey asılıdır. Nahar və şam yeməklərindən fərqli olaraq, səhər yeməyində mehmanxanada qalan bütün qonaqlar iştirak edirlər.

Səhər yeməyinin aşağıdakı növləri vardır:

- **Kontinental səhər yeməyi (Continental breakfast).** Bura qəhvə, çay və ya isti şokolad, şəkər qaymaq, limon, iki növdə povidla, jem və ya bal, müxtəlif çörək, bulka məmulatları, yağ daxildir. Bazar günləri bu səhər yeməyinə soyutma yumurta əlavə olunur. Bir çox Avropa ölkələrində Kontinental səhər yeməyi mehmanxana nömrəsinin qiymətinə daxildir;
- **Geniş çeşidli səhər yeməyi.** Kontinental səhər yeməyinə əlavə olaraq burada, müştərilərə şirələr, donuz əti, pendir, kolbasadan, yumurtadan, yoqurtdan, kəsmikdən hazırlanan yeməklər təklif olunur. Səhər yeməyi zamanı adətən bufet xidməti göstərilir və ya ofisiant yemək olan iri boşqabdan, qonaqların boşqabına yeməyi paylayır və bundan sonra iri boşqabı masanın üzərinə qoyur. Yumurtadan hazırlanmış ye-

məklər fərdi sifariş əsasında hazırlanır və qonağa təqdim olunur;

- **İngilissayağı səhər yeməyi (English breakfast).** Klassik üslubda ingilissayağı səhər yeməyi nömrəyə gətirilən çay və ya qəhvə ilə başlayır (isti şokolad da ola bilər). Bura həmçinin şəkər, bulka məhsulları, qızardılmış şorək, yağ, cəm, bal, mürəbbə daxildir. Yumurta yeməkləri (donuz əti ilə yumurta, donuz əti və ya şampinyon ilə omlet və s.), balıq yeməkləri, yulaf sıyığı (ovsyanka) və ya südlü şirin sıyıq kimi yeməkləri də bu növ səhər yeməyinə əlavə etmək olar. İngilissayağı səhər yeməyi müştərilərə “Geniş çeşidli səhər yeməyi” kimi təqdim olunur;
- **Amerikansayağı səhər yeməyi (The American).** Buz əlavə olunmuş adi içməli su, meyvə şirələri, təzə meyvələr və ya meyvə kompotu, dənli bitkilərdən (qarğıdalı, düyü və s.) yemək, kiçik ət porsiyası (tikəsi) və piroq təklif olunur;
- **Şampan şərəbi ilə səhər yeməyi.** Bu növ səhər yeməyinin vaxtı saat 10:00-dan 11:30-a qədərdir. Qəhvə, çay, spirtli içkilər (şampan, şərəb), kiçik soyuq qəlyanaltılar və isti yeməklər, sup (şorba) və desertlər bufet formasında təklif olunur. Şampan şərəbi ilə səhər yeməyi bir qayda olaraq rəsmi tədbirlər olduqda təşkil olunur;
- **Gecikmiş səhər yeməyi.** Səhər yeməyi və naharın alternativini kimi çıxış edir və saat 10:00-dan 14:00-a qədər verilir. Səhər yeməyi və nahara daxil olan menyudakı yeməklərdən ibarət ola bilər. Bura isti və sərin içkilər, bulka, yağ, cəm, kolbasa, pendir, sup, isti ət yeməkləri və desertlər daxildir. Bufet üsulu ilə təqdim olunur.

Səhər yeməyi, nahar və şam yeməklərinin təşkilində müxtəlif xidmət üsullarından istifadə olunur.

Nömrələrə xidmət (Room Service).

Yüksək dərəcəli otellərdə mütləq nömrələrə xidmət göstərilməlidir. Burada nömrəyə xidmət üçün ayrıca menyu (bəzən bu menyu restoran menyusundan əlavə hazırlanır) olur. Lakin bir sıra məşhur otellərdə bu xidmət vasitəsi ilə restorandan istənilən yeməyi və içkiləri sifariş etmək olar. Nömrəyə xidmətdə əsas şərt – sifarişin tez çatdırılmasıdır.

Səhər yeməyinin (həbelə, nahar və şam yeməklərinin) nömrəyə sifariş edilməsi bir neçə yolla mümkündür: telefon ilə, nömrədə olan xüsusi düyməni basıb ofisiant çağırmaqla, interaktiv televiziya vasitəsi ilə və səhər yeməyinin sifariş kartı vasitəsi ilə sifarişlər edilir.

Nömrədən birbaşa və ya telefon vasitəsi ilə sifariş qəbul edən **Room Service** əməkdaşı otağın nömrəsini, qonaqların sayını, yeməklərin adlarını, sifarişin götürülmə saatını və təqdim ediləcək vaxtı yazmalıdır.

İnteraktiv televiziya sistemi vasitəsi ilə nömrəyə yemək sifərişi televiziya pultunun düyməsinə basmaqla edilə bilər. Qonaq seçdiyi menyunu təsdiq edərsə, ofisiant tərəfindən göstərilən xidmətdə səhv istisna olunur.

Sifariş kartları vasitəsi ilə səhər yeməyi, sifariş edən qonaq, kartın qrafalarındakı suallara cavab verməlidir:

- Səhər yeməyinin verilmə vaxtı;
- Müştərinin soyadı;
- Otağın nömrəsi;
- Sifarişin tarixi;
- Qonaqların sayı;
- Müştərinin imzası.

Bundan sonra qonaq səhər yeməyinin növünü seçməlidir. Müştərilərə, “nömrəyə səhər yeməyinin sifarişi” (**Room Service Breakfast**) blankını qapının dəstəyinin bayır hissəsindəki tutacağına asmaq təklif olunur. Gecə və ya səhər tezdən “Nömrələrə xidmət” bölməsinin işçisi dəhlizlərdə gəzərək bu kartları götürür və sifarişlərin hazırlanması üçün, “Nömrələrə xidmət” bölməsinə təqdim edir.

Mətbəxdə səhər yeməyi qoyulmuş məcməyilər hazırlanır, səhər yeməklərinin verilməsi təxminən saat 06:00-dan başlayır və 10:00-12:00-a qədər davam edir. Yüksək dərəcəli otellərdə nömrələrə yeməklər sifariş edildikdən 30 dəqiqə sonra çatdırılmalıdır. Əks halda standartlara uyğun olaraq müştəri mehmanxana hesabına nahar etməlidir.

Səhər yeməyi üçün ödəniş müştəri tərəfindən birbaşa ofisiyanta verilə bilər. Bunun üçün müştərinin yemək hesabını ofisiyanta əvvəlcədən hazırlamalıdır. Hesab çekinin bir nüsxəsi müştəriyə verilir, digər iki surəti isə ofisiyanta hesabat aparmaq üçün özündə saxlayır.

Adətən qonaqlar “Nömrəyə xidmət” (Room Service)-in hesabına onların əsas hesablarının (nömrə hesabı) üzərinə əlavə olunmasını xahiş edirlər (**late charge**). Bu halda ofisiyanta hesab çekini (üç nüsxədə) müştəriyə imzaladır və həmin çeki Ön büroya (Reception) verir. Qəbul və yerləşdirmə şöbəsinin işçisi, qonağa aid çekləri bütün şöbələrdən qəbul edərkən, müştərinin imzasının olmasını yoxlamalıdır. Müştərinin çek üzərindəki imzası onu göstərir ki, qonaq bütün hesabı tam şəkildə oteli tərk edərkən ödəməsinə zəmanət verir.

Nömrələrdə xidmət edən ofisiyanta təkcə masanın servirovkasını (düzülüşünü) deyil, həm də yeməklərin verilmə ardıcılığını, xidmətin xüsusiyyətlərini və nömrədə davranış qaydalarını bilməlidir.

Nömrələrdə qonağa xidmət üçün bir sıra qaydalar mövcuddur:

- Sifariş (səhər yeməyi, nahar, şam) ya məcməyidə, ya da yemək daşıyan xüsusi servis arabalarında təqdim edilir. Ofisiant məcməyini sol əlində aparmalıdır. Sağ əli, qapı açmaq və ya bağlamaq, məcməyidəki hər hansı bir şeyi başqa yerə qoymaq, yerini dəyişmək və s. üçün sərbəst qalmalıdır. Dəhlizlərdə və ya keçidlərdə yaxşı olar ki, məcməyi çiyin bərabərində aparılsın, yalnız nömrəyə daxil olduqda, məcməyi sinə səviyyəsinə endirilməlidir;
- Nömrəyə girməzdən əvvəl qapını döymək, yalnız razılıq aldıqdan sonra nömrəyə daxil olmaq lazımdır;
- Qonaqlarla salamlaşmaq lazımdır;
- Əgər qonaq yataqda nahar etmək istəyirsə, onda məcməyini yan tərəfdən təqdim etmək lazımdır. Əgər yataqda iki şəxs nahar edəcəksə, onda yeməyi iki məcməyidə təqdim etmək lazımdır;
- Sifarişin hazırlanması zamanı (səhər yeməyi, nahar, şam) bir nəfər üçün qoyulan bütün ləvazimatlar uyğun olmalıdır;
- Əgər qonaq nömrədə masa arxasında və ya eyvanda nahar etmək istəyirsə, onda masanı süfrə ilə örtmək lazımdır. Məcməyini birbaşa masanın üstünə qoymaq və ya məcməyidəki əşyaları masanın üstünə düzmək olar;
- Ofisiant nömrədə həddindən çox qalmamalıdır. Əgər qonaq nə isə soruşarsa, o zaman danışmaq məsləhət görülür. İstənilən hal və hadisə zamanı ofisiant nəzakətli davranmalıdır.

Mini-bar. Hər şeydən öncə bu, nömrədə balaca soyuducudan ibarət kiçik bardır. Mini-barın içərisindəki məhsulların qiyməti nömrə qiymətinin içərisinə daxil deyil. Nömrələrdə mini-bar xidməti mehmanxanaya böyük gəlir gətirir. Mini-bardakı məhsulların (malların) qiyməti, digər-

lərindən bir neçə dəfə baha olur. Mini-bar olan nömrələrdə, müştəri sutkanın hər bir vaxtı içki ilə təmin olunur.

Mini-bardakı içkilərin geniş çeşidləri, gözəl forması qonaqlarda bu içkilərdən istifadə etmək həvəsi yaradır. Bəzi otellərdə mini-barda olan məhsulların qiymətinin cəmi, nömrənin bir günlük qiymətindən daha baha olur.

Mini-barın açarı, qonaq qəbul, yerləşdirmə və xidmət bölməsinə gələrkən zərflə qoyularaq qonağa təqdim oluna bilər. Əgər qonaq mini-bardan istifadə etməyəcəksə, o, bu açarı götürməyə bilər.

Mini-barların əksəriyyəti açıq şəkildə qonaqlara təqdim olunur, yəni açarla bağlanmır. Mini-barlardakı məhsulların işlədilməsinə nəzarəti və onların yeni mallarla doldurulmasını təsərrüfat şöbəsinin nömrələr üzrə xadimləri və ya bu sahə üçün Yeməklər və İçkilər (F&B) şöbəsində ayrılmış işçilər (**mini-bar attendant**) yerinə yetirirlər. Nömrələrdə qonaqlar üçün xüsusi blanklar qoyulur, qonaq orada mini-bardan istifadə etdiyi yemək və içkilərin adlarını yazır, imzalayır və gedərkən Reception-a təhvil verir. Təcrübə göstərir ki, qonaqlar çox vaxt bu blankları doldurmaq üçün özlərini əziyyətə salmırlar və ya onu səhv doldururlar.

Mini-bara baxan işçi (**mini bar attendant**) qonaq tərəfindən blankın doldurulmasına nəzarət edir, yazdıqları və istifadə etdiyi malların sayını yoxlayır və müqayisə edir. Lazım gəldikdə qonağa kömək məqsədi ilə blankda düzəlişlər edir və ya özü doldurur.

Blankda aşağıdakılar göstərilir: otağın nömrəsi, doldurulma tarixi və saati, müştərinin soyadı, imza üçün yer. Mini-barların doldurulması və yoxlanılması zamanı, mini-bar işçisi bu blankları qəbul, yerləşdirmə və xidmət bölməsinə təhvil verir, onlar isə, öz növbəsində bu blankları onların nömrələri olan kataloqa qoyurlar (qonağın hesabını çıxararkən bu çeşidlər də əsas hesabın üzərinə əlavə olunur).

Əlavə xidmətlərin ödənilməsi baxımından qonağın oteli tərk etdiyi gün bir sıra çətinliklər yaranır. Bəzi qonaqlar səhvən və ya bilərəkdən, getməmişdən az öncə səhər yeməyinin və ya telefon danışığının pulunu ödəmirlər. Bu hallar mini-bara da aiddir. Əgər mehmanxanada qonaq çıxan gün nömrənin yoxlanılması və təhvil alınması əməliyyatları yoxdursa, mini-barın yoxlanılması çətinlik yaradır.

Yaxşı olar ki, mini-bar haqda məlumatlar qəbul, yerləşdirmə və xidmət bölməsinə operativ çatdırılsın. Avtomatik mini-bar sistemi olan otellərdə bu xidmət növü əhəmiyyətli dərəcədə xərclərin azaldılmasına və gəlirlərin artırılmasına imkan verir. Bu, nömrələrdə qurulmuş, mərkəzləşdirilmiş mini-bar sisteminin köməyi ilə mümkün olur. Mini-barın avtomatlaşdırılmış sisteminin vasitəsi ilə işlədilmiş yemək və içkilərin sayını izləmək mümkündür.

Avtomatik mini-bar sistemi qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin işçilərinə nömrədə yaşayan müştərinin mini-bar xərclərini dərhal onun əsas xərclərinə əlavə etməsinə imkan verir.

Anlaşılmazlıqlardan qaçmaq üçün nömrələrdə mini-barlardan istifadə qaydaları, ərzaq və içkilərin qiymət siyahısı olmalıdır. Əgər müştəri mini-bar hesabını ödəməkdən boyun qaçırırsa, onda, qəbul, yerləşdirmə və xidmət bölməsinin işçisi (receptionist) menecərə bu barədə məlumat verir. O, da öz növbəsində bu məsələnin həlli istiqamətində zəruri addımlar atır.

Mehmanxanada olan barlar

Mehmanxana barları insanların qarşılıqlı ünsiyyəti üçün münasib yerdir. Burada işgüzar söhbətlər aparılır və ya müştərilər sadəcə əylənirlər. Barları barın meneceri idarə edir. Bar meneceri aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- Sifarişlərin nəzarəti və şərabların saxlanması;

- Şərabların siyahısının hazırlanması;
- Personalın işinə nəzarət;
- Xərclər üzərində daimi nəzarət;
- İçkilərin seçilməsində qonaqlara kömək etmək;
- Qonaqlara şərabların düzgün servis edilməsi;
- Likör, pivə şərab, araq, viski və digər spirtli və spirtsiz içkilərin növlərini tanımalı və onları necə təqdim etmək qaydalarını bilməlidir.

Barın effektiv işləməsinin ölçüsü müəyyən vaxtda satılmış içkilərin sayının maya dəyərini çıxmaqla təyin olunur. İçkilərin satış səviyyəsini mütəmadi yoxlamaqla, barın işinə nəzarəti gücləndirir. Barda satış səviyyəsi 16-24% normal sayılır. Digər barlar kimi, mehmanxanalarda olan barlar da bir sıra problemlərlə üzləşirlər. Yeməklər və İçkilər şöbəsinin müdiri barların işini ciddi nəzarətdə saxlamalı və diqqət yetirməlidir ki, bar işçiləri qoyulan qaydalara tam və düzgün əməl etsinlər. Barların birbaşa fəaliyyət sahəsinə spirtli içkilərin satışının daxil olması da məlumdur. Yaddan çıxarmaq lazım deyil ki, müasir hüquqi tənzimləmədə, satılan içkilərin məsuliyyətini, birbaşa onu satanlar daşıyır.

Əgər müştəri barda sərxoş olarsa və başına xoşagəlməz hadisə gələrsə, bu zaman barmen də, barın menecri də məsuliyyət daşıya bilər. Başqa bir problem isə əsasən menecerin bəzi işçilərin əliayrılıqlarına qarşı mübarizəsidir. Hamıya məlumdur ki, düzgün işləməyən barmenlər bir sıra əliayri hərəkətlərə yol verə bilərlər: spirtli içkilərə su və ya rəngli mayelər qatılması, satılması və ya hesaba alınmamış içkilərin satılıb, məbləğin mənimsənilməsi və s. Ən çox işlədilən üsullar, qədəhin tam doldurulmaması və qonağın hesabda aldılması yolu ilə qazanmaqdır. Bəzi barmenlər isə əksinə, müştərilərdən çox “çay pulu” (bəxşiş) almaq məqsədilə qənaət etdiyi içkidən müştəriyə, daha artıq içki süzürlər.

Bütün bu çatışmamazlıqların qarşısını almaq üçün, ciddi nəzarət funksiyası tətbiq etmək, həmçinin müştəri qismində müfəttişlərdən istifadə olunmalıdır. Onlar özlərini adi müştərilər kimi aparır, əslində isə xidmət göstərən barmenlərin hərəkətlərinə ciddi şəkildə fikir verirlər. Böyük otellərdə adətən müxtəlif tipli bir neçə bar fəaliyyət göstərir.

Lobbi bar. Bu bar görüşlər üçün əlverişli yerdir. Düzgün idarə olunan “Lobbi bar” yüksək gəlir mənbəyi ola bilər.

Restoran barı. Vestibüldəki vurnuxmadan, yorğunluqdan sonra oturub dincəlmək üçün bu bar sakit və münasib yerdir. Bu tip barlar ənənəvi olaraq Amerika restoranlarının cəlbədicisi elementlərindən biri sayılır.

Köməkçi bar. Bəzi böyük otellərdə ticarət üçün nəzərdə tutulan, binanın içəri hissəsində yerləşən köməkçi barlar olur. Əgər belə barlar yoxdursa, restoran və nömrələrə xidmət göstərən işçilər, digər daimi ticarət nöqtələrindən, məsələn **restoran barlarının** xidmətlərindən istifadə edirlər.

Banket barı. Bu bar banket və konfranslar zamanı fəaliyyət göstərir. Belə tədbirlərdə eyni anda çox sayda müştəriyə xidmət göstərmək lazım gəldiyi üçün, zalın müəyyən yerlərinə üzərində içki şüşələri (butilkalar) olan müvəqqəti masalar qoyulur. Əgər nahardan əvvəl içkilər (aperitiv) içmək nəzərdə tutulubsa, onda ənənəvi amerikansayağı xidmət göstərilməlidir və bu halda ofisiantların üzərinə daha çox böyük yük düşür: çox sayda qonaqdan sifariş qəbul edib, sifarişləri cəld təqdim etmək lazımdır. Bu prosesi sadələşdirmək üçün bir sıra banketlərdə içkilərin də daxil olduğu kompleks nahar xidmətləri təklif olunur. Banket barlarda qab-qacağa ciddi nəzarət etmək lazımdır: tədbir bitən kimi, boş içki şüşə qabları (butilkalar) sayılmalı, barın meneceri isə barın bağlanmasına qədər mədaxili hesablaya bilməlidir. Mehmanxananın müxtəlif yerlərində açılmış müvəqqəti barları, oğurluq hallarının qarşısını almaq üçün eyni vaxtda bağlayırlar.

Banket barı müxtəlif spirtli içkilərin (likör, pivə, şərab və s.) növləri ilə təchiz olunmalıdır. Bu tip müxtəlif dərəcəli spirtli içkilərə diskotekada, rəqs zallarında və ayrıca kabinetlərdə tələbat daha çox olur.

Hovuz yanında barlar. Müasir kurort otellərini qonaqların bir qədər ekzotik kokteyl içərək istirahət etdikləri hovuz və onun yaxınlığında yerləşən barsız təsəvvür etmək mümkün deyil. Əsasən konfrans iştirakçılarına xidmət göstərən kurort otellərdə bu tip barlar yaxşı işləyir.

Gecə klubları yanındakı barlar. Bu tip barlarda musiqi ilə müşayiət olunan barlarda müxtəlif rəqslər ifa olunur. Didjeyin (diskotekanı idarə edən) iştirakı və rəhbərliyi ilə insanlar barda əylənirlər. Bu tip barlarda müxtəlif spirtli içkilər, kokteyllər daha çox satılır.

İdman barları. Bu barlar gündən günə insanların müasir həyat tərzinin ayrılmaz hissəsinə çevrilir. Belə idman barlarının yanında hər növ idman xidmətləri olan müəssisələr: üzgüçülük hovuzu, futbol meydançası, idman oyunları üçün zal və ən əsası barların özündə qonaqlara dünyanın hər yerində baş verən idman hadisələri barəsində məlumat almaq üçün peyk televiziya kanallarına baxmaq imkanı yaradılır.

Müxtəlif tipli barlar, müxtəlif ölçüdə də gəlirlər gətirə bilər. Burada əsas şərt onların ölçülərindən, mehmanxananın harasında yerləşməsindən və mehmanxananın tipindən asılıdır.

Mehmanxana daxilində restoranların şəhər restoranlarından fərqi ondadır ki, onun işi təkcə restoran xidməti ilə deyil, mehmanxananın bütün digər şöbələri ilə sıx əlaqədədir.

Restoranın yığışdırılması və təmizliyini təsərrüfat şöbəsinin işçiləri yerinə yetirməli və ya müqavilə əsasında digər işçilər cəlb olunmalıdır. Bu cür iş üsulundan restoran və mətbəxdə də istifadə etmək olar. Kənardan müqavilə ilə qəbul olunan işçilər üçün təlimlər nəzərdə tutulmalıdır.

6.4. Mehmanxana nəzdində restoranın mətbəxi

Tərkibi hələ Corc Ogyüst Eskofye (1847-1935) tərəfindən düşünülmüş klassik mətbəx briqadasına (Le service de cuisine) aşağıdakı işçilər daxildir:

1. **Baş aşpaz (chef de cuisine)** mətbəxdə mütləq hakimiyətə malik olur, mətbəxi idarə edir, yeməklərin keyfiyyətinə və müxtəlifliyinə, yəni son nəticədə bütün restoran biznesinin müvəffəqiyyətinə görə məsuliyyət daşıyır. Baş aşpaz menyunu hazırlayır. Baş aşpaz personalın işini uzlaşdırır, o, tabeliyində olanların işlə eyni dərəcədə yüklənməsini, gözlənilməyən hallarda onların bir-biri ilə əvəz olunmasını təmin etməlidir. Baş aşpaz həm də məhsulların tədarükünə, onların keyfiyyətini və qiymətə uyğun olmasını yoxlamağa görə cavabdehdir.
2. **Baş aşpazın müavini (sous chef)**, baş aşpaz olmadığı vaxt onu əvəz edir. Mətbəxdə növbəti vəzifə – aşbazdır (chef de partie). Aşbaz birinci yeməklər, ikinci yeməklər, salatlar və s. üzrə cavabdehdir. Bilavasitə yeməklərin bişirilməsi işini **aşpazın köməkçiləri (Commis chef)** yerinə yetirir.

Mətbəxdə, həmçinin müxtəlif **souslar üzrə mütəxəssis (saucher)**, mal, qoyun, donuz və quş ətindən, balıqdan qovurma və buğlama yeməklərini, qril, kababları hazırlayan və qızartma yeməklər üzrə mütəxəssis (**rottisseur**), şorbalar üzrə mütəxəssis, çiy əti emal edən, soyuq qəlyanaltılar, pəştətlər, salatlar hazırlayan soyuq qəlyanaltılar üzrə mütəxəssis (**garde manger**) işləyir. Bundan başqa mətbəxdə digər mütəxəssislər də çalışırlar:

- banket aşpazları – banketlərin menyularına uyğun yeməklər hazırlayırlar;
- Müxtəlif cür şirniyyat (keks, tort və s.) hazırlayan mütəxəssis (**patissier**);

- tərəvəz yeməkləri və qarnirlər hazırlayan mütəxəssis (**entremetier**).

Menyuda təklif olunan içkilərin geniş seçimi, şərablar üzrə mütəxəssisin (**fr. sommelier**) olmasını tələb edir.

Mətbəx iyerarxiyasının ən aşağı pilləsində qabyuyanlar (**steward**) durur. Baş stüard (**chef steward**) mətbəxin sanitariya vəziyyətinə görə cavabdehdir, boşqabların yuyulmasına və otağın yığışdırılmasına, boşqabların banket zallarına verilməsinə nəzarət edir.

Hal-hazırda müasir ventilyasiya və kondisioner sistemlərinin quraşdırıldığına görə mətbəxlərdə iş şəraiti nəzərə cəpacaq dərəcədə yaxşılaşdırılmışdır. Mətbəxdə iki əsas fiziki proses-yeməyin saxlanması üçün soyutma (soyuducular və buxanalar) və bişirilmə üçün qızdırılma tətbiq olunur.

Yeməklərin bişirilmə və qızdırılması elektrik, ya da ki, yanar qazla yerinə yetirilir. Yemək hazırlamaq üçün qaz əlverişlidir, bundan başqa, gələcək aşpazlar öz sənətlərinə qaz avadanlıqlarında öyrənirlər. Yeməyin elektrik vasitəsi ilə bişirilməsi, qızdırılması az təhlükəlidir və ekoloji baxımdan daha təmizdir, çünki oksigen udmur.

Qızdırmaq və soyutmaq üçün avadanlıqlardan başqa mətbəxdə qarışdırma, xırdalama, kəsmə, şirələr sıxmaq üçün bir çox elektrik cihaz və ləvazimatlardan, həmçinin, qəhvədanlar, dondurma qabları və digər xüsusi avadanlıqlardan istifadə olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, mətbəxdə ərzaq mallarının çəkisini düzgün təyin etmək üçün tərəzi mütləq lazımdır.

Son zamanlar xüsusən dondurulmuş məhsulların donunu açmaq üçün çox effektiv olan mikrodalğalı sobalar geniş yayılmışdır. Qabyuyan maşınlar mətbəxdə geniş istifadə olunmalıdır.

Mətbəxin sahəsi məhsulların ilkin emalı aparılan köməkçi (ayrı-ayrı olaraq, ət, balıq və tərəvəz) və yeməklərin bişirildiyi əsas sexlərə bölünür. Əsas sex qəlyanaltıların

(salatların), şorbaların, ikinci yeməklərin, şirniyyat məmulatlarının hazırlandığı bir neçə zonaya (sexə) bölünə bilər.

Mətbəxin işi diqqətlə planlaşdırılmalıdır: personalın hərəkət etdiyi yollar mümkün qədər kəşisməməli, hazır yeməklər çiy məhsullarla, ət balıqla və s. ərzaqlarla bir yerdə yerləşdirilməməlidir. Mətbəxdə olan keçidlərin eni ən azı 80 sm olmalıdır. Mətbəxin bir neçə pıştaxtası olur (**station**) və buradan ofisiantlar hazır yeməkləri sifariş və qəbul edirlər. Ofisiantların hərəkəti elə planlaşdırılmalıdır ki, onlar bir-biri ilə toqquşmasınlar.

Mətbəxdə aşağıdakı konstruksiya materiallarından istifadə etmək daha yaxşı olardı: paslanmayan polad, plastik (masalar, şkaflar), keramika plitələr (divarlar), vinil (döşəmə). Tavanlar və divarlar yuyula bilən olmalı və ara yerləri olmamalıdır. Avadanlıq polad ayaqların və yaxud təkerciklərin (əgər onun yerini dəyişdirmək lazım gəlsə) üstündə quraşdırılmalıdır. Bıçaqların və başqa alətlərin dəstəkləri plastikiyən hazırlansa, daha yaxşıdır, çünki ağacdən düzəldilmiş dəstəklərdə tiyə hissəsinin birləşdiyi yerdə vaxt keçdikcə ara əmələ gəlir və bura məhsul hissəcikləri dolur və çürüməyə başlayır.

Aşpazların əksəriyyəti mövcud olan avadanlığa alışa bilir və bu cür avadanlıqda tam keyfiyyətli yeməklər hazırlayırlar. Onlardan bəziləri müxtəlif yeməkləri hazırlama prosesinə başlamamışdan əvvəl özləri üçün ətraflı iş metodikasını hazırlayırlar: yemək necə və nə qədər miqdarda hazırlanmalıdır. Bu metodikanı aşpazlar fransızsayağı olaraq **Mise En Place** – «hər şey öz yerində» – adlandırırlar. Başqaları isə daha uzağa gedərək böyük miqdarda yarımfabrikatlar tədarük görürlər – sifarişlər daxil olduğu zaman yarımfabrikatlar tez bir zamanda lazımı vəziyyətə gətirilir. Nəhayət, şübhəsiz ki, hər bir aşpazın bişirdiyi, öz üslubuna və reseptinə uyğun yüksək tələbata cavab verən əsas firma yeməkləri olur.

6.5. Menyü

Menyü – ictimai iaşə zallarının işlədiyi bütün vaxt ərzində müəssisədə (restoranda, kafedə, barda) olan qəlyanaltıların, yeməklərin və içkilərin müəyyən ardıcılıqla düzülmüş siyahısıdır.

Onu əyani surətdə olaraq, müəssisənin qonaqlarla daimi əlaqəsini həyata keçirən restoranın «səlahiyyətli nümayəndəsi» adlandırılır.

Menyü tərtib edilərkən yeməklərin təklif olunmasında aşağıdakı ardıcılıq nəzərə alınmalıdır:

- I. Firma yeməkləri.
- II. Qəlyanaltılar (soyuq və isti).
- III. Şorbalar.
- IV. Əsas yeməklər (ayrı-ayrı olaraq, balıq, ət, vegetarian yeməkləri).
- V. Şirin yeməklər.
- VI. İçkilər (spirtli, spirtsiz, isti).

İçkilər böyük çeşiddə olduğu zaman onlar üçün ayrıca menyü tərtib etmək məsləhət görülür.

İçkilər, adətən, iki böyük qrupa ayrılır: spirtli və spirtsiz. Spirtli içkilər öz növbəsində üç yarımqrupa bölünür: şərəblər, tünd spirtli içkilər və likörlər, pivələr.

Menyüdə içkilər aşağıdakı ardıcılıqda sadalanır:

- I. Şərab.
 1. yerli ağ
 2. yerli qırmızı
 3. xarici ağ
 4. xarici qırmızı
 5. qazlı, köpüklənən şərəblər
 6. cənub şərəbləri

II. Aperitivlər

1. ağ vermut
2. qırmızı vermut
3. tünd aperitiv və s.

III. Tünd spirtli içkilər, likörlər

1. araq
2. viski (Şotland, İrlandiya, Burbon, Kanada)
3. ingilis arağı (cin)
4. rom
5. brendi, konyak, kalvados və s.

IV. Pivə

1. yerli
2. xarici

V. Qarışıq içkilər

1. kokteyllər

VI. Spirtsiz içkilər

1. mineral su
2. limonadlar
3. şirələr

VII. İsti içkilər.

1. qəhvə
2. çay

3. süd

Menyuda mineral suyu təklif edərkən, aşağıdakılar təqdim edilməlidir:

- yerli təbii mineral su;
- milli təbii mineral su;
- beynəlxalq miqyaslı mineral su (Perrier, Evian);
- qazsız mineral su;
- bulaq suyu.

Menyuda spirtli içkilər də müxtəlif ola bilər:

1. **təklif olunduğu (qapaqlı qaba tökülmüş) formaya görə** – qədəhlərdən, fujerlərdən, rümkalardan istifadə etməklə, qapalı qrafində, butulkalarda;
2. **içkinin saxlanma müddətinə görə** – əvvəlcə «gənc» şərablar (adi), sonra isə saxlanma müddəti çox olan şərablar göstərilir;
3. **qiymətlərinə görə** – əvvəlcə ucuz, sonra isə bahalı şərablar göstərilir.

Menyunun tərtib olunması çətin iş hesab edilir. Bu, eyni zamanda, həm elm, həm də incəsənət olaraq, böyük təcrübə və əsasən aşağıdakıların aid olduğu müxtəlif amillərin nəzərə alınmasını tələb edir:

- qonaqların rəyi yemək və içkilərin seçilməsində nəzərə alınmalıdır;
- personalın sayı və ixtisası;
- müxtəlif mətbəx avadanlığının olması və onların işlək vəziyyəti;
- lazımi inqrediyentlərin olması və onların təzəliyi.

Menyu, otel və ya restoran sahibinin nəyi xoşladığını və ya baş aşpazın nəyi hazırlaya bilməsindən asılı deyil, qonaqların istək və zövqünə uyğun tərtib edilməlidir.

Müştərilərdə satılan mallar haqqında yanlış təsəvvürlərin yaradılması ABŞ-da qanunla qadağan edilir. Menyuların həqiqətə uyğun tərtib edilməsi, hazırlanması və reklam olunması haqqında qanun, menyularda yazılan yeməklərin təsvirinin dəqiq olmasını tələb edir. Əgər menyuda yeməyin tərkibində mal əti birinci növ göstərilirsə, bu cür ət heç bir başqa növ olmamalıdır. Menyuda göstərilmiş təzə tərəvəzlərin yerinə donu açılmış tərəvəzləri vermək olmaz, müştəriyə təqdim olunan omarın adı isə Men omarı kimi göstərilirsə, bu cür omar Men ştatından (ABŞ) başqa heç bir ştatdan gətirilə bilməz (Məsələn, Naxçıvandan gətirilmiş və xərçəngdən bişirilmiş yemək, müştəriyə menyuda Naxçıvandan gətirilmiş xərçəng kimi göstərilirsə, belə də olmalıdır). Bəzi restoranlar bu qanunu pozmalarına görə ciddi cəzalandırılır.

Menyunun növü restoranın profilindən asılıdır. Menyuların bir neçə növü mövcuddur.

- **Menu a lya kart (a la carte)** – hər biri üçün ayrıca qiymətlərlə porsiya yeməklərini göstərir;
- **Menu tabl d'ot (table d'hote)** – hər bir yeməyin sabit qiymətlərlə bir və yaxud bir neçə seçimini təklif edir. Bu menyü növü ən çox Avropanın mehmanxana restoranlarında istifadə olunur. Onun üstünlüyü qənaətli və sabit qiymətli olmasındadır;
- **Menu dü cur (du jour)** – həmin gün hazır olan yeməklərin siyahısını sadalayır və göstərir;
- **Turist menyusu** – bu cür menyular turist üçün çox əhəmiyyətli məlumatlar olan ucuzluğa və qidalandırıcı keyfiyyətlərini göstərməklə, turistlərin diqqətini cəlb edəcək formada tərtib edilir;
- **Kaliforniya menyusu** – Kaliforniyanın bəzi restoranlarında istənilən yeməyi günün hər hansı vaxtında sifariş etmək mümkün olduğuna görə belə adlandırılmışdır;
- **Dövri menyü** – müəyyən dövrdən sonra təkrarlanan menyü.

Menyuya, adətən müxtəlif növ yeməklər daxil edilir: altı-səkkiz soyuq qəlyanaltı, 2-4 növ şorba, 8-16 növ əsas yeməklər (entree), 4-6 növ desert.

Menyuda yalnız mətbəxdə olan və yaxud qonaqlar üçün hazırlana bilən yeməklərin adları göstərməlidir.

Menyunun xarici görünüşü müəssisənin bazar konsepsiyasını, zahiri görünüşünü və dizayn tərtibatını əks etdirməlidir. Şriftlərin ölçüsü və aydınlığı zəif işıqlandırılmasını nəzərə almaqla müəyyən edilir, belə ki, zəif işıqlı olması qonaqların menyunu oxuya bilməsini çətinləşdirir. Çox vaxt müəssisənin, oradakı zalların, bişirilən firma və milli yeməklərin fotosəkilləri ilə çoxrəngli çap üsulundan istifadə olunur. Fransız mütəxəssisləri menyu kartına cürbəcür şəkillərin və fotosəkillərin olmasına çox da əhəmiyyət vermirlər. Onların fikrinə görə müştəri yeməyi fotosəkində nəzərdən keçirməməli, onu təsəvvür etməlidir.

Çox vaxt menyularda yeməklərin təsviri verilir. Menyuda yeməklərin təsviri olmadığı halda, ofisiant onların tərkibi və bişirilmə xüsusiyyətləri haqqında şifahi məlumat verməyə hazır olmalıdır.

Menyunu tərtib edərkən desertin təklif olunmasına xüsusi münasibət tələb olunur.

Desert – əsl süfrənin ənənəvi final mərhələsidir. Kulinariya anlayışı baxımından o, sadəcə süfrəni tamamlayan yemək deyil. Hər bir desertin mənası əlavə toxluq yaratmaq deyil, əksinə, nahardan sonrakı ağırlıq hissini götürmək, müştərinin yeməkdən sonra yaranan mürğüləmək meylini qovmaqdır.

Menyu kartında əsl, yaxşı və «dadlı» şəkildə təqdim edilən desert – restoranın simasıdır. Desert sonuncu yemək kimi mütləq qonaqların yaddaşında qalır.

Menyuda əllə edilən düzəlişlər, pozuntular və ləkələr olmamalıdır. Restoranda sifarişlərin həyata keçirildiyi zaman menyunu təklif etmək üçün müəyyən qaydalardan istifadə olunur.

Menyu qonağın sağ tərəfindən firma yeməklərinin və yaxud soyuq qəlyanaltıların adları sadalanan səhifədə açılmış vəziyyətdə sağ əllə təqdim edilir.

Qonaqlar iki nəfər, kişi və qadın, olduğu halda menyu kişiyə təqdim edilir və o, menyunu özü xanıma ötürür. Xanım öz seçimini etdikdən sonra kişi ofisiyanta sifariş verir.

Qonaqlar qrup şəklində gəldiyi zaman menyu baş qonağa və yaxud yaşca ən böyük olan qonağa təqdim edilir.

Qrupda kişi və qadınların olduğu halda menyu ofisiyanta müraciət etmiş qonağa təqdim edilir. Qonaqlar çox olduğu halda menyunu bir neçə nüsxədə qonaqlara təqdim etmək lazımdır.

Menyunu təqdim etdikdən sonra ofisiyant seçim etməyə imkan yaratmaq üçün vaxt verməlidir və yenidən masaya qonaq menyunu masanın üstünə qoyduqdan və yaxud onu çağırıdıqdan sonra yaxınlaşmalıdır.

6.6. Restoranda istifadə olunan qab-qacaq və digər ləvazimatlar

Bəzi mehmanxanalarda fəaliyyət göstərən müxtəlif ticarət nöqtələri müxtəlif qab-qacaqdan və yemək ləvazimatlarından istifadə edir. Adi yemək üçün sadə ornamentli və yaxud heç bir rəsm olmayan boşqablardan və ləvazimatlardan istifadə olunur. Konfrans iştirakçılarında xidmət göstərilən banket zallarında və yeməxanalarda gözəl, incə naxışlı boşqablar və fincanlar görmək olar. Firma restoranlarında istifadə edilən qab-qacağın və ləvazimatların keyfiyyəti isə daha da yüksək olmalıdır.

Qab-qacağın və inventarın hesabatı, ləvazimatların, masaların servirovkası (düzümü) üçün istifadə olunan süfrə və salfetlərin çeşidini bilməyi tələb edir. Bir qayda olaraq, mehmanxana restoranları aşağıda göstərilən çeşiddə klassik peşə qab-qacağı ilə komplektləşdirilir:

Çini qablar.

- Əvəzedici dekorativ dayaz boşqab – diametri 32 sm;
- Əvəzedici dekorativ dayaz boşqab – diametri 27 sm;
- Dayaz yemək boşqabı – diametri 24 sm;
- Dayaz qəlyanaltı boşqabı – diametri 20 – 21 sm;
- Dayaz desert boşqabı – diametri 19 – 20 sm;
- Salat boşqabı – diametri 17 – 20 sm;
- Çörək boşqabı – diametri 15 – 18 sm;
- Yağ boşqabı – diametri 11 sm;
- Balıq üçün boşqab – oval, balığa uyğun olan formadadır;
- Sous boşqabı – müxtəlif souslar üçün bir neçə ayrıca özlər olur;
- Dərin şorba boşqabı – diametri 24 sm, həcmi 500 ml;
- Dərin yarımportsiyalı şorba və ya desert boşqabı – diametri 20 sm, həcmi 250 ml;
- Sıyıq boşqabı – diametri 14 – 17 sm, həcmi 250 ml;
- Birportsiyalı salat boşqabı (ixtiyari formalı) – diametri 11 – 13 sm, həcmi 100 – 250 ml;
- Qəhvə üçün fincan, nəlbəki ilə – tutumu 50 – 150 ml;
- Çay fincanı, nəlbəki ilə – tutumu 200 – 250 ml;
- Boşqaba qoyulan qulplu bulyon fincanı – tutumu 300 ml;
- Səhər yeməyi üçün içinə yumurta qoyulan fincan və yaxud suda bişirilmiş yumurta üçün paşotnitsa (yumurta formasında olan qab);
- Sous qabı – tutumu 100 – 250 ml;
- Süd və qaymaq qabları – tutumu 100 – 1000 ml;
- Çaydanlar və qəhvədanlar – tutumu 250 – 1500 ml;
- Birinci yeməklərin verilməsi üçün şorba kasası – tutumu 3000 ml;

- Soyuq qəlyanaltılar üçün yumru və yaxud ovalşəkilli qablar;
Müxtəlif vazalar: tort, meyvələr, bişmişlər, peçenyələr və digər şirniyyat üçün iki və üç mərtəbəli, ayaqlı və ayaqsız qablar.

- Ədviyyat üçün qablar;
- Külqabılar;
- Güldanlar;
- Salfet qabları;
- Dişqurdalayan çubuqlar üçün altlıq;
- Gül buketləri-kompozisiyalar üçün qab;

Şüşə və büllur qab-qacaq.

- Likör qədəhi – həcmi 25 – 35 ml, likörlər, balzamlar, çay və qəhvə ilə verilən bahalı əla konyaklar üçün.
- Araq qədəhi – həcmi 50 ml – araq və tünd içkilər, həmçinin, adi konyaklar üçün.
- Xüsusi konyak qədəhi və yaxud tülpanşəkili (laləşəkili) brendi qədəhi – həcmi 75 – 450 ml; həcmi üçdə birindən çox olmayaraq doldurulur.
- Madera qədəhi – həcmi 75 ml – spirt qatılmış çaxırlar və desert şərablari üçün.
- Reynveyn qədəhi və yaxud ağ şərab üçün qədəh – həcmi ən azı 100 ml – soyudulmuş halda içilən şirin ağ və çəhrayı şərblar üçün.
- Lafit qədəhi və yaxud qırmızı şərab qədəhi – həcmi 125 – 250 ml – otaq temperaturunda verilən şirin qırmızı şərblar üçün; qədəh həcmi üçdə ikisindən çox olmayaraq doldurulur.
- Su qədəhi – həcmi 250 – 300 ml – mineral və başqa içməli sular üçün, pivə də doldurula bilər.
- Hündür dar stəkan – həcmi 250 – 300 ml – meyvə içkiləri və şirələr üçün.

- Pivə bokalı – həcmi 300; 400; 500; ml.
- Çay stəkanı – həcmi 250 ml – stəkanaltıda çay, səhər yeməyində verilən şirə, kefir üçün.
- Sifariş olunan miqdarda şərab-araq məmulatlarını vermək üçün sürtülüb kipləşdirilmiş tıxaclı qrafın – həcmi 500 – 1000 ml.
- Bardaq – həcmi 1500 – 2000 ml – spirtsiz içkilərin verilməsi üçün.
- Kremanka – həcmi 150 – 250 ml – kokteyl-salatların və desertlərin verilməsi üçün.
- Müxtəlif vazalar: salatlar, tortlar, meyvələr, desertlər üçün çini vazalara oxşar iki və üç mərtəbəli, ayaqlı və ayaqsız.
- Külqabılar, ədviyyat qabı, stolüstü çıraqlar.
- Kokteyllər üçün müxtəlif formalı qədəhlər.
- Krüşon qabı və parç dəsti.

Metal qab-qacaqlar.

- Kokotnitsa (birqulplu qazanca – həcmi 100 ml) – ətdən, göbələklərdən, tərəvəzlərdən sousda isti qəlyanaltıların hazırlanması və verilməsi üçündür.
- Kokilnitsa (dəniz çanağına oxşar) – sousda bişirilmiş balıqdan və dəniz məhsullarından isti qəlyanaltıların hazırlanması və verilməsi üçündür.
- Kronşel (ətəkşəkilli iki qulpu olan porsion tava) – yumurtadan, ətdən, undan qızardılmış və bişirilmiş qəlyanaltıların hazırlanması və verilməsi üçündür.
- Turka – həcmi 100 – 500 ml – türk sayağı qəhvənin hazırlanması və verilməsi üçün.
- Müxtəlif tutumlu girdə və ovalşəkilli barançiklər – ətdən, balıqdan, souslu tərəvəzlərdən hazırlanmış isti yeməklərin verilməsi üçündür.

- Müxtəlif məcməyilər – mətbəx məhsullarının daşınması, masaların düzülməsi və xidmət göstərilməsi, səhər yeməyinin nömrəyə aparılması, hesabın təqdim olunması və s. üçündür.
- Yumru və ovalşəkili, o cümlədən, güzgülü dövrələr – banketdə yeməklərin və qəlyanaltıların verilməsi üçündür.
- Sous qabları – həcmi 50 – 500 ml – isti sousların verilməsi üçündür.
- Çaydanlar və qəhvədanlar – çay və qəhvə hazırlanması və verilməsi üçündür.
- Buz üçün kiçik vedrə (şampan və yaxud şərab soyutmaq üçün).
- Bayram tədbirlərini təşkil etmək üçün müxtəlif şamdanlar.
- Quşqonmaz üçün şəbəkə.

İnventara daxil olan əşyalar.

Süfrə düzümü üçün arabacıq (təkərli) – yeməklərin və içkilərin verilməsi, həmçinin, qab-qacağın, boşqabların və ləvazimatların yığışdırılması üçün istifadə edilir.

Bar-arabacıq – adi süfrə düzümü üçün arabacıqlardan butulkalar üçün tutqacların və yaxud yuvaların olması ilə fərqlənir, bəzən qədəhlər və bokallar üçün tutqacları olur.

Stolüstü qızdırıcı (nimçələri, yeməkləri) – elektrik və yaxud quru spirtlə qızdırıldıqdan sonra masanın üstünə qoyulur. Yeməklərin soyumaması üçün boşqablar onun üstündə saxlanılır.

Bufet qızdırıcısı – spirt və yaxud elektrikle qızdırılan su vannası ilə təchiz olunur və yeməyi uzun müddət isti saxlamaq üçün istifadə olunur.

Sous qızdırıcısı – spirt lampası və souslar və müxtəlif «fondyü» (pendirli, şokoladlı) üçün küpəsi olan üçayaqdan

ibarətdir. Sonuncular üçün xüsusi kiçik saxsı küpələrdən istifadə olunur.

Karuselli sous qızdırıcısı – müxtəlif sous qabları üçün tutqacla təchiz olunmuşdur. Masa üçün çox rahatdır, çünki boşqablar üçün yerə qənaət edir, souslar isə həmişə isti qalır.

