

AQROTURİZM

fəaliyyətlərinin təşkili üzrə

Bələdçi kitabı

USAID
AMERİKA XALQINDAN

Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Turizm Agentliyi

Nəşr 2020



Fermer evində gecələmə



Meyvə yığımı təcrübəsi

Arıçılıq və bal hazırlama təcrübəsi



Əkin-biçinlə məşğul olmaq





Əsl kənd həyatı təcrübəsi



Meyvə qurutma təcrübəsi

ABŞ Beynəlxalq İnkişaf Agentliyi (USAID) tərəfdaşlıqlar və sərmayələr vasitəsilə insanların həyatlarını xilas etməyə, yoxsulluğu azaltmağa, demokratik idarəçiliyi gücləndirməyə, habelə xalqları humanitar fəlakətdən çıxmağa köməklik etməyə və yardımdan sonra irəliləməyə yönəlik ABŞ hökumətinin beynəlxalq inkişaf və fövqəladə hallarda yardım səylərinə rəhbərlik edir. USAID-in Azərbaycandakı missiyası kənd təsərrüfatı və turizmin inkişafı, insan kapitalından maksimum bəhrələnmək və sərmayə cəlb etmək üçün şəffaf və açıq mühit yaradılması, habelə Azərbaycan xalqının firavanlığının artırılması vasitəsilə Azərbaycan hökumətinin iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi səylərini dəstəkləyir.

Bu Bələdçi Kitabı ABŞ Beynəlxalq İnkişaf Agentliyinin dəstəyi ilə 72011219C00001 saylı Müqavilənin şərtlərinə uyğun olaraq nəşr edilib. Kitabda söylənilən fikirlər müəllifə məxsusdur və ABŞ Beynəlxalq İnkişaf Agentliyinin mövqeyini özündə əks etdirmir.

*Aqroturizm fəaliyyətlərinin təşkili üzrə **Bələdçi kitabı** Amerika Birləşmiş Ştatlarının Beynəlxalq İnkişaf Agentliyi və Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin birgə əməkdaşlığı nəticəsində hazırlanmışdır.*

MÜNDƏRİCAT

Giriş 8-9

Aqroturizm Anlayışı

Aqroturizm nədir? 12
Aqroturizmin faydaları 15
Turistlər aqroturizmi niyə seçir? 17
Aqroturizmə kimlər maraq göstərir? 18
Turistlərin aqroturizmdən gözləntiləri 18
Aqroturizm fəaliyyətinə kimlər başlaya bilər? 19

Aqroturizm fəaliyyətinə necə başlamalı

Motivasiyanın qiymətləndirilməsi 22
Resursların qiymətləndirilməsi 24

Təhlil metodları və strategiya

GZIT (SWOT) təhlil metodu 38
TİZG (TOWS) təhlil metodu 41

Aqroturizmdə yerləşdirmə vasitələri

Aqroturizmdə yerləşdirmə vasitələri 46
Kənd qonaq evində yaşayış şəraiti 48
Kənd evlərində qidalanmanın təşkili 49
Kənd evlərində xidmət göstərmənin etiket qaydaları 51

Biznes planın yazılması 56

Biznes planın mərhələləri 57

Aqroturizmdə marketinq 66

Arqoturizmdə tanıtım vasitələri 69

Aqroturizmdə müştəri məmnunluğu 78

Aqroturizmdə təhlükəsizlik 80
Təhlükəsizliyin təmin edilməsi 82
Aqroturizmdə bələdçilik xidməti 83

MÜNDƏRİCAT

Aqroturizmdə qanunvericilik və risklər 86

Aqroturizmdə qanunvericilik 88

Fiziki şəxslərin elektron qaydada uçota alınması 90

Müvafiq qanunvericilik aktlarına keçidlər 91

Risk nədir və risklərin qiymətləndirilməsi 92

İstinadlar 95

Cədvəllər

Cədvəl 1: Aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün motivasiyanın qiymətləndirilməsi 96

Cədvəl 2: Torpaq sahəsinin qiymətləndirilməsi 98

Cədvəl 3: Avadanlıq və ləvazimatlar 100

Cədvəl 4: Müvəkkil kredit təşkilatları 104

Cədvəl 5: GZİT təhlili cədvəli 105

ÖN SÖZ

Kənd Təsərrüfatı və Turizm sektorları regionların sosial-iqtisadi inkişafında və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsində əsaslı rol oynayan amillərdən biridir. Bu məqsədlə həm turizm, həm də kənd təsərrüfatı sektorlarının inkişafını nəzərdə tutan müxtəlif dövlət proqramları icra edilməkdədir. Kənd yerlərinin inkişafı üçün müxtəlif yanaşmalar və konsepsiyalar mövcuddur ki, bunlardan biri də aqroturizmdir.