Qarışdırıcı (şeyker) – metaldan hazırlanır (bir hissəsi şüşədən olur). iki və ya üç hissədən ibarətdir. Çətin qarışdırılan inqrediyentlərdən kokteyllərin hazırlanması üçün istifadə olunur.

Butulkalar və stəkanlar üçün altlıqlar (metal, ağac, mantardan ola bilər).

Sıxıcı tıxacların açılması üçün butulkaaçan.

Çöküntülü köhnə şerabların açılması üçün burğu. Şpindel qurğusu şerabı köpürtmədən butulkanın rahat açılmasını təmin edir.

Burğu-probka açan – qabıqdan düzəldilmiş və sıxıcı tıxacları açmaq üçün universal butulka açan.

Butulkaları qabaqcadan açmaq üçün (masa arxasında deyil) dəzgahlı probka açan.

Masa üçün müxtəlif materiallardan hazırlanan süpürgə və kiçik xəkəndaz, tozsoran (xəkəndaz, adətən metaldan olur). Kiçik xəkəndaz, tozsoran qırıntıları masadan yığışdırmaq üçün istifadə olunur.

Masadan yığışdırılan tullantılar üçün zibil qabları. Səhər yeməklərində, müxtəlif yağ, marmelad, pendir, bal, xama, kökə və s. qablarını yığışdırmaq üçün lazım olur. Zibil qabları saxsıdan və yaxud plastıkdən düzəldilir.

Elektrik samovarı – çay mərasimini təşkil etmək üçündür.

Yemək ləvazimatları

- Yemək bıçağı, yemək çəngəli, yemək qaşığı.
- Qəlyanaltı bıçağı, qəlyanaltı çəngəli.
- Balıq bıçağı, balıq çəngəli.

- Desert bıçağı, desert çəngəli, desert qaşığı.
- Meyvə bıçağı, meyvə çəngəli.
- Çay və qəhvə qaşıqları.
- Çömçələr – şorba üçün, kompot üçün, sous üçün.
- Yemək porsiyaları üçün çəngəl və qaşığı.
- Əti doğramaq üçün çəngəl və bıçaq.
- Maşa: piroqlar, spagetti, qənd üçün.
- Buz maşası.
- Balıq, ət, pəştet götürmək üçün kürək.
- Tort və digər desertlər üçün bıçaq və kürək.
- Yağ üçün porsion bıçağı.
- Pendir, pomidor, qreypfrut bıçaqları.
- Qızartma və qovurma çəngəli.
- Sardin balığını götürmək üçün çəngəl.
- Bar üçün uzun dəstəkli çəngəl və qaşığı.

Kürü üçün ləvazimat – kürünü bankadan çıxartmaq üçün kürəkəkdən və yaxud qaşıqdan və formaca yağ bıçağına oxşar bıçaqdan ibarətdir. Tiyə enli və yuxarıya doğru girdələnmiş olur. Kürünü çörək tikələrinə və yaxud fəsəllərə yaxmaq üçün istifadə olunur. Bu ləvazimatda kürüyə toxunan bütün hissələr kürünün incə dadını pozmamaq üçün, fil sümüyündən hazırlanır, mina, sədəflə örtülür və yaxud bərk plastikdən düzəldilir.

İstridyə (dəniz ilbizi) çəngəli – ilbizin əti çanaqdan çəngəlin enli, iti haşiyəli dişləri vasitəsilə ayrılır və ağıza ötürülür.

İstridyə (dəniz ilbizi) bıçağı – əsasən istridyələri açmaq üçün istifadə olunur.

Omar üçün maşa – bu maşanın köməyiylə ofisiant və ya qonaq omarların və lanqustların qısqaclarını və buğumlarını sındırırlar.

Omar üçün çəngəl (omar üçün mızraq) – əti qından və qısqaclardan çıxartmaq və yeyilməyən hissələri ayırmaq üçün istifadə olunur.

Xərçəng ləvazimatları – bıçaqdan və çəngəldən ibarət olaraq, bişirilmiş xərçəngləri parçalamaq üçün istifadə olunur.

İlbiz maşası – bütöv (çanaqların içində) verilən ilbizləri tutub saxlamaq üçün nəzərdə tutulur. İlbiz çəngəlin iti əyilmiş dişləri vasitəsilə çanağından çıxarılır və yeyilir. Çıxarılmış hazır ilbizlər də bu çəngəllə yeyilir.

Restoranda istifadə olunan süfrələr, ağlar və salfetlər.

Moltonlar – bu flaneldən, nazik keçədən və yaxud rezinlənmiş örtüklü süni parçadan tikilmiş alt örtüklərdir və masaların səthini mayələrin və isti yeməklərin təsirindən qorumaq üçün bilavasitə masaların üstünə sərilir. Onlar həm də süfrələrin sürüşməsinə və tərپənməsinə mane olur və masalara səssiz xidmət göstərilməsini təmin edir. Bunlara görə süfrələr daha uzun ömürlü olur.

Masanın formasına və ölçüsünə uyğun olan və hər tərəfdən 25 – 35 sm sallanan süfrələr. Təntənəli tədbirlər keçirilən zaman döşəməyə qədər çatan uzun və enli süfrələr salınır. Üstdən böyük salfetlər sərilir.

Salfet-örtüklər – bu, görkəminə, rənginə və keyfiyyətinə görə süfrəyə uyğun olaraq seçilən böyük salfetlərdir və ləkələrin və çirkəlin üstünü örtmək üçün istifadə olunur. İndi bu cür salfetlər həm də düzölmüş masaları bəzəmək üçün istifadə olunur. Onlar, adətən, kvadrat və yaxud dəyirmi formada olur.

Hazır salfetlər – iki cür funksiya daşıyırlar: masanı bəzəyir, paltarları ləkədən qorumaq və ağız silmək üçün istifadə olunur. Bu salfetlər süfrənin hazırlandığı materialdan hazırlanmalıdır. Salfetlər kvadrat formalı və 40x40 sm-dən 60x60 sm-dək ölçülərdə olmalıdır.

Ofisiantlar üçün əl dəsmalları (ruçnik) – yeməklərin verilməsi və xidmət üçün istifadə olunur. Çox zaman düzbucaqlı formalı 40x80 sm ölçüdə olur.



Beijing Marriott Hotel West (Çin) Restoran



Courtyard Moscow City Center (Marriott-Rusiya) Restoran



Courtyard Paris Charles de Gaulle Airport (Fransa) Restoran



Hunghada Marriott Beach Resort (Misir) Restoran



Hyatt Regency Paris-Madeleine (Fransa) Restoran



Hyatt Regency Cologne (Almaniya) Restoran



Jeddah Hilton Hotel (Səudiyyə Ərəbistanı) Ziyafət zalı



Vienna Marriott Hotel (Avstriya) Restoran



Grand Hyatt Berlin (Almaniya) Restoran



Hyatt Regency Bellevue (ABŞ) Bar



Renaissance Salzburg Hotel Congress Center (Avstriya) Restoran



Şheraton Paris Airport Hotel& Conference Centre (Fransa) Kofe break



The Excelsior Hong Kong (Restoran)



The St. Regis Singapore (Sheraton-Singapur) Restoran

Restoranda yemək qab-qacağını parıldatmaq üçün kifayət qədər dəsmal saxlanmalıdır.

Şübhəsiz ki, bu restoranlarda istifadə olunan inventarın, qab-qacağın, ləvazimatların, avadanlıqların tam siyahısı deyil. Bütün bunların düzgün istismar olunması, yuyulması, yığışdırılmasına, tədarükünə və saxlanılmasına bu işlərə baxan menecer və ya baş stüard (mətbəxdə bütün bu işlərə cavabdeh olan şəxs) məsuliyyət daşıyır.

Fəsil 7. Mehmanxana restoranlarında keçirilən diplomatik qəbullar və kütləvi tədbirlərdə (ziyafətlər) servis xidmətinin göstərilməsi

7.1. Qonaqpərvərlik qaydaları

Diplomatik qəbullar, hökumətlərin, xarici işlər üzrə idarələrin, diplomatik nümayəndəliklərin, diplomatların, xarici və yerli şirkətlərin həyata keçirdikləri xarici siyasət fəaliyyətinin ümumi qəbul olunmuş və geniş yayılmış formalarından biridir.

Qəbullar həm əlamətdar hadisələrin (milli bayramlar, yubileylər, müqavilələrin imzalanma ildönümləri, həmçinin, yüksək səviyyəli qonağın (qonaqların) və yaxud nümayəndə heyətinin ölkəyə səfər etməsi münasibətilə) qeyd olunması şərəfinə, həm də xarici işlər nazirliklərinin və səfirliklərin gündəlik fəaliyyəti qaydasında keçirilir.

Diplomatik nümayəndəliklər tərəfindən təşkil olunan qəbullar səfirliklərin fəaliyyət göstərdikləri ölkə ilə əlaqələr yaratmasına, bu əlaqələri saxlamasına və inkişaf etdirməsinə kömək edir. Bu cür qəbullarda xarici diplomatlar öz ölkələrinin siyasətini izah edir, qaldıqları ölkə haqqında məlumat toplayır və mühüm beynəlxalq məsələlər üzrə fikir mübadiləsi aparırlar. Qəbulların keçirilmə ənənəsinin kökləri lap uzaq keçmişdən gəlir. Qonaqpərvərlik həmişə xalqın və dövlətin şərəf və ləyaqətinin əhəmiyyətli göstəricisi olmuş və olaraq qalmaqdadır. Ölkələr qonaqların qəbul edilməsinin tarixi ənənələrini sülhsevərliyin və xoşməramlılığın rəmzi kimi qayğı ilə qoruyurlar. Azərbaycan xalqının qonaqpərvərlik ənənələrini xarici qonaqlar yüksək qiymətləndirirlər.

Çoxillik beynəlxalq təcrübə diplomatik qəbulların üsullarını, onların hazırlanma metodlarını və qəbul iştirakçılarının əməl etdiyi diplomatik etiket qaydalarını təsbit etmişdir. Qəbullar gündüz və axşam qəbullarına bölünür. Gündüz

qəbulları «şampan qədəhi», «şərab qədəhi» və səhər yeməkləri növlərinə bölünür.

«Şampan qədəhi», adətən, günorta saat 12-də başlayır və təqribən bir saat davam edir. Bu cür qəbulun təşkil olunmasına milli bayramın ildönümü, səfirin ölkədən getməsi, ölkəyə xarici nümayəndə heyətinin gəlməsi, sərginin açılması və s. səbəb ola bilər. Bu tip tədbirdə içkiləri və qəlyanaltıları ofisiyentlər paylayır. İlk baxışdan sadə görünən təşkilat nöqtəy-nəzərindən bu tədbir böyük və uzun müddət hazırlıq tələb edir.

Buna analoji olan qəbul növü «şərab qədəhi»dir. Bu halda növün adı qəbulun xüsusiyyətini göstərir.

Səhər yeməyi (lunch) saat 12:00 və 15:00 arasında təşkil olunur. Səhər yeməyi (lunch) adətən, saat 12:30 və yaxud 13:00-da başlayır, səhər yeməyinin menyusu milli ənənələr nəzərə alınmaqla tərtib edilir.

Səhər yeməyinin təşkilində menyuya bir-iki soyuq qəlyanaltı, bir balıq və yaxud ət yeməyi və yaxud desert daxil olunur. Səhər yeməyinə birinci duru yemək və isti qəlyanaltı da verilə bilər. Səhər yeməyindən qabaq qonaqlara şirələr təklif olunur. Səhər yeməyi davam edərkən kəməşirin üzüm şərabları, sonda isə şampan şərabı, qəhvə və yaxud çay verilə bilər. Səhər yeməyi (lunch) adətən bir saat yarım davam edir, bunun təxminən bir saati yemək, 30 dəqiqəsi isə qəhvə və yaxud çay masası arxasında keçir.

Geyim forması xüsusi olaraq dəvətnamədə göstərilmədiyi halda qonaqlar səhər yeməyinə, adətən, gündəlik geydikləri adi geyimdə gəlirlər.

Səhər yeməyi – diplomatik qəbulların ən geniş yayılmış növlərindən biridir. Səhər yeməkləri səfirlərin ölkəyə gəlməsi və yaxud ölkədən getməsi münasibətilə, müqavilələrin və digər yubiley tarixlərinin ildönümünün qeyd olunması, yüksək səviyyəli xarici qonaqların şərəfinə təşkil olunur. Beynəlxalq protokol təcrübəsində gündüz qəbullarının axşam qəbullarına nisbətən az təmtəraqlı olması qəbul edilmişdir. Axşam qəbullarının bir neçə növü olur.

«**Kokteyl**» saat 17:00 və 18:00 arasında başlayır və təqribən iki saat davam edir. Qəbul vaxtı ofisiantlar qonaqlara içkilər və soyuq qəlyanaltılar paylayır. İsti yeməklər də verilə bilər. Bəzən bufet təşkil olunur və orada ofisiantlar arzu edənlərə içkilər təklif edirlər.

«**A lya furşet**» **qəbulu** «kokteyl» qəbulunun keçirildiyi eyni saatlarda keçirilir, lakin furşet qəbulunda masaya qəlyanaltılar, o cümlədən, isti yeməklər düzülür. Əgər qəbul milli bayramın qeyd olunması və yaxud yüksək qonağın şərəfinə təşkil olunursa, qəbulun sonunda kiçik konsert və yaxud filmin nümayişi təşkil oluna bilər.

Qəbulun təntənəli keçirilməsi, qəbul üçün verilmiş dəvənamədə xüsusi geyim formasının göstərilməsi qeyd oluna bilər.

Nahar qəbulun ən hörmətli növü sayılır. O, adətən, 20:00 və 20:30-da və yaxud 21:00-dan gec olmayaraq başlayır.

Naharın menyusu milli ənənələrə uyğun olaraq iki-üç soyuq qəlyanaltıdan, birinci duru xörəkdən, isti balıq, isti ət yeməyindən və desertdən ibarətdir.

İçkilər səhər yeməyində olduğu kimi verilir. Nahar, adətən, iki-üç saat, hətta daha uzun davam edir.

Şam yeməyi saat 21:00-da və daha gec başlayır və nahardan yalnız başlanma vaxtı ilə fərqlənir. Nahar – bufet qonaqların dörd-altı nəfərlik, çox da böyük olmayan masa arxasında sərbəst yerləşməsinə nəzərdə tutur. Furşet qəbulunda olduğu kimi, burada da qəlyanaltı masalara düzülür, bufetlər təşkil olunur və içkilər təklif olunur. Qonaqlar özləri üçün bufətdən yemək götürərək, seçdikləri kiçik masalardan birinin arxasında otururlar. Bu cür qəbullar çox vaxt konsertdən, filmə baxdıqdan sonra, rəqs axşamında fasilələr zamanı təşkil olunur.

Nahar-bufet nahara nisbətən az rəsmi xarakterlidir. Axşam qəbullarına, həmçinin, saat 16:00 və 18:00 arasında, adətən, qadınlar üçün keçirilən «**çay**» mərasimi aiddir. Xarici işlər nazirinin xanımı səfirlərin, digər diplomatik nüma-

yəndəliklərin əməkdaşlarının xanımlarını çay mərasiminə dəvət edir.

Beynəlxalq təcrübədə «Jur fiks» qəbul növünə getdikcə az rast gəlinir. Bu zaman xarici işlər nazirinin və yaxud səfirin xanımı qonaqların qəbulu üçün həftənin günü və saatını bütün mövsüm üçün təyin edir. Bəzən «çərşənbə», «cümə axşamı», «cümə» kimi adlandırılan bu qəbul növü formasına və məzmununa görə «çay» mərasimi kimi keçirilir.

Diplomatik qəbulun başqa növləri də var: musiqi, ədəbiyyat, rəqs axşamları, diplomatların idman yarışları zamanı görüşləri və s.

Hər bir qəbul növü keçirilməzdən qabaq diqqətlə hazırlanmalıdır. Qəbulun keçirilməsinin məqsədi nəzərə alınmaqla onun növü təyin olunmalı, yeri düzgün seçilməli, dəvət olunanların siyahısı tutulmalı, dəvətnamələr əvvəlcədən doldurulmalı və ünvanlara göndərməli, bunlarda səhər yeməyi, nahar və yaxud şam yeməyi göstərilirsə, menyu və masa arxasında yerləşdirmə planı tərtib olunmalıdır.

Təbii ki, səfir qəbulları öz iqamətgahında və yaxud səfirliyin binasında keçirməyə üstünlük verir və bu halda səfirin yanına gələn qonaqlar, bir növ, səfirin təmsil etdiyi başqa ölkənin ərazisində olurlar.

Əgər qəbul səfirliyin hüduqlarından kənarında təşkil olunursa, bu halda yaxşı mətbəxi və yüksək xidmət mədəniyyəti olan restoran seçilir. Bu halda səfirliyin icarə etdiyi yerdə çox vaxt səfirin təmsil etdiyi ölkənin və onun qaldığı ölkənin bayraqları, həmçinin, ölkə başçılarının portretləri asılır.

Qəbul növü seçilərkən səfirliyin yerləşdiyi ölkənin adət-ənənələri nəzərə alınır. Qəbulun keçirilmə tarixini müəyyən edərkən, onların bayram və yaxud istirahət günlərinə təsadüf etməməsinə, müsəlman ölkələrində isə Ramazan bayramı və s. dini bayramlarla üst-üstə düşməməsinə fikir vermək lazımdır. Dəvət olunanların siyahısının tutulması hazırlıq işlərinin ən vacib elementlərindən biridir. Qəbula

dəvət olunanların ümumi sayı müəyyən edilir. Əgər qonaq öz həyat yoldaşı ilə gəlsə, qəbulda rəsmi şəxslərin həyat yoldaşları da iştirak edir.

Qəbulların təşkil olunduğu zalın ölçüləri dəvət olunanların sayına və xidmət imkanlarına uyğun olmalıdır, qəbulda darısqallıq və sıxlıq olmamalıdır.

Müasir beynəlxalq protokol təcrübəsindən görünür ki, ölkələr diplomatik qəbulların sadə, artıq təmtəraqsız keçirilməsinə, spirtli içkilərin verilməsini məhdudlaşdırmağa və yaxud istisna etməyə, həddən artıq bahalı yeməklərdən imtina edilməsinə meyl göstərir.

Diplomatik qəbulda istifadə olunan menyuda ölkənin milli koloriti özünü göstərməlidir. Bundan başqa, qonaqların zövqü, milli və dini ənənələri nəzərə alınır. Bütün yeməklər dadlı olmalı və gözəl təqdim olunmalıdır.

Qəbulda yaxşı keyfiyyətli qablardan istifadə olunmalıdır: bülür, çini, gümüş qablar və ləvazimatlar, masaların üstündə və mehmanxana nömrələrində qoyulan təzə güllər otaqlarda bayram əhval-ruhiyyəsi və rahatlıq yaradır. Bəzən güllər qonağın ölkəsinin bayrağına uyğun olan rənglərdə seçilir.

Xüsusi təntənəli hallarda, ölkə başçısının şərəfinə verilən qəbulda onun zala daxil olduğu zaman qonağın və sahib ölkənin himnləri çalınır. Qəbul qurtardıqdan sonra baş qonaq ev sahibinin müşayiəti ilə qəbulu birinci tərək edir. Bu zaman orkestr təntənəli marş ifa edir.

Qonaqlar qəbula yazılı dəvətnamələrlə dəvət olunurlar. Dəvətnamə blankları mətbəədə çap olunur, dəvət olunanın adı, vəzifəsi əl ilə yazılır və qəbulun növü, keçirildiyi gün, saat və yer göstərilir.

Masaların düzümü nəzərdə tutulan qəbulların təşkil olunması zamanı qonağın dəvəti qəbul edə bilib-bilməməsi qabaqcadan aydınlaşdırılmalıdır. Bu halda blankın aşağı küncünün sağ tərəfində RSVP (repondez, s'it vous plait – cavab vermək xahiş olunur) hərfləri qeyd edilir.

RSVP hərflərinin yazıldığı və üstündən xətt çəkilməmiş dəvətnamələrə yubadılmadan cavab verilməlidir. Cavabın gecikdirilməsi və yaxud onun heç verilməməsi nəzakətsizliyin nişanəsidir. Qabaqcadan nəzakətlə imtina etmək cavabın yubadılmasından yaxşıdır.

«Səhər yeməyi», «nahar» və «şam yeməyi» tipli qəbullarda qonaqlar masa arxasında protokolla müəyyən edilmiş qaydada yerləşdirilirlər. Masa arxasındakı yerlər daha çox hörmətli və az hörmətli yerlərə bölünürlər. Ən hörmətli yer – ev sahibəsinin sağ tərəfində (qadınların iştirak etdiyi qəbullarda) və ev sahibinin sağ tərəfində (kişilərin iştirak etdiyi qəbullarda) olan yerdir. Ondan sonra ev sahibindən və ev sahibindən sol tərəfdə olan yerlər gəlir.

Yalnız kişilərin iştirak etdiyi qəbullarda masa arxasında əsas qonağa ev sahibi ilə üzbəüz yer təklif oluna bilər. Bu zaman nəzərə almaq lazımdır ki, qadınların iştirak etdiyi qəbullarda qadınları yanbayan əyləşdirmək olmaz. Evin xanımı həyat yoldaşı ilə yanbayan əyləşdirilməməlidir; qadını masanın axırında oturtmaq ədəb qaydalarına uyğun sayılmır. Həmçinin, qonaqların bir-biri ilə tərcüməçinin köməyi olmadan ünsiyyət yarada bilməsinə şərait yaradılmalıdır.

Qəbula xidmət göstərmək üçün təcrübəli metrdotellər və ofisiyentlər cəlb olunmalıdır və bu xidmətçilər kənardan heç bir kömək almadan nəyin nə vaxt və necə təklif olunmasını, nəyin və nə zaman yığışdırılmasını, xidməti kimdən başlamağı, sağlıqlar deyilərkən özünü necə aparmağı bilməlidirlər. Qonaqlar xidmət göstərən personalı, demək olar ki, həmişə görməli, lakin onların arasında olan danışıqları heç vaxt eşitməməlidirlər (nadir hallar istisna olmaqla).

Metrdotel şərablardan, yeməklərdən və servisdən yaxşı baş çıxartmalıdır. O, müxtəlif etnik icma nümayəndələrinin nəyi sevdiklərini və nəyi sevmədiklərini yaxşı bilməlidir. Qəbul yüksək səviyyədə keçirilməli və nöqsansız olmalıdır.

7.2. Kütləvi tədbirlərdə (qəbullarda, ziyafətlərdə) servis xidmətlərinin göstərilməsinə hazırlıq

Tədbirlərin keçirilməsi və yaxud sadəcə ziyafətin təşkili üçün sifariş hər bir tədbir üçün ayrıca tərtib olunur və özündə böyük həcmdə məlumatları daxil edir:

- tədbirlərin keçirildiyi yer;
- tədbirin tarixi;
- tədbir iştirakçılarının sayı;
- iştirakçıların gəlmə vaxtı;
- tədbirin qurtarma vaxtı;
- tədbirin növü (rəsmi qəbul, banket, furşet, birləşdirilmiş banket və s.);
- masaların və stulların düzüm növü;
- kataloq üzrə masalarda süfrələrin düzüm növü;
- tədbirlərin cədvəli və qonaqların masa arxasında yerləşdirilmə planı;
- hər hansı hörmətli şəxsin tədbirdə iştirakı və ona göstəriləcək xüsusi diqqətin necə olması barədə qeydlər;
- qonaqlara lazım olan texniki avadanlıq;
- menyu: bir adam üçün və ümumi banket üçün göstərilən xidmətin qiyməti və ödəniş şərtləri;
- qəlyanaltıların və isti yeməklərin verilmə vaxtı;
- masa arxasında göstərilən xidmətlərin digər detalları;
- bədii tərtibat, güllər və şamlar;
- menyu kartları, vizit kartları, masa nömrələri;
- musiqi müşayiəti.

Otelin iaşə müəssisələrinə, qonaqlara xidmətlərin göstərildiyi yerlər, zallar, barlar, kokteyl-hollar və bufetlər aid edilir. Qonaqlara xidmətlərin göstərildiyi yerlər bir neçə giriş, qarderobu olan vestibül, **avanzal** (qonaqların toplanışı, göz-lənməsi və istirahət etməsi üçün otaq), sanitar qovşağı ol-malıdır.

Zallar iaşə müəssisələrində qonaqlara xidmətlərin göstərildiyi əsas yerlərdir. Ticarət zallarının istehsalat və köməkçi otaqlarla səmərəli əlaqəsinin təmin olunması çox vacibdir. İstehsalat otaqlarından gələn səsler və mətbəxin qoxusu zala daxil olmamalıdır.

İaşə müəssisələrində göstərilən xidmətlərin rahatlıq şərtlərini müəyyənləşdirən amillərdən biri də zalların və qonşu otaqların düzgün işıqlandırılmasıdır. Bayır tərəfdən işıqların təşkilinə xüsusi diqqət yetirilməlidir ki, bu da qonaqların cəlb olunmasına kömək edir.

Qonaqların qəzet və jurnalları oxuya bilməsi üçün işıqlandırma, xüsusilə səhər yeməyi zamanı yaxşı təmin olunmalıdır. Axşam saatlarında işıqlandırma bayram, təntənə və ya rahatlıq əhval-ruhiyyəsinin yaradılmasına kömək etməlidir. İaşə müəssisələrinin interyerində xidmətin komfort şərtlərinə təsir edən əsas təşkiləddici və funksional element mebelidir.

İaşə müəssisələrinin mebel təchizatında əsas avadanlıq **masalardır**. Masanın əsas konstruktiv elementləri masanın üst taxtası və dayaqlardır. Masaların üst taxtası müxtəlif quruluşa (dəyirmi, kvadrat, dördbucaq) və ölçüyə malik ola bilər. Dayaqların növünə görə masalar bir-iki, üç, dörd-dayaqlı ola bilər. Masaların ölçüləri onların təyinatından asılı olaraq müəyyən edilir: restoranlar üçün – nahar, furşet, banket masaları; kafe və yeməxana masaları; kafeteriya üçün masalar və s.

İaşə müəssisələrində yüksək xidmət keyfiyyətinin təmin olunması üçün əsas şərtlərdən biri əla vəziyyətdə saxlanılan kifayət qədər qab-qacağın, ləvazimatların və masa süfrələrinin olmasıdır. İaşə müəssisələrində müxtəlif növ qab-qacaqdan istifadə olunur: çini, fayans, şüşə, metal, ağac, plastik kütlədən hazırlanmış və birdəfəlik istifadə olunan qab-qacaq.

Qab-qacağın miqdarı, onun komplektliyi müəssisənin tipindən, imkanlarından, menyunun rəngarəngliyindən, iş rejimindən, xidmətin formasından, kateqoriyadan və bəzi digər amillərdən asılıdır.

İstifadə olunan yemək ləvazimatları iki qrupa bölünür: əsas və köməkçi. Əsas ləvazimatlar qida qəbulu üçün, köməkçi ləvazimatlar isə yeməklərin düzülməsi üçün nəzərdə tutulur.

Əsas ləvazimatlara qəlyanaltı, desert və meyvə ləvazimatları aid edilir. Qəlyanaltı ləvazimatı (bıçaq, çəngəl) süfrəyə soyuq yeməklərin və bütün növ qəlyanaltıların, həmçinin, bəzi isti qəlyanaltıların verilməsi zamanı istifadə olunur və yemək ləvazimatlarından kiçik ölçüləri ilə fərqlənir.

Balıq ləvazimatı (bıçaq, çəngəl) süfrəyə ikinci balıq yeməklərinin verilməsi zamanı istifadə olunur. Bu ləvazimatlara üç və ya dörd qısa dişi olan balığın və sümüklərini ayırmaq üçün oyuğu olan çəngəl və qısa və kürəkşəkilli enli ağızlı bıçaq daxildir.

Yemək ləvazimatı (bıçaq, çəngəl, qaşığı) xüsusi ləvazimatlar olmadığı halda süfrəyə birinci və ikinci yeməklərin verilməsi zamanı istifadə olunur.

Desert ləvazimatı (bıçaq, çəngəl, qaşığı) süfrəyə şirin yeməklərin, şirin piroqların, meyvənin və s. verilməsi zamanı istifadə olunur. Ölçülərinə görə desert ləvazimatı qəlyanaltı ləvazimatından bir qədər kiçikdir.

Meyvə ləvazimatı (çəngəl, cib bıçağına oxşayan iti və qısa ağızlı bıçaq) desert ləvazimatından kiçik ölçülərinə görə fərqlənir.

İaşə müəssisələrində zəlin və xidmətin təşkil olunması üçün müxtəlif növ masa süfrələrindən istifadə olunur. Bu süfrələr üçün klassik material **kətan** və **pambıq parçalarıdır**. Hal-hazırda ipək, nazik kətan, akril, dralon və s. kimi materiallardan da istifadə olunur.

Xidmətə hazırlıq zəlin yığıldırılmasından, mebelin yerləşdirilməsi və masalara qab-qacağın qabaqcadan düzülüşündən başlayır. Ofisiantın işində əsas ləvazimatlardan biri əl dəsmalıdır (ruçnikdir).

Qurumuş su damcıları, barmaq izləri boşqabların və ləvazimatların bütün tərəflərindən təmiz və quru dəsmaldan istifadə etməklə tam təmizlənməlidir. Yoxlanılmış və silinmiş

boşqablar bir-birinin üstünə yığılır (15-20 ədədlik qalaqlarda). Boşqabların üstündə emblemlər varsa, onlar elə düzülməlidir ki, emblemlər bir səmtə baxsın. Ləvazimatlar (bıçaq, çəngəl, qaşığı) da boşqablar kimi dəsmalla tər-təmiz silinməlidir. Yemək masasının üstündə təzə güllərin qoyulması məsləhətdir. Daha tez və rahat işləmək üçün ofisiyanta masanın üzərinə qab-qacağı aşağıdakı ardıcılıqla düzmək tövsiyyə olunur:

- boşqabları düzmək;
- ləvazimatları yerləşdirmək (çəngəl, bıçaq, qaşığı və s.);
- qədəhləri və piyalələri yerləşdirmək;
- salfetləri bükmək və yerləşdirmək;
- gül vazalarını, digər bər-bəzəkləri, külqabıları, ədviyyatları yerləşdirmək;
- menyuları və kartları qoymaq.

Süfrə sərildikdən sonra stullar dəqiq olaraq bir-birinə qarşı (masanın arxasında) elə düzülməlidir ki, hər bir qonağın rahat oturması üçün kifayət qədər yer qalsın. Boşqab masanın kənarından 1-2 sm məsafədə qoyulur. Onun üstündə vinyetka (restoranın emblemi) varsa, üst tərəfdən qoyulmalıdır.

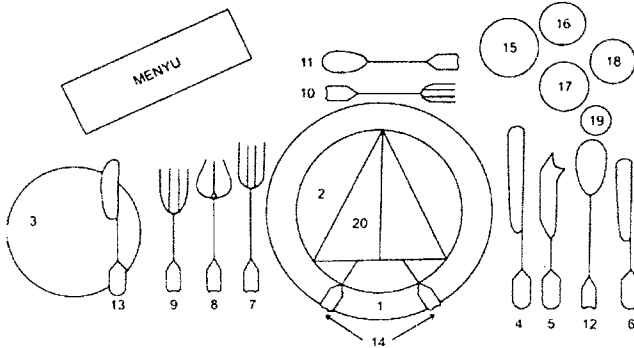
Qonşu ləvazimatların mərkəzləri arasında olan məsafə 70-80 sm əhatəsində olmalıdır. Parıldayanadək silinmiş ləvazimatları dəstəyin dar hissəsindən tutaraq aşağıdakı qaydada yerləşdirmək lazımdır: bıçaqlar sağ tərəfdə (ağzı boşqaba tərəf), çəngəllər sol tərəfdə (dişləri yuxarı vəziyyətdə), desert ləvazimatları (boşqabın üst tərəfində) və qaşıqlar. Ləvazimatlar, adətən, əks qaydada istifadə olunur. Bıçaq və çəngəl dəstəklərinin ucunu bir xətt boyunca düzülür. Desert ləvazimatı altlıq boşqabın arxasına düzülür, çəngəlin dəstəyi sol, bıçağın və yaxud qaşığın dəstəyi isə sağ tərəfə qoyulur. Qəlyanaltı boşqabından sonra əsas ləvazimatdan sol tərəfdə çörək (piroq) boşqabı və yağ bıçağı yerləşdirilir. Yağ bıçağı və yaxud desert bıçağı boşqabın sağ tərəfinə ağzı sol tərəfə qoyulur. Ən sonda stəkanlar, qədəhlər və piyalələr ayaq hissəsindən, stəkanlar isə aşağı hissəsindən tutmaqla düzülür.

Əsas stəkan və ya qədəh birinci qoyulur. Adətən, bu su qədəhi olur və o, əsas ləvazimatın bıçağının uc hissəsindən

təqribən 1 sm yuxarıda qoyulur. Sonra isə qalan qədəhlər düzülür. Bu halda onlar masada üç qaydada düzülə bilər: uzununa, yarım dairə şəkilli və blok şəklində, lakin bu zaman onların hər hansı birini tətbiq edərkən aşağıdakı qaydalara əməl olunmalıdır: nisbətən kiçik qədəhlər daha hündür qədəhlərin qarşısına qoyulmalıdır («orqan boruları» prinsipi). Bu qədəhlərə içkilərin süzülməsinə asanlaşdırır.

Restoranda salfet, adətən, süfrədə əsas boşqabın üstünə qoyulur.

Bir adamlıq ən mürəkkəb masa düzülüşü kimi banket süfrəsinin düzümü təqdim olunur.



Şəkil 7.1. Bir adamlıq banket masasının düzülüşü:

1. Alta qoyulan boşqab və yaxud dekorativ sini; 2. Qəlyanaltı və yaxud əsas boşqab; 3. Piroq boşqabı; 4. Xörək bıçağı; 5. Balıq bıçağı; 6. Qəlyanaltı bıçağı; 7. Yemək çəngəli; 8. Balıq çəngəli; 9. Qəlyanaltı çəngəli; 10. Desert çəngəli; 11. Desert qaşığı; 12. Xörək və yaxud bulyon qaşığı; 13. Yağ bıçağı; 14. Əlavə qəlyanaltı cütü; 15. Su qədəhi; 16. Şampan qədəhi; 17. Qırmızı şərab qədəhi və yaxud lafit qədəhi; 18. Ağ şərab qədəhi və yaxud reynveyn qədəhi; 19. Araq qədəhi; 20. Kətdandan hazırlanmış qonaq salfeti.

Masa düzlüyünün başqa növləri də mövcuddur. Ən sadəsi – minimal süfrə düzlüyüdür. O, üç əşyadan ibarətdir. Bu, piroq boşqabı, kətan salfet və su piyaləsidir.

Səhər yeməyi üçün masa düzlüyü milli mətbəxin xüsusiyyətlərindən asılıdır. Lakin restoranların əksəriyyətində ənənəvi Avropa səhər yeməyindən istifadə olunur və bu, soyuq qəlyanaltılardan (yağ, pendir və kolbasa assortisi), isti yumurta yeməyindən və yaxud sıyıqdan, qəhvə və yaxud çaydan, şirədən, cəmdən, mürəbbədən və yaxud baldan, tost və ya qızardılmış çörəkdən ibarətdir.

Gözəl masa düzümü restoranın vizit kartı olaraq, onun özünəməxsus reklamıdır. Ləvazimatları yerləşdirmə və masa düzümü qaydaları, ümumiyyətlə, müxtəlif ölkələrdə eyni deyil. Məsələn, Fransada ümumi qəbul olunmuş qaydaya görə çəngəllərin dişləri aşağı vəziyyətdə qoyulur. İngiltərədə isə əksinə. Tarixən bu, onunla bağlıdır ki, əvvəllər yemək ləvazimatlarında mütləq onların sahiblərinin inisialları (adı və soyadının baş hərfləri) və ya firmanın adı həkk olunurdu və buna görə də ləvazimatları elə qaydada düzməyə çalışırdılar ki, qonaqlar həkk edilmiş həmin yazıları görə bilsinlər. Belə ki, Fransada monoqramlar ləvazimatların arxa tərəfinə, İngiltərədə isə qabaq tərəfə həkk edilirdi. Elə bu tarixi fakt yemək ləvazimatlarının düzülmə qaydasını şərtləndirmişdir.

Masanın əsas və əlavə qab-qacaq düzümü, qab-qacaq əşyalarının və ləvazimatların verilməsi və yığışdırılması, yeri sol tərəfdə olan əşyalar istisna olmaqla, qonağın sağ tərəfindən yerinə yetirilir. Qonağın sağ tərəfindən masaya qab-qacağın verilməsi sağ əllə, sol tərəfdən isə sol əllə yerinə yetirilir.

Banket meneceri restoran xidmətləri üzrə əsas mütəxəssisdir. O, banketlərin bütün növlərini və qəlyanaltıların, yeməklərin və içkilərin verilmə qaydasını yaxşı bilməlidir.

Xidmət formasından asılı olaraq banket-qəbullar bir neçə növə bölünə bilər:

- ofisiantların tam xidmət göstərdiyi masaarxası banket;

- ofisiantların qismən xidmət göstərdiyi masaarxası banket, fərşet, kokteyl, qarışıq xidmətli banket-qəbul;
- banket-çay.

7.3. Ofisiantların tam xidmət göstərdiyi masaarxası banket

Ofisiantların tam xidmət göstərdiyi masaarxası banket – çox zaman qonaqların masa arxasında yerləşdirilməsi personal ilə razılaşıdırılır və diplomatik, rəsmi qəbullarda təşkil olunur. Bu cür banketin menyusuna nisbətən az miqdarda soyuq qəlyanaltı və bir isti yemək daxil olur. Banket-nahar üçün mütləq şorba, ikinci isti yeməklər və desert yeməkləri, meyvələr, içkilər daxildir. Qəlyanaltıların, yeməklərin və içkilərin müəyyən edilmiş verilmə qaydasına ciddi əməl olunmalıdır. Yeməklərin bir-birini əvəz etmə ardıcılığı banket menyusunda qeyd olunan qaydaya uyğun olmalıdır. Banketin əvvəlində soyuq balıq qəlyanaltısı və təzə tərəvəzlər, sonra ət, quş əti və ov ətindən hazırlanmış qəlyanaltılar, soyuq qəlyanaltılardan sonra isə isti qəlyanaltılar, sonra isə şorba verilir. Şorbadan sonra balıq, ət, quş əti, ov əti, tərəvəzlərdən hazırlanmış isti yeməklər verilir. Banket desertin, meyvələrin və isti içkilərin – qəhvə, çay – verilməsi ilə sona çatır.

Bu cür banketlərin vacib xidmət şərtlərindən biri yeməklərin, içkilərin verilməsi və ləvazimatların dəyişdirilməsi tez yerinə yetirilməlidir, çünki masa arxasında əyləşən qonaqlara qulluq göstərilməsi üçün ayrılmış vaxt, adətən, protokol ilə məhdud olur. Bu halda çoxlu sayda yüksək ixtisaslı ofisiant xidmət göstərməlidir. Təcrübə göstərir ki, tam xidmət göstərilən banketlərdə hər 12-16 qonağa 3 ofisiantın xidmət göstərməsi daha məqsədəuyğundur. Xidmət göstərilərkən ofisiantların ikisi yeməkləri, üçüncüsü isə şərəbləri masaya verməlidir.

Banketin təyin olunduğu gün, kütləvi tədbirlərə xidmət üzrə menecer ofisiantları toplayaraq, onları təlimatlandırır,

banketin kimin şərəfinə və yaxud hansı hadisə münasibəti ilə keçirilməsini onlara çatdırır. Banketin başlanma vaxtı, iştirakçıların təqribi sayı və milliyyətinə, cinsinə, yaşına və s. görə tərkibi dəqiqləşdirilir.

Banket meneceri ofisiantları masaların düzülüş planı, hər masanın arxasında əyləşən qonaqların sayı, qonaqları masa arxasında yerləşdirmə planı ilə tanış edir, menyunun, qab-qacaq düzülüşünün və xidmətin xüsusiyyətləri haqqında məlumatlandırır.

Banketin təşkil olunması zamanı, adətən, aperitivin verilməsi nəzərdə tutulur və qonaqların toplanması üçün nəzərdə tutulan zalda 15-40 dəqiqə ərzində aparılır verilir, yəni ilk qonaqların gəldiyi vaxtdan onların banket masalarına dəvət olunduğu vaxta qədər.

Aperitiv zamanı ofisiantlar bütün içkiləri və qəlyanaltıları qonaqlara banket-kokteyl qəbuluna xidmətdə olduğu kimi təqdim edirlər. Aperitiv qurtarandan sonra qonaqlar banketin başladığı zala keçirlər. Ofisiantların hər biri öz xidmət sahəsində qonaqları qarşılıyır və onların yerlərində oturmasına kömək edirlər. Banketin davam etdiyi bütün vaxt ərzində onlar bilavasitə banket iştirakçılarına qulluq etməklə məşğul olurlar.

Masaarxası banketə xidmət göstərildiyi zaman hər bir ofisiant aşağıdakı qaydaları bilməlidir: istənilən yemək və yaxud içki bütün ofisiantlar tərəfindən eyni zamanda masaya verilməlidir. Qonaqlara təklif edilərək boşqablara paylanan bütün yeməklər, qəlyanaltılar, qarnirlər, souslar, və s. sol tərəfdən sol əllə verilməlidir.

Ofisiant qonağa qulluq edərkən qonaq danışır və yaxud həmsöhbətini dinləyirsə, bir qədər gözləmək, sonra isə sakitcə üzr istəyərək yeməyi təqdim etmək lazımdır. Bu zaman yeməklə masaya və yaxud içində çörək olan boşqaba toxunmaq olmaz.

Ofisiant yeməyi əli istidən və yaxud soyuqdan qoruyan əl salfeti ilə örtülü olan sol əlinin içində tutur. Bunu edərkən, əl salfeti ofisiantın əlindən sallanmış vəziyyətdə olmamalıdır. Birinci növbədə hörmətli qonaqlara, sonra isə protokola uyğun

olaraq digər qonaqlara xidmət göstərilir. Dəqiq protokolun olmadığı banketdə birinci qadınlara xidmət göstərilməsinə üstünlük verilir. Diplomatik etiketə uyğun olaraq masa arxasında siqaret çəkməsinə banketin sonunda icazə verilir, buna görə də külqabılar masaya qəhvə gətirilən zaman qoyulur. Kiçik ölçülü salat və yaxud sous qabları kiçik siniyə və yaxud salfetlə örtülmüş boşqaba qoyulur.

Qonaq təklif olunan yeməkdən imtina edərsə, bu yemək üçün nəzərdə tutulmuş ləvazimat mütləq yığışdırılmalıdır. Növbəti yeməyin verilməsindən qabaq əvvəlki yeməkdən qalmış qablar və ləvazimatlar masadan hətta qonaq onları istifadə etmədiyi halda da yığışdırılmalıdır.

Kiçik ov quşunun əti, cücə, xərçəng kimi yeməklərin, əllə yeyilə bilən bəzi meyvə sortlarının verilməsi zamanı barmaqların uclarını yumaq üçün hər qonağın sağ tərəfindən yaxınlaşaraq qırağına limon dövrəsi qoyulmuş ilıq su ilə dolu piyalə qoymaq məsləhət görülür. Bu məqsəd üçün piyalələrdə suyun əvəzinə qonaqlara içində səlhiqə ilə bükülmüş və nəmləndirilmiş kətan salfetlər olan boşqablar da vermək olar.

Masa arxasında oturan qonaqlara qulluq göstərilən zaman yeməklər təkcə sol tərəfdən verilməyə də bilər. Fərdi istifadə üçün qablara qoyulmuş və yaxud süzölmüş bütün yeməklər və içkilər qonağın sağ tərəfindən ofisiantın sağ əli ilə qonağın qabağına qoyulmalıdır. Bütün şorbalar bulyon kasalarına və yaxud dərin boşqablara doldurulmalı, desert yeməkləri kremankalara qoyulmalı, isti içkilər (çay, qəhvə) fincanlara və stəkanlara doldurulmalı, həmçinin, soyuq qəlyanaltılar, isti və desert yeməkləri boşqablara qoyulmalıdır. İstifadə olunmuş boşqablar və ləvazimatlar dəyişdirilərkən qonağın sağ tərəfindən sağ əllə və yaxud qonağın sol tərəfindən sol əllə yığışdırılmalıdır. Bütün içkilər, bir qayda olaraq, sağ tərəfdən sağ əllə, butulkanın üstündəki etiketi qonağa tərəf tutaraq süzölməlidir. Çox zəruri olduğu halda içkini sol tərəfdən, lakin mütləq sol əllə süzmək də olar.

Butulkalarda olan içkilərin çeşidi qonaqlara sol tərəfdən yaxınlaşaraq, sol əldə etiketli 2-3 butulkanı qonağa tərəf

tutmaqla təklif olunmalıdır. Qonaq təklif olunan içkilərdən birini seçdikdən sonra ofisiant həmin butulkanı sağ əlində tutmalı və qonağın sağ tərəfinə keçərək istənilən içkini ona süzməlidir.

Boşqabların və ləvazimatların növbəti dəfə dəyişdirilməsi və yaxud yığışdırılması bütün ofisiantlar tərəfindən eyni zamanda (metrdotelin komandası ilə), bütün banket iştirakçıları və yaxud onların əksəriyyəti əvvəl verilmiş yeməyi yeyib qurtarandan sonra yerinə yetirilməlidir.

7.4. Ofisiantların qismən xidmət göstərdiyi masaarxası banket

Bu cür xidmət növlü banketlər, adətən, onların dostluq və yaxud ailəvi xarakterli olduğu hallarda təşkil olunur. Bu, səhər yeməyi, nahar, şam yeməyi və yaxud sadəcə hər hansı hadisənin, əlamətdar tarixin, yubileyin qeyd olunması, dostların görüşü, toy və s. münasibəti ilə təşkil olunan qonaqlıqlar ola bilər. Bu cür banketlərdə qonaqların masa arxasında yerləşdirilməsi, adətən, sərbəstdir, lakin hörmətli qonaqlara masanın mərkəzində yerlər ayrılır.

Soyuq qəlyanaltıların çeşidi nisbətən məhdud olan tam xidmətli banketlərdən fərqli olaraq, bu cür banketlərin menyusuna ən müxtəlif soyuq qəlyanaltılar, şorabalar, marinadlar və s. daxil edilə bilər. Soyuq qəlyanaltıların tam çeşidi banket masasına tədbir başlamazdan 30 dəqiqə qabaq qoyula bilər. Qəlyanaltıların çeşidini müxtəlifləşdirmək üçün hər banket iştirakçısına 0,5 porsiya, bəzilərini isə bundan da az miqdarda olaraq qəlyanaltı sifariş etmək məsləhət görülür.

Qəlyanaltıların olduğu boşqablar masanın enindən, qəlyanaltıların sayından və boşqabların böyüklüyündən asılı olaraq masaya bir və yaxud iki cərgədə düzülə bilər. Qəlyanaltılar qoyulduqdan sonra içkilər düzülür. Banketin davam edəcəyi müddətdən asılı olaraq isti yeməklər (bir və yaxud iki), adətən, porsiyalarla verilir.

Bu cür banketlərdə ofisiantların əsas işi hörmətli qonaqlara xidmət etməkdən və istifadə olunmuş qabların və boş şüşələrin masadan vaxtında yığıldırılmasından ibarət olur.

Desert və isti içkilər verilməzdən qabaq qonaqların daha istifadə etməyəcəkləri bütün şeyləri masanın üstündən sifarişçinin icazəsi ilə yığıldırmaq məsləhət görülür. Masaya desert ləvazimatları düzülür, boşaldılan yerlərə tortlar, pi-roqlar, konfetlər, meyvə vazaları qoyulur, sonra isə isti içkilər (çay, qəhvə) verilir.

Qonaqlara göstərilən bu xidmət norması bir ofisiant 9-12 qonağa qulluq göstərməlidir. Çox vaxt restoranlarda sifariş olunan banket-toy məclisləri bu cür keçirilir.

Bu cür tədbirlərdə qonaqların davranışı diplomatik etiket qaydalarına uyğun olmaya bilər. Ofisiantlar mütəmadi olaraq (hər üç siqaret kötüyündən sonra) külqabıları dəyişdirərək, onların təmizliyinə diqqət etməlidirlər.

7.5. Banket-furşet (fransızca «a lya furşet» adlanır, tərcümədə «çəngəlti» mənasını daşıyır)

Bu cür banketin menyusuna soyuq və isti qəlyanaltılar, ikinci isti yeməklər, desert və isti içkilər daxildir. Qəlyanaltılar kiçik porsiyalarla «çəngəlti» verilməlidir, yəni onları bıçaqsız yemək mümkün olmalıdır. İsti qəlyanaltılar və yeməklər də həmçinin kiçik porsiyalarla, yalnız çəngəllə yemək üçün uyğun olan qaydada verilməlidir.

Banket-furşetin təşkili prosesində aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır: masalar istilik mənbələrinin (isidicilər, buxar və s.) bilavasitə yaxınlığında, həmçinin, birbaşa günəş şüalarının altında qoyulmamalıdır, çünki bu, üstündə şirə olan yeməklərin əriməsinə, həmçinin, bütün ərzaqların xarici gözəlliyinin itməsinə səbəb ola bilər. Masaları divardan 1,5 m məsafədən yaxın yerdə qoymaq məsləhət görülmür.

Banket-furşet üçün düzülmüş masalar ətraf şəraitlə həmahəng olmalıdır, onların düzülməsi zamanı zalın işıqlandırma cihazlarının yeri nəzərə alınmalıdır ki, bütün masaların bərabər işıqlandırılması təmin oluna bilsin.

Qonaqların ayaq üstündə yeyib-içməsi ilə əlaqədar olaraq, banket-furşet üçün qoyulan masalar başqa masalardan bir qədər hündür olmalıdır. Xüsusi furşet masalarının olmadığı halda, birləşdirilərək qoyulan bir neçə adi dördbucaqlı masalardan istifadə oluna bilər. Masaların düzülüş forması müxtəlifdir və zalın sahəsindən və memarlıq xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, adətən, «T», «P», «Ş» formasında qoyulur.

Furşet masasının süfrəsi hər tərəfdən döşəməyə qədər sallanmış vəziyyətdə sərilir. Furşet masalarının tərtibatı üçün hal-hazırda xüsusi büzməli yubkalardan, stolun üst taxtasının qırağına bərkidilən vallonlardan istifadə edilir.

Furşet masalarının qab-qacaq düzümü qədər və piyalələrin yerləşdirilməsi ilə başlanır. Sonra boşqablar yığılır və onların yanında boşqabların sayına uyğun olaraq ləvazimatlar yerləşdirilir, qablar piyalələrə və qədəhlərə çox sıx yerləşdirilməməlidir. Bir qayda olaraq, masaya qab-qacaqlar iki tərəfdən düzülür (ikitərəfli qab-qacaq düzümü), masanın birtərəfli qab-qacaq düzümü, adətən, fəxri qonaqlar üçün nəzərdə tutulmuş masalar üçün istifadə olunur.

Meyvələr, güllər və içkilər düzüldükdən sonra, lakin banketin başlandığı vaxtdan yarım saat tez olmayaraq, masalara qəlyanaltılar, souslar və çörək qoyulur. Qonağın istədiyi yeməyi götürmək üçün hər yeməyin yanında onun üçün müvafiq olan ləvazimatlar (çəngəl, bıçaq və s.) qoyulur.

Spirтли içki olan şüşələr qonaqların banket zalına gəlişindən bir neçə dəqiqə qabaq açılır. Şüşələrin bir hissəsi açılmamış saxlanılır və lazım olanda açılır. İçkilərin hazırlanması qonaqlar masaya dəvət olunmamışdan bir neçə dəqiqə əvvəl başa çatdırılmalıdır.

Qonaqların gəlişinə qədər ofisiantların bir hissəsi banket zalında qalır, digər hissəsi isə metrdotelin göstərişi ilə

aperitivin, habelə, qab-qacaqların, ləvazimatların, salfetlərin və s. hazırlanması ilə məşğul olur.

Furşet qonaqlığına xidmət zamanı bir ofisiant, adətən, 15-20 qonağa qulluq göstərir. Ofisiantın vəzifəsinə qonaqlara qəlyanaltıların seçilməsində köməklik etmək, şərab süzmək, qəlyanaltını və s. boşqaba qoymaq üçün öz yardımını təklif etmək daxildir.

Bəzi yeməklərin verilməsində çəngəl əvəzinə taxta və yaxud plastik kütlədən hazırlanmış çubuqlardan istifadə olunur və bu ləvazimatlar bir dəfəlik istifadədən sonra ofisiant tərəfindən yığışdırılıb aparılır. Çubuqların istifadə olunması furşetlərə xidmət göstərilməsi zamanı ləvazimatların sayını azaltmağa imkan verir.

İsti yeməklərdən sonra desert-dondurma, qaymaq, giləmeyvələr, meyvələr və s. verilir. Furşet qurtardıqdan sonra onun koordinatorunun göstərişi ilə qablar masanın üstündən müəyyən ardıcılıqla yığışdırılır: əvvəlcə şüşələr, gül və meyvə vazaları, salfetlər, sonra isə ləvazimatlar, çini boşqablar, qəhvə fincanları götürülür. Ən sonda qədəhlər və piyalələr yığışdırılır.

7.6. Banket-Kokteyl

Banket-kokteyli bütün başqa ziyafətlərdən fərqləndirən əsas cəhətlər qəlyanaltıların çeşidi və özünəməxsus xidmətdir. Banket başlamazdan əvvəl masaların üstünə külqabılar, kağız salfetlər qoyulur. Banket-kokteyldə fərdi istifadə üçün ləvazimatlar (çəngəl, bıçaq və s.) və boşqablar qoyulmur.

Ofisiantlar boşqablara qoyulmuş bütün qəlyanaltıları, həmçinin, qədəhlərə və piyalələrə süzölmüş içkiləri padnosda qonaqlara təklif edirlər. Qonaqlar çəngəl əvəzinə xüsusi çubuqlardan (şpacka) istifadə edirlər.

Bütün yemək məmulatları və yaxud onların ayrı-ayrı tikələri elə ölçüdə olmalıdır ki, onları ağıza bütöv olaraq asanlıqla qoymaq mümkün olsun. Buna görə də soyuq qəlyan-

naltıları üçbucaq, romb, kvadrat, dairəciklər şəklində kəsilmiş kiçik buterbrod-kanape və yaxud sandviçlər kimi vermək tövsiyyə edilir.

Desert üçün elə məmulatlar və yeməklər təklif olunmalıdır ki, onları da qəlyanaltılar kimi ayaq üstündə duraraq ləvazimatlardan (çəngəl, bıçaq və s.) istifadə etmədən yemək mümkün olsun: kiçik ölçülü piroq assortisi, konfetlər, peçen-yelər, meyvələr. Banket-kokteyldə ən müxtəlif içkilər verilə bilər. Qəlyanaltıların verilməsi üçün çini və melxior (girdə və ovalşəkili) qablardan istifadə olunur.

Şirələr, su, bəzi içki qatışıqları üçün bardaqlardan, termoslardan və yemək buzu üçün dolablardan istifadə olunur. Xidmət üçün müxtəlif padnoslar, külqabılar, kağız salfet qoymaq üçün kiçik vazalar, çəngəlləri əvəz edən ağac və yaxud plastik banket çubuqları hazırlanır.

Banket-kokteyl məclisinə xidmət göstərmək üçün çoxlu sayda qədəh, piyalə və ara qədəhləri tələb olunur. Qabların sayının hesabı banket iştirakçılarının sayından, qəlyanaltıların və içkilərin çeşidindən asılıdır. Banket-kokteyl məclisinə xidmət göstərməyə hazırlıq zamanı mətbəxdən və bufetdən yemək və içkilərin verilməsini diqqətlə hazırlamaq lazımdır. Qəlyanaltıları qonaqlara paylamaq üçün ən münasib dairəvi boşqablardan istifadə olunur, lakin bu cür boşqablar olmayan yerdə ovalşəkili boşqablar da istifadə edilə bilər.

Qonaqları zalın girişində banketi təşkil edənlər qarşılayırlar. İlk qonaqların banket zalına gəlişi ofisiantlar üçün xidmətə başlamağa işarədir.

İçkiləri paylayan ofisiantlarla yanaşı olaraq qonaqlara qəlyanaltıları verən ofisiantlar da işləyirlər. Qəlyanaltını qonağa içki təklif olunduqdan sonra verilir. Qəlyanaltılar boşqablarda qurtararsa, təkrar doldurulması üçün mətbəxə qaytarılır.

İsti qəlyanaltıların verilməsi, banketi təşkil edənlə razılaşdırılır və metrdotelin göstərişinə uyğun olaraq yerinə yetirilir. İsti qəlyanaltı qızdırılmış metal və ya çini boşqaba doldurulur, ağac və yaxud plastik çubuqlarla verilir. Ofisiant qonaqlara paylamaq üçün qəlyanaltının doldurulduğu boşqabı

sol əlində tutur, sağ əlində isə kiçik nimçə tutur və qonaqlara istifadə olunmuş çubuqları bu nimçəyə qoymalarını təklif edir.

Banket-kokteylin təşkilində içkilərin qədəhlərə və yaxud piyalələrə bilavasitə banket zalında doldurulması nəzərdə tutula bilər. Bunun üçün banket iştirakçılarının sayından və banket zalının sahəsindən asılı olaraq münasib yerlərdə barlar təşkil olunur.

Meyvələrin özəkləri qabaqcadan təmizlənmiş və dilimlənmiş formada verilir. Kokteyl başlamazdan əvvəl bütün içkilər masaya müvafiq temperaturda çatdırılmalıdır. Kokteyl qəbulunun əvvəlində qonaqlar, bir qayda olaraq, spirtsiz içkilər içirlər və 10-15 dəqiqədən sonra spirtli içkilər verilir, sonra isə yenidən spirtsiz içkilər təklif olunur.

Masalar arasında keçidlər iki ofisiyantın yan-yanə sərbəst keçməsi üçün kifayət etməlidir. Bunun üçün iki masanın arasında məsafə ən azı 2 metr, masadan qonağın oturduğu stulun kürək hissəsinə qədər olan məsafə isə 50 sm. olmalıdır. Beləliklə, ofisiyantların keçməsi üçün 1 m ara qalır.

Adətən, banketlərdə ən hörmətli qonaqların oturduğu əsas masa (top table) qoyulur. Bu masaya həmişə birinci qulluq edilir. Bu zaman, mətbəxdə yeməklər üçün növbədə birinci olaraq uzaq məsafədə yerləşən masalara qulluq edən ofisiyantlar durur. Ayırı-ayrı hallarda bu cür banketlərdə qəhvə də verilir.

7.7. Banket-çay

Banket-çay, adətən, qadınlar və yaxud yaxın qohumların məclisi üçün təşkil olunur. Məsələn, İngiltərədə çay axşam saat 17:00-da içilir. Yaponiyada çayı yalnız bunun üçün xüsusi ayrılmış yerlərdə içmək qəbul olunmuşdur.

Dairəvi və yaxud oval formasında olan masalar rəngli süfrələrlə örtülür. Qab-qacaq düzümü üçün desert, çay və qəhvə qab-qacağından istifadə olunur. Çay masasının üstünə külqabı, siqaret, kibrit qoyulmur. Onları ofisiyantlar təqdim edir.

Masaya nəzərdə tutulmuş menyu, şirniyyat, meyvələr, desert və yaxud kəməşirin şərəblar qoyulur.

Ofisiantlar qonaqları hazırlanmış masaya dəvət edir, qadınlara və yaşca böyük olanlara daha çox diqqət yetirərək, onların oturmasına kömək edirlər. Ofisiantlar onlara şirin yeməklər və şərəblar təklif edirlər. Sonra isə isti içkilərin verilməsi hazırlanır.

Bundan sonra istifadə olunmuş boşqablar çay massasından yığışdırılır. İstifadə olunmuş boşqabların əvəzinə hər qonağın qabağına ləvazimatlarla birlikdə təmiz boşqablar qoyulur.

Masa yığışdırıldıqdan sonra masaya əvvəlcə isti qaymaq, süd və limon, sonra isə çay, qəhvə verilir. İsti içkilərin olduğu nəlbəkilərə qoyulmuş fincanlar masaya desert boşqablarından sağ tərəfdə qoyulur. İsti içkilər verilməyə qəşqlər nəlbəkiddə dəstəyi qabağa, fincanın dəstəyi isə qonaqdan sol tərəfə doğru istiqamətlənməlidir. İsti içkilər verildikdən sonra ofisiantlar qonaqlara muskat, kaqor, likör və konyak təklif edirlər.

Qəhvə fincanlarını qəhvədən qabaqcadan dolduraraq qonaqlara padnosda təklif etmək olar. Qəhvə fincanları doldurulduqdan sonra qəhvədən masaya qoymaq olar. Qonağın arzusu ilə qəhvəni fincana masadan götürmədən əlavə etmək olar. Çayı isə masanın üstündə əlavə etmək məsləhət görülmür. Qonaq bir fincan da çay içməyi arzu edərsə, çayı köməkçi masada fincanda limon və yaxud çay qalığı yoxdursa, eyni fincana süzüb qonağa təqdim etmək olar.

7.8. Səyyar tədbirlər (keytering)

Banketlər bir sıra hallarda «səyyar» (yəni kənarında) təşkil olunur (sifarişçinin ərazisində, təbiət qoynunda və s.).

Mehmanxana səyyar xidmətlər göstərən bölməni – keytering xidmətini özü təşkil edir və bütün ofisiantlar, aşbazlar mütləq qaydada keytering təlimləri keçirlər.

Keyterinq ayrıca bir bölmə kimi, mehmanxananın nəz-dində fəaliyyət göstərərək öz xidmətlərini digər təşkilatlara təqdim edir. Keyterinq təkcə əla xidmət göstərmir, həmçinin şəraitə uyğun, təxəyyül və improvizasiya nümayiş etdirir. Keyterinq xidmətində ofisiant və aşbazlar öz məharətlərini göstərmək imkanını əldə edirlər. Təcrübəli aşbazlar müxtəlif, dadlı, ləziz yeməklər hazırlayır, onlara bəzək verir və tərtibatına xüsusi diqqət yetirirlər.

Aşbazların hazırladığı yeməklər incəsənət əsərini xatırladır. Ofisiantlar milli geyimlərdə qonaqlara xidmət göstərirlər. Teatr səhnəsinə bənzəyən bu mənzərə qonaqları hey-rətləndirir və onlarda xoş təəssürat yaradır. Qonaqlar üçün təşkil olunan banketdə onların zövqünə uyğun musiqi səslən-dirilir. Qonaqların tərkibindən və arzusundan asılı olaraq xüsusi menyu hazırlanır və təqdim olunur.

Səyyar tədbirlərin təşkili və keçirilməsi üzrə menecer aşağıdakı işləri görməlidir.

- Avadanlıq, işləyən personal, bəzən qonaqların tədbir keçirilən yerə daşınması üçün nəqliyyatın təşkil edilməsi;
- Yerli hakimiyyət orqanlarından və mülk və ya ərazinin sahiblərindən lazımi icazənin alınması;
- Banketin keçirildiyi yerin şəraiti öyrənilməsi (ən əsası, su, elektrik enerjisi, soyuducular) avadanlıq və ləvazimatların olub olmaması və vəziyyəti, hansı əşyaların aparılması müəyyən edilməlidir. Banket keçirilən zalın imkanları və işin necə təşkil olunması (tualet, paltar-saxlanılan yer, zibil konteynerləri və s.) öyrənilməlidir;
- Qonaqların nəqliyyatla daşınması zamanı və ya baş verə biləcək arzuolunmaz bədbəxt hadisələrdən sığor-talanması vacibdir.

7.9. Yeni mehmanxananın açılış mərasiminin keçirilməsi

Yeni mehmanxananın açılışı və ya otelin yenidən bərpası, mühüm bir tədbirdir. Mehmanxana açılışı zamanı göstərilən xidmətlər nümayiş etdirilir və otel reklam olunur. Bunun üçün əvvəlcədən hazırlıq işləri görülməlidir.

Mehmanxananın rəsmi açılışına dəvət olunanların tərkibi çox müxtəlifdir, burada həm qonaqlar, həm də turizm sənayesinin nümayəndələri və ictimai həyatın müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərən məşhur şəxslər – siyasətçilər, mədəniyyət və incəsənət xadimləri, KİV nümayəndələri iştirak edirlər. Tədbir hamını maraqlandırmalı və cəlb etməlidir. Mehmanxananın açılışı – çoxlu sayda insanlar üçün keçirilən bir tədbirdir. Hər bir qonağa bu tədbirdə diqqət göstərilməlidir.

Bu zaman mehmanxananın nömrə fondunun və tədbirlərin keçirilməsi üçün ayrılan sahənin tutumu az rol oynamır. Mehmanxanada qonaqların yerləşdirilməsi nəzərdə tutulursa, bu dəvətnamələrdə mütləq göstərilməlidir. Tədbirlərin planlaşdırılma konsepsiyası hazırlanır. Sifarişçinin fikirləri, ideyaları, arzularını bilmək və başa düşmək, açılış üzrə planları ətraflı şəkildə müzakirə etdikdən sonra konsepsiya yaranır. Müzakirə əsasında mehmanxananın tarixi, onun istiqaməti, tədbirin məqsədi, dəvət olunanların tərkibi, sifarişçinin xüsusi olaraq qeyd etmək istədiyi hər hansı əlavə detallar və məqamlar aydınlaşdırılır. Təşkilatçının gördüyü əsl işin forması məhz bundan başlayır.

Tədbir keçiriləcək yerlərin və konfrans-zalların layihələşdirilməsi, tədbir proqramlarının həyata keçirilməsi üçün, mehmanxananın açılışını yüksək səviyyədə həyata keçirə bilən mütəxəssislər cəlb etmək lazımdır.

Böyük çoxfunksiyalı zalda qonaqların toplanması üçün geniş foyenin, səhnəyə rahat çıxışı olan müəyyən miqdarda qrim otaqlarının, avadanlığın saxlanması üçün köməkçi otaqların, sanitariya qovşağının, siqaret çəkmək üçün yerlərin olması

mütləq nəzərdə tutulmalıdır. Tədbirin konsepsiyası məqsədlərdən və vəzifələrdən, qonaqların tərkibindən, ilkin səhnə planından başlayaraq qonaqlara göstəriləcək xidmət qaydalarına kimi bütün incəlikləri və detalları özündə birləşdirir. Bir qayda olaraq, seçmək üçün sifarişçiyə bir neçə konsepsiya təklif olunur və nəticədə əsas kimi mehmanxananın öz konsepsiyası götürülür. Mehmanxananın adında və yaxud yerində milli mövzu əks olunmuşdursa, açılış mərasimində milli ənənələrdən istifadə olunur. Lakin səhnələşdirmə hər yerdə münasib hesab edilmir, məsələn, müasir biznes-otelin açılışında müasir texnologiyalardan istifadə etmək, ən məşhur personacların mütləq iştirakı ilə keçirilən dünyəvi həyat tərzinin vurğulanması daha məqsədəuyğun sayılır. Açılışın məzmunu konsepsiya ilə nəzərdə tutulmuş ssenari planına əsasən yaradılır. Şou program tədbirin məqsədlərindən və vəzifələrindən asılıdır. O, xalis əyləncə xarakterli və yaxud şounun elementləri tədbir iştirakçılarında lazımi informasiyanın çatdırılması üçün vasitə ola bilər. Ssenarinin hazırlanması ilə eyni zamanda təşkilatçılar tədbirin keçirilməsi üçün lazım olan bütün zəruri şeylərin daxil olunduğu çek-listləri hazırlayırlar ki, hər şey göz qabağında olsun. Tədbirin dekorasiyasının və avadanlığın quraşdırma və sökülmə vaxtı planlaşdırılır və hesablanır. Tədbirin keçirildiyi zaman hərəkətlərin razılaşdırılmaması istənilən gözəl tərtib olunmuş planı alt-üst edə bilər. Buna görə də ssenari nə qədər ətraflı yazılsa, tədbir də bir o qədər ideal qaydada keçəcəkdir. Tədbir əsas zaldə keçirilir. Bu halda zalın qarşısında foyenin olması çox vacibdir – orada qonaqlar mərasim başlamazdan qabaq musiqiyə qulaq asır, müxtəlif içkilər dadır və xidmətlərdən faydalanırlar.

Açılış mərasimində göstərilən xidmətin növü, adətən, banket xidmətidir. Qonaqların stasionar yerləşdirilməsinə görə banket daha təntənəli və rəsmi şəraitin yaradılmasına kömək edir, qonaqların əvvəlcədən düşünülmüş sxem üzrə ünsiyyət yaratmasına imkan yaradır. Fərqli qonaqlara ünsiyyət azadlığını, interaktiv əyləncələrin keçirilməsini mümkün edir, qeyri-rəsmi əhval-ruhiyyə yaradır və böyük olmayan otaqlarda və

açıq sahələrdə münasibdir. Tədbirin keçirilməsində bir neçə müxtəlif planlı bloklardan ibarət olduğu və yaxud bir neçə sahənin cəlb olunduğu hallarda qarışıq xidmət növlərindən istifadə etmək məqsədəuyğundur – furşet və banket xidmətlərinin birləşdirilməsi. Mehmanxananın açılma vaxtına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Çünki ilin hər mövsümü öz üstünlüklərinə malikdir. Məsələn, yayda mehmanxananın ərazisində qonaqların bir-biri ilə söhbət etməsi üçün xüsusi çadırlar qurula bilər və bu çadırlarda furşet xəttlərini düzmək və masalar açmaq olar. Qışda tədbir mehmanxananın zallarında keçirilir, böyük pəncərələrin, daxili həyətin, balkonun olması bayram atəşfəşanlığını seyr etmək üçün gözəl imkanlar yaradır. Mehmanxananın brendi (nişanı) imkan daxilində daha çox əşya və ləvazimatlarda – poliqrafiya məhsullarında (dəvətnamələrdə), fasilələr zamanı videomonitorlarda, tortun üzərində, hədiyyələrdə (svenir məhsullarında) əks olunmalıdır. Müasir şənlikləri multimediya texnologiyasız təsəvvür etmək mümkün deyil. Plazma panellərində videomaterialların nümayişi xüsusilə effektiv təsir bağışlayır. Plazmalar qonaqların toplandığı foyenin və əsas zalın hər yerində quraşdırılır. Plazma panellərində korporativ film (məsələn, mehmanxananın tikinti mərhələsini, təbriklər və arzularla, şərhlərlə növbələnən digər əlamətdar məqamları göstərən kadrlar) və mehmanxananın loqotipi nümayiş etdirilir. Tədbirin aparıcısı, qonaqlar və artistlər arasında əlaqələndiricidir. Məclisin əhval-ruhiyyəsi və mövzuları aparıcıdan asılıdır. Dəvətnamə biletlərinin tərtibatı da tədbirin konsepsiyası ilə müəyyən edilir. Əsas ideya – dəvətnamələr o qədər oricinal olmalıdır ki, onları tullamağa qonaqların heyfləri gəlməlidir. Mətn qonağı cəlb etməlidir, ona ətraflı məlumatı çatdırmalıdır, qonaqların toplanış yeri və vaxtı, mehmanxanaya gedən yolun sxemi, əlaqə telefonu və dəvət edənin adı (dəvət olunan şəxsin əlavə sualları ola bilər) barədə xəbər verməlidir. Dəvətnamələrin stili çox ehtimal ki rəsmi olmalıdır. Tədbirə dəvət olunan qonaqlara mütləq otelin reklam materialları, həmçinin, sponsorların məhsullarından

təşkil olunmuş dəstlər bağışlanır. Bu, müxtəlif məmulatlar, mehmanxananın suvenir məhsulları ola bilər. Əlbəttə, bütün əşyalarda mehmanxananın loqotipi olmalıdır. Xidmət göstərən personal mehmanxananın uniformasında olmalı və adları yazılmış nişanlar taxmalıdır. Tədbirin təşkilatçıları da mehmanxananın heyətinə daxil olduğu halda (ayrıca şöbənin heyətində) «fərqləndirici nişanlar», adları yazılmış nişanlar taxmalı və ya öz agentliklərinin nişanlarını taxmalıdırlar ki, mehmanxananın işçilərindən fərqlənə bilsinlər. Tədbirdə videooperatorun və fotoqrafın işləməsini qabaqcadan təşkil etmək vacibdir. Operatorun çəkdiyi kadrlar ekranda «canlı təsvir»lə real vaxt recimində göstərilir. Bayram tortunun gətirilməsi və fişənglər hadisənin kulminasiya nöqtəsidir və bu bayram şənliyini qonaqların qəlbində və zehnində həkk etdirmək üçün ənənəvi üsuldur. Işıqlarla parlayan qırmızı tort, düzgün seçilmiş musiqi, onun səsləndirilməsi üçün dəqiq vaxt seçimi, əla işıqlandırma – bütün bunlar qonaqlarda silinməz izlər buraxır. Atəşfəşanlıq tədbirin kulminasiya nöqtəsi olmalıdır, buna görə də təkə pirotexnika deyil, həm də musiqi fonu diqqətlə planlaşdırılır. Tədbir – hər şeyin dəqiqəsinə qədər təyin olunduğu və dəqiq yerinə yetirilməli konveyerdir. Tədbirin miqyası hələ onun konsepsiyası formalaşdırılmamışdan əvvəl qismən açılış mərasimi üçün planlaşdırılan büdcə ilə müəyyənləşdirilir. Mehmanxana açan sahibkarların bir danılmaz üstünlüyü var – tədbir onların öz ərazisində keçirilir və icarə məsələsi istər-istəməz aradan qalxır. Deməli, vəsaitləri başqa yerlərə xərcləmək üçün daha çox imkanlar var.

Fəsil 8. Kadrlar şöbəsi (Human Resources)

Hər bir otelin müvəffəqiyyətlə işləməsi, orada çalışan işçilərdən (personal) çox asılıdır. Mehmanxana biznesinin gəlirlə işləməsində personal mühüm rol oynayır. Kadrlar şöbəsinin əsas vəzifəsi, mehmanxanaya ixtisaslı, səriştəli və peşəkar işçiləri cəlb etməkdir. Kadrlar şöbəsi oteli yüksək səviyyədə işçilərlə təmin etməklə, onların karyerasını planlaşdırır, istehsal fəaliyyətini qiymətləndirir və əmək haqqlarını artırır.

Kadrlar şöbəsinin əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- Personal ilə aparılan iş prosesinin ən az 2 ildə bir dəfə yoxlayır;
- Personal ilə əmək münasibətlərini qurur və onları idarə edir;
- Kadrlar şöbəsi əmək bazarını mütəmadi şəkildə öyrənir;
- Kadrlar şöbəsi əməkdaşların karyera planlaşdırmasını həyata keçirir;
- İşçiləri seçir, işə qəbul edir, yerləşdirir və onların sənədlərini rəsmiləşdirir;
- İşçiləri attestasiyadan keçirməli, onların hazırlanması və yenidən təkmilləşdirilməsi üçün yeni metodlardan istifadə etməlidir;
- Əmək haqqına aid işi təşkil edir;
- Kadrlar şöbəsi daim menecer və şöbə müdirləri ilə əməkdaşlıq edir;
- Kadrlar şöbəsinin məsul işçiləri kadrların seçimində məsuliyyət daşıyır;

Son zamanlar bir çox ölkələrdə otel biznesində çalışan kadrlar şöbəsinin fəaliyyətinə daha çox diqqət verilir. Məhz oteldə qonaqlara xidmət göstərən kadrlar, istehsalat prosesində

əsas rol oynayırlar və yüksək xidmət standartlarına uyğun olmalıdır.

Kadrlar şöbəsinin strukturu onun vəzifə və funksiyaları ilə müəyyən olunur. Personalı idarə edən və əmək münasibətlərini tənzimləyən kadrlar şöbəsi, öz təcrübəsində yeni elmi nailiyyətlərdən istifadə etməlidir. Mehmanxana müəssisəsinin qonaqpərvərlik sənayesində yüksək səviyyəli keyfiyyətli xidmət, əsas məhsuldur və o rəqabətə davam gətirməlidir. Xidmətin subyekti otelin personalıdır. Personal ilə ardıcıl və məqsədyönlü planlı aparılan iş mehmanxanada xidmətin keyfiyyətini yüksəldir.

8.1. Personalın seçilməsi və işə qəbulu

Böyük Britaniyanın məşğulluq və əmək ehtiyatları departamentinin (Department of Employment Manpower Research Unit) mehmanxanalarda apardığı təhqiqat nəticəsində, mehmanxanaları personal ilə komplektləşdirmək üçün əsas səkkiz amili irəli sürür (seçir):

1. Mehmanxananın ölçüsü (nömrələrin sayı, restoranların ölçüsü və sayı) onun miqyasını müəyyən edir.
2. Otelin mülkiyyət forması, personalın komplektləşməsinə və işin miqyasına öz təsirini göstərir və bu otelin idarəçiliyində sahibkarın münasibətindən asılıdır.
3. Binanın planlaşdırılması və istismar müddəti, mehmanxananın səmərəli işləməsinə və bu səbəbdən personal ilə təmin olunmaq səviyyəsinə öz təsirini göstərir.
4. Xidmətin, rahatlığın diapozonu və tipi personal tiplərinin sayına, təqdim etmə zərurətinə təsirini göstərir (uniforma, yemək, nəqliyyat və s. təqdim olunması).
5. Mehmanxana xidmətlərinin təqdim olunma üsulları (metodları) personalın sayına və ixtisasına əhəmiyyətli dərəcədə öz təsirini göstərir.

6. Oteldə keyfiyyətli personalın çalışması, işin nəticəsinə və mehmanxana xidmətlərini konkret həcm və səviyyədə təqdim olunmasını təmin edən personalın sayına öz təsirini göstərir.
7. Məşğulluq və əmək ehtiyatları təşkilatı, otelin personalının vəzifə və məsuliyyətini müəyyən edərək komplektləşdirilməsinə təsir edir.
8. Sutka, həftə, ay və il ərzində otelə olan tələbat, personalın komplektləşdirilməsinə, müvəqqəti və mövsümi işçilərin cəlb olunmasına təsir göstərir.

Personalın seçilməsi – kadrlar şöbəsinin əsas vəzifələrindən biridir. Otelə personal seçimi, şöbələrdə boş yerlərə və vəzifələrə mövcud namizədlərdən seçilir. Personal seçimi iki hissədən-xarici və daxili seçimdən ibarətdir.

Personalın xarici seçimi, yerli əhalinin oteldəki iş haqqında məlumatlandırmaq, ərizələri qəbul etmək, əmək yarmarkası və işə düzəltmə agentliyinin vasitəçiliyindən istifadə etmək, qəzet və jurnallarda elan vermək, turizm və ya mehmanxana biznesini tədris edən ali və orta məktəblərdən tələbələr seçmək və s. ibarətdir.

Ali təhsil ocağı ilə bağlanmış müqavilə və ya məktuba əsasən tələbələr mehmanxanada təcrübə keçirlər. Tələbələr yeni ixtisasa yiyələnir, otel işə öz növbəsində bu tələbələrdən kadr seçir və ya ehtiyat kadr bazası yaradır.

Xarici seçim, mehmanxanaya ixtisaslı kadr bazasını yaratmaq imkanı verir ki, bu da müəyyən səbəblərdən şöbəni tərk edən əməkdaşları yeniləri ilə əvəz etmək və yüksək ixtisaslı kadrlarla təmin etmək şəraiti yaradır.

Daxili seçimin metodları müxtəlif ola bilər. Burada hər şey seçim istiqamətindən asılıdır. Daxili seçim, əməkdaşın oteldə ixtisasa yiyələndiyi müddət ərzində öz əksini tapır. Daxili seçim zamanı, əməkdaşın işə uyğunlaşmasına (adap-

tasiyasına) ehtiyac duyulmur, artıq işindən məmnundur və karyerasını inkişaf etdirir.

Personalın seçim metodu onun iqtisadi effektivliyin hesablanması yolu ilə də xarakterizə edilə bilər. Personal seçim metoduna tətbiq olunan iqtisadi effektiv qiymətini müəyyən etmək üçün onunla bağlı xərcləri hesablamaq və personal seçiminin keyfiyyətini müəyyən etmək lazımdır. Personalın seçiminə istifadə olunmuş xərclərə birbaşa xərclər (elanlar və məlumat xidmətləri) və dolay xərclər (birbaşa mütəxəssisə istifadə olunan xərc) aiddir. Namizədi işə qəbul etməmişdən əvvəl, onun çalışacağı iş haqqında kadrlar şöbəsində ətraflı məlumat olmalıdır.

Mehmanxanada işə qəbul olunan namizəd aşağıdakı sənədləri təqdim etməlidir:

- İşə qəbul üçün ərizə (namizəd haqqında ilkin təsəvvür yaradır);
- Foto-şəkil (xarici görkəmi nümayiş etdirir);
- Tərcümeyi-hal (şəxsiyyətin həyatı haqqında məlumat verir);
- Şəxsi anket (namizəd haqqında vacib məlumat verir);
- Zəmanət məktubu (ixtisasla bağlı konkret məlumat verir);

Bu üsullarla işə qəbul olunan namizədin intellektual bacarığı, kommunikativ vərdişləri, emosional durumu, münasibə aqressivliyi, liderlik bacarığı və s. müəyyən olunur. Bu amillər namizədlərin otelə işə qəbulunda mühüm rol oynayır.

Anketdə aşağıdakı suallar cavablandırılır:

- Soyadı, adı, atasının adı;
- Doğum yeri və tarixi;
- Vətəndaşlığı, ünvanı (faktiki yaşadığı yer və qeydiyyatı);
- Yaşayış yerindən arayış;
- Arzu edilən vəzifə;

- Orta, ali təhsil (daxil olma və bitirmə tarixi, diplomun nömrəsi və ixtisas);
- Xarici dil bilməsi (lüğətdən istifadə edərək oxuyub tərcümə etmək, sərbəst danışmaq);
- Məhkəməyə cəlb olunub və ya olunmaması;
- Hərbi xidmət;
- Qeyri-normal iş gününə münasibət;
- Bundan əvvəlki iş yeri haqqında məlumat, daxil olma və bitirmə tarixi və bu müəssisələrin ünvanları, işdən getmə səbəbləri;
- Komüter təcrübəsi;
- Anketin doldurulma tarixi;
- Şəxsi imza.

Anketdə qeyd olunan məlumatları nəzərdən keçirdikdən sonra, kadrlar şöbəsinin müdiri və ya əməkdaşı, işə düzələn namizəd ilə **müsahibə** aparır. Qaydaya uyğun olaraq müsahibə, verilən suallardan və alınan cavablardan ibarət olur. Bununla yanaşı, işə düzələnin xarici görünüşü və ədəb manersına da diqqət yetirilir.

Müsahibənin keçirilməsinə aid məsləhətlər:

1. Müsahibə keçirən şəxs vəzifə profilini bilməlidir.
2. Müsahibədən əvvəl namizədin sənədləri nəzərdən keçirilməli, ərizənin məzmunu diqqətlə öyrənilməli (müraciət mədəniyyəti, məktubun surəti və ya əsli, yazılış səhvlərinin olub olmaması).
3. Qeyri-rəsmi müsahibə aparılır.
4. Müsahibə strukturu:
10-15 dəqiqə ərzində əlaqə yaratmaq (otələ necə çatdın?), qəhvə və ya çay təklif etmək (namizədin adaptasiya olması üçün). Müsahibə, 20-60 dəqiqə, müzakirə isə 5-10 dəqiqə (bu vaxt ərzində əmək mü-

qaviləsinin ümumi aspektləri dəqiqləşdirilir) müddətində aparılır.

5. Namizədə verilən sualların siyahısını hazırlamaq.

Mehmanxana personalı üçün aşağıda göstərilən parametrlər vacibdir.

- Antropometrik xüsusiyyətlər (boy, bədən quruluşu, xarici görünüşü);
- Səliqəli və təmiz olmaq;
- Ətrdən məhdud dərəcədə istifadə etmək;
- Makiyaj (adi, orta, çox);
- Saç düzümü (idman, rəsmi-işgüzar, ziyafət tərzində);
- Manikür;
- Namizədin nitqi (qrammatik, tempi tez, yavaş: nitqin səlis, savadlı və düzgünlüyü);
- Gözlənilməyən, mənalı xüsusiyyətlər (gözlərin vizual əlaqəsi, baxış, baxışın toplanması, müsahibə etdiyi şəxsin gözüne baxıb baxmaması, hərdən baxışı yayındırmaq);
- Namizədin duruşu, bədən hərəkəti, qaməti, mimikası, təbəssümü;
- Müsahibənin forma və məzmunu (suallara qarşı diqqətli olması, cavabların konkretliyi, suallardan yayınmağı, mübahisələrində əminlik);
- Professional biliklər (təhsil, mehmanxana idarəçiliyində təcrübə, xarici dil bilmə səviyyəsi).
- Şəxsi xarakteristikası (əvvəlki iş rejimindən narazılığı, səbəbi, ekstremal şəraitdə rəftarı (süni yaradılmış şərait, gözlənilməz suallar), dünya xəbərlərinə maraq göstərmək, iqtisadiyyat, əyləncə, maraqları (hobbi));
- Gələcək həyat planı və məqsədi (ciddilik, dərk etmə, perspektivdə əminlik);

- Namizədin iş şərtlərini qəbul etməsi (növbə grafiki, ədəb və davranış standartlarını qəbul etməsi, əmək haqqının ödənilməsi, məzuniyyət və s.);

Müsahibə zamanı namizədin aşağıdakı xüsusiyyətlərinə diqqət yetirmək lazımdır:

- Ünsiyyət yaratmaq bacarıqları, emosional müsbət əlaqə yaratmaq, reaksiya və qəbul etmə, aktiv qulaq asma, sual verə bilmək;
- Konflikt, aqressivlik, səbirli olmaq;
- Özünü idarə etmək;
- Ədəbli olmaq;
- Nəzakətli olmaq;
- Liderlik bacarığı.

Müsahibə müddətində namizədin xarakteristikasını biruzə verən suallardan istifadə etmək lazımdır. Məsələn, bu sualların köməyi ilə bütün müsbət və mənfi xüsusiyyətlər özünü göstərir. Bu göstərici mehmanxana əməkdaşları üçün vacibdir, xüsusilə də qəbul, yerləşdirmə və restoran xidməti üçün. Personal seçimində kadrlar şöbəsi ilk müsahibə aparır. Müsahibə müsbət nəticə verdikdə isə, namizəd digər mərhələyə keçir. Müsahibə mənfi nəticə verdikdə kadrlar şöbəsi namizəddən dərhal imtina etməlidir. İkinci mərhələdə namizədlə təlim meneceri və son mərhələdə müsahibəni şöbə müdiri aparır. Hər bir namizəd üçün müsahibə apararı şəxslərin rəyi əks olunan müsahibə vərəqinin olması məqsədə uyğundur (şəkil 8.1.). Bu sənəd müsahibənin nəticəsini daha şəffaf göstərir, şöbə rəhbəri bütün müşahidə qeydlərini nəzərdən keçirir və sonda namizəd haqqında öz konkret təklifini irəli sürür.

Namizədin adı, soyadı
Vakant (boş) vəzifə
Personal meneceri (adı, soyadı).....tarix.....
Müsahibə qeydləri.....

Nəticə.....

İmza.....
Təlim meneceri (adı, soyadı).....tarix.....
Müsahibə qeydləri

Nəticə.....

İmza.....
Şöbə rəhbəri (adı, soyadı).....tarix.....
Müsahibə qeydləri

Nəticə.....

İmza.....

Şəkil 8.1. Müsahibə listi.

Müsahibənin əsas məqsədi sualları düzgün cavablandırmaqdır. Bu üsulla namizədin işləyəcəyi vəzifəyə münasibətini öyrənirik. Namizədin münaqişə və aqressivliyini müəyyən etmək üçün ən optimal variant **test üsulundan** istifadə etməkdir. Başqa xidmət və kateqoriya əməkdaşlarının (qəbul və yerləşdirmə xidməti, konsyerj, metrdotel) intellektual bacarıqlarını müəyyən etmək üçün də test üsulundan istifadə etmək lazımdır. Nəhayət bütün qiymətlərə baxılır və namizəd işə qəbul edilir. Bundan sonra hər iki tərəf arasında müqavilə

imzalanır. “Müqavilə” hüquqi sənəd olub iki tərəf arasında danışıqları rəsmiləşdirmək deməkdir. Müqavilənin əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, tərəflərdən biri təklif irəli sürür, digər tərəf isə onu qəbul edir.

Attestasiya – müəyyən müddət ərzində (3 ildə bir dəfədən çox olmayaraq) personalın fəaliyyətinin qiymətləndirilməsidir. İlk attestasiyada əməkdaşın professional standartlara qarşı münasibəti nəzərdə keçirilir. Attestasiya vaxtı yüksək təcrübəyə malik personal yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi ilə əlaqədar ciddi çətinliklərlə üzləşə bilər. Attestasiyanın məqsədini nəzərə alaraq onu iki hissəyə ayırmaq olar: əməyin və personalın qiymətləndirilməsi.

Əməyin qiymətləndirilməsi birbaşa planlaşdırılmış əməyin keyfiyyətinə və həcminə yönəldilir. Bu həm də əməyin miqdarı, keyfiyyəti və intensivliyini qiymətləndirməyə şərait yaradır.

Personalın qiymətləndirilməsi onun çalışdığı vəzifəni hansı dərəcədə mənimsədiyini izah edir. Attestasiya vaxtı kadrları müqayisə etmək yox, iş standartlarına necə yiyələnmələri dəqiqləşdirilir. Attestasiyanın keçirilməsinə xüsusi attestasiya komissiyası rəhbərlik edir. Subyektivliyi aradan qaldırmaq üçün kadrlar şöbəsi, qiymətləndirmə prosesini maksimal dərəcədə standartlara uyğun aparmalı və işçinin professional fəaliyyətinin göstəricilərini işləyib hazırlamalıdır. Keyfiyyəti müəyyənləşdirən məqamlardan biri də attestasiyanın keçirilməsidir. Ona görə də müəssisə rəhbərliyi tədbirdən əvvəl və sonra keçiriləcək attestasiya haqqında əməkdaşı xəbərdar etməlidir.

Attestasiya nəticəsində ixtisas səviyyəsinin müəyyənləşməsi, əməyin peşəkarlığı, səmərəliliyi və nəhayət keyfiyyətin mənimsənilməsi işçi tərəfindən özünü açıq şəkildə büruzə verir.

Səmərəlilik, sərbəstlik, kolleqiallıq və mütəxəssislərlə mülayim münasibət attestasiyanın əsas prinsiplərindəndir.

Şöbənin rəhbəri tərəfindən tərtib olunmuş attestasiya anketində aşağıdakı müddəalar öz əksini tapır:

- Təhsil, ixtisas;
- Professional vərdiş, əmək fəaliyyətinə münasibət, onun keyfiyyəti və nəticələri;
- İşçinin intellektual qabiliyyətləri;
- Şəxsi keyfiyyətləri;
- Xasiyyətinin işə təsiri;
- İşçinin attestasiyasında əhəmiyyət kəsb edən digər keyfiyyətləri.

Attestasiyanın məzmununa baxıldıqdan sonra mütəxəssisə qiymət verilir.

Adətən qiymətlər aşağıdakı kimi sıralanır:

- Lap yaxşı;
- Yaxşı;
- Kifayət dərəcədə;
- Yetərli;
- Yetərsiz.

Bəzən mehmanxanada zərurət nəticəsində aparılan ştat ixtisarı çətin və arzuolunmaz proseduradır. Mehmanxanada əməkdaşların ixtisarı müxtəlif səbəblərdən, o cümlədən büdcədə yaranmış problemlə əlaqədar (otelə tələbatın azalması, alınan məhsulun və xidmətlərin qiymətinin artması və s.) ola bilər.

Oteldə ştatın ixtisarı bir neçə istiqamətdə və mərhələdə aparıla bilər:

1. Gəlir gətirməyən şöbələrin ixtisarı (personal şöbəsi də daxil olmaqla).
2. Aşağı vəzifə tutan işçilərin ixtisarı (qapıçı, yükdaşıyan və s.).
3. Əlavə xidmətlər təqdim edən işçilərin ixtisarı (məsələn, room service).

Ştatları ixtisar edərkən kadrlar şöbəsi əmək qanunvericiliyinə riayət etməlidir. Əməkdaşların ştatının formalaşması və əməyin təşkili ilk əvvəl vəzifə təlimatının hazırlanmasından başlayır.

Vəzifə təlimatlarının tətbiq edilməsi, personalın fəaliyyətini hüquqi cəhətdən əsaslandırır, qiymətləndirir, personalın seçimini həyata keçirir və yaranan əmək münasibətlərini həll edir.

Bir qayda olaraq vəzifə təlimatı kadrlar şöbəsi tərəfindən hazırlanır və otelin rəhbəri tərəfindən təsdiqlənir. Təlimatların hazırlanması turizm sənayesində mövcud olan normativlərə və tarif-ixtisas strukturuna əsaslanır. İxtisasa uyğun (professional standartlar) tələblər işçilərin vəzifələrini müəyyən edən normativ sənəddir.

8.2. Personalın təlim və tədrisi

Müasir dövrdə qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar ixtisaslı kadrlara tələbat artır və bununla əlaqədar yeni kadrların hazırlığına diqqət verilməlidir.

XX əsrdə mehmanxana menecmentliyi sahəsində fəaliyyət göstərən məktəblər, öz proqramlarını daha da genişləndirərək, səyahət və turizm ixtisasları üzrə dərslər keçirlər. Bu günədək bu iki proqramın bazası əsasında (turizm və mehmanxana menecmentliyi) təhsil ocaqlarında tələbələr ixtisasa yiyələnirlər.

İsveçrə qonaqpərvərlik sənayesində kadr hazırlanması sahəsində liderlik edir. Bundan sonra isə İspaniya, İrlandiya, ABŞ, Böyük Britaniya və digər ölkələr ardıcıl olaraq yerlər tutur.