Aqroturizm kənd təsərrüfatı və turizm sektorlarının kəsişməsindən meydana gələn xidmət sahəsi olub və fermerlər üçün əsaslı investisiya tələb etməyən, mövcud resurslardan istifadə edərək yeni gəlir mənbəyidir. Beləliklə, fermerləri və aqroturizmlə məşğul olmaq istəyən sahibkarları düzgün istiqamətləndirmək üçün *"Aqroturizm fəaliyyətlərinin təşkili üzrə Bələdçi kitabı"*nın yazılmasına qərar verildi. Kitabın hazırlanmasında oxşar və əlaqəli ədəbiyyatlar gözdən keçirilmiş, Lənkəran, Gədəbəy, Daşkəsən, Tovuz və Göygöl rayonlarından ümumilikdə 10 kənd olmaqla, 15 fermer ilə müzakirələr aparılmışdır. Kitabın ərsəyə gəlhməsində öz töhfələrini vermiş, yuxarıda adı çəkilən rayonların fermerlərinə və Dövlət Turizm Agentliyinin əməkdaşlarına, o cümlədən, kitabda yer almış müəyyən fotolara görə Aqrar Tədarük və Təchizat ASC tərəfindən həyata keçirilən "Şəhərdən Kəndə" aqroturizm layihəsinə minnətdarlığımı bildirirəm.

Müəllif: **Fariz Qarayev**
Yerli və regional planlama üzrə ekspert

GİRİŞ

Ümumilikdə insanların kənd yerlərində istirahətetmə adəti və ya indi adlandırdığımız “aqroturizm” trendi daha qədim vaxtlara təsadüf edir. Belə ki, bu istirahət (səyahət) növü əslində insanların uzun illər boyu səsli-küylü şəhərlərdən uzaqlaşmaq və yay aylarını kənd, rayon yerlərində yaşayan qohum-əqrabaları ilə keçirmək arzusu üzərində formalaşmışdır. Kənd turizmi və aqroturizm bir çox istifadə edilən mənbələrdə və yaxud ədəbiyyatlarda eyniləşdirilməsinə baxmayaraq, aqroturizm kənd turizminin bir hissəsi olmaqla, turistlərin kənd həyat tərzinə cəlb edilməsinin, eləcə də kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərində iştirakının təmin olunmasıdır. İqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, xüsusilə də kənd yerlərinin inkişafı üçün kənd turizminin və yaxud aqroturizmin rolu əhəmiyyətli dərəcədə böyükdür. Azərbaycanda turizm və kənd təsərrüfatının inkişafı üçün kifayət qədər potensial vardır. Hər iki sektorun inkişafı ilə bağlı bu istiqamətdə əhəmiyyət kəsb edən dövlət proqramları hazırlanmış və müvafiq qanunvericilik qəbul edilmişdir.

“Aqroturizm fəaliyyətlərinin təşkili üzrə Bələdçi kitabı”nın əsas məqsədi aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq istəyən fermer və yaxud sahibkara aqroturizm xidmətlərinin göstərilməsi və təşkili üçün lazımı məlumatların və bilgilərin verilməsidir. Kitab oxucuya aqroturizm konsepsiyasını və anlayışını, aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün kəndlərdə və təsərrüfatlarda olan resursların qiymətləndirilməsini



və təhlili metedologiyasını; aqroturizmdə yerləşdirmə vasitələrinin təşkilini, eləcə də aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün biznes planının hazırlanması metodologiyasını ətraflı izah edir və ən əsası bu istiqamətdə fəaliyyətə başlamaq üçün müvafiq qanunvericilikdən irəli gələn məsələləri aydınlaşdırır.

Aqroturizm anlayışı



- Aqroturizm nədir?
- Aqroturizmin faydaları
- Turistlər aqroturizmi niyə seçir?
- Aqroturizmə kimlər maraq göstərir?
- Turistlərin aqroturizmdən gözləntiləri

Bölmə 1

Aqroturizm nədir?

Aqroturizm - kənd təsərrüfatı ilə turizm sektorlarının kəsişməsindən meydana gələn turizm növüdür.

Aqroturizmin əsas mahiyyəti aktiv təsərrüfat sahələrinə, fermalara və kənd təsərrüfatının digər sahələrinə səyahətlərdir. Volfe və Holland (2005) öz yazılarında qeyd edirlər ki, bu fəaliyyət növü ABŞ- da artıq 1800-cü illərə təsadüf edirdi. O vaxtlar, insanlar kənddə uşaqlığın arzusu olan - ot tayası üzərində dincəlməyini, nənənin bişirdiyi dadlı kənd kartofunun kənd xaması ilə yeyilməsini, kənd uşaqları ilə birgə dağları, dərələri, çayları gəzib dolaşmağı, onlarla birlikdə əkinlə məşğul olmağı, vaxtı çatanda məhsulun bəhrəsini görmək üçün yığımda iştirak etməyi, baba ilə mal-qara, qoyun-quzu otarmaq və axşam bir qədər yorğun gəlib təbii və dadlı yeməklərdən dadmağı, kənd həyatının ən gözəl günlərini yaşamağın nə vaxtsa bir iqtisadi göstəriciyə, gəlir mənbəyinə çevrilməyini bəlkə də heç düşünmürdülər. Müasir dünya bu rekreasiya imkanını artıq uğurlu bir ticari imkana çevirir.

Beləliklə, təsərrüfat sahələri həmin əraziyə gələn turistlərə və qonaqlara müxtəlif növ xidmətlər təklif edir. Qonaqlar kənd təsərrüfatı sahələrində səmərəli vaxt keçirir, görülən işlərə köməklik etmək şansı əldə edir, təsərrüfat sahəsinin vəziyyətinə, işlərinə bələd olur, həmçinin həmin sahələrin məhsullarının alıcısı qismində də çıxış edirlər. Əsas məqsəd, turistləri kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinə cəlb etmək; kənd evində/təsərrüfatda yaşamasına şərait yaratmaq və turistlərə yaddaqalan təcrübə yaşatmaqdır.