Turizm və qonaqpərvərlik sahəsində təlimin və tədrisin xüsusiyyəti nəzəriyyə və təcrübənin qarşılıqlı vəhdətidir. Bir çox ölkələrdə təcrübə və nəzəriyyəyə ayrılan dərs vaxtı eynidir.

Güman edilir ki, 2010-cu ildə mehmanxana fondu bir neçə dəfə artacaq və məhz bu mehmanxanalarda çalışacaq personalın keyfiyyət və kəmiyyəti narahatlıq doğurur. Bu haqda ciddi düşünmək lazımdır. İndiki mərhələdə bu tip problemləri həll etmək üçün dövlətin və ö cümlədən qonaqpərvərlik sahəsi üçün kadr hazırlayan idarələrin, təhsil müəssisələrinin köməyi lazımdır. Bundan başqa otel sahibləri, personalın hazırlanması ilə məşğul olan təhsil mərkəzləri və mehmanxana müəssisələrinin birgə səyi nəticəsində bu məsələlər öz həllini tapa bilər.

Beynəlxalq standartlara malik olan və şəbəkə sistemində daxil olan mehmanxanalarda personalın təlim və təhsili daha müvəffəqiyyətlə aparılır. Beynəlxalq mehmanxana şəbəkəsinə daxil olmayan otellər kadrların hazırlanmasında müəyyən çətinliklərlə üzləşirlər. Yeni inşa olunan otellər üçün lazım olan kadrların hazırlanmasında, mehmanxananın iştirakı vacibdir.

Azərbaycan Respublikasında bir sıra təhsil ocaqlarında, qonaqpərvərlik sahəsi üçün müxtəlif peşələr üzrə kadrlar hazırlanır. Lakin bunların keyfiyyəti arzuolunan səviyyədə deyil. Bunun əsas səbəblərindən biri ali təhsil sistemində bu sahə üzrə kadrları hazırlamaq təcrübəsinin kifayət qədər olmaması və kortəbii yanaşmadır. Qonaqpərvərlik sahəsi üçün kadrların hazırlanmasına daha diqqətlə və peşəkarcasına yanaşılmalıdır. Ali və orta ixtisas təhsil müəssisələrində tədris proqramları, planları və mövzularının hazırlanmasında peşəkarlarla məsləhətləşmələr aparılmalı və təsdiq olunmalıdır.

Qonaqpərvərlik ixtisası üzrə ali məktəbi bitirən bir çox məzunlar baza biliklərinə yiyələnə bilmir, mehmanxana və restoran sahələrinin yeni iş texnologiyaları ilə tanış deyil və ya az məlumata malikdirlər. Ali məktəblərdə, mehmanxana və turizm firmaları üçün kadr hazırlanmasına istiqamətlənmiş təhsil ("Turizm və mehmanxana təsərrüfatı" ixtisası) ona gətirib çıxarır ki, ali məktəblərin təhsil proqramlarında ixtisas fənnlərinin əksəriyyəti turizm sahəsinə aiddir.

Turistləri yerləşdirən və xidmət göstərən mehmanxana və restoranlara, turizmin əsas məhsulunun bir hissəsi kimi (ikinci dərəcəli) baxılır, bu da öz növbəsində kadrların hazırlanmasında əyintilərə gətirib çıxarır.

Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən və yeni inşa olunan otelləri ixtisaslı kadrlarla təmin etmək üçün, bu sahə üçün peşəkar mütəxəssislər hazırlayan müəssisə, təşkilat, təhsil ocaqlarına dövlətin qayğısı, yardımı və himayəsi vacibdir.

Dövlətin yardımı və qayğısı, təkcə bu sahə üzrə məşğul olan təhsil müəssisələrinin birbaşa yeni təhsil proqramlarını və layihələrini maliyyələşdirmək deyil, həm də kommersiya strukturlarını, investorları qonaqpərvərlik sənayesi üçün aparıcı mütəxəssislərin hazırlanmasını stimullaşdırmaqdan ibarətdir. Mütəxəssisləri hazırlamaq üçün standartlar işlənib hazırlanmalı, dövlət tərəfindən təsdiqlənməli və nəzarət sistemi, o cümlədən sertifikatlaşdırma olmalıdır. Mehmanxana peşələri üzrə tədris verən kommersiya təhsilinə yardım etmək lazımdır.

Qonaqpərvərlik sənayesi üçün kadrların hazırlanması sistemi olmalı, nüfuzlu işçi qrupu yaradılmalı və bura mütəxəssislər, "Mehmanxanalar Asoasiyası", "Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi"nin nümayəndələri cəlb olunmalıdır. Bakı şəhərinin mehmanxanalarına kadr tələbatını müəyyən etmək vacibdir ki, yeni açılan otellər üçün kadrların seçimi və təlimi aparılsın. Yeni açılan və fəaliyyət göstərən otellərə kadrların təlimi üzrə konsaltinq xidmətinin göstərilməsi mühümdür.

Mehmanxana biznesi ilə məşğul olan "ekspertlər" iddia edirlər ki, kadrların hazırlanması sahəsində xaricdə fəaliyyət göstərən eyni profilli təhsil məktəbləri ilə əlaqələr genişlənilir, beynəlxalq təcrübə öyrənilir və bu gün tələbələrin hazırlığı üçün güclü nəzəri baza yaranıb. Lakin ixtisaslara dərinlən yiyələnmək üçün bu da kifayət deyil və fasiləsiz çox səviyyəli bütöv təhsil sistemi yaratmaq lazımdır. Bunun üçün universitetin ilk kursundan iki və üç ulduzlu daha sonra dörd və

ya beş ulduzlu otellərdə tələbələr təcrübə keçməli və ən yaxşılarını mehmanxanaya işə qəbul olunmalıdırlar. Bu cür yanaşma məsələni həll edir, yəni gənc mütəxəssis istehsalatda ixtisasa yiyələnir, işlə təmin olunur və otelin yaxşı kadr seçmək imkanı olur.

Mehmanxanaya yeni işçi qəbul olunarkən onun iş şəraitinə uyğunlaşması təlimin əsas məqsədidir. Təlim dəqiq planlaşdırılmış, müəyyən edilmiş proqrama, işçilərin professional səviyyəsinə uyğun aparılmalıdır. Mehmanxana sənayesi üçün kadr hazırlığı mərhələsində, bu sahədə dərs deyən müəllimlərin peşə ixtisaslarını artırmaq proqramları işlənilməlidir. Kadrların təlim və təhsilində müasir kompüter və telekommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməklə distansiya (məsafə) sistemi vasitəsi ilə həyata keçirmək lazımdır.

Mehmanxana təsərrüfatını tədris edən ali məktəblərin müəllim və tələbələrinin xarici ölkələrdə təcrübə mübadiləsi keçməsi məqsəduyğundur. Bundan başqa bu sahədə təhsil alan tələbələrin regionlarda və Bakı şəhərində fəaliyyət göstərən otellərdə təcrübə mübadiləsi keçməli və ən yaxşı tələbələr işlə təmin olunmalıdır.

Otelin hər bir yeni əməkdaşı **təlim** proqramında iştirak etməlidir. Təlimin məqsədi yeni əməkdaşı qonaqpərvərlik, təhlükəsizlik qaydaları və mehmanxananın strukturu ilə tanış etməkdir. Bundan başqa yeni əməkdaş üçün otelin nömrə fondu ilə tanışlıq məqsədi ilə ekskursiya təşkil olunur.

Personal ilə təlim apararkən oteldə fəaliyyət göstərən hər bir şöbənin spesifikasiyi nəzərə alınmalıdır. Lakin təlimin ümumi elementləri mövcuddur. Qonaqlarla işləyən hər bir əməkdaş aşağıdakı təlimləri keçməlidir:

- Xarici görünüş və davranış standartları;
- Qonaqpərvərlik sahəsində xidmət standartları;
- Qərarların qəbul edilməsi;
- Kommunikativ qabiliyyəti;

- Personalın etiketi;
- Satış və marketing.

Hər bir əməkdaş öz rolunu təsvir etməlidir. Ona görə də yeni əməkdaşların təlimi aşağıdakıları tələb edir:

- Vəzifə təlimatlarına uyğun təlim məşğələləri (nəzəri planda) keçirilməlidir;
- Vəzifə təlimatına uyğun təcrübə keçməlidir;
- Qonaqpərvərlik standartlarına cavab verən təcrübəli məşğələlər aparılmalıdır;
- Mövcud peşəkar standartlara uyğun vərdişlər məşq edilməlidir.

Təlim, işçinin sınaq müddəti ərzində (1 aydan 3 aya qədər) keçirilir. Sınaq müddəti ərzində yeni əməkdaş əsas personal ilə öz peşə vəzifəsini yerinə yetirir. Mehmanxana ixtisası üzrə personal hazırlayan təhsil ocaqları və otel biznesinin nümayəndələrinin qarşılıqlı əməkdaşlığı keyfiyyət standartlarına uyğun mehmanxana təsərrüfatı üçün kadrların hazırlanmasına kömək edəcəkdir.

Personalın təlimi fasiləsiz aparılmalı, onun davranışını tənzimləyən əsasnamə və sənədlərdə öz əksini tapmalıdır. Təlimin planlaşdırılması strateji (2-3 və daha çox il) və əməli ola bilər.

Personal təlim proqramını aşağıdakı ardıcılıqla qurmaq olar:

- İlk əvvəl müəssisə personal təliminə keyfiyyət (nəyi öyrətmək?) və kəmiyyət (təlimə nə qədər işçini cəlb etmək) tələblərini nəzərə almalıdır;
- Personal təliminin hərtərəfli planı əsasında təlim metodu seçilir və ümum korporativ plan hazırlanır;
- Təlim büdcəsi formalaşır;

- Plan müzakirə olunur, dəqiqləşdirilir, sonra işə rəhbərlik tərəfindən təsdiqlənir;
- Təlim proqramları həyata keçirilir;
- Təlimin keçirilməsi və nəticəsi üzərində nəzarət həyata keçirilir.

Personalın təlim metodunu əsas üç qrupa ayırmaq olar: işdən kənar, birbaşa iş yerində və hər iki metoddan istifadə etməklə. Təhsil ocaqları, konsaltinq şirkətlərində aparılan təlim işindən kənar sayılır. İş yerində aparılan təlimə, işçilərin rotasiyası, təcrübənin verilməsi və s. daxildir.

Bir çox mehmanxana şəbəkələrində daxili təlim sistemi aparılır, əməkdaşa bacarıq, vərdiş, savad verilir və inkişafına yardım edilir. Belə təlim sistemi, müəssisədə bütöv bir təlim mərkəzi kimi yarana bilər və əməkdaşlar bu proqramlar üzrə ixtisaslarını artırmaqla bilərlər!

Təlimlər – vərdişlərin formalaşmasına yönəlmiş aktiv təlimdir. Təlimlər bütün səviyyəli (vəzifəli və adi) əməkdaşlar üçün keçirilir. Müəssisədə keçirilən təlimlər nəzəri metodları araşdırmaqla bərabər, müəyyən qruplar üçün praktiki işlər ilə möhkəmləndirilir. Təlimləri şərti olaraq iki qrupa bölmək olar: kommunikativ və instrumental təlimlərə. Kommunikativ təlimlər öz məna istiqamətinə görə, personalda bacarıq, müştərilərlə, təşkilatlarla, həmkarlarla ünsiyyət və təmas yaratmağa yönəlir.

Instrumental təlim vasitəsi ilə personalda vərdiş, bacarıq, özünü təşkilatlanmaq (məsələn, ofisiantlara servis vərdişini öyrədir) həyata keçirir. Hər bir yeni əməkdaş tanış olmaq təlimi keçməlidir. Bu təlim vasitəsi ilə əməkdaş otelin qonaqpərvərlik prinsipləri ilə, onun tarixi, korporativ mədəniyyəti, təhlükəsizlik qaydaları və s. ilə yaxından tanış olur.

Əməkdaşın müəssisə daxilində bir iş yerindən müvəqqəti olaraq digər iş yerinə keçirilməsi, personalın təlimində bir üsuldur. **Bu rotasiya adlanır.** Oteldə çalışan

personal bu üsulla digər şöbələrin işi ilə tanış olur və hər bir işçi zərurət yaranarsa digər işçini əvəz etmək imkanı qazanır.

Bir çox xarici təlim və təcrübə proqramları rotasiya prinsipi əsasında qurulub ki, bu da işçinin məsuliyyətini artırır və təcrübə qazanmasına yardım edir. Təlimin əsas üstün cəhətlərindən biri əməkdaş üçün karyera inkişafına yol açır və işçi şaquli xətt üzrə daha yüksək vəzifəyə keçmək imkanına malik olur.

Mehmanxana müəssisəsində personalı həvəsləndirmə (stimullaşdırmaq) metodundan istifadə etmək məqsədəuyğundur. Bunun üçün təşkilati prosedurları və müxtəlif həvəsləndirmə (stimullaşdırma) formalarını seçmək lazımdır. Personalı mənəvi və maddi yolla həvəsləndirmək olar. Personalın maddi həvəsləndirilməsinə, satışdan faiz, sosial paket, xarici ölkəyə təlim və təcrübə üçün ezamiyyət, müxtəlif dotasiya, kompensasiya və s. aiddir.

Pozitiv və neqativ həvəsləndirmə (stimullaşdırma) mövcuddur. Pozitiv stimula təşəkkür, pul mükafatı, vəzifədə inkişaf və s. daxildir. Neqativ stimula isə əməkdaşa keyfiyyətsiz işinə görə töhmət, məvacibdən pulun tutulması, mükafatdan məhrum etmə, işçini aşağı vəzifəyə keçirmək, işdən azad etmək aiddir.

8.3. Təlim – tədris mehmanxanası

Təlim – tədris mehmanxanasında qonaqlara yüksək səviyyədə xidmət göstərməklə yanaşı, personal ilə təlim keçirlər. Personal mehmanxana bazasında ixtisasını artırır, ali və orta ixtisas məktəblərinin tələbələri isə öz ixtisaslarına uyğun təcrübə keçirlər.

Təlim – tədris mehmanxanasında tələbələr mehmanxananın təşkilati strukturu, əsas şöbə və bölmələri ilə tanış olurlar. Tələbələr mehmanxananın bütün şöbələrində (“Qəbul, yerləşdirmə və xidmət”, “Təsərrüfat”, “Mühəndis – texniki”,

“Təhlükəsizlik”, “Marketing”, Mühasibat”, “Restoran” şöbələri) ardıcıl olaraq çalışırlar.

Tələbə-təcrübəçilər bu şöbələrdə qonağın qeydiyyatını aparır, çarpayıları düzmək, nömrələri ləvazimatlarla təmin etmək üsullarına yiyələnirlər. Təlim – mehmanxanada təcrübə ardıcıl olaraq aşağıdakı kimi aparılır. Mehmanxana haqqında məlumat verildəndən sonra otelin ərazisində ekskursiya təşkil olunur. Daha sonra təcrübəçiyə video nəzarət sistemi göstərilir və mehmanxananın təhlükəsizliyi haqqında söhbət aparılır. Üçüncü mərhələdə təcrübəçi marketing şöbəsində otelin müxtəlif təşkilatlarla bağladığı müqavilə, saziş, nömrələrin və əlavə xidmətlərin qiymətləri, nömrələr, banket və konfrans zalı müştəriyə necə satmaq üsulları, bronlaşdırmanın internet sahifəsinin işi ilə tanış olur.

Mühasibat şöbəsində təcrübəçiyə mühasibat hesabatlarını, oteldə yaşayan və xidmətlərdən istifadə edən qonağa hesabın təqdim olunması və s. öyrədilir.

Növbəti mərhələdə təcrübəçiyə mehmanxana nömrələrində təmizlik və yığışdırma işinin aparılma qaydaları, növləri, ardıcılığı, təchizatı, ləvazimatı, sanitariya qaydaları izah olunur.

Mehmanxana əməkdaşının etik davranışı, insan amili ilə işləmək xüsusiyyətləri, qonaq ilə münasibətin həlli yolları və AİS (Avtomatik İdarəetmə Sistemi) ilə müstəqil işləmək (sifarişin qəbul olunması, müştərini nömrəyə yerləşdirmək, qonağa hesabın təqdim olunması, bronun ləğv olunması, qonağın bir nömrədən digərinə keçməsi, qonağın yola salınması və s.) bacarığı ilə təcrübəçinin mehmanxanada təcrübəsi başa çatır.

Mehmanxananın inzibati-idarəedici personalı tələbələrin oteldə təcrübə keçdiyi müddətdə onlara hərtərəfli yardım göstərir. Bu zaman üç əsas istiqamətə daha çox fikir verilməlidir. Bunlar xarici dil, kompüterdə işləmək bacarığı və ixtisasa yiyələnməkdən ibarətdir. Mehmanxana biznesində yeni

informasiya texnologiyaları daha çox rol oynayır və onun işinə nüfuz edir. Təcrübəçilər yeni kompüter proqramları ilə qəbul, yerləşdirmə və xidmət (Front Office) şöbəsində tanış olur, öyrənir və çalışırlar.

Mehmanxanada istehsalat təcrübəsi keçən tələbə-təcrübəçilər arasında test keçirilir. Tələbələrin oxuduğu təhsil ocağından asılı olaraq, təcrübə təhsildən ayrılmadan və ya ayrılmaqla aparıla bilər. Tələbələrin təcrübəsi təhsil müəssisəsi və mehmanxana arasında bağlanmış müqaviləyə əsasən həyata keçirilir. Müqavilədə təcrübənin şərtləri və tədris müəssisəsinin mehmanxanaya ödəyəcəyi məbləğ göstərilir.

8.4. Oteldə göstərilən xidmət keyfiyyətinin standartları

Mehmanxananın nüfuzu əsasən birbaşa insan amilindən asılıdır. Otelin interyeri nə qədər cazibədar və mükəmməl olsa da, qonaqlara xidmət göstərən personalı olmadan faydasız bir məkana çevrilir.

Qonaqlara göstərilən xidmətin “qızıl” qaydasına görə siz yüksək səviyyədə xidmət tələb edirsinizsə, qonaqlar da bu xidməti görmək arzusundadır. Hər bir mehmanxananın və xidmət göstərən personalın mövsüm, otelin dərəcəsi, rəqabət və idarəetmə sistemindən asılı olaraq öz standartları mövcuddur.

Milli və beynəlxalq tələbləri nəzərə alaraq hər bir mehmanxana üçün ayrıca xidmət standartları işlənib hazırlanmalıdır. Standart deyiləndə, təkcə qonaqlara göstərilən xidmətin düzgün texnologiyası deyil, həmçinin personalın qonaqlara münasibəti nəzərdə tutulur.

Mehmanxana biznesində ilk öncə təəssürat satılır və qonaqlarda müsbət əhvalı-ruhiyyə yaratmağa səy göstərmək lazımdır. Hər hansı bir məşhur şəbəkə sisteminin personal üçün qoyduğu tələblər aşağıdakılardır:

- Ünsiyyətli olmaq;

- Xoş məramlı və xeyirxah olmaq;
- Cəlbedici xarici görünüşə malik olmaq;
- Kollektivdə işləmək bacarığı.

Yazılmış keyfiyyət standartları işçini tam təlimatlandırır, onu istiqamətləndirir və personal işi keyfiyyətlə harada, necə yerinə yetirəcəyini müəyyənləşdirir. Mehmanxanada servis anlayışı bir sıra standartları özündə cəmləşdirir.

Standartlara uyğun işləmək müəyyən olunmuş xidmət texnologiyalarına riayət etmək deməkdir. Otelin qəbul, yerləşdirmə və xidmət, restoran, bar, təsərrüfat və digər şöbələr üçün standartlar işlənilib hazırlanmalıdır.

Oteldə qonaqlara xidmət edən personalın xarici görünüşü: xidmət göstərən personal xarici görünüşünə fikir verməlidir. Əməkdaşın xarici görünüşü qonağı cəlb etmiş olur. Personalın təmiz uniforması və səliqəli saç düzümü olmalıdır. Bu, qonağa münasibət əlamətidir.

Qonaqlara xidmət edən personalın rəftarı: qonağa tez, dəqiq və səliqəli xidmət etmək üçün personal kifayət qədər peşəkar və təcrübəli olmalıdır. Personal fəaliyyətini reqlament edən əsas standartlardan biri də telefon etiketidir.

Qonağın qarşılınması, münasibətli vəziyyətlərin həll edilməsi və çıxılmaz vəziyyətdən çıxış yolunun tapılması qonaqpərvərlikdə lazım olan standartlardır.

Beynəlxalq xidmət standartları.

1. **Qonaqlara tez və cəld xidmət göstərmək:** mehmanxananın işçiləri hər zaman qonağa kömək etməyə hazır olmalıdır, digər bölmə və ya şöxlərin yanına göndərmək əvəzinə dərhal qonaqların tələblərini yerinə yetirməlidirlər. Qonaqların bütün istək, arzu və tələbləri mehmanxanayı tərk edənə qədər yerinə yetirilməlidir.
2. **Sifarişin dəqiq yerinə yetirilməsi:** qonaqlara tam və dəqiq məlumat verilməli, istəkləri axıra qədər yerinə yetirilməlidir.

3. **Mehribanlıq və nəzakətlik:** ilk əvvəl sizdən 2 metr aralıda duran müştəri ilə münasibət qurmaq lazımdır. Hər zaman qonağın soyadından əvvəl onun titulunu (cənab, ser, doktor və s.) demək lazımdır. Hər bir müştəriyə baxış etmək və əgər qonaq 8-10 metr sizdən aralıda dayanıbsa təbəssüm göstərmək, səhvə görə üzr istəmək lazımdır.
4. **Qonaqlara qarşı diqqətli olmaq:** məşğul olsanız belə, qonağa onu nəzərə aldığınızı hiss etdirməlisiniz. Həddindən artıq diqqətli olmaq lazımdır.
5. **Xarici görünüş standartlarına** geyim forması, saç düzümü və personalın gigiyenası daxildir.
6. **Məlumatın məxfiliyi:** qonaqla bağlı hər bir məlumat məxfi qalmalıdır. Otağın nömrəsi, qalma müddəti, və şəxsi məlumat da bura daxildir.
7. **İş haqqında məlumata malik olmaq:** hər bir personal mehmanxananı tanımalı, iş saatını və ümumi məlumatları dəqiq bilməlidir.
8. **Səbirli və təmkinli olmaq:** hər bir şikayət və şərhə ədəblə qulaq asmalı, bu haqda müdiriyyətə məlumat verməlidir. Heç vaxt qonaqla mübahisə etmək olmaz.
9. **Cavabdehlik:** mehmanxananın səliqəli və təmiz saxlanılmasına cavabdehlik məsuliyyəti olmalıdır. Qonağın şikayətinə görə digər şöbə və işçiləri günahlandırmamalı və problemin həlli ilə bağlı bütün cavabdehliyi və məsuliyyəti personal öz üzərinə götürməlidir.
10. **Personal sayı:** qonaqlara səmərəli və ardıcıl xidmət göstərmək üçün oteldə mövcud sayda personal olmalıdır.

Fəsil 9. Mehmanxana işçisinin etikası

9.1. Diplomatik etiket

Etiket (fransızca etiquette – nişan, etiket) – davranış qaydalarının, o cümlədən, salamlama və müraciət tərzlərinin, formalarının, başqa sözlə desək, insanların bir-biri ilə münasibətlərində xarici təzahürlərlə bağlı olan bütün hərəkətlərin və ifadələrin məcmusudur.

Qaydaları həmişə konkret və bütün insanlara aid olan etiketə əməl etmə həтта ən müxtəlif insanları istər-istəməz bir-birinə yaxınlaşdırır. Müasir cəmiyyətdə tanışlıq mərasimi, aydın məsələdir ki, keçmiş zamanlarda olduğu kimi elə də çətin deyil.

Ümumi qaydaya uyğun olaraq, görüş zamanı həmişə yaşca kiçik böyüyü birinci salamlayır, kişi qadını birinci salamlayır, ancaq siz bir neçə adamın yığıldığı otağa daxil olduqda cinsinizdən asılı olmayaraq orada olanlarla birinci siz salamlşırsınız. Məclisi tərk edən adam isə qalanlarla birinci siz vidalaşır. Məclisə daxil olduqda ilk növbədə evin sahibəsi və sahibi ilə, sonra isə digər adamlarla salamlaşmaq lazımdır. Məclisdə kişi ilə görüşərkən, yaşca böyük olan şəxs öz əlini birinci uzadır, qadınla isə görüşərkən əgər o, özü əlini uzatmırsa, baş əymək kifayətdir.

İctimai yerlərdə olarkən qadın kişiylə yaxınlaşdığı zaman kişi həmişə ayağa qalxır (çox yaşlı kişilər istisna olmaqla), qadın, öz növbəsində, kişi ilə görüşdüyü zaman oturmaqda davam edir, lakin ona qadın yaxınlaşdıqda – ayağa qalxır. Evin xanımı da qonaqları qarşılayarkən həmişə ayağa qalxmalıdır.

Bəs görüşən adamlar eyni yaşda, eyni xidməti və ictimai mövqeyə malik olduğu halda birinci kim salamlaşır? Birinci daha nəzakətli olan şəxs salamlaşır. Görüşərkən kişilərin əlləri əlcəklidirsə, onlar əlcəyi çıxarırlar, qadınlar isə bunu etmirlər.

Bəzən elə bir vəziyyət yaranır ki, siz kiminləsə tanış olmaq istəyirsiniz, lakin sizi təqdim edə bilən şəxs olmur və bu cür vəziyyətdən necə çıxmaq olar? Siz maraqlandığınızı şəxsə yaxınlaşıb, özünüzü (soyadınızı, vəzifənizi, təmsil etdiyiniz təşkilatı) təqdim edirsiniz və onunla tanış olub əlaqə yaratmaq istədiyinizi bildirirsiniz. Əgər yanınızda vizit kartı varsa, onu müsahibinizə vermək münasib olar. Bu zaman müsahibinizdən də eyni hərəkəti gözləyə bilərsiniz.

Bu və ya digər adamı salamlayarkən başınızda olan şlyapanınızı və yaxud papağınızı yüngülcə qaldırmaq lazımdır. Bu, bəzənlərə və idman papaqlarına şamil edilmir.

Görüşərkən, əl cibdən və siqaret ağızdan mütləq çıxarılmalıdır. Əllə görüşərkən, xüsusən qadınlarla, əli çox bərk sıxmaq və ya tam boş, etinasız saxlamaq da olmaz.

Görüşərkən yüngülcə gülümsəmək lazımdır. Gülüş insana həmişə yaraşlıq verir və həm də müsahibinizi sizə yaxınlaşdırır və ünsiyyət yaradır.

Əcnəbi ilə ünsiyyət yaratmaq istəyəndə ən etibarlı üsul ona soyadı ilə müraciət etməkdir, məsələn, «cənab Vilson».

Dövlət statusuna və yaxud hərbi, diplomatik, dini rütbələrə malik olan rəsmi şəxslərə müraciət edərkən, adətən, ad çəkilmir. Belə müraciət edilir: «cənab prezident», «cənab baş nazir», «cənab general». Qarşınızdakı elm xadimidirsə, sadəcə «doktor Vatson», «professor Keller» demək münasibdir.

Etiket belə bir diqqətəlayiq detallı da nəzərdə tutur ki, rəsmi şəxsə müraciət edərkən, adətən, onun vəzifəsini bir qədər «yüksəldirlər». Belə ki, nazir müavini «cənab nazir», polkovnik-leytenantı «cənab polkovnik» adlandırırlar.

Qadına ərinin soyadı ilə müraciət etmək daha üstün tutulur: «xanım Klinton».

Hər hansı bir görüşə hazırlaşarkən geyiləcək paltar və ümumiyyətlə xarici görünüşə diqqət yetirmək vacibdir.

Başla düşmək vacibdir ki, kostyum – bir növ sizin və sizin təmsil etdiyiniz idarənin vizit kartıdır. Bu, xüsusilə rəsmi mərasimlərdə iştirak edərkən vacibdir (diplomatik və parlament qəbullarında, konqresslərdə, simpoziumlarda və s.).

Günün birinci yarısında baş verən qəbullarda, iclaslarda açıq rəngli paltarlara üstünlük verilir. Yaddan çıxarılmamalıdır ki, geyim dəbi fərdi xarakter daşıyır və özgə kostyumunu, paltarın biçimini, parça rəngini düşünmədən təqlid etmək lazım deyil.

Ən başlıcası – sizə yaraşan geyim üslubunu seçib tapmaqdır. Paltara az xərc çəkməklə qəşəng görünmək mümkündür. Yeri gəlmişkən, buna özünü düzgün aparma bacarığı, çiyinləri bükməyərək gəzmək, düzgün oturuş və duruş, əllərin hərəkətinə fikir verilməsi kömək edir.

Hər hansı bir işgüzar və ya qeyri rəsmi görüşə hazırladığınız zaman, «Geyiminə görə qarşılayıb, ağına görə yola salırlar» misalını yada salın və buna görə geyimin bütün komponentləri təzə, təmiz və səliqəli olmalıdır.

Həyatda dəqiq olmaq mühüm əhəmiyyət kəsb edir və bu halda da boş şey kimi görünə bilən xırda bir detal vacibdir. Tutaq ki, görüş saat 11:00-a təyin olunub və bu zaman müsahib hər şeyi elə nəzərə almalıdır ki, bu vaxta o, binaya yaxınlaşmaqda deyil, artıq kabinetin qapısı qarşısında olmalıdır. Görüşə gecikmə tərəfdaşa qarşı hörmətsizlik əlaməti kimi başa düşüləcəkdir. Qəbul edən şəxsdən də dəqiqlik tələb olunur.

İşgüzar söhbət – bu «**bir aktyorun teatrı**» deyil və burada həmsöhbətlər eyni əsaslarla iştirak edirlər.

Çox vaxt belə suallar ortaya çıxır ki, qonağı yüksək səviyyədə necə qarşılamaq olar, onu harada oturtmalı, ona nəyi təklif etmək daha yaxşıdır. Əgər mümkündürsə, ona oturmaq üçün divanda yer təklif etmək yaxşıdır, özünüz isə elə oturmalsınız ki, qonaq sizin sağ tərəfinizdə olsun (istənilən yerləşdirmədə sağ tərəfə sol tərəfdən daha çox üstünlük verilir). Lakin bəzən həmsöhbətlər masa arxasında üzbəüz otururlar.

Lakin bu zaman öz iş yerinizin masa arxasında oturmaq nəzakətsiz hesab olunur, yaxşısı qonağın yanında bir kənarda əyləşmək daha münasibdir. Söhbət əsnasında çay, qəhvə, mineral su təklif etmək olar.

Həmsöhbət tərəfdaşın əcnəbi dilini başa düşmürsə, söhbət hansı dildə aparılmalı və tərcüməçinin iştirakını kim təşkil etməlidir? Danışıqlar, qonağı qəbul edən ölkənin dilində aparılması daha münasibdir. Tərcüməçi isə bu dili bil-məyən şəxs tərəfindən təşkil olunmalıdır.

Protokol təcrübəsində tərcüməçilər ən çox masa arxasında oturlar. Lakin onlar ev sahibinin və yaxud əsas qonağın kreslosu arxasında da dura bilərlər. Adamların düzgün yerləşdirilərək oturulması qəbulun müvəffəqiyyətlə keçməsinə zəmin yaradan amillərdən biridir.

Əvvəlcə düşünülmüş sxem üzrə keçirilən qəbul, müvəffəqiyyətlə keçir. Deyirlər ki, «teatr asılıqandan başlayır». Bunu diplomatik qəbul haqqında da demək olar.

Diplomatik qəbullar, onların iştirakçılarına müxtəlif məsələlər üzrə söhbət aparmağa və ünsiyyət yaratmağa yaxşı imkan yaradır.

Masa arxasında özünü düzgün aparma qabiliyyəti – etiketin ayrılmaz hissəsidir. Masaya çox da yaxın oturmaq lazım deyil, lakin çox aralı oturmaq da olmaz – elə olmalıdır ki, yemək rahat olsun. Dirsəklər masaya qoyulmamalıdır. Salfet dizlərin üstünə qoyulmalı, yemək yeyilib qurtardıqdan sonra onu düzəldilməmiş və bükülməmiş vəziyyətdə boşqabın sol tərəfinə qoymaq lazımdır. Salfeti dodaqlara yapışdırmaq olar, lakin onunla dodaqları və üzü silmək lazım deyil.

Səhər yeməyi, nahar və şam yeməklərində boşqabın sağ tərəfində qoyulan bıçaqların və boşqabın sol tərəfində qoyulan çəngəllərin sayı menyuda göstərilən yeməklərin sayı qədər olmalıdır. Əvvəlcə sol tərəfdə və sağ tərəfdə ən qıraqdakı çəngəl, bıçaq, sonra isə digərləri götürülür. Balıq yeməkləri üçün xüsusi bıçaq verilir.

Birinci yemək verildiyi halda (şorba, borş və s.) qaşığı tam doldurmaq lazım deyil. Soyutmaq üçün boşqaba və ya qaşığa üfürmək olmaz. Bulyon bəzi hallarda bir və ya iki qulplu fincanlarda verilir. Etiket biliciləri təsdiqləyirlər ki, birlüplü fincanda olan yeməyi çay kimi içmək olar, ikiqulplu fincandan isə qaşıqla yemək lazımdır. Çörəyi əllə götürərək,

kiçik tikəyə bölmək lazımdır. Bütöv çörək dilimini dişləyərək yemək ədəbsiz sayılır.

İkinci ət yeməyindən lazım olduqca kiçik tikələr kəsilir. Bəzən ətdən və balıqdan sonra müxtəlif pendirlər verilə bilər.

Yemək qurtardıqdan sonra bıçaq və çəngəl dəstəkləri sağ tərəfə olmaqla boşqabın içinə qoyulur.

Qəbullar, adətən, qəhvə və ya çayla qurtarır və mütləq ayrıca olaraq qaymaq, qənd, limon da əlavə edilir. Qonşu stula xanım əyləşmək istədikdə, onun oturmasına kömək etmək üçün stulu masadan aralamaq lazımdır. Evin sahibəsi əyləşməmiş, başqa xanımlar öz yerlərini tutmamış, əyləşmək lazım deyil. Qəbul zamanı birinci növbədə masa arxasında qonşu yerdə əyləşmiş xanıma, kişi diqqət yetirməli və qulluq göstərməlidir.

Müdrək o insandır ki, müxtəlif qəbullarda iştirak edərkən, ayıq başla və ağırlaşmamış mədə ilə oranı tərk etsin.

Qəbullarda kiçik nitqlər və tostlar mövcuddur. Etiket tələb edir ki, natiq çıxış edərkən üzünüzü çıxış edən şəxs tərəfə çevirmək, nitqi səbirlə dinləmək və yeməyi, içməyi, danışmağı dayandırmaq lazımdır. Qonaqların, əsasən, özlərinə qulluq etdikləri «kokteyl», «fərşet» kimi qəbullarda yaddan çıxarılmamalıdır ki, əsas masaya sizdən başqa qonaqlar da yaxınlaşmaq istəyir və buna görə də yeməyi boşqaba qoyduqdan sonra əsas masadan aralanmaq və digər qonaqlara da bu imkanı vermək lazımdır. Etiket qaydaları, dəvətnamədə göstərilmiş vaxtda gəlməyi və məclisi vaxtında tərk etməyi tövsiyyə edir.

Deyilənə görə, İngiltərə krallarından biri etiketə əməl olunması məsələsində çox ciddi idi. Bir dəfə o, ovda ləngidiyi zaman məclisə təyin olunmuş vaxtda gələ bilməyəcəyini başa düşərək, qasidlə bir məktub göndərir: «Siz, mənim təbəələrim, kralı gözləməyə borclusunuz, lakin bifşteks gözləməyə borclu deyil. Mənsiz yeməyə başlayın».

9.2. Personalın qonaqlarla davranış mədəniyyəti və ünsiyyət qaydaları.

Mehmanxana – fəaliyyəti qonaqlara xidmət göstərilməsinə yönəldilmiş bir müəssisədir. Bütün mədəni ənənələrə hörmətlə yanaşmaq, personal üçün şərtsiz qanundur.

Qonaqpərvərlik sənayesində nadir bir əmtəə mövçüdür ki, hər bir insanın ona ehtiyacı var və bu əmtəə mehmanxana biznesi sahəsində olduğu kimi daha heç bir başqa sahədə bu qədər cəmləndirilmiş şəkildə satıla bilməz. Bu əmtəənin adı hörmətdir.

Otelin xidmətçi personalının məqsədi səmimi və dostluq ab-havasını yaratmaqdır. Qonaqlar və əməkdaşlar bərabər hüquqlu işgüzar tərəfdaşlara çevrilərək, öz aralarında olan münasibətlərini qarşılıqlı hörmət əsasında qurmalıdırlar. Elə şərait yaradılmalıdır ki, hər bir qonaq öz problemləri və qayğıları barədə mehmanxananın istənilən əməkdaşına müraciət edə bilsin və onun ümidləri özünü doğrultsun.

Qonaqlara daim qayğı göstərilməlidir, çünki qonaq, mehmanxanaya zəng etməsindən, məktub göndərməsindən və yaxud şəxsən gəlməsindən asılı olmayaraq otel üçün ən mühüm adamdır.

Qonaq personalın işinə mane olan kimsə deyil, əksinə, o – bütün personalın işinin əsas səbəbkarıdır. Qonağa iltifat göstərməklə hər bir əməkdaşa özünü göstərmək və pul qazanmaq imkanı verilir.

Qonaq o adam deyil ki, onunla mübahisə aparılsın və yaxud kimin güclü, kimin isə zəif olduğu ona sübut olunsun. Qonaq həmişə haqlıdır!

Mehmanxananın hər bir əməkdaşı başa düşməlidir ki, keyfiyyət – çox bahalı və əlçatmaz cah-cəlal yox, qonaqların tələbatlarına daim diqqətli olmaqdır.

Personal üzvləri arasında olan münasibətlər də az əhəmiyyətli rol oynamır. Mehmanxananın personalı çoxmillətdirsə, əməkdaşlar cəmiyyətdə tutulan mövqe və mədəniyyət müxtəlifliyindən asılı olmayaraq bir-birinə qarşı sayğı və

ehtiramla yanaşmalıdırlar. Vəzifəli şəxslər, o cümlədən, bütün qalan personal bir-birini tanımalı və ümumi təşkilat strukturunu bilməlidirlər. Personalın komandada işləmək səriştəsi çox vacib şərtdir. Demokratik idarəetmə prinsipi və peşə üzrə inkişaf və ixtisasın artırılması imkanının olması iş üçün vacib şərtdir.

Mehmanxana işçisinin davranış mədəniyyəti özündə insanın xarici və daxili mədəniyyətinin bütün tərəflərini əks etdirir (rəftar və müraciət qaydaları, fikirləri aydın və düzgün ifadə etmə, nitq etiketinə riayət etmə bacarığı).

Nəzakət insanın mədəniyyətini, onun işə və kollektivə qarşı münasibətini əks etdirir. Qonaqlarla qarşılıqlı münasibətlərdə daim ədəbli, nəzakətli olmaq və insana hörmətlə yanaşmaq və bunları yaddan çıxartmamaq mehmanxana işçisi üçün çox vacibdir.

Mehmanxana işçilərinin nəzakətli davranışı bir sıra amillərdən formalaşır. Onlardan ən əsası – qonaqların davranışında aşkar edilən səhvlərə və eyiblərə diqqət yönəltməmək bacarığı və onların üzərində vurğulamamaq, onların geyimlərinə, adət və ənənələrinə artıq maraq göstərməməkdir.

Lazımsız suallar vermək, şəxsi işlər haqqında danışmaq, qarayaxalığ etmək lazım deyil. Qonağa onun sizə xoş gəlib-gəlməməsini göstərmək, ona yersiz iradlar tutmaq, öyüd-nəsihət vermək, müxtəlif iddialar irəli sürmək və şəxsi həyatı barədə suallar vermək olmaz.

Qonaqların yanına gələn insanlara qarşı ədəb-ərkanla rəftar olunmalı, onların gəlişinin məqsədi haqqında sorğu-suallar vermək, habelə, nömrəyə orada yaşayan adamın icazəsi olmadan daxil olmaq olmaz. Nəzakət həm də qonağa yetirilən diqqətdə özünü göstərir. Qonaq xəstələnibsə, dərman tapmaqda, telefonla zəng etməkdə ona kömək etmək lazımdır, xüsusən qoca adamlara qarşı diqqətli və nəzakətli olmaq, onların zəifliklərini bağışlaya bilmək lazımdır, çünki onlar çox vaxt dağınıq fikirli, yaddaşsız və tez inciyən olurlar.

Ləyaqət və təvazökarlıq – mehmanxana işçisi üçün insan xarakterinin vacib xüsusiyyətlərindəndir. Əgər təva-

zökarlıq ünsiyyətdə təmkinli və nəzakətli olmağı tələb edirsə, intizam – qoyulmuş qayda-qanuna, nizam-intizama, səliqəliyə, dəqiqliyə riayət olunmasını tələb edir. Təvazökarlıq və intizam həm də tapşırılmış iş sahəsinə görə yüksək məsuliyyət hissini olmasını nəzərdə tutur. Mehmanxana orada qısa müddətli yaşayış üçün nəzərdə tutulsa da bir sıra hallara görə mehmanxana fondunun bir hissəsi ezamiyyətlərlə, xüsusi işlərlə əlaqədar olaraq orada uzun müddət yaşayan vətəndaşlar və müxtəlif təşkilatların və xarici şirkətlərin nümayəndəlikləri və s. tərəfindən tutulmuş olur.

Qonaqların xidmətçi personalla uzunmüddətli əlaqələri hərdən xidməti münasibətlər çərçivəsindən kənara çıxan təklifsizliyə gətirib çıxarır. Xidmətçi personal həmişə yadda saxlamalıdır ki, mərtəbə və yaxud nömrə hər şeydən əvvəl xidmət sahələridir və növbədə işləyən personal isə öz xidməti vəzifələrini yerinə yetirir.

Davranış və ünsiyyət mədəniyyəti həm də nitq mədəniyyəti anlayışı ilə bağlıdır. Mehmanxana işçisi öz fikirlərini savadlı və aydın surətdə ifadə etməyi bacarmalıdır. Nitqin həm mədəniyyətinə, həm də tonuna (intonasiyasına) həmişə diqqət etmək lazımdır. Nitq mədəniyyəti təkcə danışmaq bacarığının deyil, həm də dinləmək bacarığının olmasını nəzərdə tutur. Müsahibin sözünü kəsməyərək onu diqqətlə dinləmək və eyni zamanda, müsahibədə səmimi iştirakı nümayiş etdirmək böyük məharətdir.

Qonağı düzgün qarşılama bacarığından çox şey asılıdır. Qonaq qəbul xidməti şöbəsində və mərtəbədə mehriban ibarə ilə qarşılmalıdır: «Bizim mehmanxanaya xoş gəlmişsiniz!». Ona mehmanxananın qısa xarakteristikası və yaşayış qaydaları, istifadə edə biləcəyi xidmətlər barədə dəqiq məlumat verilməlidir.

Qonağı yola salarkən müdiriyyət və mərtəbənin işçiləri nəzakətli vidalaşmadan başqa qonağa mütləq yaxşı yol arzulamalı və onu mehmanxanaya yenə də təşrif buyurmağa dəvət etməlidirlər. Qonaq mehmanxanaya ayaq basdığı ilk addımından oranı tərk edəne qədər özünə qarşı hörmət və

ehtiramı hiss etməlidir. Mehmanxananın hər bir əməkdaşı qonaqda mehmanxana haqqında yaxşı təəssüratların yaranmasına öz töhfəsini verir. Mehmanxana biznesində müştərilərlə ünsiyyət yaratma bacarığına xüsusi diqqət yetirilir. Qonaqla və yaxud həmkarı ilə danışıq, mehmanxana əməkdaşları nəzakətli, xeyirxah və mehriban olmalıdırlar. Adamları bu sözlərlə salamlamaq lazımdır: «Sabahınız xeyir», «Günortanız xeyir», «Axşamınız xeyir».

Qonağın xahiş və istəklərinə diqqətli olmaq lazımdır. Mehmanxana işçisi, qonağa xidməti onun üçün rahat olanda deyil, müştəriyə lazım olduğu zaman göstərməyə həmişə hazır olmalıdır.

İşçi müştəriyə qarşı müsbət münasibətini nümayiş etdirməli, nəzakətlə, səsin tonunu qaldırmayaraq mehriban-casına söhbət etməli, dalaşqan, aqressiv, qanacaqsız və sərxoş müştərilərlə ünsiyyətdə təkminini qoruyaraq, öz narazılığını bildirməməlidir. Müştərini məlumatlandırmağı və ona hətta xoşagəlməz xəbərləri, məsələn, müştərinin müəyyən məbləği ödəməli olduğunu, nəzakətlə çatdırmağı bacarmaq lazımdır.

Müştərinin problemləri tez və təxirəsalınmaz şəkildə həll edilməli, qonağı mümkün qədər tez sakitləşdirmək üçün bütün imkanlardan istifadə olunmalıdır. İşçi problemi özü həll edə bilmirsə, o, müştərini problemi həll edə biləcək menecerin yanına göndərməlidir (ən yaxşısı isə onu müşayiət etməlidir).

Qonaqpərvərliyin müəyyən standartları mövcuddur ki, mehmanxana işçiləri bunları yerinə yetirməlidirlər, xüsusən:

- qonaqların adlarını, vərdişlərini, sevdikləri içkiləri yadda saxlamaq;
- bütün müştərilərə imkan daxilində eyni dərəcədə diqqət yetirmək, çünki xarici görünüşlərindən asılı olmayaraq bütün müştərilər eynidir;
- qaydaları yadda saxlamaq;
- qonaq həmişə haqlıdır, qonaq həmişə razı qalmalıdır;
- qonaq mehmanxanada şəxsən olmasından, yazılı şəkildə və yaxud faksla müraciət etməsindən asılı olmayaraq ən mühüm şəxsdir;

- qonaq kənar şəxs deyil, otel biznesinin ayrılmaz hissəsidir. O, bütün personalın əməyinin əsas səbəbkarıdır;
- müştəriyə onun sizin xoşunuza gəlib-gəlmədiyini biruzə vermək olmaz;
- müştəriyə öyüd-nəsihətlər vermək olmaz;
- qonağa şəxsi həyatı barədə suallar vermək olmaz;
- müştərilərin söhbətinə qulaq asmaq olmaz;
- müştərilərin olduğu yerdə həmkarlarla söyüşmək olmaz;
- müştəri sizi gözlədiyi vaxt həmkarla söhbət etmək olmaz;
- personalın qonaqlardan çay pulu almaq cəhdləri yolverilməzdir.

Növbəti müştəriyə xidmət göstərməyə keçməzdən qabaq əvvəlki müştəridən onun daha nəyə ehtiyacı olub-olmamasını soruşmaq lazımdır. Müştəriyə həmişə bir neçə mümkün xidmət variantından seçim imkanını təklif etmək lazımdır. Uşaqlarla nəzakətlə rəftar olunmalı, lakin böyüklərlə olduğu kimi rəsmi davranmaq lazım deyil.

Əlillərlə yüksək tonla bərkdən danışmaq olmaz. Əgər onlar pis eşidirlərsə və yaxud başa düşmürlərsə, onları müşayiət edən şəxslərə yox, məhz onların özünə müraciət etmək lazımdır. Əməkdaş özünü işlədiyi mehmanxananın elçisi hiss etməlidir. O, qonaqların suallarına cavab vermək üçün mehmanxana, təklif edilən xidmətlər, müxtəlif xidmətlərin yeri, sifariş qaydaları, restoran menyusu və s. haqqında maksimum məlumatla malik olmalıdır.

İşçi işlədiyi mehmanxananın fəaliyyəti haqqında həmişə yalnız müsbət danışmalı, öz mehmanxanasının malik olduğu üstünlüklərini həmişə qeyd etməlidir. Qonaq yemək və içmək istədiyini bildirəndə, onu başqa strukturlara göndərmək deyil, qida və içkilərin satıldığı otelin daxili yerlərindən istifadə etməsini məsləhət görmək lazımdır.

Mehmanxana ilə vidalaşarkən qonağa bu cür müraciət olunmalıdır: «Sağ olun, cənab Braun. Sizə yaxşı yol diləyirik

və ümid edirik ki, bizim şəhərə növbəti gəlişinizdə Sizi yenə öz mehmanxanamızda görəcəyik».

İş üçün xoş mühiti belə bir şüar yarada bilər:

«Biz, başqa xanımlara və cənablara xidmət edən xanımlar və cənablarıq», bu şüar öz peşəsinə görə insanda fəxr hissini oyadır.

Qonaqlara xidmət göstərilməsində personalın məktubları yazarkən istifadə etdikləri dil vacib hesab olunur. Bütün yazışmalar (fakslar, məktublar, xidməti qeydlər) işin effektivlik və peşəkarlıq səviyyəsini nümayiş etdirir. Bütün göndərilən məktublارın surəti mehmanxanada saxlanılmalıdır. Bundan başqa, məktublara 24 saat ərzində cavab alınmalı, məktublar düzgün seçilmiş keyfiyyətli kağızda və yaxud blankda çap olunmalı, gözəl formatda tərtib olunmalı, tam adı göstərilən konkret şəxsə ünvanlandırılmalı, mətnə orfoqrafik səhvlər olmamalı, əllə yazılmamalı, məktubu göndərən şəxsin adının və vəzifəsinin altında imza qoyulmalıdır.

Göstərilən xidmətləri açıq-aydın nəzərə çarpdırmadan, tənqə gətirməyən formada yerinə yetirilməsi xüsusilə önəmlidir. Əslində, qonağa göstərilən kifayət qədər çətin xidmət mexanizminin necə təşkil olunduğunu görmək qonaq üçün heç də vacib deyil. Personal qonaqların nəzərinə onlara lazım olduğu vaxt görünməlidir.

9.3. Telefon danışıqlarının aparılması üçün əsas qaydalar

Mehmanxana işçilərinin fəaliyyətində telefon danışıqları əhəmiyyətli rol oynayır. Buna görə də «telefonla danışıq etiketi» anlayışını ətraflı nəzərdən keçirək. Çoxları telefon zənglərinə sistemsiz şəkildə cavab verir. Bəziləri özlərini adları, bəziləri soyadları, bəziləri isə həm adları, həm də soyadları ilə təqdim edirlər. Mehmanxana personalı qonaqla telefonda elə danışmalıdır ki, sanki qonaq onların gözü qabağındadır. Telefon zənginə cavab tez, 3-cü zəngdən gec

olmayaraq cavab verilməlidir. Bu, personalın işinin nəzakətli və effektiv olmasına dəlalət edir.

Bizim telefonla nə və necə danışmağımız müştərilərdə mehmanxana haqqında təəssürat yaradır. Telefon danışığı bu sözlərlə başlanmalıdır: «Günortanız xeyir», «Sabahınız xeyir». Bundan sonra mehmanxananın adını və zəngə cavab verənin adını demək lazımdır. Zəngə ətraflı surətdə, lakin söhbəti uzatmayaraq, qısa cavab verilməlidir. Telefonla zənglərə cavab verən başqa əməkdaşların danışdığı kimi danışmaq lazımdır. Eyni üslubda işləməklə, siz və sizin həmkarlarınız göstərməlidir ki, siz – vahid komandasınız, peşəkarlarınsınız.

Zəngə cavab verərkən adınızı və soyadınızı deyən. Özünüzü bu cür təqdim etməklə siz məsul və səlahiyyətli əməkdaş təəssüratı yaradırsınız, telefona cavab verdikdə yalnız öz adını deyən şəxs vəzifələri olan, lakin səlahiyyətləri olmayan şəxs kimi başa düşülə bilər.

Telefonla danışmaq etiketi siz özünüz zəng vurduğunuz halda da özünüzü təqdim etməyinizi tələb edir. Bu, katibəni və yaxud zənglərə cavab verən şəxsi «Kim soruşur?» sualını soruşmaq kimi yorucu işdən azad edəcəkdir. Sizə cavab verdikdən sonra dərhal söhbətə başlamayın. İltifat göstərərək, abonentdən söhbət üçün vaxtı olub-olmadığını soruşun. Ünsiyyət tərəfmüqabiliniz sizin onun vaxtını nəzərə aldığınızı qiymətləndirəcəkdir. Nömrə təsadüfən səhv yığıldığı halda dəstəyi üzr istəməmiş asmayın.

Əgər siz yerinizdə yoxsunuzsa və təbii ki, zəngə cavab verə bilmirsinizsə, siz mümkün qədər tezliklə sizə zəng etmiş adama zəng vurmalsınız. Zənglərə operativ verilən cavablar böyük dividəntlər gətirə bilər.

Zənginizə cavab verə bilməyən şəxsə zəng vurduğunuz halda sizi nə vaxt və harada tapmaq mümkün olduğunu ona deyən. Siz nə qədər tez izah edə bilsəniz, öz həmkarlarınızın gözündə də siz bir o qədər yüksək peşəkar kimi görünəcəksiniz. Söhbətin nə vaxtsa davam etdirilməsi sizə lazım olan adama danışarkən, növbəti dəfə zəng etmək üçün dəqiq vaxt onunla razılaşıdırın. İnzibati personalla nəzakətli olun. Nə vaxt

zəng etməyin daha münasib olduğunu soruşun. Telefon zəngləriniz heç bir nəticə verməyəndə, alternativ əlaqə yollarını axtarın, şəxsə məktub göndərin və yaxud onunla faksla əlaqə yaradın.

Sizə zəng vurulanda telefonla danışarkən başqa işinizi kənara qoyun. Telefona cavab verəndə gülümsəyin. Zəng edən şəxs zənginizin səmimi olduğunu hiss edəcəkdir. Söhbət edərkən müsahibinizin sözünü kəsməyin, fasilə saxlamağı öyrənin.

Adamı gözləməyə məcbur etməyin, lakin bu tələb olunursa, əmin olun ki, o adam gözləyəcəkdir (adətən, 30-60 saniyədən çox olmayaraq). Dəstəyə yenidən yaxınlaşanda söhbəti bu sözlərlə başlayın: «Gözlədiyinizə görə təşəkkür edirəm». Sizin iltifatınız onu başa düşməyə kömək edəcəkdir ki, siz müsahibin iltifat göstərib öz vaxtını sərf edərək gözləməyə razı olduğunu unutmamısınız. Əgər siz sonu bilinməyən söhbətə bağlanmışsınızsa, fasilə edin və söhbəti «Yaxşı, mən daha sizin vaxtınızı almaq istəmirəm» və yaxud «Çox sağ olun ki, mənimlə danışmağa vaxt tapdınız, mən bilirəm ki, siz çox məşğulsunuz, buna görə də...» kimi sözlərlə bitirməyə çalışın.

Aşağıda xoşagəlməz adamla dialoq aparmaq üçün beş yaxşı üsul təqdim olunur:

1. Müsahibinizin sözünü kəsməyin.
2. Sizə deyilənləri təkrar edin – bu sizin onu başa düşdüyünüzü bildirir.
3. Söhbət əsnasında şəxsə bir neçə dəfə soyadı ilə müraciət edin.
4. Nə etmək istədiyinizi başa salın və vədinizə əməl edin.
5. Əgər mümkündürsə, söhbətin əsas məğzini yazın.

Telefon nömrəsini yığmamışdan əvvəl zəngin səbəbini bir neçə cümlədə formalaşdırın. Siz səsli rabitə sistemi ilə birləşdirildikdə, orada qısa məlumat saxlaya bilərsiniz.

Telefonda asta danışın və unutmayın ki, məlumatın kağızda ifadə olunması şifahi deyilişdən çox vaxt aparır. Öz

telefonunuzun nömrəsini qoyun, çünki bu, zəng etdiyiniz adamın vaxta qənaət etməsinə imkan verər və onu sizin telefon nömrənizi axtarmağa məcbur etməz. Sizə zəng edən adamı gözləmə rejiminə keçirən düymədən sui-istifadə etməyin – bu texniki yenilik biznes sahəsində məyusluq və inciklik mənbəyi ola bilər. Telefonda gözləmək üçün edilən xahiş halları bir qayda kimi qəbul edilməməli, istisna kimi olmalıdır.

9.4. Mehmanxana personalının xarici görünüşü və şəxsi gigiyenası üzrə qoyulan tələblər

Personalın xarici görünüşü mehmanxana haqqında qonaqda ilk təəssürat yaradır. Buna görə də mehmanxananın bütün əməkdaşları yaraşılıq, təmiz və səliqəli görünməyə çalışmalıdırlar.

Qızın saçını çiyinlərdən aşağı düşürsə, saç üzünü örtməməli, lent və yaxud sancaqla tutulmalıdır. Kişilərin üzünü təmiz qırılmış, biş və saqqal səliqəli şəkildə tutulmalıdır.

Ayaqqabılar rahat, yaxşı vəziyyətdə və parıldayanadək təmizlənmiş olmalıdır. Dezodorantlardan mütləq istifadə olunmalıdır, fiziki işlə məşğul olanlar isə duş qəbul etməlidir. Şəxsi gigiyena vasitələri məhdud dərəcədə istifadə olunmalı və qıcıqlandırmamalıdır. Əməkdaşların nəfəsi həmişə tərəvətli olmalı və qıcıqlandırıcı olmamalıdır. Mehmanxanada forma geyimindən istifadə olunması nəzərdə tutulduğu halda bütün personal bu tələbə şərtsiz əməl etməlidir. Forma təmiz, səliqəli və ütülənmiş olmalıdır. Forma geyimləri, bir qayda olaraq, mehmanxananın camaşırxanasında yuyulur, buna görə də personal öz formalarını ya istirahət günlərində yumağa verə bilər, ya da ki, çirkli formaları təmizi ilə əvəz edə bilərlər.

Uniforma geyimində personalın adı, soyadı, vəzifəsi, şöbəsi göstərilməklə nişan taxılması da nəzərdə tutulur. Uniforma geyimində qadınlar üçün neytral və yaxud qara rəngli, kişilər üçün isə qara rəngli corablar nəzərdə tutulur. Qonaqlarla əlaqədə olan işçilər qara rəngli, üstüörtülü,

bəzəksiz ayaqqabı geyməli, qadın ayaqqabılarının dabanı isə 5 sm-dən hündür olmamalıdır. Zinət əşyaları minimuma endirilməlidir. Onlar kiçik ölçülərdə olmalı və nəzəri cəlb etməməlidir. Qadınların ənik-kirşanı parlaq olmamalıdır. Dırnaqlar – təmiz, qısa və manikürlü olmalıdır.

Fəsil 10. Otelin idarə olunmasında kompüter sisteminin rolu

10.1 Kompüter sistemi vasitəsi ilə bronlaşdırmanın qısa tarixi

Bu gün qonaqpərvərlik sənayesində (QS) informasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunur.

Oteldə kompüter sistemi qonaqların təhlükəsizliyini qoruyur, mehmanxananın müştəri bazasını genişləndirir və bir çox marketing məsələlərinin həllini tapmağa imkan verir.

Bu gün qonaqpərvərlik sənayesi (QS) kompüterləşməyə keçib və ilk növbədə bu o deməkdir ki, kompüterləşmə qonaqpərvərlik sənayesində bütövlüklə iş prosesini dəyişdirir və tədricən kompüterlərin vasitəsi ilə bütün mühüm məsələlər həll olunur. İkinci – kompüterləşmə prosesi əlavə vəsait tələb edir və çox bahadır. Üçüncü – kompüterləşmə əməyi yüngülləşdirməyə xidmət edir. Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə, müxtəlif müəssisələrdə müxtəlif cür baş verir. Bu ölkənin iqtisadi və qonaqpərvərlik sənayesindəki (QS) vəziyyətindən, müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi, müəssisənin maliyyə durumunun və ixtisaslaşmış kadrların mövcudluğundan asılıdır.

QS-də kompüterləşmə prosesi başqa sahələrdən gec başlayıb. Bir çox sahələrdə kompüterləşmə 1960-cı ildə başlamışdır. QS avtomatlaşdırma imkanlarından 1970-ci ilin əvvəlinədək geniş miqyasda istifadə etmirdi. Kompüterləşmənin gec tətbiq olunması QS müəssisələrinin daha az vəsaitlə daha mükəmməl kompüter texnoloqiyalarını almağa imkan verdi. İlk universal kompüterlər 1950-ci ilin əvvəllərində yaranmışdır. Onlar vakuum lampaları əsasında yığılmış elektron sxemlərdən ibarət idi. Kompüterlərin ilk nəsli iş zamanı çox istilik verir və ləng işləyirdi.

1960-cı ilin əvvəllərində yaradılan universal kompüterlərin ikinci nəsli elektron sxemlərin əsas komponenti olan tranzistor və diodların əsasında yaradılmışdır. 1970-ci illərin əvvəllərində yeni kompüter nəsli – mini kompüter («mini-EHM») buraxılmışdır.

1970-ci ilin ortasında kompüterlərin dördüncü nəsli, mikrokompüter və yaxud “personal kompüter”-lər buraxılmışdır.

1980-cı ildə yaradılan kompüterlərin beşinci nəsli hərtərəfli və güclü əməliyyat sisteminin əsasını qoymuşdur.

Yığcam kompüterlər (Notebook, Laptop) bütün sistem elementlərini özündə cəmləşdirir, personal kompüterlərin funksiyalarını yerinə yetirir və rahatlıqla istifadə olunur. Ən mühüm kəşflərdən biri İnternet oldu. İnternet ümumdünya məlumatına qoşulmağa imkan yaradan böyük və mürəkkəb kompüter şəbəkələrinin birləşməsidir. İstifadəçi internetdən istifadə edərkən dünyanın istənilən nöqtəsindən olan milyonlarla digər istifadəçilərlə informasiya mübadiləsi apara bilər. İnternet bir çox sahələri birləşdirir. Ümumdünya hörümçək toru (World Wide Web, və ya WWW) – bu yalnız bir çox digər internet hissələrindən biridir. İnternetin böyük hissəsini tutan mətn məlumatından başqa, Ümumdünya Hörümçək Toru digər səsli, animasiyalı və video informasiyaları canlandırmağa imkan verir. Həmçinin internetdə bir sıra əlavə proqramlar mövcuddur. İlk növbədə elektron poçtu və müxtəlif axtarış sistemlərini qeyd etmək olar. Bu gün elektron poçtu bütün dünyada ən məşhur əlavə kimi hesab olunur.

Turizm və mehmanxana müəssisələri daha çox avtomatlaşdırmaya uğrayır, maddi vəsait sərf olunur və ixtisaslaşmış personal hazırlanır. Kompüter sistemləri tez bronlaşdırmaq imkanı yaradır. «Bronlaşmanın kompüter sistemi» (BKS) anlayışı ilk dəfə 60-cı illərdə Avropa və ABŞ – da yaranıb.

İlk dəfə BKS-lər ayrıca aviaşirkətlər tərəfindən yaradılıb və özəl turizm agentliklərinin ehtiyacını ödəmək üçün nəzərdə tutulub. Aviaşirkətlərin və turizm agentliklərinin inteqrasiyası nəticəsində, dörd qlobal bronlaşdırma sistemi (Global Distribution Sistem - GDS) yaradılıb.

Bu gün dünyada dörd qlobal bronlaşdırma sistemi (Global Distribution System – GDS) : Amadeus, Galileo, Sabre və Wordspan mövcuddur və bu bazarın 90%-i onlara aiddir. Bütün dünya üzrə onların 400 minə yaxın terminalları quraşdırılıb və təsadüfə deyil ki, onları “qızıl dörtlük” adlandırırlar. Bronlaşdırma sistemləri ilə işləmək üçün xüsusi iş üsulu yoxdur, ona görə də hər bir mehmanxana müştərilərin tərkibinin strukturunu, qiymət siyasətini və s. təhlil etmək lazımdır. Hər bir GDS qlobal olmasına baxmayaraq özünəməxsus yayılma sahəsi var. Amadeus və Galileo üçün bu ilk növbədə Avropa, Sabre və Wordspan üçün isə Amerikadır. Mehmanxana şəbəkəsinə daxil olan İnter-kontinental, Radisson və s. kimi mehmanxanalarda GDS işi mərkəzləşdirilmiş formada yerinə yetirilir

Qlobal bronlaşdırma sistemi əsasən bir ay əvvəlcədən planlaşdırıla bilməyən işgüzar səfərlər üçün sifariş olunur. Statistika görə GDS üsulu ilə bronlanmış mehmanxana uçuşdan bir neçə gün (yaxud saat) əvvəl müəyyən olunur.

Hər bir bronlaşdırma sisteminin daxil olma rejimi adlanan bir neçə variantı var. Bunlar prinsipcə müxtəlif olan iki **A və B tipidir.**

“A” tipinə daxil olarkən bronu təsdiq etmə haqqında məlumat avtomatik olaraq 7 saniyə ərzində geri qayıdır, bu da müştəri ofisə gəldiyi zaman turagentin ona tam şəkildə xidmət göstərməsinə şərait yaradır.

“B” tipinə daxil olarkən bronu təsdiq etmə haqqında məlumat əl ilə personal provayderi (turoperator) və ya mehmanxana ilə 24 saat ərzində agentə qaytarılır. BKS terminologiyasında – tur xidmətlərilə təmin edən şirkət,

«provayder» adlanır. Mehmanxanaları hər hansı GDS-ə təmsil edərkən, aşağıdakıları özündə cəmləşdirməlidir: otelin ümumi və nömrə fondunun təsviri, qiymətlər, mövcud olan yerlər haqqında məlumat.

Ümumi təsvir mehmanxananı yerləşdirmə obyektini kimi göstərməyə imkan verir, onun ünvanını, yerləşdiyi yeri, tikildiyi və ya yenidən bərpa ilini özündə əks etdirir və s. Bura yaxınlıqda yerləşən diqqətəlayiq yerlər haqqında məlumatlar da aiddir. Nömrə fondunun təsviri zamanı nömrələrin tipləri və dərəcələri, onların təsviri və tutumu göstərilir.

Global bronlaşdırma sistemləri ilə mehmanxanalardan komisiyon haqqı alan peşəkar turaqentlər işləyir. Fərdi şəxslər isə mehmanxanalarda ucuz yer tapmaq məqsədi ilə internetdən istifadə edirlər. Bu zaman heç bir agentlik komisiyonu ödənilmir.

10.2 Kompüter sistemində olan modullar

Qonaqlar ilə işləyən kompüter sistemi xidmətləri, müxtəlif QS müəssisələrində biri digərindən xeyli fərqlənə bilər. Kompüter sisteminə daxil olan proqramlar, struktur vahidlər olan – modullara birləşiblər. Modul – mehmanxana müəssisəsinin (bronlaşdırma, yerləşdirmə, hesab və s.) müəyyən iş üsulunun qruplarıdır. Qonaqlar ilə iş zamanı əsas modullardan biri «Bronlaşdırma» moduludur.

“Bronlaşdırma” modulu (rezervasiya) mehmanxanada nömrə (yer) bronlaşdırma üçündür və vaxta bağlanıb, təsdiq (ləğv) etmə rejimində işləyir. “Bronlaşdırma” modulu qonaqların sorğusuna əsasən sifarişlərin qəbulu xidmətlərinə, məlumatın tez təhlilinə, otaqların tez hazırlanmasına, həmçinin gəlir haqqında hesabların tərtib olunması və proqnozların tərtib olunmasına imkan verir.

Oteldə mövcud olan nömrələr (yerlər) haqqında məlumatlar kompüter şəbəkələrinin ekranlarında əks etdirilir,

mehmanxana şəbəkəsinin ümumi bronlaşdırma sistemində qoşula və ya müstəqil işləyə bilər

Mehmanxana "Bronlaşdırma" modulunu istifadə edəndə, bronlaşdırma xidmətinə yeni məlumat daxil edilir və ya onları kompüterin mərkəzləşmiş bronlaşdırma sistemindən alır. Bu ondan sonra gözlənilən gəlir, sifarişçilərin məlumatları və yüklənmə proqnozları fayllarında həmin vaxt təhlil edilir.

Menecerin modulu

Bu modulu mehmanxananın köməkçi idarə sistemi adlandırmaq olar. O, hesabatları avtomatik rejimdə generasiya edir (əmələ gəlir). Məsələn, sistemə müəyyən vaxtda müxtəlif bölmələrin fəaliyyəti haqqında məlumat, onların hesabatlarını çap etdirmək və ya gün ərzində əvvəlcədən müəyyən olunmuş parametrlərin bəzi çətin mənalarnı tapmaq tapşırığını verir.

İnzibati xidmətin modulu

Nömrələrin texniki vəziyyətini, cari statusunu, qiymət-ərini, otelin məşgulluğunu cəmləşdirən mərkəzləşmiş sistemdir. Onun köməyi ilə daimi müştərilərin oteldə qalma tarixi, qeydləri aşkar edilir, rezervasiya və qeydiyyatı aparılır. Deməli inzibati xidmət qonağın şəxsi hesabının qeydiyyatını aparır ki, bu yalnız otağın deyil, həmçinin restoranda yemək, paltarın kimyəvi təmizlənməsi və s. kimi xidmətlərin xərclərini özündə əks etdirir.

Qida bölmələrinin modulu

Təchizatçılardan məlumat mətbəxdəki baş aşbaza çatır. Əgər bu məlumat anbarın doldurulmasına aiddirsə onda, o mühasibatdan keçir və daxil olan malın, sənədlərin tərtibatı aparılır. Nömrələrə xidmət şöbəsi vasitəsi ilə mərkəzi mətbəx

terminalına və həmçinin ticarət zalına qonaqlardan sifarişlər gəlir.

Nömrələrin yığışdırılması və təmizliyinə baxan şöbənin modulu

Bu şöbə, nömrələrin vəziyyəti haqqında məlumatı Front Office şöbəsinə verir. Ümumiyyətlə hər bir nömrəyə “boş” və yaxud “qonaq yaşayır” statusu verilir.

Otelin marketinq şöbəsi mehnaxananın əsas məlumat sisteminə daxil deyil, belə ki, bu şöbə sanki otelin xaricində yerləşir. Bu şöbənin işçiləri oteli qonaqlarla “təchiz edən” kimi çıxış edirlər. Buna görə də bu şöbə otelin daxili şöbələri ilə birbaşa əlaqə saxlamır. Modula yalnız o halda ehtiyac ola bilər ki, oteldə qalmanın maliyyə şərtlərində dəyişiklik olsun və təklif olunan xidmətlərin sayı artırılınsın.

Bu gün bir neçə professional işləmələr mövcuddur, ki avtomatlaşdırma sisteminin idarə etmə seçimində diqqətə layiqdir. Avtomatlaşdırma mehmanxana təsərrüfatının kompleks sisteminin çox saylı olmağına baxmayaraq, bu cür oxşar sistemlərin qurma üsulları olduqca oxşardır. Proqramlar funksional prinsip üzrə qurulub. Nömrə fondunun (Front Office) idarə olunmasında avtomatlaşdırma sisteminin proqramı, rezervasiyanı, göstərilən xidmətlərin yerləşdirilməsini, qeydiyyatını, hesablarının avtomatik aparılmasını təmin edir.

Servis modul sistemləri sənədlərin, məktublarnın hazırlanması, əməliyyat, statistika, maliyyə hesablarının formalaşdırılması üçün müəyyən edilib. Kiçik otellərdə, Front Office-də bəsit avtomatlaşdırılmış sistemlərdən istifadə olunur.

10.3 Fidelio sistemi

Ən geniş yayılmış universal proqram, 20 il ərzində mehmanxana və restoranların idarə olunması sisteminin quruculuğu üzrə ixtisaslaşmış dünyanın ən böyük şirkətlərindən biri olan Micros – Fidelio korporasiyasının kompleksidir. Bu cür sistem dünyanın ən böyük 100 mehmanxana şəbəkəsində quraşdırılmışdır (Şeraton, Hilton, Marriott, Kempinski, Hayat və s.).

Fidelio sistemi mehmanxana işinin bütün mərhələlərini, nömrələrin kompüter vasitəsi ilə bronda saxlanması, qeydiyyat, yerləşdirmə və nömrə fondunun idarə olunması, qonaqların yola salınması, mühasibat və maliyyə işlərinin aparılmasına qədər əhatə edir. Sistemin istifadəsi olduqca sadədir, heç bir fərdi kompüter tələb etmir və hər bir mehmanxanada (ölçüsündən asılı olmayaraq) istifadə olunması üçün müvafiqdir.

Funksiya etibarlı ilə, sistem bir neçə modula bölünür: bronlaşma, nömrə fondundan blok istifadə, tariflərin idarə olunması (gözdən keçirmə, dəyişiklik, optimizasiya), xidmətlərin paketləşdirilməsi (konfigurasiya, satılması, nəzarəti, xidmətlərin təqdim edilməsi, haqq-hesab və s.), qeydiyyat və qonaqların yola salınması, hesabatların hazırlanması və s.

Bronlaşdırma modulu 20 müxtəlif vəzifələri yerinə yetirməyə imkan verir: boş otaqların olması barədə məlumat, müştərilərin məlumat bazasının idarə olunması, hər dərəcədə olan qonaqlar üçün nömrələrin bron edilməsi, hesabat və statistikanın aparılması, avtomatik faks göndərilməsini təşkil edir. **Hesabat modulu** mehmanxana işində vacib olan 300 növ müxtəlif məlumat, forma, statistik materialların hazırlanması işlərini həyata keçirir. Məsələn, nömrələrin vəziyyəti barədə hesabat, mehmanxananın doldurulması, qonaqların yaşayışı, cari maliyyə vəziyyəti.

Fidelio FO sisteminin quraşdırılmasının dəyəri hər sifarişçi üçün fərdidir və ilk növbədə sistemin komplektləşdirilməsi və mehmanxananın ölçüsündən asılıdır.

Micros – Fidelio firmasının eksklüziv distirbyutoru HRS-dir (Hotel and Restaurant Systems). HRS, proqram və aparatların təchiz edilməsi işlərini tam hazır vəziyyətdə yerinə yetirir, heyətin təlimini həyata keçirir, istifadəçiləri dəstəkləyir.

10.4. Lodging Touch Sistemi

Lodging Touch sistemi qonaqpərvərlik sənayesi üçün proqramın hazırlanması üzrə dünyada lider şirkətlərdən biri olan Amerikanın MAI Hospitality şirkəti tərəfindən yaradılmışdır. Müasir dövrdə Lodging Touch sistemi mehmanxana biznesinin komplekt avtomatlaşdırılması üzrə ən müasir proqram vasitəsidir. Digər oxşar sistemlərdən fərqli olaraq, Lodging Touch sistemi Windows NT əməliyyat sahəsində işləyir ki, bu da onun fəaliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirir, həmçinin təcrübəsiz işçilərə belə ondan istifadəni asanlıqla mənimsəməyə imkan yaradır. Sistem, mehmanxananın müxtəlif şöbələrini avtomatlaşdıran, birləşmiş proqram paketlərindən ibarətdir: qapıçı, restoran xidməti, satınalma şöbəsi, banketlərin təşkili və s.

Lodging Touch sistemi, mühasibat proqramları, mehmanxana gəlirinin optimizasiya sistemi, ödənişli televiziya, telefon sistemi, nömrələrə girişin yoxlanılması, və s. kimi kənar proqramlarla da əlaqəli ola bilər.

Lodging Touch sistemi – receptionist modul prinsipinə əsasən qurulub. Nömrələrin bron edilməsi (bronun rəsmiləşdirilməsi və ləğvi, gözləmə siyahısının tutulması, hər mərtəbə üçün planın həyata keçirilməsi), qonaqların yerləşdirilməsi və yola salınması, ödənişin hesablanması, gecə auditi üsulları funksiyalarını dəstəkləyən əməliyyat bloku mərkəz hesab olunur. Burada mehmanxananın vəziyyəti üzrə

hesabatı nəzərdən keçirmək, (qrafik və ya cədvəl formasında), müxtəlif məlumatları (qonaq vərəqələri, pasport məlumatları və s.) əldə etmək mümkündür. Lodging Touch sisteminin digər müxtəlif modul proqramları sırasına tariflərin idarə edilməsi bloku, nömrə fondunun idarə edilməsi bloku (otaqların təmizlənməsi və xadimələrin iş qrafikinin təşkili üçün) aiddir.

Lodging Touch sistemi daxilində turizm agentliklərindən qəbul edilən sifarişlərin rəsmiləşdirilməsini təmin edən, komisiyon haqqlarının hesablanması, güzəştlərin və xüsusi təkliflərin müəyyən olunması, statistikaya nəzarət funksiyalarını icra etməyə imkan verir. Bu sistemin MDB və Baltikyanı ölkələrdəki rəsmi distribyutoru LIBRA International şirkətidir.

10.5. Nimeta Sistemi

Bu yeni sistem, kiçik və orta həcmli mehmanxanalar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Nimeta sistemi internet texnologiyası vasitəsi ilə mehmanxanaların idarə olunması sisteminin icarəyə götürülməsi və istifadəsinə şərait yaradır. Bu texnologiya ondan ibarətdir ki, mehmanxanadakı bütün məlumatlar və idarəetmə sistemi proqramının özü mehmanxanadan kənar, xüsusi ilə bu məqsəd üçün ayrılmış serverdə yerləşir. Bu cür server internet provayderin təchiz edilmiş servis mərkəzində yerləşir. Buna görə də Nimeta sisteminin qoşulması və istifadəsi üçün kompüterin və internetə çıxışın olması kifayətdir.

Mehmanxanaların kompüterləşdirilməsi üçün bir sıra müxtəlif sistemlər də mövcuddur. Demək olar ki, bütün sistemlər, təqribən eyni, bir-birindən cüzi şəkildə fərqlənən, funksiya və imkanlardan ibarətdir.

10.6. Naqilsiz daxil olma sistemi

Bizim Wi-Fi texnologiyası haqqında məlumatımız var. Wi-Fi yüksək sürətdə (saniyədə 100 MV) internetə naqilsiz qoşulma imkanı verir. Wi-Fi İnterneti həqiqətən yüksək sürətli və rahat edir. İnternetə bağlanmaq üçün hansısa mürəkkəb qurulma işlərini aparmaq, məfilləri qoşmaq lazım deyil, sadəcə bağlantısı ödəmək, kompüteri qoşmaq lazımdır və sonra istədiyini yeni xəbərləri oxumaq, elektron məktublar göndərmək imkanı əldə edirsiniz. Naqillərin yoxluğu istifadəçiyə öz otağı, mərtəbəsi və ya binanın daxilində rahat yerdəyişmə imkanı verir.

Bütün dünyada Naqilsiz İnternet, qonaqlar üçün mehmanxana xidmətləri haqqında əhəmiyyətli təəssürat yradır. Bir çox şəbəkə otelləri artıq belə sistemlər quraşdırıblar. Mehmanxana, avadanlıqların Wi-Fi texnologiyası ilə Naqilsiz İnternetə qoşulmaqla yeni üstünlüklərə nail olur və eyni zamanda otel biznesində çalışanları və bir çox qonaqları özünə cəlb edir. Bu gün oteldə qalan qonaqlar, mehmanxana məbelinin keyfiyyətini və nömrələrin dizaynı ilə yanaşı göstərilən kompleks xidmətlərin servis səviyyəsini qiymətləndirir.

Otel Naqilsiz İnternetə qoşulma xidmətindən istifadə etməklə nəyə nail ola bilər?

Qonaqlar tərəfindən tələb və istək olduqda, belə xidmət mehmanxananın müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərməsinə kömək edir:

- Hazırkı və potensial qonaqların nəzərində mehmanxananın nüfuzu artır;
- Mehmanxana üçün gəlirli olan, biznes müştəriləri və digər qonaqları otelə cəlb edir;
- Mehmanxanadakı nömrə fondu doldurulur;
- Hər bir müştəridən əlavə xidmətlərin satışına görə gəlir artır;

- Qonaqlara göstərilən xidmətlərin avtomatlaşdırılmış üsulla aparılması (qeydiyyat, yaşama müddətinin uzadılması, nömrəyə sifarişlərin çatdırılması və s.) xidmət keyfiyyətini və sürətini artırır;
- Otel reklama əlavə vəsait ayırmadan, sistemin köməyi ilə qonaqlara müxtəlif məlumatlar çatdırır;
- Naqilsiz qoşulma mövcudluğu, biznes – mərkəzinin avadanlıqlarından istifadəsini sadələşdirir, məsələn, sənədlərin biznes mərkəzdə çap edilməsi müştərilər üçün rahatdır;
- Naqilsiz sistem yer kürəsinin hər bir güşəsində real vaxtda tərəfdaş və iştirakçılarla seminar və konfransların İnternet vasitəsilə keçirmək imkanını verir.

Yuxarıda sadalanan üstünlüklərindən başqa belə sistemi tətbiq və istifadə etmək üsulu çox sadədir:

- Hər nömrəyə kabel çəkmə, divar dəlmək, kabel qutusunun quraşdırılmasına ehtiyac duyulmur;
- Sistem tez quraşdırılıb, istifadəyə verilir;
- Kompüter şəbəkəsini bəsit bilən hər hansı işçi bu sistemi istismar edə bilər;

Bu sistemin əsas xüsusiyyətlərindən biri, bu xidmətdən asanlıqla istifadə edilməsidir. Qonağın İnternetə daxil olması üçün sadəcə kompüterə qoşub İnternet Explorer səhifəsini işə salmaq lazımdır (digər başqa reklam informasiyasından başqa), xidmətin dəyəri və istifadə qaydaları haqqında təlimat verilməlidir.

Lakin daxil olma zonasının zəif yayılmasına baxmayaraq, çox mehmanxanalar artıq onu özlərində quraşdırıblar. (Mariott, Novotel, Radisson Sas, Sheraton).

Naqilsiz İnternetə daxil olma sistemi artıq bütün dünyada özünə layiqli yer tutub. Bu sistemi hava limanlarında,

mehmanxanalarda, restoranlarda, kafelərdə və s. yerlərdə quraşdırıblar. Naqilsiz daxil olma sisteminin maya dəyəri 7-9 ay ərzində ödənilir və böyük vəsait tələb etmir. Sistem qonaqlar üçün həm İnternetə giriş həm də telefon əlaqələri üçün istifadə oluna bilər. Eyni zamanda o mehmanxananın personal ilə gündəlik məsələlərin həllini tapmaq üçün istifadə oluna bilər.

10.7 İnteraktiv Televiziya Sistemi (İTS)

Müasir mehmanxananın lazımı informasiya alma vasitələri telefon, televizor, İnternet və s. olmadan fəaliyyəti mümkün deyil. Otelin nüfuzlu sayılması, rəqabətli və gəlirli olması üçün, qonaqlara təklif edilən xidmətlər müasir texniki tələblərə cavab verməlidir.

Müxtəlif kateqoriyalı otellər üçün nəzərdə tutulmuş bir çox interaktiv mehmanxana sistemləri var.

Mehmanxananın interaktiv sistemi, müdiriyyətin müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəsini nəzərdə tutur. Bu qarşılıqlı fikir mübadiləsi üçün kanal əlaqəsidir; nömrəni tərk etmədən müştəri hesabındakı vəziyyəti yoxlaya, əlavə xidmətlər üçün sifariş edə, otel haqqında ətraflı məlumatları ala bilər və s. Buna görə tikinti və ya mehmanxananın bərpa dövründə interaktiv sistemin qurulmasına icazə verən lazımı mühəndis kommunikasiyalarını quraşdırmaq məqsədə uyğundur.

Qonaq nömrəyə daxil olduğu zaman avtomatik təbrik mesajı onun TV- qəbuledicisinə qoşulur və “Cənab Ruzvelt, bizim otelə xoş gəlmisiniz, Sizə xoş arzular diləyirəm, Baş Menecer” mesajı göndərilir. Bu dərhal qonağa diqqət göstərmək imkanı verir, onun üçün müəyyən müsbət mühit yaradır və müştərilərin otelə münasibətinə yaxşı təsir bağışlayır. Qonağın nömrəyə yerləşdiyi vaxt avtomatik qəbuledici qoşulur və televizor ekranında saxlanma rejimində olan mesaj görünür. İnteraktiv sisteminin köməyi ilə qonaqlara mesajların gön-

dərilməsi həyata keçirilir. Reception bilavasitə fərdi qonaq və qrup qonaqlara nömrələrindəki televizor ekranlarına mesajları göndərə bilər. Sistem mesajın göndərildiyini və müştəri tərəfindən oxunulduğunu təsdiq edə bilər. Müştəri interaktiv menyusundakı müəyyən səhifəni seçib mesajlarını gözədən keçirib silə bilər. Qonaq oteli tərk edən zaman mesajlar avtomatik silinir. İnteraktiv səhifədə mehmanxanada göstərilən xidmətlərin iş saati, konfransların keçirilmə tarixləri, teatr, muzeylərin iş saati, restoranların menyusu və s. haqda məlumatlar göstərilir. İnternetdə axtarışsız tez və operativ lazımı məlumatı almaq imkanı qonaqlar üçün cəlb edicidir. Bundan əlavə müştəri özü televizor qəbuledicisində otel heyətinə müraciət etmədən, zəngli saatın vaxtını qura bilər.

Bu funksiya özü ilə müəyyən olunmuş vaxtda televizorun qoşulmasına və qonağın yuxudan oyanmasına imkan verir. İnteraktiv Televiziya Sistemi (İTS) nömrələrdən birbaşa sifarişlərin həyata keçirmək imkanı verir; məsələn restoran və bardan sifariş, qonaq tərəfindən baqajının yığılması haqqında tələbnamə, taksinin çağırılması, kimyəvi təmizləmə və ya çamaşırxanaya sifariş. və s.

TV ekran-qəbuledici vasitəsi ilə qonaq oteldə istifadə etdiyi bütün xidmətlərin hesabına baxır, məbləğini görür, dəqiqləşdirir və bunların Front Office-ə gedib araşdırılmasına lüzum yaranmır və sadəcə pulunu ödəyir.

İnteraktiv sistemindəki xəbərdarlıq funksiyası zamanı, TV-radioqəbuledici oteldə eyni vaxtda qoşulur və video və audio rejimində, əvvəlcədən hazırlanmış müvafiq məlumatları qonaqlara çatdırır (yağın, daşqın, və ya bir hadisə olarsa və s.).

İnteraktiv televiziya – ilk öncə sadə televiziya. İTS köməyi ilə ödənişli və açıq televiziya verilişi kanallarına çıxış yerinə yetirilir və seçilmiş kanallardan video proqramların verilişi, qonağın yaşayış hesabına əlavə edilir (bəzi TV kanalları da ödənişli ola bilər).

İnteraktiv televiziya sistemi tək mehmanxanalardakı müştərilərə xidmət göstərmir – otelin istismarında da kömək edir.

İnteraktiv televizorun köməyi ilə, xadimələr hər bir müəyyən otağın vəziyyətini bildirirlər. Otağın status dəyişikliyi haqqında məlumatı göndərir, nömrənin qonağın qəbulu üçün hazır olduğu və ya otaqda hər hansısa işlərin aparılması ehtiyacı olduğunu bildirirlər.

Əgər mehmanxana özünə məxsus interfeyslə təchiz olunubsa, onda onların dəyişiklikləri haqqında məlumat avtomatik olaraq qonağın hesabına əlavə edilir, və bu otelə vaxta qənaət və effektiv idarə etmək imkanı verir. Bütün interaktiv funksiyalar qonağa onun profaylında göstərildiyi dildə verilir. Bundan əlavə qonaq öz istəyi ilə, İTS ilə fərdi ünsiyyət dilini dəyişdirə bilər.

Mehmanxananın turizm və ya biznes istiqamətində fəaliyyətindən asılı olmayaraq, interaktiv Televiziya (İTS) sistemi aparıcı mehmanxana şəbəkələrində quraşdırılıb.

**Mehmanxana müəssisələrində nümunəvi vəzifə təlimatları
(Job description)**

1. Baş direktor
2. Qiymətlər üzrə maliyyə nəzarətçisi (Cost Controller)
3. Resepşinist
4. Konsyerj
5. Kassir
6. Bellman (Front Office-də inzibatçının köməkçisi)
7. Xadimə (Nömrə fondu)
8. Metrdotel (Restoran)
9. Barmen (Restoran)
10. Ofisiant (Yeməkpaylayan)

Mehmanxananın baş direktorunun vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Baş direktor yuxarı təşkilatın əmri və ya sahibkarlarla bağladığı müqavilə əsasında təyin olunur.

1.2. Baş direktor mehmanxananın bütün təsərrüfat fəaliyyətinə rəhbərlik edir.

1.3. Baş direktor yuxarı təşkilatların, xidmət sahəsinə aid, sərəncam, əmr, qərarlar və normativ sənədləri bilməlidir.

1.4. Baş direktor material-texniki təchizatı, mehmanxana xidmətinin təsərrüfat-maliyyə hesabatlarını tərtib etmək qaydalarını, əməyin ödənilməsinin forma və sistemlərini, iqtisadiyyatı, əməyin təşkilini, əmək qanunvericiliyini, əməyin mühafizəsini, yerli və xarici mehmanxanaların qabaqcıl iş təcrübəsini bilməlidir.

1.5. Mehmanxananın bütün şöbə və bölmələri baş direktora tabedir, ona hesabat verir və o, müəyyən olunmuş qanunvericiliyə uyğun əmr və sərəncamlar verir.

1.6. Baş direktor mehmanxananın işini bazar iqtisadiyyatının tələblərinə və beynəlxalq standartlara uyğun qurmalı və inkişaf etdirməlidir.

2. Vəzifəsi

2.1. Yerli icra orqanları, içtimai təşkilatlar, turizm firmaları və digər mehmanxanalar ilə sıx əməkdaşlıq edir.

2.2. Mehmanxanaya işçiləri qəbul və azad edir, iş bölgüsü aparır.

2.3. Şöbə müdirlərinin hesabatlarını dinləyir, səhvlərini düzəldir, istiqamətləndirir və yeni məlumatları onların nəzərinə çatdırır.

- 2.4. Mehmanxanaya və restorana aid bütün maliyyə sənədlərini imzalayır.
- 2.5. Mehmanxana təsərrüfatının, texniki vəziyyətini mütəmadi yoxlayır və qiymətləndirir.
- 2.6. Texniki təhlükəsizlik və yanğından mühafizə qaydalarının riayət olunmasına nəzarət edir.
- 2.7. Mehmanxananın sərgilərdə iştirakını təmin və təşkil edir, reklam vasitəsilə nüfuzunu artırır.
- 2.8. Mehmanxanada çalışan işçilərin peşə hazırlığını və ixtisaslarının artırılmasını təşkil və təmin edir.
- 2.9. Səriştəli və bacarıqlı işçiləri qiymətləndirir və mükafatlandırır.
- 2.10. Mehmanxanada göstərilən xidmətlərin kəmiyyətini və keyfiyyətini artırır.
- 2.11. Mehmanxananın yeni avadanlıqlarla, mebel, çamaşırlarla və digər əşyalarla təminatını təşkil edir.
- 2.12. Mehmanxanada yeni texnologiyaların tətbiqini təşkil edir.

3. Məsuliyyət

- 3.1. Yuxarı təşkilata və ya sahibkara perspektiv planlaşdırma və işin gedişatı haqqında məlumat verir.
- 3.2. Peşəkar mütəxəssis kimi mehmanxananın təsərrüfat fəaliyyətinin düz-gün aprılmasına və gəlirlə işləməsinə məsuldur.
- 3.3. Mehmanxananın rentabelli işləməsinə məsrəf və gəlirinə, keyfiyyət standartlarının artmasına, işçilərin hazırlığına məsuldur.
- 3.4. Mehmanxanada qəbul olunmuş marketing strategiyasına görə cavabdehdir.

4. Huqları

- 4.1. İşçileri əmr ilə işə qəbul və azad edir.
- 4.2. Mehmanxana fəaliyyətinə rəhbərlik edir.
- 4.3. Maliyyə sənədlərini imzalayır.
- 4.4. Mehmanxananın planını, marketing strategiyasını təyin və təsdiq edir.

5. İxtisasa aid tələblər

- 5.1. İki xarici dil bilməlidir (ingilis dili mütləq).
- 5.2. Kompüter avadanlıqları ilə işləməyi bacarmalıdır.
- 5.3. İqtisadiyyatı, maliyyə işlərini bilməlidir.
- 5.4. Mehmanxana təsərrüfatında azı beş il iş stajı olmalıdır.
- 5.6. Liderlik və təşkilatçılıq qabiliyyətinə malik olmalıdır.

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

“ ____ ” _____ 200_ -ci il

**Mehmanxana müəssisəsində qiymət üzrə maliyyə
nəzarətçisi
(Cost controller) vəzifəsinin təlimatı.**

1.Ümumi müddəalar.

1.1. Qiymət üzrə maliyyə nəzarətçisi (Cost controller) mühasibat şöbəsinin işçisidir. O, mühasibat şöbəsinin müdiri və ya Maliyyə şöbəsinin müdiri (Financial controller) tərəfindən verilən təqdimata əsasən mehmanxananın baş direktoru tərəfindən vəzifəyə qəbul və ya vəzifədən azad olunur. Öz istehsalat fəaliyyətində o, bilavasitə baş mühasibə və ya maliyyə şöbəsinin müdirinə tabedir.

1.2. Vəzifəsini yerinə yetirərkən qiymət üzrə maliyyə nəzarətçisi baş menecerin əmr və sərəncamlarını, daxili əmək intizam qaydalarını, işçilər haqqında əsasnaməni, hal-hazırkı vəzifə təlimatını, fəvqəladə hallar zamanı davranış qaydaları və digər daxili normativ aktları rəhbər tutur.

1.3. Qiymət üzrə maliyyə nəzarətçisi maddi-məsul şəxsdir və tam fərdi maddi məsuliyyət daşıyır.

2.Vəzifəsi.

2.1. Müdiriyyətə müxtəlif proqram və layihələri iqtisadi əsaslandırmaqla müxtəlif təkliflər verir.

2.2. İllik satış həcmi üçün bütün lazımı hesabat və yoxlamaları təmin edir.