Turistlərin gəlmə-getmə məkanları, onların demoqrafik, iqtisadi göstəriciləri fərqli olduğu kimi onların səyahət etmək maraqları – “motivasiyaları” da fərqli olur. Ümumilikdə turistlərin emosional ehtiyacları onların səfərlərinin təşkilində mühüm rol oynayır.

Aqroturizm yeni praktiki kənd təcrübəsini və təəssuratlarını, kənd həyatını ənənəvi istirahətdən üstün tutan turistlər üçün daha maraqlı olur. Bu turistlərin kənd həyatına, kənd heyvanlarına, təbiətə, bitkilərə, yerli əhaliyə, kəndin sakitliyi və hüzuruna olan emosional bağlantıları daha güclü olur və bu faktorlar onların turist məkanını seçmələrinə birbaşa təsir edir. Beləliklə, aqroturizm fəaliyyətlərinə başlayan fermer və ya sahibkarlar təşkil etdikləri fəaliyyətlərin rəngarəngliyi ilə müxtəlif turistləri cəlb edə bilərlər.

Aqroturizmdə fermerlərin turistlər üçün təşkil edə biləcəyi əsas fəaliyyətlərin və xidmətlərin toplusu aşağıdakı kimidir:

Birbaşa kənd məhsullarının satışı üzrə:

- *Kənd məhsullarının yol kənarında, ferma qarşısında birbaşa satışı;*
- *Fermer/kəndli yarmarkaları;*
- *Kənd məhsulları festivalları;*
- *Dekorativ təbii əl işlərinin satışı;*
- *Kənd həyatına aid suvenirlərin, əşyaların (çoban papağı, kürkü, xurcunu və s.) satışı;*

Kənddə gecələmə/qonaqlama üzrə:

- *Kənd yerində kəndlisayağı səhər yeməyi daxil olmaqla gecələmə/qonaqlama xidməti;*
- *Kənd evinin həyətində kempinq/çadırda qalma xidməti;*
- *Fermanın özündə gecələmə xidməti/təcrübəsi;*
- *Kənd təsərrüfatı məhsullarından yerli mətbəxə aid yeməklərin hazırlanmasına cəlb edilmək;*

Əlavə təcrübə və istirahət xidmətləri üzrə:

- *Kənd məhsullarının yığımı;*

- *Məhsulların kənd şəraitində emalı prosesi;*
- *Kənd təsərrüfatı məhsullarının yerində dadına baxmaq;*
- *Atları yemləmək, qayğısına qalmaq və sürmək;*
- *Ovçuluq və balıqçılıq fəaliyyətləri (qanunla tənzimlənmiş qaydada);*
- *Arı təsərrüfatlarına səfər və balın çəkilməsi prosesində iştirak etmək;*
- *Ot yığmaq/taya düzəltmək;*
- *Heyvanları yemləmək, qayğısına qalmaq;*
- *İnək/qoyun sağımı;*
- *Yaylaqlarda çobançılıq təcrübəsi;*
- *Kənd təsərrüfatı ləvazimatlarının və alətlərinin kustar üsulla düzəldilməsi fəaliyyətlərinin nümayişi (nal, yəhər, qamçı düzəldilməsi);*
- *Kəndsayağı unlu məmulatların hazırlanması prosesinin nümayişi (təndir/kürə çörək, kökə, yuxa və s.);*
- *Meyvələrdən şirəçəkmə prosesinin nümayişi;*
- *Meyvə və tərəvəzlərdən müxtəlif konservləşdirilmiş məhsulların (turşu, mürəbbə) hazırlanması prosesinin nümayişi;*
- *Ağartı məhsullarının (qatıq, pendir, nəhrə və s.) hazırlanması prosesinin nümayişi;*
- *Kənd təsərrüfatı ilə bağlı maarifləndirici tədbirlərin, xüsusilə gənclər üçün əkin, biçin və məhsul yığımı zamanı praktiki məşğələlərin təşkili;*
- *Herbal və müalicəvi bitkilərin seçilməsi, yığımı və qurudulması prosesi;*
- *Kənd məhsullarının (konservləşdirilmiş məhsulların, meyvə şirələrinin, şərablarının, meyvə şnapslarının) dequstasiyası;*

Ekskursiya fəaliyyətləri üzrə:

- *Təsərrüfata yaxın yerləşən mədəni tarixi abidələrə ekskursiya;*
- *Təsərrüfata (bağçılıq, əkinçilik, heyvandarlıq) ekskursiyalar;*
- *Görməli (çay, göl, meşə, dağ) yerlərə ekskursiyalar;*
- *Kənd içi və kəndlərarası velosiped turlarının təşkili; Velosipedlərin kirayəsi;*
- *Uyğun olduğu halda qayıqçılıq fəaliyyətlərinin təşkili və avadanlıqların kirayəsi;*

Aqroturizmin faydaları

Aqroturizmin ən vacib üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o yerli məhsullardan və mövcud imkanlardan istifadə etməklə region gəlirlərini artırır və iqtisadi çətinliyin aradan qaldırılmasına, eyni zamanda yüngülləşməsinə kömək edir. Bu isə fermerlərə öz təsərrüfatlarını dirçəltməyə şərait yaradır. Aqroturizm Avstraliya, Kanada, ABŞ və Filippin də daxil olmaq şərtilə dünyanın bir çox yerlərində bir inkişaf sənayesi olaraq düşünülən niş turizmin bir formasıdır. Niş turizmi müəyyən bir konsepsiya və ya mövzuya yönəlmiş xüsusi turizm növüdür və yaxud niş turizmi ixtisaslaşmış turizm növü olaraq daha seqmentlənmiş turizm fəaliyyətlərini nəzərdə tutur. Niş turizminin bir çox növü vardır və buna macəra turizmi, film yeri turizmi, miras turizmi, art (incəsənət) turizmi, şərab turizmi, golf turizmi, təbiət turizmi, treking və s daxildir.

Ölkəmizdə niş turizmi üçün əlverişli şərait olduğundan, ölkəmizin insanlarını, turizm üçün uyğun olan yerlərini və qonaqpərvərliyini tanıtmaqla bu turizm növünü inkişaf etdirmək mümkündür. Aqroturizmin ən böyük səmərəsi odur ki, insanlar ətraf mühit və kənd təsərrüfatı barədə geniş məlumat toplayır, təcrübə qazanır, gündəlik

həyatlarında dəyişikliklər edirlər.

Nəticədə aqroturizm ailə ilə birlikdə işləyərək, kəndin adət-ənənəsi və mədəni irsini qoruyub saxlayaraq, ölkə iqtisadiyyatını dirçəldərək cəmiyyətə və insanlara xeyir verir. Bununla yanaşı, əhali yeniliklərə can atır, şəhər sıxlığından uzaqlaşır, səs-küydən qaçırlar. Aqroturizm və kənd turizmi bir-birlərinə sıx bağlı olan sahələrdir. Turizm sənayesinin digər sahələri kimi aqroturizmin fermerlər üçün, kəndlər\icmalar və turizm sektoru üçün müəyyən faydaları vardır. Bunların bəzilərini sizə təqdim edirik.

- *Aqroturizm kəndlərin sosial-iqtisadi inkişafına təkan verir;*
- *Əhalinin yeni iş yerləri ilə təmin olunmasına şərait yaradır;*
- *Ərazilərin təbii-iqtisadi potensialından daha səmərəli istifadə edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır;*
- *Sosial-mədəni xidmət sahələrinin inkişafına yol açır;*
- *Kənd təsərrüfatının inkişafına töhfə verir;*
- *Ətraf mühitin qorunmasına şərait yaradır;*
- *Mədəni əlaqələrin yaradılması üçün önəmli rol oynayır;*
- *Ənənəvi istehsal/sənətkarlıq sahələrinin qorunub saxlanmasına dəstək verir;*
- *Yerli kulinariya ənənələrinin qorunub saxlanmasına (slow food) yardımçı olur;*
- *Qeyri-maddi irsin qorunub saxlanılmasına töhfə verir;*
- *İstehlakçı bazarında yeni seqmentin yaranmasına dəstək olur;*
- *Qonaqlar üçün nəzərdə tutulmuş turizm məhsullarının və xidmətlərinin şaxələndirilməsini təmin edir;*

Turistlər aqroturizmi niyə seçir?

- *Turistlər şəhərlərdəki əyləncə mərkəzləri və mağazalarda tapa bilməyəcəkləri təbii təəssüratlar və orqanik məhsulların axtarışındadırlar;*
- *Qonaqlar uşaqlıq xatirələrini təzələmək və ailələri ilə birlikdə keyfiyyətli vaxt keçirmək üçün regionlara üz tutmağı seçirlər;*
- *Alıcılar gündəlik qida məhsullarının haradan gəldiyi və necə yetişdirilib hazırlandığı ilə daha çox maraqlanırlar;*
- *Dəbdəbəli kurortlarda istirahət üçün vəsaitin olmaması;*
- *Səhhətlə bağlı həkimin tövsiyə etdiyi müəyyən iqlim şəraitində fiziki bərpanın vacib olması;*
- *Təbiətə yaxın olmaq və meşədə, yaxud göldə çoxlu vaxt keçirmək imkanı;*
- *Ekoloji cəhətdən təmiz – təbii-üzvi məhsullarla / ərzaqlarla qidalanmaq imkanı;*
- *Kənd təsərrüfatı işlərinə maraq, yaxud həzz almaq xatirinə qoşulmaq imkanı;*
- *Başqa mədəniyyət və adətlərlə ünsiyyətdə olmaq imkanı;*
- *Əyləncə və macəra axtarışı;*
- *Dostlarla vaxt keçirmək;*

Aqroturizmə kimlər maraq göstərir?