2.3. Mehmanxananın iqtisadi vəziyyəti, işləyən işçilər, satış həcmi, gəlir və əməyin səmərəliliyi ilə bağlı perspektiv planlaşdırma aparır, illik plan tərtib edir. Bura uzunmüddətli və qısamüddətli proqnozlara hazırlıq, alınmış məlumatların təhlili və gələcək faktura xərclərinin öyrənilməsi daxildir. Kadrlar üçün operativ smeta dəyəri hazırlayır və faktura xərclərinə nəzarəti həyata keçirir.

2.4. İstehsalat xərclərinin ətraflı hesabatını aparmaq üçün istehsal hesabatı sistemlərini hazırlayıb təqdim edir. Yeni metodlar tətbiq edir, maddi-texniki bazanın inventarlaşdırılmasını idarə edir və ya onun dəyərini müəyyənləşdirir. Maddi-texniki təchizat barədə qeydlər aparır və lazımi düzəlişlər edir. Maliyyə hesabatı məlumatlarını, habelə istehsalatda mülkiyyətçi inspektor xərcləri barədə məlumat verir.

2.5. Maliyyə tədarükləri və xərclərin hesablamalarının qeydiyyat məlumatlarını (rəqəmlərini) idarə edir. Hesabatlar hazırlayır, maliyyə vəziyyəti və kontraktların perspektiv qiymətləri barədə məlumat verir.

2.6. Məlumatların hazırlanması və otelin bütün şöələrinə ötürülməsini təmin edir.

2.7. Müəssisənin gələcəkdə iqtisadi effektivliyinin artırılmasına yönləndirilmiş iqtisadi fəaliyyətlər və proqramlar üzrə təklif olunmuş planları gözdən keçirir. Zərurət yarandıqda alternativ variantlar təklif edir.

2.8. Digər şöbə müdirləri ilə sıx əlaqələr yaradır, şöbənin gördüyü işin effektivliyinin artırılmasına yönləndirilmiş, müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin analizində istifadə oluna bilən yekunlar almaq üçün şöbələr tərəfindən yüksək səviyyədə təşkil edilmiş yığıncaqlarda iştirak edir.

3.Məsuliyyəti.

3.1. Tələbatların vaxtından gec və keyfiyyətsiz halda yerinə yetirilməsinə görə bu vəzifə təlimatında ifadə olunduğu kimi qiymət üzrə maliyyə nəzarətçisi tam məsuliyyət daşıyır.

3.2. Daxili əmək intizamı qaydaları və işçilərin vəziyyəti barədə qaydaları yerinə yetirmədikdə məsuliyyət daşıyır.

4.Hüquqları.

4.1. İşin, gələcəkdə də təkmilləşdirilməsi barədə otel rəhbərliyinə təkliflər verir.

4.2. Tabeliyində olanlara tələbkarlıq, nəzakət, təmkinlik göstərməlidir.

4.3. İş yerinin lazımı sənədlərlə və texniki ləvazimatlarla təchiz olunmasını tələb edir.

5.İxtisasa aid tələblər.

5.1. Ali təhsili olmalıdır.

5.2. Bir və ya bir neçə xarici dili bilməlidir (ingilis dili – vacibdir).

5.3. Kompüterdə işləməyi bacarmalıdır.

5.4. Otel və restoranlarda təklif olunan xidmətlərin qiymət siyahısını bilməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Baş mühasib

(adı, soyadı)

Hüquqşünas

(adı, soyadı)

“ _____ ” _____ 200_ -ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Mehmanxananın qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin inzibatçısının (Resepşinist)¹ vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Qonaqları qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin inzibatçısı (gələcəkdə resepşinist adlanacaq) qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin əməkdaşdır. O, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə vəzifəyə qəbul və ya azad olunur. Resepşinist iş fəaliyyətində birbaşa qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin müdirinə tabedir.

1.2. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirən resepşinist direktorun əmr və sərəncamlarına, daxili əmək intizam qaydalarına əməl edir və personal haqqında əsasnaməni, vəzifə təlimatını, normativ aktlarını rəhbər tutur, davranış, ədəb qaydalarına və xarici görünüş standartlarına riayət edir.

1.3. Resepşinist maddi məsul şəxsdir, tam fərdi maddi məsuliyyət daşıyır.

1.4. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirərkən resepşinist, müəyyən olunmuş forma geyimində iş yerində səliqəli

1. Resepşinist (receptionist-ing) mehmanxananın əməkdaşdır, gələn qonaqları qəbul edib boş nömrələrə yerləşdirir və açarları verir. Gələn və gedən qonaqların qeydiyyatını aparır.

xarici görünüşə malik olmalı, iş yerini səlqiəli saxlamalı, işin texnologiyasına, texniki təhlükəsizlik qaydalarına və əməyin mühafizəsinə riayət etməlidir.

2. Vəzifəsi

2.1. Mehmanxanada qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin iş texnologiyasını və idarəçilik sistemi üzrə təlimatı yerinə yetirməlidir.

2.2. Qonaqları nömrələrə yerləşdirməlidir.

2.3. Gələn qonaqlar haqqında olan məlumatlar əsasında material və uyğun sənədləri vaxtında hazırlamalı, turizm firmalarının sifarişi, təşkilatların məktubu ilə vauçerə uyğun nömrələrin dərəcəsinə təyin etməlidir. Bundan başqa boş olan nömrələrə müəyyən olunmuş qaydalara uyğun, nağd və nağdsız hesablaşma ilə qonaqları qəbul etməlidir.

2.4. Nömrələrə yerləşdirməyə aid məlumatları mehmanxananın idarəçilik sistemində (gələcəkdə AİS) vaxtında və düzgün yerinə yetirib daxil etməlidir.

2.5. Qonaqlara göstərilən xidmətlərə aid bütün növ hesablaşmaları aparmalıdır.

2.6. AİS sistemində qonağa göstərilən xidmətləri saymaq və qonaq üçün hesabı hazırlamalıdır.

2.7. Müştəriyə göstərilən xidmətə görə alınan nağd pulla və ya kredit kartla verilən hesabı, qaydaların tələbinə uyğun aparmalıdır. Buna görə kredit kartın sahibini təyin etmək üçün Azərbaycan Respublikasında kassa əməliyyatı aparmaq, kassa nəzarət aparatının istismarı qaydalarını bilməlidir.

2.8. Göstərilən xidmətə və alınan hesaba görə müştəriyə izahat verməlidir.

- 2.9. Təsdiq olunmuş texnologiya üzrə müştəriyə pul vəsaitini qaytara bilməlidir (müştəri xidmətdən istifadə etməyibsə).
- 2.10. Vizit kartını düzgün və dəqiq doldura bilməlidir. Qonaqların icarəyə götürdüyü nömrənin müddətinə və ödənişinə uyğun açarı verməlidir.
- 2.11. Anketin, pasporta uyğun düzgün və tam doldurulmasına nəzarət etməlidir.
- 2.12. AİS sistemindən kassirin jurnalına uyğun kassa nəzarət aparatından hesabı çıxara bilməlidir.
- 2.13. İş növbəsində yerinə yetirilən kassa əməliyyatının nəticəsini və buna əlavə edilən ilkin sənədlərin hesabatını mühasibata təqdim etməlidir.
- 2.14. Alınan pul əskinaslarının hesabatını və qorunmasını təmin etməlidir.
- 2.15. Pul əskinaslarının həqiqiliyini yoxlamalıdır.
- 2.16. Mədaxil olunan pul vəsaitini vaxtında rəsmiləşdirmək və mühasibata və ya lazım olan maliyyə qurumuna vermək.
- 2.17. Mehmanxanaya qəbul olunan vətəndaşların pasport məlumatlarını avtomatik idarəçilik sistemində vaxtında və düzgün daxil etməlidir.
- 2.18. Xarici vətəndaşların vizaları vaxtında qeydiyyat olunmalı və pasportları qaytarılmalıdır.
- 2.19. Qeydiyyat haqqında şəhadətnaməni vaxtında və düzgün tərtib etməlidir.
- 2.20. Beynəlxalq və şəhərlərarası rabitəni nömrələrə operativ qoşmağı bilməli və mehmanxananın təqdim etdiyi digər pullu xidmətləri yerinə yetirməlidir.
- 2.21. Telefon rabitəsi və mehmanxananın digər pullu xidmətlərinin depozit (əvvəlcə verilmiş pul) balansını (gəlir və ya məsrəfin yekunu) vaxtında nəzarətdə saxlamalıdır.

2.22. Qonaqa göstərilən pullu xidmətlərin yekun hesabını operativ həyata keçirməlidir.

2.23. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirən zaman, məlum olan kommərsiya sirrini açıqlamamalıdır.

2.24. İş prosesində yaranan zərurətlə əlaqədar şöbə müdirinin göstərişi ilə digər vəzifələri də yerinə yetirməlidir.

3. Məsuliyyəti

3.1. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin resepsionisti hazırkı vəzifə təlimatında göstərilən tələbləri keyfiyyətsiz gördüyünə və vaxtında yerinə yetirmədiyinə görə tam məsuliyyət daşıyır.

3.2. Əmək intizamı qaydalarını personal haqqında əsasnaməni, xarici görünüş və davranış standartlarını yerinə yetirmədikdə məsuliyyət daşıyır.

3.3. Texniki təhlükəsizlik və yanğından mühafizə qaydalarını yerinə yetirmədikdə məsuliyyət daşıyır.

4. Hüquqları

4.1. Qonaqların (turistlərin) qəbul, yerləşdirmə və xidməti ilə əlaqədar, işin təkmilləşdirilməsi üçün səmərələşdirici təkliflər verməlidir.

4.2. İş yerinin texniki təchizatı və iş sənədləri ilə təmin edilməsini tələb etməlidir.

5. İxtisasa aid tələblər.

5.1. Ali və ya orta ixtisas təhsili olmalıdır.

5.2. Bir və ya iki xarici dil bilməlidir (ingilis dilini mütləq bilməlidir).

5.3. Mehmanxanada avtomatik idarəçilik sistemini və kassa-nəzarət aparatının işləmək qaydalarını bilməlidir.

5.4. Kompüterdə işləmək bacarığı olmalıdır.

5.5. Yüksək mədəniyyətə malik olmalı və beynəlxalq etiket qaydalarının əsaslarını bilməlidir.

5.6. Mehmanxananın bütün bölmələrinin və xidmət sahələrinin iş vaxtını, yerini o cümlədən restoran təsərrüfatının, nömrə fondunun, yaşayış, qeyri yaşayış sahələrinin dəhliz və holların təchizatını, avadanlığını bilməlidir.

5.7. Mehmanxana nömrələrinin və qonaqlara göstərilən əlavə xidmətlərin qiymətlərini bilməlidir.

5.8. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin iş texnologiyasını bilməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Qəbul, yerləşdirmə və xidmət
şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirem

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Konsyerjin¹ vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Konsyerj qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin əməkdaşdır. O, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə vəzifəyə qəbul və ya azad olunur.

1.2. Konsyerj birbaşa, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin müdirinə tabedir. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirən konsyerj direktorun əmr və sərəncamlarına, daxili əmək, intizam qaydalarına əməl edir və personal haqqında əsasnaməni, vəzifə təlimatını, normativ aktlarını rəhbər tutur, davranış, ədəb qaydalarına və xarici görünüş standartlarına riayət edir.

1.3. Konsyerj maddi məsul şəxsdir, tam fərdi maddi məsuliyyət daşıyır.

1.4. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirərkən konsyerj, nüəyyən olunmuş forma geyimində iş yerində, səliqəli xarici görünüşə malik olmalı, iş yerini səliqəli saxlamalı, işin texnologiyasına, texniki təhlükəsizlik qaydalarına və əməyin mühafizəsinə riayət etməlidir.

1. Konsyerj – (bell captain-ing) qonaqlara əlavə xidmətlər göstərir (nəqliyyatı, teatr biletlərini sifariş edir, ekskursiyalar təşkil edir və s.).

2. Vəzifəsi

2.1. Konsyerj xidmətini və avtomatik idarəçilik sistemi üzrə təlimatı yerinə yetirməlidir.

2.2. Konsyerj yüksək mədəniyyətə malik olmalı və beynəlxalq etiket qaydalarını bilməli, xarici görünüşü standartlara uyğun olmalıdır.

2.3. Qonaqlara, yaşayış sektoru, dəhliz və holların təchizatının vəziyyəti, avadanlıqlardan istifadə qaydaları haqqında vaxtında və düzgün məlumat verməlidir.

2.4. Servis xidmətini yüksək səviyyədə təmin etmək məqsədi ilə mehmanxananın digər bölmələri ilə qarşılıqlı əlaqəni yaratmalıdır.

2.5. İşin texnologiyasına uyğun, qonaqların tapşırıqlarını yerinə yetirməlidir.

2.6. Qonaqlara yüksək keyfiyyətli, operativ xidmət göstərmək üçün, zəruri olan məlumatları daim yeniləşdirməli, iş yerini və sənədləri səliqəli və qaydasında saxlamalıdır.

2.7. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirən zaman, məlum olan kommersiya sirrini açıqlamamalıdır.

2.8. Qonaqlara göstərilən servis xidmətinin səviyyəsini artırmaq məqsədi ilə deyilən rəy və tövsiyələri nəzərə almaq və bu barədə müdiriyyətə məlumat verməlidir.

2.9. İş prosesində yaranan zərurətlə əlaqədar şöbə müdirinin göstərişlərini və digər vəzifələri yerinə yetirməlidir.

3. Məsuliyyəti

3.1. Konsyerjin öhdəsinə düşən vəzifəni vaxtında görmədiyinə və keyfiyyətsiz yerinə yetirdiyinə görə məsuliyyət daşıyır.

3.2. Əmək intizamı qaydalarını və personal haqqında əsasnaməni yerinə yetirmədikdə məsuliyyət daşıyır.

3.3. Texniki təhlükəsizlik və yanğından mühafizə qaydalarını yerinə yetirmədikdə məsuliyyət daşıyır.

3.4. Xarici görünüşün standartlarına və ədəb qaydalarına emel etməyəndə məsuliyyət daşıyır.

4. Hüquqları

4.1. İşin təkmilləşdirilməsi üçün səmərələşdirici təkliflər verə bilər.

4.2. İş yerinin texniki təchizatı və iş sənədləri ilə təmin edilməsini tələb edə bilər.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Ali və ya orta ixtisas təhsili olmalıdır.

5.2. Xarici dilləri bilməlidir (ingilis dilini mütləq bilməlidir).

5.3. Kompüterdə işləmək bacarığına malik olmalı və mehmanxanada avtomatik idarəçilik sistemini bilməlidir.

5.4. Mehmanxananın bütün bölmələrini və xidmət sahələrinin iş rejimini, yerini, o cümlədən restoranın, nömrə fondunun, qeyri yaşayış sahələrinin təchizatını və avadnlıqlarını bilməli, qonaqlara bunlar haqqında savadlı və vaxtında məlumat verməlidir.

5.5. İşin texnologiyasını bilməli və mehmanxanada avtomatik idarəçilik sistemi ilə işləmək təlimatına yiyələnməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Qəbul, yerləşdirmə və xidmət
şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Mehmanxananın qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsi kassirinin vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin kassiri mehmanxana baş direktorunun əmri ilə baş mühasibin və şöbə müdirinin təqdimatı ilə qəbul və azad olunur. Öz fəaliyyətində kassir birbaşa baş mühasibə və şöbənin müdirinə tabedir.

1.2. Xidməti vəzifəsini yerinə yetirən kassir baş direktorun əmr və sərəncamlarını, daxili intizam qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni, hazırkı vəzifə təlimatını, ədəb qaydalarını və digər yerli normativ aktları rəhbər tutur. Xarici görünüşün standartlarına riayət edir.

1.3. Kassir maddi məsul şəxsdir və tam fərdi maddi məsuliyyət daşıyır.

2. Vəzifəsi

2.1. Qonaqlar üçün nəzərdə tutulmuş çek və hesab blanklarını, düzgün saxlamalı, səlhiqəli doldurulmalı və qorunalıdır.

2.2. Qonaqlardan pulu almalı, çek verməli, hesabın tam alınmasını nəzarətdə saxlamalıdır.

2.3. Kredit kartları, müxtəlif çekləri, nağd və nağdsız hesabları tərtib etməyi, kompüter texnologiyasından düzgün istifadə etməyi bacarmalıdır.

2.4. Növbə ərzində, kassir mədaxil olunan bütün məbləğin hesabatını tərtib etməli və mehmanxananın baş kassirinə və ya inkassatora vaxtında təhvil verməlidir.

2.5. Kassir vaxtında məlumat almaq üçün mehmanxananın digər bölmələri ilə və gecə müfəttişi (auditor) ilə sıx işgüzar əlaqədə olmalıdır.

2.6. Müəyyən səbəblərə görə qonaq mehmanxanarı vaxtından əvvəl tərk edərsə, kassir təsdiq olunmuş texnologiyaya uyğun, pulun qonağa qaytarılmasını yerinə yetirməlidir.

2.7. AİS (avtomatik idarəçilik sistemi) ilə işləməyi bacarmalı, nəzarət-kassa aparatından hesabları çıxarmalıdır.

2.8. Mədaxil olunan pul və qiymətli kağızların hesabatını aparmalı və qorunmasını təmin etməlidir.

2.9. Mehmanxananın nömrələrinin və xidmətlərin qiymətlərini bilməlidir.

2.10. Qonaqlardan alınan pulların həqiqiliyini (saxta olmadığını) dəqiq yoxlamalıdır.

2.11. Yanğından mühafizə qaydalarına riayət etməlidir.

3. Məsuliyyəti

3.1. Pul vəsaitini və digər qiymətli kağızların dəqiq və düzgün hesablanıb tərtib olunmasına və seyfde saxlanılmasına məsuldur.

4. Hüquqları

4.1. İxtisas artırma kurslarında iştirak edir.

4.2. Səmərələşdirici təkliflər verir və işlə əlaqədar yeni texniki avadanlıq və digər ləvazimatlarla kassanı təchiz etməyi tələb edir.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Xarici dil bilməlidir (ingilis dili).

5.2. Kompüter və digər texniki avadanlığı işletməyi bacarmalıdır.

5.3. Malliyə məsələləri üzrə ixtisasa malik olmalıdır.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Qəbul, yerləşdirmə və xidmət
şöbəsinin müdiri

(adı, soyadı)

Baş mühasib

(adı, soyadı)

Hüquqşünas

(adı, soyadı)

" ____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Mehmanxananın qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsində inzibatçının köməkçisi (bellman, bell boy)¹

1. Ümumi müddəalar

1.1. Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin işçisi, şöbə müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə vəzifəyə qəbul və ya azad olunur. Bell boy iş fəaliyyətində birbaşa qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin menecerinə tabedir.

1.2. İş fəaliyyətində bell boy vəzifə təlimatı, müdiriyyətin əmr və sərəncamlarını, daxili əmək intizam qaydalarını, yükün qəbulu və göndərilməsi qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni və digər yerli normativ aktları rəhbər tutur.

1.3. Vəzifəsini yerinə yetirən işçi müəyyən olunmuş geyim formasında, səlqəli xarici görünüşə malik olmalı, qonaqlara diqqət və nəzakət göstərməli, ədəb qaydalarına riayət etməli, texniki təhlükəsizlik və əməyin mühafizəsi qaydalarına əməl etməlidir.

2. Vəzifəsi

2.1. Bell boyun iş yeri, qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin yanında olmalıdır.

2.2. Qonaqları salamlamalıdır.

2.3. Çap məlumatlarını qəbul edib, onları yaymalıdır.

1. Bell boy (bell man-ing) qonaqların və şöbənin tapşırıqlarını yerinə yetirir (bağlamaları, yükləri daşımaq, xırda əşyalar almaq, məktublar çatdırmaq, qonağı nomrəyə müşayiət etmək və s.).

- 2.4. Qonaqlara, mehmanxanada olan xidmətlər, onların qiyməti və yeri haqqında məlumat verməlidir.
- 2.5. Mehmanxananın yerləşdiyi ərazi barədə, şəhərin görməli yerləri haqqında, qonaqlara şifahi məlumat verməlidir.
- 2.6. Məktubları, digər yazışmaları qəbul edib, lazımı yerinə çatdırmalıdır.
- Qonaq mehmanxanadadırsa, məlumat və ya məktub 20 dəqiqəyə çatdırılmalıdır. Qonaq mehmanxanada yoxdursa, gələn kimi məlumat və ya məktub dərhal çatdırılmalıdır.
- 2.7. Qonaqlara ünvanlanmış məktub və sənədləri oxumamalı, müzakirə etməməli və məxfiliyi saxlamalıdır.
- 2.8. Resepşinistin (inzibatçı) tapşırığı ilə qonağın yükünü nömrəyə aparmalı və ya nömrədən daşmalıdır.
- 2.9. Qonağın yükünü nömrəyə apararkən və ya nömrədən çıxarkən yüklə ehtiyatlı davranmalı, diqqətli olmalı və yükün əzilməsinə, xarab olmasına yol verməməlidir.
- 2.10. Qonaqların yaddan çıxan əşya və sənədlərini şöbəyə çatdırmalı, qorunmasını təmin etməlidir.
- 2.11. Yükün arabasını saz və işlək vəziyyətdə saxlamalıdır.
- 2.12. Qonaqların bir sıra tapşırıq, arzu və istəklərini imkan daxilində yerinə yetirməlidir.
- 2.13. Qonaqların suallarını təmkinlə dinləməli və onlara cavab verməlidir.
- 2.14. Kommersiya xidmət sirrini saxlamalıdır.
- 2.15. Texniki təhlükəsizlik tələblərinə, əmək intizamı və yağından mühafizə qaydalarına riayət etməlidir.
- 2.16. İşlə əlaqədar olmayan halda, nömrələrə yersiz daxil olmaq və qonaqlarla qeyri-işgüzar əlaqə yaratmaq məsləhət görülmür.

2.17. İş fəaliyyəti ilə əlaqədar müdirin tapşırıqlarını yerinə yetirir.

3. Məsuliyyəti

3.1. Xidməti vəzifəsini keyfiyyətli və vaxtında yerinə yetirməlidir.

3.2. Daxili intizam qaydalarına və personal haqqında əsasnaməyə əməl etməlidir.

3.3. İşçiyə həvalə olunmuş dəyərli əşya və sənədlərə fərdi qaydada tam maddi-məsuliyyət daşıyır.

4. Hüquqları

4.1. İşin təkmilləşməsi üçün yeni təkliflər irəli sürür.

4.2. Qonaqların arzu və istəklərini, mehmanxananın menecerinə çatdırır.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Orta təhsildən aşağı olmamalıdır

5.2. Xarici dili bilməlidir (ingilis dili)

5.3. Beynəlxalq etiket və ədəb qaydalarını bilməlidir

5.4. Nömrələrin və əlavə xidmətlərin qiymətlərini bilməlidir

5.5. Mehmanxana xidmətlərini təqdim etmək qaydalarını bilməlidir

5.6. Mehmanxananın idarəçilik strukturunu bilməlidir

5.7. Əməkdaşların daxili telefon nömrələrini bilməlidir

5.8. Qonaqların yerləşdirilməsinə aid əmr və sərəncamları və qaydaları bilməlidir

5.9. Qonaqları maraqlandıran və mehmanxananın yaxınlığında yerləşən obyektləri bilməlidir

Kadrlar şöbəsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

Qəbul, yerləşdirmə və xidmət şöbəsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Mehmanxananın nömrə fondunun xadiməsinin vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Nömrə fondunun xadiməsi, mehmanxananın fəaliyyətini təmin edərək, nömrə fondunun, xidmət sahələrinin, dəhlizlərin, holların təmizliyinə, qay-dasına və rahatlığına cavabdehdir.

1.2. Xadimə maddi-məsul şəxsdir. O, mürəbbədə işini görürkən qonaqların şəxsi əşyalarının, nömrə fondunun avadanlıqlarının qorunmasına cavab-dehdir.

1.3. Xadimə, müdiriyyətin təsdiq etdiyi dəyişən cədvəl üzrə işləyir, təsərrüfat müdirinin tapşırığı ilə hər hənsı bir mürəbbədə işləyə bilər.

1.4. Xadimə birbaşa təsərrüfat və ya mürəbbələrin müdirinə tabedir.

1.5. Öz işində, xadimə mehmanxananın təsərrüfat bölməsinin əsasnaməsini, daxili əmək intizamı qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni, baş direktorun əmr və sərəncamlarını, təsərrüfat bölməsinin müdirinin sərəncamını və hazırkı təlimat vəzifəsini rəhbər tutur.

2. Vəzifəsi

2.1. Mehmanxananın bütün nömrələrinin, hollun, xidmət sahələrinin təchizatını və avadanlıqların iş prinsipini bilməlidir.

2.2. Mehmanxana nömrələrini vaxtında və keyfiyyətli yığışdırmalı, sanitariya-gigiyenik tələblərə uyğun təmiz və səliqəli saxlamalıdır.

- 2.3. Aldığı iş tapşırıqlarını tam yerinə yetirməlidir.
- 2.4. Qonaqların, holl və dəhlizlərdə qoyduğu zibil və کنار eşyaları dərhal yığışdırmalıdır.
- 2.5. Xadimə nömrələri səylə yığışdırmalı, mebel və avadanlıqları, cihazları yoxlayıb, xarab olanı varsa bu barədə müdirinə məlumat verməlidir. Nömrəni qonaq üçün hazırlayır və komplektləşdirir.
- 2.6. Nömrə yığışdırıldıqdan sonra mərtəbə müdirinə təhvil verir.
- 2.7. Xadimə işə hazırlaşan zaman iş arabasını hazırlayır, zəruri avadanlıq və eşyaları ora yığır. Nömrə yığışdırıldıqdan sonra araba boşaldılır. İş arabasını təmiz, səliqəli və işlək vəziyyətdə saxlamalıdır.
- 2.8. Nömrələrin açarını mərtəbə müdirindən alır, yığışdırıb qurtarılandıqdan sonra təhvil verir.
- 2.9. Mebellərin, avadanlıqların bir nömrədən digərinə və ya ambara aparılmasında iştirak edir.
- 2.10. Qonaq nömrədə hər hansı bir mebeli və ya avadanlıq xarab edibse, bu barədə müdirə məlumat verir və aktın tərtib edilməsində iştirak edir.
- 2.11. Qonaqın nömrədə yaddan çıxan eşyası barədə müdirə dərhal məlumat verir, müdir yerində olmasa, akt tərtib edib, saxlama kamerasına təhvil verir.
- 2.12. Qonaqın yaşadığı nömrədə təmir işləri aparılırsa, xadimə nömrəyə nəzarət etməli, boş nömrədə təmir işləri aparılırsa, təmirdən sonra nömrəni yoxlamalıdır.
- 2.13. Nömrələr qonaqların olmadığı vaxt yığışdırılmalıdır. Qonaq nömrədə olarsa, onun razılığı ilə yığışdırılır.
- 2.14. Xadimə yuyucu vasitələri, elektrik enerjisini, suyu qənaətlə işlətməlidir. Yanğından mühafizə, texniki təhlükəsizlik və sanitariya-gigiyena qaydalarına riayət etməlidir.
- 2.15. Xadimə vaxtaşırı tibbi müayinədən keçməlidir.
- 2.16. Qonaqların xahişi və ya növbə reisinin göstərişi ilə ağılları yumağa və kimyəvi təmizləməyə verir və hazır olan sifarişləri nömrələrə yığır.

2.17. Yanğından muhafizə, mehmanxanada yaşayış qaydaları pozulduqda və mərtəbədə kənar şəxslər olduqda, dərhal müdirə xəbər verməlidir.

3. Məsuliyyət.

3.1. Xadimə hazırki təlmatın tam yerinə yetirilməsinə məsuldur.

3.2. Qonaqların eşyalarını, mehmanxana avadanlığını qorumağa borcludur.

4. Hüquqları

4.1. Xadimə işin effektiv və səmərəli olması üçün təkliflər verməlidir.

4.2. Müdiriyyətdən, zəruri şəraitin yaradılmasını iş avadanlıqları ilə təchiz olunmasını, uniforma geyimini tələb etməlidir.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Yaşı və sağlamlığı imkan verən şəxslər xadimə işinə götürülür.

5.2. Xarici dili bilmək tövsiyyə olunur.

5.3. Etiket və edəb qaydalarını bilməlidir.

5.4. Yanğın baş verərsə qonaqları evakuasiya (təxliyə) etməyi bacarmalıdır

5.5. Nömrə fondunun və əlavə xidmətlərin qiymətlərini bilməlidir.

5.6. Qonaqların qaldığı nömrələrin və xidmət sahələrin yerlərini yaxşı bilməlidir.

5.7. Əməkdaşların daxili telefon nömrələrini bilməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

Restoran müdiri

_____ (adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirem

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Restoranın metrdotelinin¹ vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Metrdotel mehmanxananın restoran xidmətinin əməkdaşdır. O, restoran müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə vəzifəyə qəbul və ya azad olunur. Metrdotel iş fəaliyyətində birbaşa restoran müdirinə tabedir.

1.2. Metrdotel, restoranda növbədə işləyənlərə birbaşa rəhbərlik edir, qonaqların qəbul və xidmətinə, iş texnologiyasına, intizama və vəzifə təlimatına nəzarət və riayət edir.

1.3. İş fəaliyyətində restoranın metrdoteli mehmanxana direktorunun əmr və sərəncamlarını, restoran xidmətinin iş texnologiyasını, daxili əmək və intizam qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni rəhbər tutur, xarici görünüşün və ədəb qaydalarının standartlarına riayət edir.

1.4. Restoranın metrdoteli maddi məsul şəxsdir və fərdi maddi məsuliyyət daşıyır.

1. Metrdotel (maitre d'hotel-fr, headwaiter-ing) restoran zalında sərəncam verir, ofisantlara rəhbərlik edir, qonaqları şəxsən qəbul edir, masa arxasına oturdur, onların xidmətinə nəzarət edir, menyuyu tərtib edir və s.

2. Vəzifəsi

- 2.1. Metrdotel iş prosesində səliqəli, təmkinli, cəlbədicə xaricə görünüşə malik olmalı, qonaqlarla nəzakətlə rəftar etməlidir.
- 2.2. Şəxsi gigienaya riayət etməlidir.
- 2.3. Müştərilərə qonaqpərvərlik göstərməli, restoranda səmərəli və tez xidmət göstərilməsini təmin etməlidir.
- 2.4. Mehmanxanada yaşayan müştərilərdən daha çox gəlir əldə etmək üçün, satış üsullarını bilməli və bunlardan istifadə etməlidir.
- 2.5. Personal ilə gündəlik iclas keçirməli, təklifləri eşitməli, problemləri aradan qaldırmaq yollarını göstərməlidir.
- 2.6. Personal ilə əlaqə və ünsiyyət yaratmağı bacarmalıdır.
- 2.7. Müdiriyyətin tələb və təkliflərini personala çatdırmalı və ya əksinə, personalın arzu və təkliflərini müdiriyyətə çatdırmalıdır.
- 2.8. Restoran kollektivində müsbət əhval-ruhiyyə yaratmalıdır.
- 2.9. İş prosesində restoranda bütün əməliyyatlara rəhbərlik etməlidir.
- 2.10. Zərurət yaranarsa qonaqların şikayətini təmin etməkdə ofisiantlara kömək etməlidir.
- 2.11. Personalı hazırlamaq məqsədilə tələb olunan standartlara uyğun məşğələlər keçirməlidir.
- 2.12. Texniki təhlükəsizlik normalarına riayət etməlidir.
- 2.13. Restoranda oğurluğun və itkinin qarşısını almalıdır.
- 2.14. Restoranın işinə təsir göstərən problemləri həll etməlidir.
- 2.15. Hər ayın sonu iş cədvəlini tərtib edib mühasibətə verməlidir.
- 2.16. Qonaqlarla hesablaşmaya şəxsən nəzarət etməlidir.

2.17. Mətbəxdən və bardan verilən yeməyin və içkinin keyfiyyətinə, tərtibatına nəzarət etməlidir.

2.18. Yanğından mühafizə qaydalarına riayət etməli və işçilərin bu qaydaları yerinə yetirməsinə nəzarət etməlidir.

3. Məsuliyyət

3.1. Vəzifə təlimatında göstərilən öhdəlikləri lazımi səviyyədə yerinə yetirməyə görə məsuliyyət daşıyır.

3.2. Xarici görünüş və ədəb standartlarını yerinə yetirməyə görə məsuliyyət daşıyır.

3.3. Restoranın personalının vaxtında tibbi müaniyədən keçməsinə görə məsuliyyət daşıyır.

3.4. Personalın ticarət qaydalarına riayət etməsi və qonaqlarla düzgün hesab aparılmasına görə məsuliyyət daşıyır.

3.5. Rəhbərliyin əmr və sərəncamlarını yerinə yetirməsinə görə məsuliyyət daşıyır.

3.6. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə və sanitariya gigiyena qaydalarına əməl etməlidir.

3.7. Qiymətli maddi əşyaların saxlanıb qorunmasına kollektiv şəkildə maddi məsuliyyət daşıyır.

4. Huquqları

4.1. İşləyən personalın, işə yararlı olması və həmçinin yeni işçilərin işə qəbul edilməsi üçün rəy verir.

4.2. Restorana uyğun standartları işçilərdən tələb edir.

4.3. Qonaqlarla düzgün hesab aparılmasına nəzarət etməlidir.

4.4. Mətbəx və bardan standartlara uyğun ərzaq və içkilərin buraxılmasına nəzarət etməlidir.

4.5. Restoran direktoruna işçilərin mükafat və ya cəzalandırması haqqında təqdimat verməlidir.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Ali təhsili olmalıdır.

5.2. Xarici dili bilməlidir (ingilis dilini mütəlak bilməlidir).

5.3. Xidmət texnologiyasını bilməlidir.

5.4. Beynəlxalq hesablama sistemini, kredit kartları, onların ödəniş imkanını təyin etmək qaydalarını, qəbul edib hesablamayı bilməlidir.

5.5. İş növbəsində yığılan pulun və sənədlərin hesabatını tərtib etməlidir.

5.6. Ziyafətlərin tərtibini, qəbulunu, içki və yeməklərin masaya verilməsi, servirovka (düzülüş) qaydalarını bilməlidir.

5.7. Yeməklərin hazırlanması, xüsusiyyətlərini və onların tərtibatını bilməlidir.

5.8. Soyducu, istilik, mexaniki avadanlıqların istismar qaydalarını bilməlidir.

5.9. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə, sanitariya və gigiyena qaydalarını bilməlidir.

Kadrlar şöbəsini müdiri

(adı, soyadı)

Restoran müdiri

(adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Restoran barmeninın vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Barmen restoran müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə işə qəbul və ya azad olunur. İş fəaliyyətində birbaşa metrdotele tabedir.

1.2. İş fəaliyyətində barmen hazırkı vəzifə təlimatını, müdiriyyətin əmr və sərəncamlarını, daxili əmək intizam qaydalarını, spirtli içkilərin qəbulu və verilməsi qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni, xarici görünüşün standartlarını və yerli normativ akt və təlimatları rəhbər tutur.

1.3. Xidməti vəzifəni yerinə yetirən barmen, müəyyən olunmuş geyim formasında səliqəli xarici görünüşdə olmalıdır. Barmen qonaqlarla nəzakətli, diqqətli olmalı və edəblə rəftar etməlidir. Texniki təhlükəsizlik və əməyin mühafizəsinə riayət etməlidir.

2. Vəzifəsi

2.1. Barmen malın dövriyyəsi hesabatını qəbul etməli, yerdə qalan mallar ilə müqayisə etməli və tutuşdurmalıdır.

2.2. Şirniyyat sexinin mal siyahısını almalıdır.

2.3. Barın inventar siyahısını, gədəh, qab-qacaq və s. nəzərdən keçirməlidir.

2.4. Sifarişə əsasən lazımı miqdarda inventar və mal almalıdır.

- 2.5. Bar masasının ətrafını, əşyaları tam təmizləməli və səylə yığışdırmalıdır.
- 2.6. Barın qab-qacağını, yuyub silməlidir.
- 2.7. Avadanlıqların temperatur rejimini və fəaliyyətini yoxlamalıdır.
- 2.8. Müxtəlif spirtli içki kokteyllərini hazırlamağı bacarmalıdır.
- 2.9. Qonaqların çəklərinin hesabatını aparmalı və hazır, təmiz çek blanklarının olmasını təmin etməli və kassa aparatı işlətməyi bacarmalıdır.
- 2.10. İşləyən zaman barın ərazisini tərk etməməli, zərurət yaranarsa (5 dəqiqəyədək) barı inandığı şəxsə tapşırmalıdır.
- 2.11. Müdiriyyətin olmadığı vaxt, mübahisəli məsələlər ortaya çıxarsa, bunları həll etməlidir.
- 2.12. Barın ticarət zalını qaydaya salmalı, masaların bölüşdürülməsinə, ofisantların (yeməkpaylayan) qonaqlara xidmət göstərməsinə nəzarət etməlidir.
- 2.13. Barda televizorun, musiqinin, işığın işlədilməsini, tənzimlənməsini idarə etməlidir.
- 2.14. İş başa çatandan sonra, hesabat tərtib etməli, yığılan pulu verməli, alınan malın siyahısını yekunlaşdırmalı və sənədlərlə təhvil verməlidir.

3. Məsuliyyəti

- 3.1. Vəzifə təlimatında göstərilən öhdəlikləri lazımı səviyyədə yerinə yetirməlidir.
- 3.2. Xarici görünüş və ədəb qaydalarını yerinə yetirməlidir.
- 3.3. Ticarət qaydalarına riayət etməli və qonaqlarla düzgün hesab aparmalıdır.
- 3.4. Rəhbərliyin əmr və sərəncamlarını yerinə yetirməlidir.

3.5. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə və sanitariya qaydalarına əməl etməlidir.

3.6. Qiymətli maddi əşyaların saxlayıb qorunmasına maddi məsuliyyət daşıyır.

4. Hüquqları

4.1. İşçilərdən restorana və bara uyğun standartlara riayət etməsini tələb etməlidir.

4.2. Qonaqlarla hesablaşmaya nəzarət etməlidir.

4.3. Rəhbərlikdən iş üçün lazım olan zəruri avadanlıqla və istifadə olunacaq mallarla təmin olunmasını tələb etməkdir.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Orta ixtisas təsilindən aşağı olmamalıdır.

5.2. Xarici dil bilməlidir (ingilis dili mütləq).

5.3. Xidmət texnologiyasını bilməlidir.

5.4. Beynəlxalq hesablaşma sistemini, kredit kartlarla işləməyi bilməlidir.

5.5. Növbədə yığılan pulun və sənədlərin hesabatını tərtib etməlidir.

5.6. Yeməklərin, içkilərin hazırlanması xüsusiyyətlərini, onların tərtibini, masaya verilməsi, servirovka (düzülüş) qaydalarını bilməlidir.

5.7. Soyuducu, istilik, mexaniki avadanlıqların istismar qaydalarını bilməlidir.

5.8. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə, sanitariya və gigiyena qaydalarını bilməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

Restoran müdiri

_____ (adı, soyadı)

Hüquq bölməsinin müdiri

_____ (adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Təsdiq edirəm

(Mehmanxananın baş direktoru)

(adı, soyadı)

" _____ " _____ 200_ ci il

Restoran ofisiantının (yeməkpaylayan) vəzifə təlimatı

1. Ümumi müddəalar

1.1. Ofisiant (yeməkpaylayan) restoran müdirinin təqdimatı və mehmanxana baş direktorunun əmri ilə işə qəbul və ya azad olunur. İş fəaliyyətində birbaşa metrdotələ tabedir.

1.2. İş fəaliyyətində ofisiant hazırki təlimatı, müdiriyyətin əmr və sərəncamlarını, daxili intizam qaydalarını, alkoqollu içkilərin qəbulu və verilməsi qaydalarını, personal haqqında əsasnaməni, xarici görünüş standartlarını və digər yerli normativ akt və təlimatları rəhbər tutur.

1.3. Xidmətini yerinə yetirən ofisiant müəyyən olunmuş uniforma geyimində, səliqəli xarici görünüşdə olmalı, qonaqlarla diqqətlə və nəzakətlə davranmalı, ədəb, texniki təhlükəsizlik və əməyin mühafizəsi qaydalarına riayət etməlidir.

2. Vəzifəsi

2.1. Restoranın qonaqlarından menyu əsasında sifariş qəbul etməlidir.

2.2. Sifariş blankını tərtib edib, hesabı aparmalıdır.

2.3. Qonaqların sifarişini vaxtında və düzgün verməlidir.

2.4. Sifariş olunmuş yemək və içkiləri vaxtında, ardıcıl verib, çirkli qabları yığışdırıb və xidmət göstərməlidir.

2.5. Restoranda masanı servirovka (düzümünü) etməlidir.

2.6. Qonaqlarla hesablaşma aparmalı, nağd pulu və ya kredit kartını qəbul etməli, nəzarət-kassa aparatından keçirməlidir.

2.7. İş yerini lüzumsuz tərk etməməli, belə zərurət yaranarsa (beş dəqiqədən çox olmayaraq) inandığı adamı öz yerinə qoymalıdır.

2.8. Müdiriyyətin olmadığı vaxt,mübahisəli məsələləri həll etməlidir.

2.9. Restoran ərazisində intizama nəzarət etməlidir.

2.10. Restoranın ticarət zalını,banket və fərşetlərə hazırlamalıdır.

3. Məsuliyyət

3.1. Vəzifə təlimatının qaydalarını yerinə yetirməlidir.

3.2. Xarici görünüşünə fikir verməlidir.

3.3. Ticarət qaydalarına riayət etməli və qonaqlarla hesablaşmanı düzgün aparmalıdır.

3.4. Rəhbərliyin əmr və sərəncamlarını yerinə yetirməlidir.

3.5. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə və sanitariya-gigiyena qaydalarına riayət etməlidir.

3.6. Tapşırılan qiymətli əşyalara görə maddi məsuliyyət daşıyır.

4. Hüquqları

4.1. Müdiriyyətdən iş üçün zəruri olan avadanlıqları tələb etməlidir.

5. İxtisasa aid tələblər

5.1. Orta ixtisas təhsilindən aşağı olmamalıdır.

5.2. Xarici dil bilməlidir (ingilis dili mütləq).

5.3. Xidmət texnologiyasını bilməlidir.

5.4. Kredit kartlarla hesablamaları bilməlidir.

5.5. Masanın servirovkasını (düzümünü), banket və təqdimatların tərtibatını, yemək və içkilərin verilmə qaydalarını bilməlidir.

5.6. Yeməklərin hazırlanmasının xüsusiyyətlərini və onların tərtibatını bilməlidir.

5.7. Soyuducu, istilik, mexaniki avadanlıqların istismar qaydalarını bilməlidir.

5.8. Texniki təhlükəsizlik, yanğından mühafizə, sanitariya və gigiyena qaydalarını bilməlidir.

Kadrlar şöbəsinin müdiri _____

Adı,soyadı

Restoran müdiri _____

Adı,soyadı

Hüquq bölməsinin müdiri _____

Adı,soyadı

" _____ " _____ 200_ ci il

Əlavə 2

Mehmanxana sahibləri və turizm agentlikləri arasında bağlanan kontraktlar haqqında Beynəlxalq Mehmanxana Konvensiyası

I Hissə. Giriş (Preambula)

1970-ci il mehmanxana Konvensiyasının 53-cü maddəsinə uyğun olaraq, professional (peşəkar) təcrübədə baş vermiş dəyişikliklərə səbəb olaraq tərəflər bir sıra düzəlişlər irəli sürür və bəyan edirlər ki, aşağıda göstərilən qaydalar professional təcrübədə bağlanan mehmanxana kontraktlarına tam uyğundur.

Maddə 1. Konvensiyanı imzalayan tərəflər.

Bunlar aşağıdakılardır:

- Beynəlxalq mehmanxana assosiasiyası (gələcəkdə BMA adlanacaq);
- Baş idarənin qeydiyyat ünvanı;
- Paris 75008, de Fobur, Sent-Onore küç.89 (89 Rue de Faubourq Saint-Hanare,75008 Paris);
- Turizm agentlikləri assosiasiyasının Ümumdünya Federasiyası (gələcəkdə FUAAB adlanacaq) (Universal Federation of Travel Agents Association);
- Baş idarənin qeydiyyatdan keçən ünvanı: Paris 75001, Sent-Onore küç,163 (163 rue Saint-Konore, 75001 Paris);
- Federasiyanın Baş katibliyinin ünvanı: Brüssel 1040, Fruassar küç, 89-93 (89-93, rue Froissant, 1040 Brussels).

Maddə 2. Tərəflərin öhdəlikləri.

Tərəflər öz öhdələrinə aşağıdakıları götürürlər:

- Beynəlxalq səviyyədə Konvensiyanın qaydalarına riayət etmək məsələləri üzrə müvafiq milli assosiasiyalarla əməkdaşlıq etmək;

- Öz üzvlərinə və onlara məxsus müəssisələrə mehmanxana kontraktını bağlayan zaman, digər tərəfin yurisdiksiyasında (tabelik) olan müəssisələrə üstünlük verilməsini tövsiyyə edir.

Maddə 3. Konvensiyanın məqsədi.

Turizm agentlikləri və mehmanxana sahiblərinin bağladığı məlum mehmanxana kontraktlarının imzalanması və yerinə yetirilməsini Konvensiya tənzimləyir.

Tərəflər Konvensiya qaydalarına riayət etməyi öhdələrinə götürür və ya kontraktları bağlayan zaman, gündəlik təcrübədə bundan istifadə edir.

Tərəflər qəbul edir ki, Konvensiyanın hər hansı bir maddəsi milli qanunvericiliyə (antitrest qanunvericiliyi daxil olmaqla) və ya beynəlxalq hüquqa ziddirsə, belə maddələr öz qüvvəsini itirir.

Maddə 4. Konvensiyanın beynəlxalq xarakteri.

Müxtəlif ölkələrdə yerləşən və ya qeyd olunmuş mehmanxana sahibləri və turizm agentlikləri arasında bağlanan beynəlxalq xarakterli mehmanxana kontraktlarına yanaşmada Konvensiya tətbiq olunur.

Maddə 5. Konvensiyanın yardımçı və əlavə rolu.

a) Memanxana sahibi və turizm agentliyi arasında xüsusi kontrakt bağlanmayıbsa, Konvensiya bu halda tətbiq olunur.

b) Konvensiyada nəzərdə tutulan və müqavilədə göstərilməyən bezi məsələlər ortaya çıxarsa, Konvensiya həmçinin tətbiq olunur.

Madde 6. Konvensiyanın əlavə rolu.

Tərəflər bildirirlər ki, məhkəmə və arbitrajda sahibkar və turizm agentliyi arasında xüsusi qaydada yaranan mübahisəli məsələləri tənzimləmək üçün hazırkı Konvensiya rəhbər tutulur.

Madde 7. Milli səviyyədə.

Tərəflər, Milli assosiasiyalar arasında, Milli sazişlərin bağlanması zamanı, hazırkı Konvensiyanın prinsiplərini əsas kimi qəbul etməyi tövsiyyə edir.