- *Uşaqlı ailələr, daha çox ekoloji kənd təsərrüfatı məhsullarından istifadə etmək, sağlamlıq məqsədi ilə uşaqlar üçün açıq hava gəzintisi/hava vannalarının qəbuluna maraq göstərir;*
- *Yaşlı adamlar-Daha çox istirahət;*
- *Gənclər-əyləncə, kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinə cəlb olunmaqla fərqli təcrübə yaşamaq;*
- *Həvəskarlar-idmana, fəal istirahətə (balıq tutmaq, ov etmək, piyada və ya atüstü gəzintilər) həvəsli insanlar;*

Turistlərin aqroturizmdən gözləntiləri

- *Kənd yerlərindəki kiçik mənzil və otaqların, yaxud ayrıca evlərin kirayəyə verilməsi;*
- *Turistlərin kənd yerlərində ailələrdə yerləşdirilməsi*
- *İdman, ekoloji və dərketmə növlərin, 3-5 gün kənd evində yaşamaq da daxil olmaqla, kombinə edilmiş turlarının təşkili;*
- *Kənd yerlərində yaşamaqla balıq tutmaq, təbiətə gəzintilərə çıxmaq, uşaqların vaxtının səmərəli keçməsi, onların əylənərək öyrənməsi/dərk etməsi kimi gözləntilər olur.*

Aqroturizm fəaliyyətinə kimlər başlaya bilər?

Aqroturizm bir çox kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinin mühüm tərkib hissəsinə çevrilə bilər. Bu fəaliyyətlər təsərrüfat gəlirlərini artırmaq və turizm sənayesinin dayanıqlığını qorumaq potensialına malikdir. Ancaq aqroturizm fəaliyyətləri hər bir təsərrüfata və ya fermerə uyğun gəlməyə də bilər. Aqroturizm fəaliyyətinə başlamazdan əvvəl fermerlərə bu fəaliyyətin və yaxud sahənin potensialını qiymətləndirmək, müfəssəl biznes və marketinq planlaması aparmaq tövsiyə olunur.



Aqroturizm fəaliyyətinə necə başlamalı?

Şəkil 1. Sahibkar Rəftarə Şükürova. Lənkəran rayonu Sitrus Vadisi təsərrüfatı.



» Motivasiyanın qiymətləndirilməsi
» Daxili resursların qiymətləndirilməsi
» Xarici resursların qiymətləndirilməsi

Bölmə 2

Aqroturizm ilə məşğul olmaq üçün motivasiyamızın və resursların qiymətləndirilməsi

Aqroturizm fəaliyyətləri əksər ənənəvi kənd təsərrüfatı və turizm fəaliyyətlərindən seçilir. Təsərrüfatınıza baş çəkən müştərilər müxtəlif kənd təsərrüfatı fəaliyyətləri ilə məşğul olmaq istəyə bilər. Məsələn: məhsul yığımı, ot tayasının yığılması, heyvanların bəslənməsi, atla gəzinti, süd məhsullarının istehsalı və s. Bu müştərilər kənd təsərrüfatına aid bilik və təcrübələrinin az olması və yaxud olmaması səbəbi ilə sizə əhəmiyyətsiz görünə biləcək bir çox suallar verə bilərlər.

Aqroturizmlə məşğul olan fermer, təsərrüfat haqqında məlumat bölüşməyə və müştəriləri məmnun etmək üçün kifayət qədər vaxt sərf etməyə hazır olmalıdır.

Motivasiyanın qiymətləndirilməsi

Fermerin ünsiyyətcil, mehriban, qonaqpərvər olması müştəri məmnuniyyətini şərtləndirən ilkin əlamətlərdəndir. Beləliklə, fermer və yaxud sahibkar aqroturizm fəaliyyətlərinə başlamazdan əvvəl özü üçün müəyyən məqamları aydınlaşdırmalıdır. Belə ki, cədvəl-1 də verilən sullara cavab verməklə siz aqroturizmə başlamaq üçün öz motivasiyanızı qiymətləndirirsiniz. Suallara cavabı ailə üzvləriniz, sizi yaxından tanıyan insanlarla və yaxud aqroturizm fəaliyyəti ilə məşğul olan fermerlərlə müzakirə edərək cavablandırmağınız daha məqsədəuyğundur. Əgər müəyyən sualların cavabı "yox" neqativdirsə bu boşluğun aradan qaldırılması yolları haqqında düşünün və bunu qeydlər bölməsində göstərin. Məsələn: əgər sizin ünsiyyət qurmaqla bağlı çətinliyiniz varsa, o zaman ailə üzvlərinizdən birini və yaxud digər şəxsləri qonaqlarla ilə ünsiyyət qurmaq üçün dəvət edə bilərsiniz. Digər bir suala (11) nəzər yetirək: *"Aqroturizm fəaliyyətləri ilə məşğul olmanız ailə üzvlərinizə hər hansı bir çətinlik yaradırmı?"*

Əgər çətinlik varsa siz bu çətinlikləri müəyyən edin və onların aradan qaldırılması yolları ilə bağlı ailə üzvləriniz ilə müzakirələr aparın. **Cədvəl 1**-də verilən hər bir suala bu şəkildə yanaşsanız, siz sonda tam olaraq aqroturizm fəaliyyətləri ilə məşğul olmaq üçün uyğunluğunuzu müəyyən edəcəksiniz.



Şəkil 1. Daşkəsən rayonu. Kənd uşaqları çobanla qoyun otarır.

Resursların qiymətləndirilməsi

Aqroturizm sahəsində uğur qazanmağın əsas yolu sizin təsərrüfatı və xidmətləri seçən müştəriyə fərqli təcrübəni təqdim etməyinizdən keçir. Müştərilərə keyfiyyətli və fərqli xidmətlərin göstərilməsi, eyni zamanda təcrübənin təqdim edilməsi məqsədilə resursların qiymətləndirilməsi kifayət qədər önəmlidir. Resursların qiymətləndirilməsi 2 hisssədən ibraətdir:

- *Daxili resursların qiymətləndirilməsi;*
- *Xarici resursların qiymətləndirilməsi;*

Daxili Resursların qiymətləndirilməsi

Daxili resursların qiymətləndirilməsi aşağıdakı hissələrdən ibarətdir.

Təsərrüfat binasının / infrastrukturun qiymətləndirilməsi

Aqroturizmlə maraqlanan turistlər təsərrüfat binalarını görmək üçün kifayət qədər maraq göstərirlər. Təsərrüfat binalarında iri və xırdabuynuzlu heyvanların saxlanılması üçün ferma/dam, quşculuq fəaliyyəti üçün nəzərdə tutulan ferma/hin, süd və süd məhsullarının emal edilməsi üçün yardımçı tikililər, kənd təsərrüaftı alətlərinin və ləvazimatlarının və s. saxlanılması üçün anbarlar, meyvə qurutmaq üçün xüsusi tikililər, ot saxlamaq üçün infrastruktur və s. aid edilə bilər. Qiymətləndirmə aparılarkən mövcud binanın vəziyyəti, qədimiliyi, tutumu, turistin həmən binada təhlükəsiz hərəkəti, heyvanlara baxmaq və qayğı göstərmək üçün binada lazımı şəraitin olması, binanın estetik görünüşü və s. nəzərə alınmalıdır.

Torpaq sahəsinin qiymətləndirilməsi

Aqroturizm fəaliyyətlərində torpaq amili kifayət qədər əhəmiyyətli rol oynayır. Təsərrüfatınıza baş çəkən qonaqlara müxtəlif və eyni zamanda yaddaqalan təcrübə yaşatmaq üçün qonaqlara əkinçilik, bağçılıq istiqamətində fəaliyyətlərə cəlb etmək olduqca vacibdir. Belə ki, sahə səfərləri, maarifləndirici və məlumatlandırıcı turlar, turistlərin məhsul yığımına, aqrotexniki (malalama, əkin, suvarma, alaçəkmə) qaydaların tətbiqinə cəlb edilməsi, kampinq (təsərrüfat ərazisində yaşamaq üçün çadır\palatkalrın qurulması) buna bir misal ola bilər. Buna görə də siz öz torpaq sahənizi, onun məşğulluğunu (nə əkilib və ya bağ sahənizdə hansı meyvələr yetişir), torpaq sahənizdə hansı məhsulların əkini üçün yararlı olmasını, örüş yerinizin olmasını müəyyən etməlisiniz. Qiymətləndirmə imkan verəcək ki, turistləri müxtəlif kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinə cəlb etmək və unikal təcrübə təqdim etmək üçün mövcud imkanlarınızı müəyyən edə bilər və lazım olarsa əlavə torpaq sahəsinin əldə edilməsi üçün tədbirlər görə bilərsiniz. Daha ətraflı məlumat üçün **Cədvəl 2**-yə baxın.

Avadanlıq və ləvazimatların qiymətləndirilməsi

Yeni işinizi dəstəkləyə biləcək mövcud ləvazimat və avadanlıqların müəyyən edilməsi vacib bir addımdır. Siz kənd təsərrüfatına aid mövcud avadanlıq və ləvazimatlarınızın siyahısını müəyyən edin. Yararlı olan ləvazimat və avadanlıqları turistlərə göstərmək və müəyyən hallarda istifadəsinə vermək üçün təmiz və yaxşı vəziyyətdə saxlayın. İşlək olmayan avadanlıq və ləvazimatları qəti şəkildə tullamayın. Siz onlardan dekorativ məqsədlərlə və təyinatını dəyişdirərək istifadə edə bilərsiniz. Məsələn: arabanın təkəri, kərənti, yava, səhəng, nehrə qabı və s. təsərrüfatınıza dekorativ görünüş vermək üçün istifadə edilə bilər. Yararsız traktorun zahiri görünüşünü bərpa etməklə turistlərə şəkil çəkmək üçün istifadəyə verilə bilər və yaxud, traktorun idarə edilməsi ilə bağlı qısa məlumatlandırıcı sessiya təşkil edilə bilər. İstifadəyə yarasız texnikanın təkərlərindən uşaqların əylənməsi üçün və yaxud dekorativ bitkilərin əkilməsi üçün istifadə

edə bilrəsiniz. Sizə lazım olan digər avadanlıqların siyahısını müəyyən etməyiniz də vacibdir. *Misal:* Təsərrüfatınızı və digər resurslarınızı təşviq etmək məqsədi ilə fotoaparat, müəyyən əməliyyyatların aparılması üçün kompüter və yaxud printer lazımdır. Qonaqlama məqsədi ilə müxtəlif avadanlıq və ləvazimatların siyahısını **Cədvəl 3**-dən əldə edə bilərsiniz.