II Hissə. Mehmanxana kontraktları. Kontraktların növləri.

Madde 8.

Konvensiya iki növ mehmanxana kontraktını tənzimləyir.

1. Fərdi müştərilərə mehmanxana xidmətlərini satmaq üzrə kontrakt.

2. Qrup şəklində olan müştərilərə mehmanxana xidmətlərini satmaq üzrə kontrakt.

İki növ kontraktlar üçün ümumi qaydalar.

A. Mehmanxana kontraktının bağlanması.

Madde 9.

a) Turizm agentliyinin mehmanxana sahibinin ünvanına, mehmanxana xidmətlərinin bronlaşdırılması

(sifarişi) üçün göndərdiyi sorğu ilə mehmanxana Kontraktının bağlanmasının başlanğıcı qəbul olunur.

b) xidmətləri bronlaşdırmaq (sifariş) üçün şifahi formada verilən sorğu, yazılı şəkildə təsdiq olunmalıdır (məktub, teleqram, teleks, kompüter və s.)

c) bronlaşdırmaya (sifariş) verilən sorğuda xidmətlərin siyahısı göstərilməlidir. Sorğuda xidmətlərin qiymətləri şərtləşdirilməlidir. Bu halda turizm agentliyi şərtləşdirilmiş məbləği ödəməyə zəmanət verir.

Madde 10.

a) Mehmanxana sahibi ona göndərilən sorğuya, ancaq askept (pul sənədinin ödənilməsinə razılıq haqqında qeyd) verdiyi halda, mehmanxana kontraktı bağlanmış hesab olunur (11-ci maddənin "a" bəndi);

b) qəbul olunan sorğu, yazılı formada təsdiq edilməli (teleqram, məktub, teleks, kompüter və s.) və yalnız firmanın sorğusuna aid olan xidmətləri və qiymətləri göstərilməlidir;

c) mehmanxana sahibi sorğunu aldığı andan, üç gün ərzində dərhal təsdiqnamə göndərməlidir;

d) turizm agentliyi tez bir zamanda cavabı almaq istəyirsə, sorğusuna sizin cavab (təsdiqnamə) ödənilib, qeyd olunmalıdır.

Madde 11. İlk ödəmə.

a) Qəbul olunan sorğuya əsasən, şərt kimi mehmanxana sahibi ilkin ödəməni tələb etmək hüququna malikdir (zəmanətli depozit və ya girov formasında). İstisna hal kimi mehmanxana sahibi ilkin ödənişi girov formasında birbaşa göstərib tələb etməsə, hər hansı ilkin ödəmə haqqında məlumatından sonra şərtləşdiyi məbləği aldıqda və ya turizm agentliyinin ödəməsi sübut olunubsa, kontrakt bağlanmış hesab olunur.

b) mehmanxana sahibi aldığı ilkin ödəmə üçün 24 saat ərzində turizm agentliyinə təsdiqnamə göndərməlidir.

c) bir qayda olaraq ilkin ödənişin məbləği, qeyri-mövsümdə bir sutka, mövsümdə (pik) üç sutka, sifariş olunmuş (nömrə, yemək və s.) xidmətlərin ekvivalent qiyməti olmalıdır.

Madde 12. Bronlaşdırmanın (sifarişi) təsdiqləyən sənədlər.

1. Vauçerin qəbulu

Mehmanxana sahibi tam ilkin ödənişi və ya bir hissəsini tələb etmək hüququna malikdir. Bu şərt olmadığı halda, turizm agentliyinin vauçerini mehmanxana sahibi qəbul etməlidir. Turizm agentliyi vauçeri zəmanət sənədi kimi qəbul edir. Konvensiyada nəzərdə tutulduğu kimi, vauçer ödəməni şərtlərə və müddətə uyğun həyata keçirən təsdiq olunmuş sənəddir.

2. Sadə vauçer

Sadə vauçerdə digər məlumatlarla bərabər, müştərinin gəlmə və getmə tarixi, mehmanxana xidmətləri göstərilir (yemək və nömrə)

3. Vauçer "tam kredit"

Belə tip vauçerin buraxılması, mehmanxana sahibi və turizm agentliyinin xüsusi sazişi ilə razılaşıdırılır. Belə vauçerdə mehmanxana xidmətindən (nömrə və yemək) başqa, digər xidmətlər göstərilir. Komisyona haqqı 17-ci maddənin (nömrə və yemək) qaydalarına uyğun həyata keçirilir və ödənilir.

B. Mehmanxana sahibinə ödəmələr.

Madde 13.

Kontraktıda göstərildiyi kimi, mehmanxana sahiblərinin turizm agentliyi üçün xidmətlərə görə nəzərdə tutduğu qiymətlər heç bir halda mehmanxana tariflərindən (qiymətlərindən) yüksək olmamalı və bu xidmətlərin hesabını müştəri və ya turizm agentliyinin ödəməsindən asılı deyil. Kontraktıda əvvəlcədən şərtləşdirilmiş xüsusi qiymətlər göstərilirsə, mehmanxana sahibi ödəməni yüksək məbləğdə tələb etməyə haqqı yoxdur.

Madde 14.

Mehmanxana sahibi kontraktıda göstərilən qiymətlərə riayət etməlidir. Qiymətlər dəyişilən halda, yeni qiymətlər 30 gündən sonra tətbiq oluna bilər. Qiymətlərin dəyişilməsi mehmanxana sahiblərinin artıq təsdiq etdiyi xidmətlərə aid olmamalıdır.

Madde 15.

Turizm agentliyi mehmanxana sahibinə göndərdiyi sorğuda göstərilən xidmətləri ödəyir.

Madde 16.

a) Turizm agentliyi, müştərinin hesabı özü ödəmək istisna olmaqla mehmanxana ilə bağladığı kontraktıda təqdim olunan xidmətlərə görə hesab üzrə ödənişi öz üzərinə götürür;

b) kontraktıda göstərilən müddətdə hesab ödənilməlidir. Kontraktıda müddət göstərilməyibsə, hesab təqdim olunan 30 gün müddətinə ödənilməlidir. Göstərilən müddətdə hesab ödənilməsə, hər ay üçün 1%

peni və ilkin borc məbləğdən növbəti sığorta ödəmə yığımının xərclərini təmin etmək üçün 5% vergi tutulur.

c) mehmanxana sahibi turizm agentliyindən müştərinin uzun müddət mehmanxanada yaşaması ilə əlaqədar, vaxtı keçmiş dövr üçün müştəriyə göstərdiyi xidmətlərə görə hesab ödəməyi tələb edə bilər.

d) kontraktın turizm agentliyinin bronuna (sifarişinə) əsasən müştəri hesabı özü ödəyərsə, mehmanxana sahibi göstərilən xidmətlərə görə müştəridən kredit kartını qəbul etməmək hüququnu özündə saxlayır.

C. Turizm agentliyinə ödəmələr.

Maddə 17.

Komisyona ödəmə qaydaları.

Hazırkı Konvensiyanın fəaliyyət təsiri altında olan mehmanxana kontraktı göstərilən xidmətlərin (nömrə və yemək) qiymətinin faizindən komissiya haqqını ödəməyi nəzərdə tutur. Mehmanxana sahibi kontraktın iştirak edən bütün tərəflər istisna olmaqla, yalnız turizm agentliyinə komissiya haqqı ödəyir.

Maddə 18.

Tərəflər arasında razılığa görə komissiya haqqı müəyyən olunur.

Hazırkı Konvensiyanı imzalayanlar qeyd edirlər ki, adətən komissiya haqqı nominal qiymətin 10 %-ni təşkil edir. Bura vergi və ayrıca mehmanxana xidmətləri daxil deyil.

Maddə 19.

a) Turizm agentliyinin sorğusu ilə və ya müştərinin öz istəyi ilə mehmanxanada qalmaq müddəti uzadırsa, bu halda da komissiya haqqı ödənilir;

b) mehmanxanada nömrəni bir səyahət müddətində müştəri yenidən istifadə edərsə və yaşayış müddətləri arasında fasilə 30 gündən çox deyilsə, bu yaşayış müddətinin uzadılması kimi baxılır;

c) yaşayış müddətini uzatmaq da daxil olmaqla müştərinin yaşayış müddəti 60 gündən artıqdırsa komisyona haqqı firmaya ödənilmir (60 gündən artıq müddət).

Madde 20.

Mehmanxana sahibi turizm agentliyinə çatacaq komisyona ödəməni özünün ümumi hesab məbləğindən saymalıdır.

Madde 21.

a) Göstərilən xidmətlərə görə müştəri birbaşa mehmanxanaya hesabı ödəyirsə, mehmanxana sahibi, müştəri mehmanxanadan tərək edəndən 30 gün müddətində turizm agentliyinə mükafatını ödəyir;

b) kontraktla və ya hazırkı Konvensiyada nəzərdə tutulan müddətdə sifariş ləğv olunarsa, mehmanxana sahibi əvvəlcədən alınan məbləği sifariş ləğv olunan vaxtdan 30 gün müddətinə turizm agentliyinə qaytarmalıdır;

c) müəyyən olunan müddətdə yuxarıda göstərilən hesablar aparılmayıbsa, o təqdirdə hazırkı Konvensiyanın 16-cı maddəsinin "b" bəndinə uyğun olan qaydalarla ödəmələr icra edilir.

D. Ləğv etmə.

Madde 22.

a) Yazılı formada ləğv etməni təsdiq etmə prinsipi. Bütün sifarişlərin ləğv olunması yazılı şəkildə ləğv

etmənin vaxtı göstərilməklə həyata keçirilməlidir (əslə təsdiq olunan, qeydiyyatdan keçən məktub, teleks və s.).

b) Turizm agentliyinin şifahi və ya telefonla bildirdiyi ləğv etmə yazılı şəkildə təsdiq olunmalıdır. Ləğv etmənin şifahi şəkildə verildiyi tarix, yazılı şəkildə də o tarix göstərilməlidir. Turizm agentliyi mehmanxana sahibindən ləğv etmə haqqında yazılı sənəd alıbsa, turizm agentliyini bunu təsdiq etmə öhdəçiliyindən azad edir;

c) Mehmanxana kontraktında onun hər bir növündə nəzərdə tutulduğu kimi, şəraiti və müddəti, tam və ya bir qisminin ləğv edilməsi, ləğv etməyə görə kompensasiyanın məbləği, xüsusi qaydalarla tənzimlənir.

E. Ümumi qarşılıqlı öhdəliklər.

a) Konvensiyadan irəli gələn öhdəliklər.

Madde 23.

Turizm agentliyi sifariş etdiyi xidmətlərə aid tam və dəqiq məlumat verməyi öhdəsinə götürür.

Madde 24.

Kontrakta uyğun turizm agentliyinin müştərisinə mehmanxana sahibinin təqdim etdiyi xidmətlər (fərdi və qrup üçün) mehmanxananın birbaşa müştərisinə göstərilən xidmətlər kimi keyfiyyətli olmalıdır.

Madde 25.

Bronlaşdırılmış nömrələri mehmanxana sahibi saat 14⁰⁰-da müştərilər üçün hazır edir, mehmanxananı tərk edən müştərilər nömrələri saat 12⁰⁰-da boşaldırlar.

Madde 26.

Mehmanxana sahibi imzaladığı kontrakta bununla əlaqədar təyin olunmuş müddətdə sifariş olunmuş və

təsdiqlənmiş xidmətləri göstərməyə, üzərinə götürdüyü öhdəliklərə hörmət etməyə borcludur.

Mehmanxana sahibi öz öhdəliklərini yerinə yetirmək iqtidarında deyilsə, o turizm agentliyinə faktiki ziyana görə kompensasiya ödəməlidir.

İstisna hallarda bronlaşdırma zamanı əvvəlcədən belə imkan nəzərə alınıbsa, həmçinin turizm agetliyi üç həftə qabaq xəbərdar olunubsa, mehmanxana sahibi müştəriləri eyni tipli, yaxınlıqdakı və yüksək dərəcəli mehmanxanada yerləşdirə bilər. Müştəriləri belə yerləşdirmə nəticəsində turizm agentliyi kompensasiya almaq hüququna malik deyil. Qiymət fərqi mehmanxana sahibi ödəyir.

Maddə 27.

Kompensasiya 26-cı maddədə göstərildiyi kimi 30 gün müddətinə turizm agetliyinə ödənilir.

Maddə 28.

Turizm agentliyi mehmanxana sahibinə beh veribsə (əlavə 2^a bax), mehmanxana sahibi bu müddətə ikiqat ölçüdə behi ödəməlidir. 30 gün müddətinə hesab ödənilməsə, maddə 16 "b" bəndinə uyğun vergi yığılmalarını ödəmək üçün gecikdirilmiş məbləğə hər gün üçün peniya sayılır

Maddə 29.

Fors-major vəziyyətləri yarandığı zaman məsuliyyətdən azad olunma qaydaları. Hər hansı tərəf üçün gözlənilməz, nəzarət olunmayan, qaçılmaz vəziyyət yarandıqda bunun nəticəsində kontraktıda göstərilən öhdəliklər yerinə yetirilmədikdə, bir tərəf digər tərəfə ziyana görə kompensasiya vermək öhdəliyi məsuliyyətindən azad olur.

Maddə 30.

Turizm agentliyi və ya mehmanxana sahibi fors-major və digər vəziyyətlərlə əlaqədar kontraktda göstərilən öhdəlikləri yerinə yetirə bilmədiyi təqdirdə, ixtiyarında olan bütün vasitələrlə dərhal digər tərəfi xəbərdar etməlidir ki, dəyilən ziyanı azaltsın.

Maddə 31.

Fors-major vəziyyəti ilə əlaqədar mübahisələr yaranan halda tərəflər bütün imkanlardan istifadə edib qarşılıqlı razılığa gəlməlidirlər. Belə razılığa nail olmadıqda, tərəflər maddə 59-da göstəriləni kimi arbitraja müraciət etmək hüququna malikdir.

b) Peşə etikasından irəli gələn öhdəliklər.

Maddə 32.

Mehmanxana sahibi turizm agentliyinin müştərisinin özünün birbaşa müştərisi etmək üçün hər hansı bir hərəkətdən çəkinməlidir.

Maddə 33.

Turizm agentliyi eyni müştəri üçün eyni müddətə bir neçə mehmanxana sahibi ilə bronlaşdırmaya aid sorğu ilə müraciət etməməli və bir neçə kontrakt bağlamaqdan çəkinməlidir.

Maddə 34.

Mehmanxana kontraktı razılaşan tərəflər arasında müqavilə-reklamı bağlamaq üçün əsas ola bilməz.

Maddə 35.

Mehmanxana sahibi təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyəti, yerləşdiyi yer və dərəcəsi haqqında dəqiq məlumat verməlidir.

Maddə 36.

Turizm agentliyi müştəri ilə ünsiyyətdə olan zaman 35-ci maddəyə uyğun olaraq mehmanxana sahibindən aldığı məlumatı nüfuzdan salmamalıdır.

Maddə 37.

Turizm agentliyi və mehmanxana sahibi öz müştəriləri ilə ünsiyyətdə olarkən razılaşan tərəflərin təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyətini şübhə altına alan mülahizələrdən çəkinməlidirlər, çünki bu peşəkarlıq nüfuzuna xələl gətirə bilər.

Ə. Fərdi müştərilərə təqdim olunan mehmanxana xidmətləri üzrə kontraktlar.

Maddə 38. Təyin etmə.

Kontraktda təqdim olunan xidmətlərə görə qrup üçün nəzərdə tutulan güzəştlər fərdi müştərilər üçün nəzərdə tutulmur.

Maddə 39. Ləğv olunma müddəti.

Kontraktda digər şərtlər yoxdursa, turizm agentliyi ləğv etmənin aşağıdakı minimal müddətinə riayət etməlidir.

a) mehmanxanada yerləşməyə daha çox tələbat olan yerlərdə mehmanxananın birbaşa müştərisi üçün təyin olunan müddətdə gəlməsinə bir gün qalmış;

b) turistlər üçün nəzərdə tutulmuş mehmanxanalarda;

- "Pik" mövsümündə müştərinin gəlməsinə 30 gün qalmış;

- Qeyri-mövsümdə müştərinin gəlməsinə 14 gün qalmış;

Madde 40.

Yuxarıda göstərilən müddətdən sonra bron (sifariş) ləğv olunarsa, kompensasiya almaq hüququ verir.

Madde 41.

Kontraktı müəyyən olunmuş ölçüdə kompensasiya təyin oluna bilər;

a) 3 sutkayadək sifariş ləğv olunarsa, bütün mehmanxana xidmətlərinin bir sutkalıq qiyməti ödənilir;

b) qeyri-mövsümdə 3 sutka və daha çox müddətdə sifariş ləğv olunarsa, bütün mehmanxana xidmətlərinin 1 sutkalıq qiyməti ödənilir;

c) mövsümdə "pik" zamanı 3 sutka və daha çox müddətdə sifariş ləğv olunarsa, bütün mehmanxana xidmətlərinin 3 sutkalıq qiyməti ödənilir.

Madde 42.

a) Müştəri vaxtından əvvəl mehmanxanayı tərk edərsə və ya sifariş olunmuş xidmətlərdən istifadə etməzsə, turizm agentliyi faktiki dəymiş ziyanı mehmanxana sahibinə ödəməyə borcludur. Mehmanxana sahibinin təqsiri üzündən müştəri mehmanxanayı vaxtından əvvəl tərk edibsə, turizm agentliyi kompensasiya ödəmir. Mehmanxana sahibinin turizm agentliyindən beh kimi aldığı məbləğ, ləğv etmə ilə əlaqədar xərcləri ödəmirsə, mehmanxana sahibi çatmayan məbləği birbaşa müştəridən almaq hüququna malikdir. Yuxarıda göstərilən qaydalar o halda tətbiq olunur ki, bu qaydaları mehmanxana birbaşa öz müştərilərinə ümumi təcrübədə tətbiq etmiş olsun;

b) müştərinin gəlmədiyi halda və onun haqqında hər hansı məlumatın olmaması, gec gəlməsi sifariş olunmuş xidmətlər ləğv olunmadıqda, turizm agentliyi mehmanxana sahibinə real ziyanı ödəməlidir. Gecikdirilmiş ləğv

etmə və ya ,müşəri haqqında digər məlumatlar olduqda, maddə 41-in qaydaları tətbiq olunur. Mehmanxana sahibi müşərinin gəlməməsi barədə xəbər verməlidir;

c) kompensasiya 30 gün müddətinə ödənilməlidir. Ödəmə gecikdirilərsə,peniya hesablanır və maddə 16 "c" bəndinə uyğun mehmanxana sahibinin vergi yığımlı qaydalarına uyğun verdiyi ödəmədə tutulur.

Maddə 43.

a) Turizm agentliyi müşərilərinə müqavilə-komisionunda göstərdiyi qiymətdən yuxarı qiymət təyin edə bilməz;

b) Müşəriyə göstərilən xidmətə görə verilən hesabdən əlavə brona (sifariş) görə hesab təqdim oluna bilər.

F. Turist qruplarına göstərilən xidmətlərin kontaktı.

Maddə 44. Təyin etmə.

Bir yerdə səyahət edən insanlar mehmanxana sahibi və turizm agentliyi tərəfindən vahid bir qrup kimi baxılır və müqavilə qaydalarında müəyyən olunmuş xüsusi qiymətlərlə xidmətlər təqdim edildiyi müşəri qrupu kimi qəbul olunur.

Qrupa göstərilən xidmətlərin siyahısı turizm agentliyinin bir sorğusunda qeyd olunur və mehmanxana sahibi tərəfindən təsdiq olunmalıdır.

Həm sorğu, həm də təsdiqnamədə hər bir müşəri üçün eyni xidmətlər əksini tapmalı və bunlar vahid hesaba göstərilməlidir.

Maddə 45.

Konfidental (məxfi) çap olunmuş mehmanxana tariflərində qrup üçün təqdim olunan qiymətlər (əvvəllər 16 nəfər) iştirakçılarının sayı ilə (qrupa məsul cavabdeh

olan və ya məsul cavabdeh rolunda olan qrup iştirakçısı qrupa cavabdeh olan yerli turizm agentliyinin xüsusi nümayəndəsinin olması ilə) məhdudlaşdırılır.

Madde 46.

Turizm agentliyi mehmanxanada yerləşdirilən qrup iştirakçılarının gəlməsinə 14 gün (2 həftə) qalmış siyahını mehmanxana sahibinə göndərir və bu öhdəlikləri yerinə yetirmədiyi təqdirdə məsuliyyət daşıyır. Mehmanxana sahibi siyahını almadığı təqdirdə turizm agentliyinə məlumat verməlidir.

Madde 47.

Qrup kontraktına tətbiq olunan 26-cı maddəyə görə mehmanxana sahibi qrupun bütün üzvlərini bir mehmanxanada yerləşdirməlidir.

Madde 48.

Ödəmənin şərtləri adətən xüsusi kontraktla razılaşdırılır. Belə razılaşma kontraktın qaydalarında yoxdursa, aşağıdakı ödəmə şərtləri nəzərdə tutulur.

- qrupun gəlməsinə 30 gün qalmış tam məbləğin 50 %-i ödənilir;
- qrup mehmanxanayı tərk etməzdən əvvəl tam hesab ödənilməlidir.

Madde 49.

Mehmanxana sahibinə 15 nəfərdən az olmayan qrupu müşayiət edən turizm agentliyinin nümayəndəsinə pulsuz xidmət təqdim etməsi tövsiyyə olunur (müşayiət edən, gid, sürücü, qrup rəhbəri və s.) mehmanxana sahibi 20 nəfərlik qrupu müşayiət etməyə pulsuz xidmət təqdim edə bilər.

Maddə 50.

Kontraktıda göstərilən qiymətləri mehmanxana sahibi və turizm agentlikləri açıqlamamalıdır.

Maddə 51. Ləğv etmə.

Kontraktıda bu məsələyə aid başqa bir maddə yoxdursa, turizm agentliyinin mehmanxana sahibini ləğv etmə barədə xəbərdarlıq etməsinin minimal müddəti aşağıdakılardır:

- Müştərilərin 50 %-dən artıq gəlmədiyi halda sifariş ləğv olunarsa, 21 gün qalmış məlumat verilməlidir;
- Müştərilərin 50 %-dən çox gəldiyi halda sifariş ləğv olunarsa, 14 gün qalmış məlumat verilməlidir.

Maddə 52.

Ləğv etmə daha çox gecikdirilsə, bu kompensasiya almaq hüququ verir. Qrupun gəlməsinə 14 gündən az qalmış, sorğu göndərilib və qəbul olunubsa, maddə 53 "a" bəndi tətbiq olunur.

Maddə 53.

Müqavilədə hər bir müştəri üçün ləğv etməyə görə kompensasiya təyin oluna bilər.

- a) Əvvəlcədən müəyyən olunmuş məbləğdə;
- b) belə sazişin olmaması təqdirdə, kontraktıda qeyd olunan xüsusi qiymətlərin şərtinə uyğun ləğv olunmuş sifarişin qiymətinin 2/3-ni ödəməlidir.

Maddə 54.

Gec gəlməklə əlaqədar təqdim olunmayan və istifadə olunmayan yemək və digər xidmətlərə görə kompensasiya 2/3 məbləğində ödənilir, ancaq bir şərtlə ki, turizm agentliyi bütün imkanlardan istifadə edib müştərinin gecikməsi barədə mehmanxanayı məlumatlandırсын.

Madde 55.

Grupun gəlməməsi təqdirdə fərdi müştərilərə tətbiq olunan anoloji qaydalardan istifadə olunur.

Madde 56.

Öhdəliklərini yerinə yetirmək imkanına və ya eyni dərəcəyə bərabər xidmətlər təqdim edə bilməyən mehmanxana sahibi, kompensasiya ödəyən zaman bu məbləğ turizm agentliyinə dəyən ziyandan çox olmamalı və 53-cü maddədə göstərilən məbləğdən də az olmamalıdır.

Madde 57.

Ləğv olunan andan 30 gün müddətinə kompensasiya ödənilməlidir. Ödəmənin vaxtı gecikdirilərsə, maddə 16 "b" bəndinə uyğun peniya və sığorta yığımı verilməlidir.

III Hisse

Madde 58. Konvensiyanın şərhı

Hər bir sazişə gələn tərəflərdən təyin olunan nümayəndələrdən ibarət BMA/FUAAB əlaqə üzrə komitəsi konvensiyanın qaydalarını şərh edən yeganə səlahiyyətli orqandır. Hər iki ildə bir dəfə əlaqə üzrə komitə yığılır. Mehmanxana sahibləri və turizm agentlikləri tərəfindən ortaya çıxan mübahisələrlə əlaqədar sorğuları aydınlaşdırmaq üçün bu komitəyə göndərilir.

Madde 59. Mübahisələrin tənzimlənməsi.

a) Konvensiyanın qaydalarını tətbiq edən zaman, ortaya çıxan hər hansı bir mübahisə BMA/FUAAB əlaqə üzrə komitəsinə baxılmaq və tənzimləmək üçün verile bilər;

b) Mübahisə edən tərəflər razılığa gəldiyi təqdirdə, mübahisəli məsələni arbitraja baxılmaq üçün verilir. Daha çox maraqlı tərəf, Beynəlxalq federasiyaya arbitraj araşdırılmaları haqqında müvafiq sorğunu verir və bütün lazımi sənədləri təqdim edir;

c) Yuxarıda adı çəkilən Beynəlxalq fedarasiya mübahisənin kompromis qərarının iki surətini hazırlayır, tərəflərin imzaladığı bu qərar yenidən üzv olduqları Beynəlxalq federasiyaya göndərilir;

d) Arbitrajda mübahisənin baxılması prosedurası (üsulu) konvensiyanın əlavəsində (əlavə 2b) "Arbitrajda mübahisələrin baxılması qaydaları"-nda göstərilir.

Madde 60. Müddətin uzadılması vaxtı.

Konvensiyanın iki illik fəaliyyət müddəti başa çatanda, hər hansı bir tərəf yazılı şəkildə, müddətin qurtarmasına 6 aydan gec olmayaraq bəyan etməsə, yeni müddətə bərpə olunacaq.

Tərəflər Konvensiyanın düzəlişlərinə uyğun kontraktlara tətbiq olunan daxil edilmiş dəyişiklikləri nəzərə almaqla razılaşma əldə edə bilərlər. Dəyişikliklər və düzəlişlər yazılır və təsdiq olunur.

Madde 61. Konvensiyanın qüvvəyə daxil olunma tarixi.

İki tərəfin imzalanması və razılaşmasından sonra, konvensiya iyunun 15-i 1979-cu ildən fəaliyyətə başlayır. 1 yanvar 1979-cu ilə qədər bağlanan mehmanxana kontraktları, 1970-ci il konvensiyasında göstərilən qaydalarının fəaliyyət təsirinə düşür. Bu tarixdən sonra, icrası başlanan kontraktlarda razılaşdırılan xidmətlər də aiddir.

Konvensiyada istifadə olunan terminlərin təyin edilməsi

1979-cu il konvensiyasını tətbiq edəndə, hətta milli qanunvericilikdə başqa şərh verilməsinə baxmayaraq, aşağıda mənası verilən terminlərdən istifadə olunmalıdır.

"İlkin ödəmə"

Tərəflərin istəyinə uyğun, mehmanxana sahibinin tələbi ilə ilkin ödəmə"depozit" və ya "beh" formasında keçirilə bilər.

"Depozit"

Turizm agentliyinin mehmanxana xidmətlərinə görə, ümumi hesabın bir hissəsinin qabaqcadan ödəməsidir. "Depozit" göstərilən xidmətlərin tam haqq-hesabı aparılanda sayılır və ya kontrakt ləğv olarsa, müəyyən olunmuş qaydalara əsasən qaytarılmalıdır.

"Beh"

Fransa qanunvericiliyində beh (arrhes) termini müqavilə kompensasiya kimi baxılır və beh verən tərəfin təqsiri üzündən kontrakt ləğv olunarsa qaytarılmır. Beh alan tərəfin təqsiri üzündən kontrakt ləğv olunarsa ikiqat ödənilir. Konvensiyayı imzalayan tərəflər, bəyan edirlər ki, bu terminə verilən məna doğrudur. Mehmanxana kontraktının tərəfləri hazırkı Konvensiyanın 11-ci maddəsində bəhs edilən "İlkin ödəmə" terminini yuxarıda göstərildiyi kimi şərh edirlərsə, o təqdirdə 1979-cu il konvensiyasının şərtlərinin kompensasiya hissəsi qeyri-məqbuldur.

"Səyahətlər" qrupu

Mehmanxana sahibi və turizm agentliyi qrup halında səyahət edənləri bir kütlə kimi qəbul edirlərsə, mehmanxana sahibi xidmətləri xüsusi şərt və qiymətlərlə təqdim edir.

Pik mövsümü (qeyri-mövsümə bax)

Mehmanxana.

Birbaşa və ya Milli assosiasiya vasitəsilə BMA daxil olan dövlətlərin Milli qanunvericiliyi ilə öz ərazisində mehmanxana adlanan bütün yerləşmə vasitələrinə mehmanxana kimi baxılır.

"Mehmanxana kontraktı"

Mehmanxana sahibinin, turizm agentliyi qarşısında, onun müştərisinə səyahət zamanı xidmətlər təqdim etmək üçün götürdüyü öhdəliklərin kontraktıdır.

"Mehmanxana tarifi"

Mehmanxananın kompleks və ya ayrıca, müştəriyə təqdim etdiyi müxtəlif xidmətlərin rəsmi dərc olunan qiymət preyskurantıdır (qiymət siyahısı).

Fərdi Səyahətçilər

Səyahətçilər qrupuna təqdim olunan güzəştlərdən istifadə edə bilməyən müştərilər.

Qeyri-mövsüm

Yerli təcrübəyə uyğun müəyyən olunan və yerli bazarda şəraitdən asılı olaraq xüsusi kontraktların predmetidir.

Turizm agentliyi.

Beynəlxalq federasiya, milli assosiasiya və ya öz dövlətlərinin qanunvericiliyinə uyğun tanınan fərdi kommersantlar, korporativ təşkilatlardır. (Şirkətlər).

Bunların vəzifəsinə nömrələrin bronlaşdırılması, səyahətçilərin mehmanxanada yerləşdirilməsi və digər xidmətlər daxildir.

Vauçer

Vauçer-turizm agentliyinin nəşr etdirdiyi sənəddir. Bu sənədə əsasən müştəriyə göstərdiyi xidmətə görə turizm agentliyi mehmanxana sahibinə hesabı ödəməyi öhdəsinə götürür. Vauçerdə xidmətlərin növü və ya maksimum qiyməti göstərilməlidir.

Vauçerdə, göstərilən mehmanxana xidmətlərindən istifadə olunmasa, turizm agentliyinin öhdəlikləri, hazırkı konvensiyanın 42-ci maddəsində müəyyən etdiyi həddlə məhdudlaşır.

Vauçerin surəti əlavə təsdiqnamə kimi istifadə oluna bilər (10-cu maddənin "b" bəndinə uyğun).

Əlavə 2^b

Arbitrajda mübahisə qaydalarına baxılması

Arbitraja müraciət etmək (mübahisələri tənzimləmək üçün) daha geniş yayılır.

Bu halda turizm agentlikləri və mehmanxana sahibləri beynəlxalq mübahisələrin tənzimlənməsində üstünlük əldə edə bilərlər.

Xüsusi xarakterli peşəkar fəaliyyəti ilə bizə tanış olan Beynəlxalq təşkilat, arbitraj mübahisələri və təxirəsalınmaz tədbirlərin effektiv tənzimlənməsində arbitraja müraciət edən tərəflərə şərait yaradır. Belə işlər

üçün adi olan beynəlxalq məhkəmədə baxılan mübahisələr uzun müddət zəhmət tələb edən rəsmiyyətçilik halları aradan qaldırılır. BMA/FUAAB əlaqə komitəsi, səlahiyyətə malik olmaqla, qeydiyyatdan keçmiş agentliklərə və üzvlərə zəruri halda Arbitrajın təqdim etdiyi xidmətlərdən istifadə etməyi tövsiyyə edir və müəyyən məsuliyyəti üzərinə götürür.

1. Daimi arbitraj təşkilatı

BMA/FUAAB əlaqə komitəsi eyni dərəcədə agentlikləri və mehmanxana firmalarının nümayəndələrindən ibarətdir, Arbitrlar iki peşənin nümayəndəsindən seçilir. Arbitr qismində peşəkar hüquqşünaslarda təyin oluna bilər.

2. Arbitraja işin verilmə təklifi

Mübahisələri həll etmək məqsədilə BMA-nın üç üzvündən, həm FUAAB-nın turizm agentliyinin üzvündən, arbitraja müraciət edə bilərlər.

3. Arbitraja işin verilmə tələbi

Mübahisəni həll etmək üçün arbitraja müraciət etmək arzusunda olan tərəflər öz tələblərini BMA baş katibinə və ya FUAAB-ın baş katibinə göndərə bilərlər.

Bu tələbnamədə göstərməlidir:

1) tərəflərin adı, şərh və ünvanı;

2) ərizə verənin tələbinin mahiyyəti izah olunmalıdır;

3) tərəflər arasında aparılan yazışmaya əsasən, bağlanan saziş və ya tərəflərin vəzifələrini, hüquqlarını müəyyən etmək məqsədi ilə müəyyən məlumat və mübahisənin yaranmasının səbəblərini aydınlaşdıran digər sənədlər.

4. Cavabdehə tələbi vermək

Baş katib tələbin surətini cavabdehə göndərir;

1) Arbitrajda mübahisəyə baxılmaq tələbini alan cavabdeh tez bir zamanda öz müdafiəsi üçün hər hansı bir təkliflərini və dəlillərini bəyan etmək arzusu ilə baş katibə göndərir. Bundan əlavə özünü müdafiə məqsədi ilə subutlarını müəyyən məlumatlarını və digər sənədlərini göndərir;

2) Cavabın surəti iddiaçıya məlumat üçün göndərilir.

5. Qeydiyyat

Arbitrajda baxılmaq üçün tələbnaməni alan katiblik, arbitrajda baxılan işlərin bütün müddəti ərzində iştirakçıların toplanma və bütün sənədlərin qeydiyyatı aparılan yeridir.

6. Arbitrların seçilməsi

1) Arbitrların seçilməsində aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:

Tənzimlənən mübahisələrin növündən asılı olaraq arbitrların səriştəli peşəkarlığı buna uyğun olmalıdır. Arbitrların milliyəti, mübahisədə iştirak edən tərəflərin milliyətindən olmalıdır.

2) arbitrların siyahısı 0, katiblik tərəfindən təyin olunur ki, onlar işin materiallarının yığıcı və qeydiyyatını aparacaqlar 4 arbitrdan ibarət olacaq 2-si turizm agentliyi və 2-si mehmanxana assosiasiyasının nümayəndələri olmalıdır.

7. Dosyenin (bir işə və ya məsələyə aid bütün sənəd və materiallar) toplanması

İş üzrə materialların toplanması və dosyenin doldurulması arbitrlar üçün qeydiyyat təşkilatı kimi bir vəzifədir.

8. Arbitraj sazişı

1) Arbitraj sazişı e  bir sazişdir ki, tərəflər aydın şəkildə öz qərarlarında bəyan edirlər ki, mübahisələrin tənzimlənməsi arbitraj qaydaları ilə həll edirlər.

2) Bu saziş tənzimlənməyə aid, mübahisənin mahiyyətinə uyğun təyin olunan arbitrları göstərməklə, mübahisədə iştirak edən hər bir tərəfə göndərilir.

3) Bundan sonra, hər bir tərəf  z m dafiası   n irəli sürdüyü dəlil v  tərəflərin göstərildiyi iddianın surətini alır.(madd 4 (1) m dafie qaydalarında nəzərə alınıb).

4) Müvafiq tərzdə imzalanan və iki tərəfdən tarixi qeyd olunmuş saziş qısa müddətə qeydiyyat təşkilatına qaytarılmalıdır.

9. Arbitrlar heyətinə etiraz etmə

1) Saziş imzalamaq mərhələsində tərəflər, təyin olunmuş arbitrlara etiraz etmək huququna malikdir. Bunun   n aşaqıdakılar əsas ola bilər:

- hər hansı bir tərəfin arbitrlarla əlaqəsi və ya qarşılıqlı münasibəti;
- arbitrın bu mübahisədə şəxsi marağı olması;
- hər hansı bir tərəfə qarşı ədavətin olması;
- bu mübahisənin həllində, keçmişdə arbitr kimi iştirak edibsə.

2) Arbitrların dəyişilməsi ilə əlaqədar, tərəflərə yeni saziş imzalamağa təklif olunur.

10. Arbitraj sazişinin əhəmiyyəti

Mübahisələri BMA/FUAAB ilə əlaqə komitəsinin arbitrajına vermək haqqında tərəflərin sazişı, tərəflərin hazırkı qaydalara riayət etməsi deməkdir.

11. Arbitrlara işin materiallarının verilməsi

1) Hər iki tərəfin imzaladığı sazişi alan kimi qeydiyyat təşkilatı, arbitrlara əvvəlcədən hazırlanmış sazişi, işin materialları ilə birlikdə verir.

2) İşin materiallarının arbitraja verilmə tarixi tərəflərə bildirilir.

12. Arbitrajın yeri

Arbitraj, qeydiyyat təşkilatı olan katiblikdə yaranır.

13. Arbitraj araşdırılmasının qaydaları

Arbitraj araşdırma üsulları onların qaydalarına uyğun olmalıdır, bəzi məsələlərin tənzimlənmə qaydalarının olmamansı təqdirdə, mübahisələrin baxılma yeri arbitraj qaydalarına uyğun olmalıdır.

14. Arbitraj araşdırmaları prosesində (işin gedişində) arbitrın dəyişdirilməsi

Arbitr xəstələnersə və ya vəfat edərsə, o halda qeydiyyat təşkilatı, işin araşdırmalarını dayandırmadan əvəzedici təyin edir.

15. Arbitrların mübahisələrə baxması

1) Arbitrlar bütün zəruri vasitələrdən istifadə etmək yolu ilə işlərin baxılmasına başlayırlar. Onlar bir və ya bir-neçə texniki və hüquqi ekspertlər təyin edir, onların vəzifələrini əvvəlcədən müəyyənləşdirir və arbitraj araşdırmalarının maddiliyinin hesabını tələb edə bilərlər;

2) Tərəflərdən biri işin dinlənilməsinə açıq iclasda təkid etmərsə, arbitrlar sənədlər əsasında öz qərarlarını çıxarırlar;

3) Hər hansı bir tərəfdən sorğu alınarsa və ya onların arzusu ilə arbitrlar tərəflərin arbitraja gəlməsini tələb edə

bilərlər, bu halda onlar qeydiyyat təşkilatına müraciət edirlər, təşkilat öz növbəsində onlara çağırış göndərir;

4) Tərəflərin şəxsən özləri və ya lazımı qaydada rəsmiləşdirilmiş nümayəndələri gələ bilərlər;

5) Tərəflərin arbitrajda yeni və ya qarşılıqlı tələblər bəyan edərsə, bunları yazılı şəkildə təqdim etməlidirlər. Tələb irəli sürülən tərəfin razılığı olmadan arbitrlər belə tələbləri qəbul etmək hüququna malik deyillər.

16. Arbitraj qərarları-mübahisələrin baxılma müddəti

Arbitrlərin işə baxılmasından sonra, alınan nəticə kimi, arbitrajın qərarı, arbitrlərə arbitraj sazişini verəndən üç ay müddətinə çıxarılmalıdır. Mübahisəni daha ətraflı baxmaq məqsədi ilə bu müddət bir ay uzadıla bilər.

17. Arbitraj qərarında tərəflərin əldə olunmuş sazişinin möhkəmləndirilməsi

Tərəflər, arbitrlərin mübahisəyə baxmazdan əvvəl sazişə nail olduqda, bu fakt məlum sazişi möhkəmləndirən arbitraj qərarında müəyyən olunur.

18. Arbitraj qərarının çıxarılmasını mümkünsüzlüyü

Arbitrlər arasında fikir ayrılığı olan təqdirdə, bunu müvafiq sənədlə rəsmiləşdirməyə borcludurlar.

Öz rəylərini bu sənəddə dəqiq ifadə etməli və əsaslandırılmalı və ya ayrıca sənədlə bunu qeyd etməlidirlər. Bu qərarında onlar münsiflər məhkəməsinə təyin etməlidirlər.

19. Münsiflər məhkəməsinin təyin olunma qaydaları

1) Mübahisədə iştirak edən tərəflərin qəbul etdiyi qərarı, münsiflər məhkəməsi başqa bir müddət təyin olunmayıbsa, bir ay müddətinə çıxarmalıdır;

2) Baxılan işlə əlaqədar, müxtəlif nöqtəyi-nəzərə malik arbitrlarla məsləhətləşmədən əvvəl, münsiflər məhkəməsi öz qərarını çıxarmaq hüquqi yoxdur;

3) Münsiflər məhkəməsi bu və ya digər arbitrlar qrupunun rəyinə uyğun qərar qəbul etməlidir, bu halda öz qərarını əsaslandırmağa borclu deyil.

20. Arbitraj qərarının çıxarılması

Arbitraj araşdırılmasının keçirildiyi yerdə və arbitrların imzaladığı gündən arbitraj qərarı çıxarılmalıdır.

21. Arbitraj qərarının çıxarılması haqqında tərəflərin xəbərdar olunması

Çıxarılmış arbitraj qərarının sürəti, arbitrların imzası ilə, mübahisədə iştirak edən tərəflərin qeydiyyat təşkilatlarına göndərilir.

22. Arbitraj qərarının qəti və məcburi xarakteri

1. Arbitraj qərarı qətidir.

2. Tərəflər BMA/FUAAB arbitrajına öz mülahizələrini verərkən, qərarlarını yerinə yetirmək və bu qərarı şərh etməyi öz öhdələrinə götürürlər.

23. Arbitraj qərarının saxlanması

Hazırkı qaydalara uyğun çıxarılan arbitraj qərarlarının mətninin əsli (orijinalı) BMA-nın baş katibliyinə və FUAAB-ın baş katibliyinə saxlamaq üçün verilir.

24. Arbitraj xərcləri haqqında qərar

Arbitraj qərarında mübahisələrin tənzimlənməsinə aid bəndə əlavə olaraq zərurət olarsa, bu xərcləri ödəyən tərəfləri göstərməklə arbitraj xərcləri haqqında qərar çıxarıla bilər və ya xərclər tərəflər arasında bölüşdürülə bilər.

Zərurət olan təqdirdə arbitraj xərclərinə aşağıdakılar daxildir:

- İnzibati xərclər;
- Arbitraj yığımı;
- Ekspertiza aparılarsa, ekspertlərin haqqını ödəmək;
- Arbitrajın nəqliyyat xərcləri.

Əlavə 3

BEYNƏLXALQ MEHMANXANA QAYDALARI

2 noyabr 1981-ci ildə Nepalın paytaxtı Katmandu şəhərində Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası Şurası tərəfindən tövsiyyə olunmuşdur

Giriş

Beynəlxalq mehmanxana qaydaları ilk dəfə olaraq 60 il bundan əvvəl Beynəlxalq Mehmanxana Assosiasiyası tərəfindən dərc olunmuşdur. Bundan sonra bu qaydalara bir neçə dəfə yenidən baxılmışdır. Lakin beynəlxalq turizmin son 20 ildə inkişafını nəzərə alaraq bu qaydalara yenidən baxılması zəruri hesab olunur.

I. Məqsəd

Beynəlxalq mehmanxana qaydalarının məqsədi mehmanxanalarda yerləşdirmək haqqında müqavilələrə aid məsələlərin tənzimlənməsi üçün ümumi qəbul edilmiş beynəlxalq ticarət təcrübəsinin kodifikasiyasından,

yeni sistemə salınmasından ibarətdir. Bu qaydalar qonaqların və mehmanxana sahiblərinin qarşılıqlı hüquq və vəzifələri barədə onlara məlumat verməyə xidmət etməlidir.

Bu qaydalar dövlətlərin milli qanunvericiliyində müqavilə münasibətlərinə aid olaraq nəzərdə tutulmuş əsasnamə və nizamnamələrə əlavələrdir. Bu qaydalar həmin dövlətlərin qanunvericiliyində mehmanxanada yerləşdirmə müqaviləsinə aid spesifik qaydaların mövcud olmadığı təqdirdə tətbiq edilir.

II. Müqavilənin tərəfləri

Mehmanxanada qalan şəxs müqavilənin tərəfi kimi iştirak etməyə bilər, belə ki, mehmanxanada yerləşdirmə haqqında müqavilə onun adından üçüncü bir tərəflə bağlana bilər. Bu qaydalar çərçivəsində **müştəri** termini mehmanxanada yerləşdirmə haqqında müqaviləni bağlamış və bu cür yerləşdirmə üçün haqqın ödənilməsinə görə məsuliyyət daşıyan hər hansı bir fərdi və ya hüquqi şəxsi təmsil edir. **Qonaq** termini mehmanxanada qalmaq və ya yerləşmək arzusunda olan fərdi nəzərdə tutur.

I HISSƏ MÜQAVİLƏ MÜNASİBƏTLƏRİ

Maddə 1. Qonaqların mehmanxanada yerləşdirilməsi haqqında müqavilə

Yerləşdirmə müqaviləsinə uyğun olaraq mehmanxana sahibi qonağı mehmanxanada yerləşdirməli və əlavə xidmətlərlə təmin etməlidir.

Nəzərdə tutulur ki, mehmanxana nömrəsinin və qonaqların ümumi tələbatlarını təmin etmək üçün adətən təklif olunan digər rahatlıqların istifadə edilməsi daxil olmaqla, təklif olunan xidmətlər mehmanxananın dərəcə-sindən asılı olaraq orada göstərilən adi xidmətlərə uyğundur.

Müştəri müqavilə qiymətinə uyğun olaraq yerləş-dirmə haqqının ödənilməsinə görə məsuliyyət daşıyır.

Müqavilənin şərtləri mehmanxananın dərəcə-sindən, milli qanunvericilikdən və ya mehmanxana fəaliyyətinə dair təlimatlardan (mövcud olduğu halda), beynəlxalq mehmanxana və qonağa təqdim olunan meh-manxananın daxili nizam qaydalarından asılıdır.

Maddə 2. Müqavilənin forması

Müqavilə hər hansı xüsusi formaya malik deyildir.

Müqavilə bir tərəfin digər tərəfə təklif etdiyi şərtlərlə ümumi razılaşma əldə olunduğu zaman bağlanmış hesab olunur.

Maddə 3. Müqavilənin müddəti

Müqavilə müəyyən olunmuş və yaxud qeyri-müəyyən müddətə bağlana bilər.

Müqavilə təxmini müddətə bağlandığı zaman razılaşdırılmış müddət kimi ən qısa müddət qəbul olunur.

Müqavilədə başqa cür nəzərdə tutulmayıbsa və bir gündən artıq yerləşmə haqqında razılıq əldə olunmayıbsa, yerləşdirmə müqaviləsinin müddəti müştərinin mehmanxanaya gəldiyi gündən sonrakı gün saat 12.00-da qurtarır.