Təsərrüfatınızda olan heyvanların qiymətləndirilməsi

Təsərrüfatda olan heyvanların (inək, qoyun, arı, keçi, toyuq və s) müxtəlifliyi turistlərə göstərilən xidmətlərin və təcrübənin sayının artırılmasında mühüm rol oynayır. Buna görə də, təsərrüfat heyvanlarının siyahısının müəyyən edilməsi olduqca vacibdir. Bu istiqamətdə aşağıdakı xidmətlər təkilf edilə bilər:

- *Heyvanların yemlənməsi (iribuynuzlu heyvanlar və quşçuluq);*
- *Çobançılıq (qoyun və keçinin xüsusi otlaq sahələrində otarılması);*
- *Yun qırxımı (qoyun)*
- *Süd sağımı (İri və xırdabuynuzlu heyvanlar)*
- *Süd məhsullarının (pendir, yağ, şor) istehsalı;*
- *Ət məhsullarından istifadə etməklə yerli mətbəxə aid müxtəlif yeməklərin hazırlanması (turistlər bu yeməklərin hazırlanmasına da cəlb edilə bilər);*
- *At sürmək-arabaya qoşulmuş atın sürülməsi və yaxud turistin atı tək sürməsi, həmçinin at sürülməsinə dair təlimatlar;*
- *Uşaqların yumurta yığımı (xüsusən azyaşlı turistlər üçün daha da maraqlı olur);*
- *Heyvandarlığa aid müxtəlif istiqamətlərdə maarifləndirici sessiyaların hazırlanması;*
- *Balıqçılıq təsərrüfatınızda balıqların yemlənməsi və tutulması;*

Maliyyə resurslarının qiymətləndirilməsi

Istənilən biznesə başlayanda maliyyə resurslarının dəqiq qiymətləndirilməsi kifayət qədər vacibdir. Turizm sənayesinin digər istiqamətləri ilə müqayisədə aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün böyük məbləğ tələb olunmur.

Beləliklə siz maliyyə resurslarınızı dəqiq qiymətləndirərək biznesinizin qurulması üçün lazım olan ilkin xərcləri hansı maliyyə mənbəsindən istifadə edərək yatırım etməyi düşünməlisiniz. Maliyyə resurslarınızı qiymətləndirərkən daxili imkanlarla bərabər xarici imkanların da, qiymətləndirilməsi önəmlidir. Buraya müvafiq dövlət proqramları çərçivəsində göstərilən müəyyən dəstək, bəzi maliyyə institutlarına çıxış (bank və bank olmayan təşkilatlar) və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən maliyyələşən layihə və proqramlarla əməkdaşlıq aid edilə bilər. Maliyyə resurslarına çıxışın təmin edilməsində sizə bir çox qurumlar dəstək olar bilər.

Məsələn: Ailə Biznesinə Asan Dəstək “ABAD” http://abad.gov.az, Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi http://smb.gov.az, Aqrar Tədarük və Təchizat http://att.gov.az və s. Bu istiqamətə ən böyük dəstəyi Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyindən http://akia.gov.az ala bilərsiniz.

Agentliyin kənd təsərrüfatı istiqamətində təklif etdiyi güzəştli kreditlər haqqında qısa məlumatı təqdim edirik:

Kənd təsərrüfatının inkişafı ilə bağlı layihələrin və proqramların Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyinin vəsaitləri hesabına maliyyələşdirilməsi istiqamətləri:

- *Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, emalı, saxlanması və satışı proseslərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı layihələrin maliyyələşdirilməsi;*
- *Regionların aqrar inkişafı ilə bağlı innovativ və yenilikçi*

layihələrin maliyyələşdirilməsi;

- *Kənd təsərrüfatı istehsal vasitələrinin təchizatının yaxşılaşdırılması ilə bağlı layihələrin, həmçinin onların güzəştli satışının və lizinqinin maliyyələşdirilməsi;*
- *Heyvandarlıq təsərrüfatlarının dövlət-özəl tərəfdaşlığı tətbiq edilməklə inkişafı sahəsində layihələrin maliyyələşdirilməsi;*
- *Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin pilot layihələrinin maliyyələşdirilməsi;*

Kredit vəsaitlərinin verilmə həddi:

- *15 000 manatadək- mikrokreditlər;*
- *15 001 manatdan 30 000 manatadək – kiçikhəcmli kreditlər;*
- *30 001 manatdan 100 000 manatadək- ortahəcmli kreditlər;*
- *100 001 manatdan 200 000 manatadək – böyükhəcmli kreditlər;*
- *1 000 000 manatədək - kənd təsərrüfatı istehsal vasitələrinin alınması üçün kreditlər;*

Kredit vəsaitlərinin istifadə müddəti:

- *Mikrokreditlər - 3 ilədək;*
- *Kiçik və ortahəcmli kreditlər - 3 ilədək;*
- *Böyükhəcmli kreditlər - 5 ilədək;*
- *Kredit müddəti güzəştli şərtlərlə alınan damazlıq heyvanlar üçün 3 il, digər kənd təsərrüfatı istehsal vasitələri üçün 5 ildir;*

Kredit vəsaitlərinin güzəşt müddəti:

- *Mikrokreditlər - 12 ayadək;*
- *Kiçik və ortahəcmli kreditlər – 18 ayadək;*
- *Böyükhəcmli kreditlər – 24 ayadək;*
- *Alınmasında güzəşt tətbiq edilən kənd təsərrüfatı istehsal vasitələri üçün kreditlərə güzəşt müddəti şamil edilmir;*
- *Güzəşt müddətində sahibkarlıq subyekti yalnız faiz borcunu ödəyir, əsas borc üzrə hər hansı ödəniş həyata keçirmir;*
- *Sahibkarlıq subyektləri alınmış kreditlər üzrə faiz borclarını və əsas borcu güzəşt müddəti bitdikdən sonra növbəti aydan başlayaraq və kredit müqaviləsinə uyğun olaraq, hər ayın ilk iş günü bərabər hissələrlə ödəyirlər;*