İstənilən qeyri-müəyyən müddətli müqavilə bir günlük müqavilə qismində qəbul olunur. Bu halda tərəflərdən biri ertəsi gün saat 12.00-da qüvvəsi qurtaran müqavilənin başa çatması barədə məlumat verməlidir.

Mehmanxana tərəfindən bu məsələyə aid olaraq qonağa verdiyi məlumat müştəriyə verilmiş məlumat kimi qəbul olunmalıdır.

Maddə 4. Müqavilənin icrası

Mehmanxananın sahibi və müştəri müqavilənin şərtlərinə hörmətlə yanaşmağa borcludurlar.

Maddə 5. Müqavilənin yerinə yetirilməməsi

Müqavilənin tam və ya qismən yerinə yetirilmədiyi halda təqsirli tərəf digər tərəfin çəkdiyi bütün itkilərin əvəzini tam ödəməlidir. Zərər çəkmiş tərəf ehtimal edilən itkilərin azaldılması məqsədilə zəruri olan bütün tədbirlərin görülməsini öz üzərinə götürür.

Mehmanxana sahibi müqaviləni yerinə yetirə bilmədiyi halda o, həmin yerə müvafiq, keyfiyyət etibarı ilə bərabər olan və ya daha yüksək standartda uyğun digər yerin axtarılması üçün tədbir görməlidir. Bununla əlaqədar ortaya çıxan bütün əlavə xərclər mehmanxana sahibi ödəməlidir. Bunları təmin etmədiyi halda o, zərərçəkənə kompensasiya ödənilməsi üçün cavabdehdir və məsuliyyət daşıyır.

Maddə 6. Müqavilənin qurtarması

Milli qanunvericiliyin və ya milli ticarət təcrübəsinin müqavilə şərtlərini başqa cür şərh etdiyi hallar istisna olmaqla, tərəflərin qarşılıqlı razılığı olmadan heç bir müqavilə tam icra olunmamış bitmiş hesab edilə bilməz.

Maddə 7. Ödəniş

Mehmanxana tam və ya qismən ilkin ödəniş tələb edə bilər.

Mehmanxana müştəridən avans (beh) şəklində müəyyən pul məbləğini aldığı halda bu məbləğ təklif olunacaq yerləşdirmə və əlavə xidmətlər göstərilməsi üçün ilkin ödəmə kimi nəzərdə tutulmalıdır.

İlkin ödənişin qaytarılmaz olduğu barədə tərəflər arasında qabaqcadan danışılmadığı halda ilkin ödənilən məbləğ ödənişə tələb olunan məbləğdən artıq olduqda mehmanxana bu məbləğlər arasında olan fərqi müştəriyə qaytarmalıdır.

Haqq-hesab verildiyi andan quvvəyə minmiş hesab olunur.

Qabaqcadan razılaşıdırılmadığı halda mehmanxana çeklərin, kuponların, kredit kartlarının və ya digər nağdsız haqq-hesab vasitələrinin qəbul edilməməsinə görə məsuliyyət daşımır.

Mehmanxana tərəfindən başqa qaydalar nəzərdə tutulmadığı halda ödəmələr müvafiq milli valyuta ilə həyata keçirilməlidir.

Maddə 8. Müqavilənin pozulması

Müqavilə üzrə şərtlərin ciddi və ya təkrarlanan pozulmaları zərərçəkən tərəfin müqaviləni qabaqcadan xəbərdar etmədən dərhal dayandırmasına hüquq verir.

II HİSSƏ DİGƏR VƏZİFƏLƏR

Maddə 1. Mehmanxana sahibinin məsuliyyəti

Mehmanxana sahibinin hüquqi məsuliyyəti dövlət qanunvericiliyi tərəfindən müəyyən olunur.

Dövlət qanunvericiliyində müvafiq nizamnamələrin və ya əsasnamələrin olmadığı halda Avropa Konvensiyasının 17 dekabr 1962-ci ildə qəbul edilmiş əsasnaməsi tətbiq olunmalıdır.

Mehmanxana sahibinin və ya onun işçilərinin günahı aşkar olduğu hallar istisna olmaqla, mehmanxanada qalan qonağa məxsus əşyalara görə məsuliyyət, adətən, məhdud xarakter daşıyır.

Mehmanxananın qiymətli əşyaları qəbul etmə vəzifəsi həmin mehmanxananın ölçüsündən və dərəcəsiindən asılıdır.

Qonağı vaxtında məlumatlandırmaqla qiymətli əşyalara görə məsuliyyəti məntiqi şəkildə məhdudlaşdırmaq mümkündür.

Mehmanxana sahibi qonaqların avtomatlaşdırma və onların içindəkilərə görə məsuliyyət daşımır.

Madde 2. Qonağın/müştərinin məsuliyyəti

Qonaq (müştəri) şəxslərə, binaya, dekorasiyaya və avadanlığa vurduğu hər hansı zərərə görə mehmanxana sahibi qarşısında hüquqi məsuliyyət daşıyır.

Madde 3. Qonağa məxsus əmlakın saxlanması

Mehmanxanaya ödənilməli hər hansı məbləğin ödəniş təminatı kimi mehmanxana qonağın mehmanxanaya gətirdiyi istənilən əmlakı saxlamaq və gələcəkdə ticarət qiymətinə uyğun olaraq satmaq hüququna malikdir.

Madde 4. Qonağın davranışı

Qonaq mehmanxanada qəbul olunmuş adət və daxili nizam qaydalarına uyğun davranmalıdır.

Daxili nizam qaydalarının ciddi və ya təkrarlanan pozuntusu mehmanxanaya məqavilənin qabaqcadan xəbərdarlıq etmədən dərhal ləğv etməsinə hüquq verir.

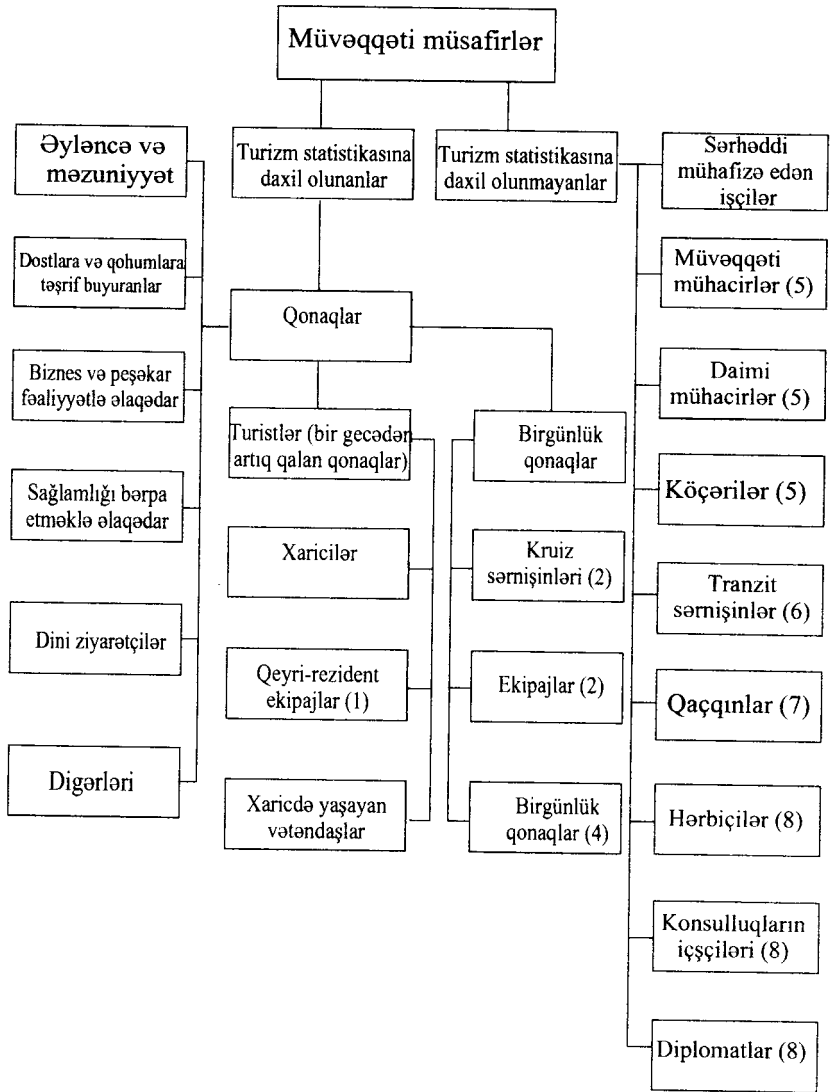
Maddə 5. Ev heyvanları

Qonaq mehmanxanaya özü ilə birgə ev heyvanlarını gətirmək arzusunda olduğu zaman o buna həmin mehmanxananın daxili nizam qaydaları tərəfindən icazə verilməsinə qabaqcadan əmin olmalıdır.

Maddə 6. Nömrələrin tutulması və azad edilməsi

Başqa cür nəzərdə tutulmadığı halda qonaq üçün sifariş olunmuş nömrə(lər) saat 14.00 üçün hazırlanmalı, mehmanxanadan çıxan qonaqların nömrələri isə saat 12.00 üçün boşaldılmalıdır.

Müvəqqəti olaraq xarici ölkəyə gələnlərin təsnifatı ¹



¹ ÜTT-nin sənəd. 1987-ci il

1. Qaldığı ölkənin vasitələrindən istifadə edən xarici təyyarə və gəmilərin ekipaj heyəti;

2. Gəmi ilə gəldiyi ölkədə, neçə gün qonaq qalmasından asılı olmayaraq, gəmidə gecələyən səyahətçilər (1965-ci il Beynəlxalq Dəniz Təşkilatının təyinatına görə);

3. Gəldiyi ölkənin rezidenti olmayan və bu ölkədə istirahət üçün 1 gün qalan ekipaj heyəti;

4. Ölkəyə gələn və bir neçə gün bu ölkədə qalıb, istirahət, məzuniyyət, əyləncə keçirən, dost və qohumlarına təşrif gətirən, sağlamlığını bərpa edən, dini yerləri ziyarət edən, 1 günlük tranzit olan və digər turizm məqsədi ilə qalan qonaqlar;

5. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) təyin etdiyi statusla, 1980-ci il Beynəlxalq Miqrasiya Statistikasına üzrə Tövsiyələri;

6. Təyyarə və dəniz limanlarının tranzit zonalarında yaşamayan, bu zonalarda hərəkət edən (transfer) sənişinlər;

7. 1967-ci il Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Qaçqınlar üzrə Ali Komissiyasının təyin etdiyi status;

8. Öz ölkələrindən səyahət edib xidmətə gedən və qayıdan (həmçinin ailəsi ilə birlikdə) diplomatlar.

OTEL BİZNESİNDƏ İŞLƏDİLƏN TERMLƏRİN “İNGİLİS – AZƏRBAYCAN” DİLİNDƏ QISA LÜĞƏTİ

1. **Adjoining rooms** – aralarında birləşdirici qapı olmayan 2 və daha artıq yanaşı yerləşmiş nömrələr.

2. **Advance deposit** – qonaqların gəlişindən əvvəl otelə ödənilən pul məbləği.

3. **Advance payment** – öncədən bron olmadıqda qonağın qeydiyyatı zamanı otel tərəfindən alınan ödəniş.

4. **Aminity** – otelin adından qonağa verilən hədiyyə: qələm, çanta, qovluq və s.

5. **Average daily rate, ADR** – nömrənin bir günlük orta qiymətə satılması (otelin səmərəli fəaliyyətini xarakterizə edən əsas əməliyyat göstəricilərindən biridir. Gün ərzində satılmış bütün nömrələrin qiymətlərinin yekunu hesablanır və alınmış məbləğ satılmış nömrələrin sayına bölünür).

6. **Average guest check** – müştərinin oteldə xərclədiyi orta pul məbləği. Adətən bu göstəricidən restoranlarda istifadə olunur.

7. **Amenities** – maddi komfortun və rahatlığın xarakterik cəhətləri müştəridə müəssisə haqqında xoş təəssürat yaradır.

8. **Back of the house** – bek hauz (bu termin restoran və ya otelin o hissələrinə aid edilir ki, orada adətən müştərilər olmurlar. Bura, alış-verişlərin edilməsi, malların alınması, onların qəbulu, saxlanması və paylanması, yeməklərin bişirilməsi, yerlərin təmizlənməsi, smeta dəyərlərinin dəqiqləşdirilməsi, mühasibat uçotlarının aparılması və nəzarət funksiyalarının yerinə yetirilməsi daxildir. Bundan əlavə bu termin cəm şəklinə müəssisənin yuxarıda göstərilən bölmələrində və şöbələrində işləyən işçilərə aid edilir.

9. **Bed and Breakfast (B&B)** – kiçik otel. Yataq və səhər yeməyi nömrənin qiymətinə daxildir. Səhər yeməyi tam və ya kontinental ola bilər.

- 10. Cancellation** - əvvəlcədən edilmiş bronun (sifarişin) ləğv edilməsi.
- 11. Check in** – müştərinin otelə gəlməsi (qeydiyyat).
- 12. Check-out-time** – müştəri oteli müəyyən olunmuş vaxtdan gec tərk edə bilməz.
- 13. Commision** – otelin, satılmış nömrələr müqabilində turist firmasına ödədiyi pul məbləği;
- 14. Complimentary rooms** – pul ödənilməyən nömrələr.
- 15. Connecting rooms** – ümumi qapı ilə birləşən yanbayan 2 otaq (əlaqəli otaqlar).
- 16. Confirmation** – məlumat məktubu: otelə gələcək qonaq üçün bronun təsdiqi, qonaq üçün nəzərdə tutulmuş otaq haqda məlumat. (qonağın gəliş və gediş tarixi, otağın qiyməti).
- 17. Corporate rate** – otel və şirkətlər arasında razılaşdırılmış xüsusi qiymətlər.
- 18. Contracted rate** – otel ilə turist firması arasında məxfi qiymətlər.
- 19. Concierge** – otelin uniformada olan, onun üçün ayrılmış xüsusi bölmədə və ya mərtəbədə xidmət göstərən, müştərilərin suallarına cavb verən və ya onlara xüsusi xidmətlər göstərən əməkdaşı.
- 20. Catering** – böyük tədbirlər: banket və digər tədbirlər, konfransların planlaşdırılması, onların iştirakçılarına xidmət göstərilməsi.
- 21. Clinic** – praktiki məşqlər (iştirakçıların lazımi hərəkətləri müstəqil yerinə yetirərək öyrəndikləri təlim növü).
- 22. Classroom – Style meeting** – toplantı sxemi (sinif otağı şəklində toplantı forması).
- 23. Symposium** – simpozium (formal xarakterli görüş, mütəxəssislərin hər hansı bir mövzu və ya bir-biri ilə əlaqəli bir neçə mövzular barədə qısa çıxışları).
- 24. Central reservation system** – mərkəzləşmiş bronlaşdırma sistemi. Müştəri zəng etməklə bu sistemə aid olan otellərin hər hansı birində nömrə sifariş edə bilər.

25. Day use rate – yarım gün üçün ödəniş (gündüz, hesablama vaxtından sonra).

26. D.N.A. (did not arrive) – qonaq gəlmir, amma onun üçün olan bron saxlanılır.

27. Double rooming – iki müştərinin səhv olaraq bir nömrəyə bronu qeyd olunub (ikiqat bronlaşdırma).

28. Database – məlumatlar bazası (ardıcıl sıralanmış informasiya yığını, məsələn, soyadı, ünvanı, nömrənin qiyməti və s. məlumatlar).

29. Direct bill – müştəri oteldə yaşayıb və tərk edərkən ödəniş etmir, hesab onun üçün bron etmiş şirkətə göndərilir.

30. Entrepreneur – sahibkar (şirkət yaradan, onu idarə edən və onun işləməsində üzərinə risk götürən şəxs).

31. Employee training – işçilərin hazırlanması (bir çox müəssisələrdə bu fasiləsiz şəkildə aparılan fəaliyyət növüdür. Bu işlə təlim meneceri məşğul olur.

32. Executive committee – idarə heyəti (otelin bütün şöbə müdirlərinin daxil olduğu heyət).

33. Exposition, trade show – sərgi (peşəkarlar arasında informasiya mübadiləsinin aparılması üçün keçirilən tədbir).

34. Family plan – 12 yaşına qədər olan uşaqlar oteldə yer alırsa əlavə ödəniş alınmır.

35. Floor supervisor – mərtəbə nəzarətçisi (böyük otellərdə otaqları yığışdıran xadimələrin işlərinə nəzarət edən işçi).

36. Front office manager – ön büro meneceri (ön büronun işlərini idarə edən menecer).

37. First in, first out – ilk qəbul olunan, ilk xidmət göstərilən, ilk təqdim olunan və s. (ilk sifariş olunan, birinci istifadəyə verilən).

38. Forecasting – proqnozlaşdırma.

39. Forum – forum (işçirakçılarla müzakirə olunan ictimai yığıncaq və ya məruzə).

40. Franchiser – franqayzier (başqa şəxs və şirkətlərə onun adından istifadə edib mallarını satmaq hüququ verən şəxs).

41. Franchisee – franqayzi (bşqa şəxs və ya şirkətlərin və ya icazəsi ilə onların adı (nişanı) altında öz mallarını satan şəxs və ya şirkət).

42. Franchise – franşiz (öz məhsulunu və ya təqdim olunan xidmətləri satmaq üçün bir şirkət digər şirkətin nişanından (marka) icazə ilə istifadə edir).

43. Front of the house – (işçilərin müştərilərlə kontakta girdikləri bütün bölmələr. Holl, dəhlizlər, lift, qonaqlar üçün nömrələr, restoran və barlar, yığıncaq keçirilən yerlər, istirahət otaqları və s.).

44. Forecast – qarşıdakı müəyyən müddət ərzində otelin dolu nömrələri haqqında məlumat (proqnoz).

45. Guaranteed reservation – müştəri və ya şirkət, müştərinin otelə gəlmədiyi halda onun nömrəsinin pulunu ödəməyi öhdəsinə götürür.

46. Guest folio – otelin müştəri üçün çap olunmuş hesab kağızı.

47. Guest history - əvvəllər oteldə qalmış müştərilər haqda ətraflı məlumat.

48. Grievance – narazılıq bildirilməsi (əməkdaşın işə götürənə etdiyi şikayət).

49. General manager – baş menecer (qonaqpərvərlik sənayesində fəaliyyət göstərən müəssisəyə və əməkdaşlara rəhbərlik edir və məsuliyyət daşıyır. Birbaşa şirkətin rəhbərliyinə və ya sahibkara tabedir, otelin rentabelli işləməsinə cavabdehdir).

50. Hospitality – qonaqpərvərlik: 1) qonaqları xoş məramla yüksək səviyyədə qarşılamaq; 2) evindən kənarında olan insanlara göstərilən xidmətlərin geniş növləri.

51. Human resources manager – kadrlar üzrə menecer. Kadrlar şöbəsinin müdiri.

52. Hotelier – otelə baxan, sahibkar və ya idarə edən işçi.

53. Hospice – qədim fransız sözüdür (“qərib yolçuların evi” mənasını verir). Müştəriyə rahatlıq yaratmaq, ona qayğı göstərmək mənasını daşıyır. “Hospitality” (qonaqpərvərlik) sözü buradan meydana gəlib.

54. Job description – vəzifə təlimatları.

55. Joint venture – birgə müəssisələr (iki və ya daha çox işçi tərəfindən idarə olunan ticarət müəssisələri).

56. Late check out – müştərinin razılaşdırılmış şəkildə “check out” (12:00) vaxtından sonra haqqı ödənilmədən qalması.

57. Labor intencive – işləmək üçün daha çox əməkdaş cəlb etmə (çoxsaylı qonaqların ehtiyaclarını ödəmək üçün işçilərin iştirakı).

58. Leads – potensial (konfransların təşkili ilə məşğul olan mehmanxana əməkdaşının istifadə etdiyi jarqon. Bu terminlə onların müştəriləri olacaq insanları adlandırırlar).

59. Meal plan – qiymətlər:

EP (European Plan) – yalnız yaşayış;

RB (Room & breakfast) – yaşayış (kontinental səhər yeməyi);

CP (Continental Plan) – yaşayış (səhər yeməyi: isveç masası);

HB (Half Board) – yaşayış (kontinental səhər yeməyi, nahar);

MAP (Modified American Plan) – yaşayış (səhər yeməyi – isveç masası və nahar);

FB (Full Board) – yaşayış (səhər yeməyi – isveç masası, ikinci səhər yeməyi və ya nahar).

60. Management contract – idarəçilik üzrə kontrakt (müəssisənin sahibkarı və otelin meneceri arasında yazılı formada bağlanan saziş). Sahibkar meneceri öz agent kimi oteli idarə etmək üçün təyin edir və otelin idarəçiliyində məsuliyyəti onun üzərinə qoyur.

61. Marketing mix - əsas marketinq üsullarını göstərən termdir. Yer, məhsul, qiymət, tərəfdaşlıq, qablaşdırma, proqramlaşdırma. Bu terminlər hamısı ingilis hərfi P ilə başlayır.

62. Management – proqnozlaşdırma funksiyalarının yerinə yetirilməsi, planlaşdırma, qərarların qəbul edilməsi, əlaqələrin qurulması işin təşkil olunması və əməkdaşların işə həvəsini və istəyini əsaslandırmaq.

63. Meeting – yığıncaq (ümumi məqsədə görə insanlarla görüş).

64. Multiplier effect – multiplikator effekti (yeməyin və otelin nömrələrini ödəmək üçün daxil olan pul məbləğini nəzərə alan konsepsiya. Bu məbləğin müəyyən hissəsi yerli idarəçiliyə, əmək haqqına, yeməklərin və xidmətlərin sifarişinə, yerli işçilərin mükafatlandırılmasına sərf olunur.

65. Megaresort – superkurort (əyləncələr və qumar oyunları keçirilən iri mehmanxana kompleksləri. Burada nömrə fondu 1000-dən çox olur. Böyük oyun zalları, rəqs zalları, pərakəndə qida ticarətinin pərakəndə satış nöqtələri. Burada qonaqlar üçün nömrədə xidmət, banketlər təşkil olunur. Pərakəndə satış üçün çoxlu mağazalar var.

66. No show – qonaq üçün nömrə sifariş olunur, lakin qonaq gəlmir.

67. Night auditing – gecə auditi (müşərilərin hesablarının yoxlanılması və balansının çıxarılması).

68. Occupancy – otelin nömrələrinin dolu olmaq faizi.

69. Out of order – nömrə müştəri qəbul etmək üçün hazır deyil;

70. Overbooking – otel və kurort biznesində istifadə olunan bir praktika. Nömrə sayından 10-15% çox bron götürülür ki, gəlməyən bronlar olduqda otel zərərə düşməsin.

71. On line – mərkəzləşdirilmiş sistemlə internetə qoşulma.

72. Package – yerləşdirmə, qida və digər xidmətlər, uyğun qiymətlərlə müştəriyə təqdim olunur.

73. Pre-registration – qonağın qeydiyyat kartı qonaq gəlməzdən qabaq kartı inzibatçı hazırlamalı və qonağa təqdim etməlidir.

74. Performance evaluation or appraisal – iş göstəricilərinin dəyərləndirilməsi (menecerin hər-hansı bir işçi ilə aşağıdakı məqsədlərlə müsahibəsi: 1) əməkdaşı, onun işinin müəssisə tərəfindən müəyyən olunmuş standartlara nə dərəcədə cavab verdiyi barədə məlumatlandırmaq; 2) əməkdaşların işə qəbulu və onların peşə hazırlığı məsələləri şöbənin menecerinə başa salınır və kömək edilir.

75. Property management system – müəssisələrin idarə etmə sistemi (nömrələrin qiyməti, boş yerlərin olması, bronlaşdırılmış nömrələr haqqında məlumatın verilməsi və saxlanılması sistemi. Bu sistemə pərakəndə ticarət obyektləri haqqında məlumat daxil edilə bilər (barlar, restoranlar və s.). Bu sistem vasitəsi ilə oteldə yaşayan qonağın bütün məsrəfləri qeyd olunur;

76. Room change – qonağın oteldə yaşadığı müddətdə nömrəsini dəyişir (nömrənin dəyişilməsi).

77. Rooming list – turizm agentliyi nömrələrin bronu üçün, otelə gələcək turist qrupunun adları olan geniş siyahını təqdim edir.

78. Resort – kurort (əyləncə və istirahət üçün təqdim olunan yer).

79. Share with – bir nömrədə yaşayan qonaqlar üçün ayrıca hesabın verilməsi.

80. Single occupancy – dərəcəsiindən asılı olmayaraq nömrədə bir nəfər yaşayır (nömrəyə bir nəfər yerləşdirilir).

81. Stay over – qonaq oteldə yaşamaq müddətini uzadır.

82. Sleep out – qonaq nömrəni alır, lakin o nömrədə gecəlmir.

83. Slip – nömrə tutulub, lakin hesabı ödənilməyib.

84. Skip – qonaq oteli tərk edərək nömrənin pulunu verməyib.

85. Suites – apartamentlər (yaşayış otaqları, mətbəx və qonaq otağı ilə).

86. Seminar – seminarlar (insanların görüşüb öz nöqteyi-nəzərlərini çatdıraraq çıxışlar və müzakirələr etməsi).

87. Suggestive selling – suttestiv tövsiyyə (otelin əməkdaşı qonağa hər hansı bir xidməti və ya məhsulu almağı təklif edir).

88. Spreadsheets – elektron cədvəl (mühasibatın baş kitabçasının elektronlaşdırılmış variantı. Məlumatlar rəqəmsal xarakterlə hesablanır, həm də bu informasiya əsasında köməkçi hesablamalar da yaddaşa verilir).

89. Tour group – turizm şirkəti tərəfindən nömrələri bronlaşdırılmış turist qrupu.

90. Twin – iki ayrı yataqlı iki nəfərlik nömrə.

91. Turnover rate – personal axınının göstəricisi (müəssisədə hal-hazırda çalışan işçilərin sayı, təhlil müddətində köhnə işçiləri əvəz edən yeni işçilərin sayına bölünür).

92. Triple net lease – üçqat təmiz lizinq (icraçı bütün dəyişiklikləri, sığortanı, kommunal xərcləri və digər kommersiya hesablarını ödəyir. Məsələn: ətrafın yaşıllaşdırılması, avtomobil meydanlarının genişləndirilməsi, müəssisənin təhlükəsizliyinin təmin olunması və s.).

93. Upgrade – müştəri ucuz qiymətlə baha otaqda yaşayır.

94. Upsell – müştəriyə istədiyindən daha yüksək dərəcəli nömrə, daha baha qiymətə satılır.

95. Vacant room – satılmağa hazır olan boş otaq.

96. Vaucher – nömrənin pulunun ödənildiyini göstərən sənəd, çek.

97. Yield management – gəlirlərin idarə edilməsi (əvvəl sifariş olunmuş müxtəlif tipli bronlaşdırılmış nömrələrin təhlili, nömrələrə qiymətlərin qoyulması, sifariş olunmuş nömrələri ləğv etmək, qonaqların gəlməməsi, maksimum gəlir əldə etmək üçün, otelin nömrələrinə daha müvafiq qiymətlər qoyulması və s.).

98. Walk in – otelə özü gələn sərbəst qonaq.

99. Walk out – müştəri nömrəni ödəmədən oteli tərk etdi.

RESTORAN BİZNESİNDƏ İŞLƏDİLƏN TERMİNLƏRİN “İNGİLİS – AZƏRBAYCAN” DİLİNDƏ QISA LÜĞƏTİ

1. A la Carte – 1) yemək və içkilərin ayrıca qiymətlərlə göstəriləyi menyuyu; 2) qabaqcadan sifariş olunub, hazırlanıb verilən yeməkdən fərqli olaraq, burada fərdi sifarişdən sonra yemək hazırlanır.

2. Alcohol – alkoqollu içki.

3. Aperitif – apirtiv (hər-hansı ədviyyat və otlar da əlavə olunaraq dərəcəsi artırılmış içki. Adətən yeməkdən əvvəl istifadə olunur.

4. Cuisine – mətbəx (yeməklərin norma çərçivəsində hazırlanması və təqdim edilməsi).

5. Contribution margin – gəlir marjı. Yeməyin satış qiymətindən maya dəyərini çıxmaqla təyin olunur və rentabelliğin ölçüsüdür. (menyunu xarakterizə edən əsas əməliyyat göstəricilərindən biri).

6. Call package – sifariş paketi. (qonaqların istədiyi hər hansı brendi bar müəyyən edib təqdim edir).

7. Contractors – podratçı (bağlanmış müqavilə əsasında müştərilərini ərzaqla təmin edən şirkətlər).

8. Celebrity restaurants – məşhur şəxslərin restoranları (məşhur insanların bu restoranlarda qismən və ya tam payı vardır).

9. Champagne – şampan şərəbi (fransız əyalətlərində hazırlanan köpüklənən şərab).

10. Chef-de-Partie – baş aşbazın rəhbərliyi altında yeməklər hazırlayan növbə üzrə aşbaz.

11. Dram shop legislation – içkixanaların fəaliyyəti haqqında qanunvericilik (qablaşdırılmamış şəkildə süzülüb

satılan spirtli içkilərin fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin qanun üsullarının cəmi).

12. Ethnic Restaurant – etnik restoran (xüsusi ölkələrin mətbəxlərinin təqdim edildiyi restoran: məsələn, Çin, Meksika, italyan mətbəxi və s.).

13. Entremetier – tərəvəz yeməkləri üzrə aşbaz.

14. Finger foods – qablaşdırılmış qəlyanaltı (yemək ləvazimatı olmadan əl ilə yeyilən yeməklər).

15. Fortified wines – tündləşdirilmiş şərab.

16. Full-service restaurants – tam servis verən restoran: 1) müştəri yeməyi sifariş edə bilər. 2) mütərilərə menyu üzrə ondan çox əsas yemək təqdim edə bilən restoran.

17. Fermentation – kimyəvi proses zamanı, droj ilə qənd və tərkibində qənd olan məhsullar ilə əlaqəyə girir. Məsələn, buğda və ya meyvələr ilə kimyəvi proses nəticəsində spirt alınır.

18. Garde manger – desert və salatlar, soyuq qəlyanaltılar hazırlayan aşbaz.

19. Kitchen brigade – mətbəx komandası (mətbəxdə əməyin təşkili sistemi. Burada işçilər yeməyin hazırlanması prosesində ayrıca vahid qruplara bölünürlər).

20. Lager beer – ağ pivə.

21. Mise en place – “hər şey öz yerində”: xidmətə tam hazır vəziyyət. Yeməyin hazırlanması üçün lazım olan bütün ərzaqların və mətbəx ləvazimatlarının yerində olması).

22. Menu engineering – menyunun tərkibinin hazırlanması (yeməklərin seçilməsi).

23. Must – üzüm şirəsi (qarışıq, yumşaq, nazik qabığı olan üzüm, tumları və salxımı).

24. Mush Tub – şirə alınması üçün ölçü qabı (paslanmayan poladdan və ya misdən olan qab. Pivənin hazırlanmasında və buğda və suyu qatışdırıb qızdırılmasında istifadə olunur).

25. Prime Cost – birbaşa xərclər (satılmış yeməyin maya dəyəri və əmək haqqının məsrəfləri, o cümlədən əməkdaşlara

verilən digər pul haqqları). Restoran üçün ən çox sərf olunan xərclər.

26. Proof – tündlük (fransız sözüdür, içkidə spirtin xarakterik tərkibinin göstəricisi).

27. Poissionier – balıq yeməkləri üzrə aşbaz.

28. Quick service restaurants – tez xidmət göstərən restoran.

29. Russian Service – rus üslubunda xidmət (yeməyin tamamilə və bütöv şəkildə mətbəxdə bişirilməsi. Bu cür yeməklər qonaqlar oturmuş masaya yaxınlaşdırılır və böyük qaşiq və çəngəlin köməyi ilə hər bir qonağın fərdi boşqabına doğranmış ət və qarnir qoyulur.

30. Sous-vide – vakuum qablaşdırmasındakı hazır yemək. Yeməzdən əvvəl sadəcə qızdırmaq lazımdır.

31. Saucier – souslar hazırlayan aşbaz.

32. Sous chef – baş aşbaza tabe olan, yeməklərin hazırlanmasına cavabdeh şəxs: mətbəxdə baş aşbazdan sonra ikinci şəxsdir.

33. Spirits – spirtli içkilər (spirtli içki adı).

34. Sommelier – somelier (qonaqlardan şərablar üzrə sifarişi qəbul və təqdim edir, şərabların xüsusiyyətlərini müəyyən edir.

35. Shoppers – inspektor (şirkəti təmsil edən xüsusi seçilmiş adamlar. Barlara adi müştəri kimi gəlib, bar əməkdaşlarının öz funksiyalarını necə yerinə yetirdiyinə nəzarət edir.

36. Sparkling Wine – köpüklənən şərab (özündə karbon qazı birləşdirən və bunun nəticəsində də süzülərkən köpüklər əmələ gətirən şərab).

37. Truth-in menu laws – menyunun dəqiqliyi haqqında qanun (alıcıya satılan mal haqqında düzgün məlumat vermək).

38. Tavern – aşxana, meyxana. Əsasən spirtli içkilər satan, bundan başqa bəzi yeməklər verilə bilən müəssisə.

39. Texture – tekstura (yemək və içkilərə aid olan termin. Bu yemək və içkilərin temperatur və toxunmaqla duyulan xarakterik birləşməsidir).

40. Theme restaurant – tematik restoran (xüsusi tərtibatı, ab-havası və menyusu ilə fərqlənir).

41. Table d'hote – “sahib masası” (fransız sözüdür, orta əsrlərdə yoxsul səyahətçilər tavernanı sahibi və ailəsi ilə bir masa arxasında yemək yeyirdilər).

42. Vintage – məhsul ili (üzümün yığıldığı il).

43. Whisky – viski (qıvcırdılmış arpa mayasından alınan içki).

44. Well package – adi içki (barlarda işlədilən bir termindir. Əgər müştəri başqa növ içki sifariş vermirsə onun üçün süzülən ən ucuz içkilər).

45. Wort – qatı maye (pivənin hazırlanması prosesində mayadan alınan maye).

İstifadə edilən və tövsiyyə olunan ədəbiyyatın siyahısı Azərbaycan Respublikasında nəşr olunmuş ədəbiyyat

1. Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq Turizmin Coğrafiyası – Bakı “R.N. Novruz-94”. 2002
2. Məmmədov C. Rəhimov S. Turizm termin və anlayışlarının izahlı ensiklopedik lüğəti. Bakı “Mütərcim” 2003
3. Mahmudov Y. Səyyahlar Azərbaycana gəlir. Bakı 1981.
4. Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı “Parni iz Baku” 2005.
5. Yeqanlı S.T., Hacıyev E. Turizm. Bakı “Təhsil” 2006
6. Еганлы С.Т., Гаджиев Е.М. Международный туризм и развития туризма в Азербайджанской республике. Баку 2003

Xarici ədəbiyyat

1. Агамирова Е.В. «Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. Практикум – М. Издательство – торговая корпорация «Дашков и К», 2006.
2. Амосова А. О менеджменте качества в столичном отеле «Националь» служба кадров. 2003 №5.
3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация. Киев ВИРА – Р, 2001.
4. Балашова Е. Как достичь безупречного сервиса. Москва, 000 «Вершина» 2005.
5. Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л. и др. Управление персоналом (под ред. Т.Ю. Базарова М. 2000).
6. Борисов К.Г. Международный туризм и право. Москва. Издательство «НИМП» 1999.

7. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Москва – Санкт-Петербург. Издательство «Невский Фонд» 2000.
8. Борисова Ю.Н., Гаранин Н.И. и др. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания – М., РМАТ, 1997.
9. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / пер. с англ. М., Аспект Пресс, 1995.
10. Волков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов-на-Дону «Феникс» 2004.
11. Гостиничный и туристический бизнес. М., ассоциации авторов и издателей. «Тандем». 1998.
12. Гостиничный и туристический бизнес (под ред. Чудновский) М. 1999.
13. Дубинина Т.И. Яворская А.О. Зарубежный опыт малых гостиниц. Вып. 3 – М., 1997.
14. Дурович А.П., Капанева А.С. Маркетинг в туризме. Учебное пособие – Минск, Экономпресс, 1998.
15. Ефимова О., Ефимов Н. Экономика гостиниц и ресторанов. Минск; Новое знание 2004
16. Зорин И., Квартальнов В. Энциклопедия туризма – М. Финансы и статистика, 2000.
17. Зубков А.А. Чибисов С.И. Справочник работника гостиничного хозяйства – М. Высш. шк., 1988.
18. Иванов В.В. Волов А.Б. Формирование характеристик продуктовой политики гостиничного предприятия / Пять звезд. 2004 №1.
19. Иванов В.В. Волов А.Б. Использование организационных структур менеджмента в гостиничном бизнесе / Дорога к пяти звездам. 2004 №6.
20. Ильина Е.Л., Штыхно Д.А. Специфические аспекты планирования в индустрии гостеприимства. Экономика и технология / межвузовский сборник научных трудов. М. РЭА им. Г.В. Плеханова. 1997.

21. Исмаев Д.К. «Международный гостиничное хозяйство» М. 2001.
22. Исмаев Д.К. «Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг. М. 2002.
23. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. «Менеджмент гостиниц и ресторанов» Минск ооо «Новое Знание» 2000.
24. Квартальнов В.А. Иностраный туризм. М. «Финансы и статистика». 2003.
25. Квартальнов В.А. Энциклопедия Туризма. М. «Финансы и статистика». 2003.
26. Квартальнов В.А. Туризм. М. «Финансы и статистика». 2000.
27. Коган Т.Л., Бабуцкий П.Я. Экономика организация и планирование гостиничного хозяйство. Киев 1980.
28. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / пер. с англ. под ред. Ноздревой Р.Б., Юнити М. 1998.
29. Кукушкина Л.П. «Особенности ведения бухгалтерского учета в гостиничном бизнесе». М., Издательский дом. «Аудитор». 2000.
30. Лиин Ван дер Ваген. «Гостиничный бизнес» Hospitality Press. Melbourne, 1999. Феникс. Ростов-на-Дону. 2001.
31. Лоцинский В.М. Сервировка и этикет стола. Минск: Элайда 1998.
32. Ляпина И.К. «Организация и технология гостиничного обслуживания». Москва, Akadema 2005
33. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. М. Akadema. 2005.
34. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М. 1997.
35. Методические рекомендации к курсу «Организация обслуживания в гостинице» М. 1982.

36. Медлик С., Инграм Х. «Гостиничный бизнес» М. Юнити 2005.
37. Надеждин И.А. Современный ресторан и культурное обслуживание - М., Экономика. 1980.
38. Нагимова З.А. Управление персоналом на предприятиях гостиничного бизнеса. Сп. Питер. 2000.
39. Организация и управления гостиничным бизнесом (под ред. А.Л. Лесника – М. 2002.
40. Родигин Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском менеджменте. М., Риб «Турист» 1997.
41. Рябов И.А. Исмаев Д.К. Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов. М. Ооо «Книгодел» 2005.
42. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства. (гостиницы и рестораны) комплект лекций – Таганорг: Изд-во ТРТУ., 2004.
43. Сапрунова В. Туризм: Эволюция, структура, маркетинг – М. Ось-89: 1997.
44. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес. М. «Финансы и статистика», 2004.
45. Сенин В.С. Введение в туризме: Учебное пособие. М., 1993.
46. Сенин В.С. Организация международного туризма.
47. Семенов В.С. Калинин И.М. Попова Н.А. Гостиничное хозяйство. Справ. Пособ. М. Стройиздат 1985.
48. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М. Альфа – М. ИНРАА-М 2006.
49. Тимохина Т.Л. Организация приёма и обслуживания туристов. М. ООО «Книгодел» 2005.
50. Туризм как вид деятельности. М. «Финансы и статистика» 2003.

51. Уокер Джон. Управление гостеприимством. М. Юности. 2006.
52. Филипповский Е.Е. Шмарова Л.В. «Экономика и организация гостиничного хозяйства». М. «Финансы и статистика».
53. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. М. ВКШ по иностранному туризму. 1991.
54. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. М. 1991.
55. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. Учебное пособие. М. КНОРИС 2005.
56. Шаповал Г.Ф. История туризма. Минск ИП «Экоперспектива», 1999.
57. Яковлев Г.А. «Экономика гостиничного хозяйства». М. РДЛ. 2006.
58. Johns M. Productivity Management in Hospitality and Tourism, Cassell. London-1996
59. Tomas R. Management of Small Tourism and Hospitality firms, Cassell. London-1997.
60. Henderson Ernest. The World on the “Mr. Sheraton”. N.Y.D. Mr. Kay Publishers. 1960
61. Hilton Conrad. Be my guest. N.Y. Prentice Hall. 1957
62. Medlik S. Profile of the Hotel and Catering Industry. Helnenmann Publishers. England. 1981
63. Orhan Batman. “Otel işletmeleri yönetimi”. Adapazarı 1999
64. William S. Gray. Solvatore Chignori. Hotel and Motel. Management and operation. New Sersy. 1990
65. Boomer L. Hotel Management – Principles and Practice. New York, London: Harper & Brothers, 1925.

Dövri nəşriyyat

1. Журнал «Гостиница и ресторан» 2004 №4
2. Журнал «Отель» 1997 №1 2003 №5 2006 №9
3. Журнал «Парад отелей» 2003 №5 2005 №2
4. Журнал «Ресторанный бизнес»
5. Журнал «Гостиничное дело» 2006 №5-9



Müzəffər Mehdi oğlu AĞAKƏRİMOV

Bakı şəhərində 1948-ci ildə doğulmuşdur.

Azərbaycan Dövlət Universitetinin (hazırda Bakı Dövlət Universiteti) tarix fakültəsini bitirmişdir. 1969-1978-ci illərdə Bakı səyahətlər və ekskursiya bürosunda, müxtəlif turbazalarda, turist qatarı, teploxod və təyyarə marşrutlarında baş təlimatçı işləmişdir.

1978-1992-ci illərdə Ümumittifaq İnturist Səhmdar Cəmiyyətinin Bakı şəhərində yerləşən «Moskva» mehmanxanasında inzibatçı, baş inzibatçı, qəbul və xidmət şöbəsinin müdiri işləmişdir. 1992-1993-cü illərdə Azərbaycan Nazirlər Kabinetinin Xarici Turizm üzrə Baş İdarəsində ekspert kimi çalışmışdır.

1993-1998-ci illərdə «Azərbaycan» mehmanxanasında Baş direktorun qəbul və xidmət üzrə müavini işləmişdir.

1998-2004-cü illərdə «LUKoyl-trans» şirkətində, «Azal-Servis» Azərbaycan Hava Yolları Dövlət Konsernində və «İnturist» mehmanxanasında qəbul və xidmət, servis və turizm üzrə müxtəlif vəzifələrdə çalışmışdır.

2004-2007-ci illərdə «Bakı Biznes Mərkəzi»ndə beynəlxalq sərgilərin təşkili üzrə menecer işləmişdir. Hal-hazırda «Ramada Baku» otelində Kadrlar şöbəsinin müdiri (Human Resources Manager) vəzifəsində çalışır.

M.M. Ağakərimov «Azərbaycan Otellər Assosiasiyası»nın idarə heyətinin üzvüdür.

M.M.Ağakərimov Moskva şəhərində SSRİ Nazirlər Kabineti yanında Xarici Turizm Baş İdarəsi İnstitutunun (indiki Moskva Turizm, Mehmanxana və Restoran Biznesi Akademiyası) kurslarını, Azərbaycan Pedaqoji Xarici Dillər İnstitutunun ingilis dili üzrə ikiillik kursunu, Antalya-Kemer şəhərində Türkiyə Turizm Nazirliyinin mehmanxana təsərrüfatı üzrə kurslarını bitirmişdir.

Müxtəlif illərdə Moskva şəhərində dördulduzlu «İnturist», Bolqarıstanın Sofiya şəhərində «Vitoşi-Niyu-Otani» mehmanxanalarında, Finlandiyanın Helsinki şəhərindəki beşulduzlu «İnterkontinental» otelində, Almaniyanın Berlin şəhərində yerləşən «Berolina» otelində təcrübə mübadiləsi keçmişdir.

1983-cü ildə Ümumittifaq İnturist Səhmdar Cəmiyyəti SSRİ ərazisində yerləşən üç yüzdən çox mehmanxana arasında M.M.Ağakərimovun rəhbərlik etdiyi «Moskva» mehmanxanasının turistlərin qəbul və xidmət şöbəsi birinci yerə layiq görülmüşdür. M.M.Ağakərimov bir çox tədbirlərdə, o cümlədən 1983-cü ildə keçirilən Xalçaçılıq üzrə ilk beynəlxalq simpoziumun və 1994-cü ildə «Əsrin müqaviləsi» adlanan neft müqaviləsinin bağlanması ilə əlaqədar respublikamıza gələn qonaqların yüksək səviyyədə qəbulu və xidmətində fəal iştirak etmişdir.

2004/2005-ci ildən BDU-də «Turizm və sosial mədəni servis xidməti» ixtisası üzrə bakalavr və magistr pillələrində mühazirə və təcrübə məşğələləri aparır.

1-ci səhifədə "faküləsi" sözü əvəzinə "fakultəsi" oxunmalıdır.

səh. 34-də "təədiq" yazılıb, "təsdiq" oxunmalıdır.

Şəkil 2.7 (səh. 41) "İnstitut" yazılıb, "İnturist" oxunmalıdır.

Şəkil 2.16 (səh.57) "Faxt" yazılıb, "Vaxt" oxunmalıdır.

174-cü səhifənin 3-cü abzasında "aparılır" əvəzinə "aperitiv" oxunmalıdır.

328-ci səhifənin 3-cü sətirində "Dərs" sözü əvəzinə "Dərc" oxunmalıdır.

Kitabda dərc olunmuş məlumatlar müəllifin intellektual mülkiyyətidir, Azərbaycan Respublikasının müvafiq Qanunları ilə qorunur. Dərs olunmuş materiallara istinad üçün müəllifin yazılı icazəsi vacibdir.

Çapa imzalanmış 06.03.2008

Ofset kağızı.

Formatı 60x84¹/₃₂. Ç.v. 22,125

"R.N.NOVRUZ-94 nəşriyyatı

"R.N.NOVRUZ-94 mətbəəsi

Bakı ş., Tbilisi pr., 57.

M.M.AGAKERIMOV

HOTEL

(text-book)

The “Hotel” book introduced as a teaching aid is the second book written in the Azerbaijan Republic with reference to this field. The book is consisting of 10 chapters, standard job descriptions of hotel personnel, concise “English-Azerbaijan” dictionary of terms used in hotel and restaurant business and a number of hotel-related international documents. The chapters provide detailed information about history of hotels’ development, operation, structure and activity of different divisions of a hotel, including reception, accommodation and organization of services, marketing, economy, security, restaurant and personnel departments. In addition, the role of computer system in management of hotel and professional ethics of hotel personnel are also reflected in this teaching aid.

The teaching aid is intended for bachelors, holders of master’s degree studying “Hotel Business” courses at higher schools as well as those interested in hotel business and personnel working at hotels.

Baku-2008