Verilən kredit vəsaitlərinə tətbiq edilən faiz dərəcələri:

Agentlik cəlb etdiyi vəsaitləri illik 2 faiz tətbiq etməklə müəyyən edilmiş qaydada müvəkkil kredit təşkilatlarına verir;

Agentlik nəzərdə tutulan vəsaiti müvəkkil kredit təşkilatlarına illik 2 faiz tətbiq etməklə verir. Müvəkkil kredit təşkilatlarının Agentliyin kredit vəsaitinə tətbiq etdiyi illik faiz dərəcəsinin ən yüksək həddi (bu bənddə nəzərdə tutulmuş 2 faiz daxil olmaqla) 7 faizdən artıq olmamalıdır;

Zəmanətlə verilən Mikrokreditlərdə isə Agentlik nəzərdə tutulan vəsaiti müvəkkil kredit təşkilatlarına illik 2.5 faiz tətbiq etməklə verir. Müvəkkil kredit təşkilatlarının Agentliyin kredit vəsaitinə tətbiq etdiyi illik faiz dərəcəsinin ən yüksək həddi (bu bənddə nəzərdə tutulmuş 2.5 faiz daxil olmaqla) 12 faizdən artıq olmamalıdır;

Müvəkkil kredit təşkilatların və bankların əlaqə məlumatları cədvəl 4-də qeyd edilmişdir.

Xarici resursların qiymətləndirilməsi

Aqroturizm fəaliyyətinə başlayanda siz kəndinizdə və hətta kəndinizə çox yaxın yerləşən resursları (təsərrüfatlar, işçi qüvvəsi, maddi və qeyri-maddi resurslar) qiymətləndirib göstərdiyiniz xidmətlərin müxtəlifliyini artıra bilərsiniz. Xidmətlərin kəmiyyəti və keyfiyyəti artdıqca sizin turistə yaşatdığınız təcrübənin sayı çoxalır ki, bu da öz növbəsində müştəri məmnuniyyətini artırır.

Qonşu təsərrüfatların qiymətləndirilməsi

İlk növbədə siz qonşu təsərrüfatların potensialını nəzərdən keçirin və onları göstərdiyiniz xidmətlərin bir hissəsi kimi aqroturizm fəaliyyətlərinə cəlb edə bilərsiniz:

Aşağıda verilən misallarla siz bunu daha yaxşı başa düşəcəksiniz:

Misal 1: Sizin qonşu təsərrüfatda təndir (bəzi rayonlarımızda isə “kürsü və “kürə” deyilir) ola bilər ki, siz turisti ənənəvi üsulla çörəkbişirmə prosesinə cəlb edə bilərsiniz. Bu resursdan istifadə edərək siz turistə 2 xidmət təklif emiş olursunuz. 1) Qidalanma 2) Çörəkbişirmə tədrisi/təcrübəsi. Bu xidmətə belə bir ad verə bilərsiz “Öz çörəyini özün bişir”, “Təndir bizdən çörək sizdən” və s.

Misal 2: Sizin qonşu təsərrüfatda at arabası ola bilər ki, siz bu at arabası ilə turistləri kəndinizin mənzərəli yerlərinə apara bilərsiniz. Bu təcrübəni qadınlar və xüsusilə də uşaqlar çox sevir. Bundan başqa atla gəzinti, uşaqlar üçün ulaqla gəzinti kimi xidmətlərə turistlərin böyük marağı vardır. Siz hətta yapıncı (çobanın üst geyimi), milli papaq kimi milli elemetnləri əlavə etməklə turistə şəkil çəkmək imkanı yarda bilərsiniz ki, bu da əlavə bir xidmət kimi sizə gəlir gətirə bilər.

Misal 3: Ola bilər ki, qonşu təsərrüfatda xarici dil bacarıqları olan gənclər olsun. Siz onları xarici qonaqlarla ünsiyyət üçün cəlb edə bilərsiniz. Arıçılıq təsərrüfatı da da turistlərin görmək istədiyi bir sahədir. Siz turistlərə belə təsərrüfatları təqdim etməklə onlara arı məhsullarını sata və təcrübə əldə etmələri üçün şərait yarada bilərsiniz. Yadda saxlamaq lazımdır ki, aqroturizmlə maraqlanan turistlər ekoloji təmiz kənd təsərrüfatı məhsullarının yerində istehlakı ilə bərabər kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinə cəlb olunaraq o işin təcrübəsini yaşamaq istəyirlər. Bu da öz növbəsində sizin göstərdiyiniz xidmətin sayının artmasına səbəb olur. Siz turistə kəndinizə məxsus yerli yeməkləri təqdim etməklə bərabər həmin yeməklərin hazırlanmasına da cəlb edin. Bundan başqa, öz istehsal etdiyiniz pendiri, südü, qatığı, şoru qidalanmaq üçün turistə təqdim etməklə bərabər bu məhsulların (süd sağımı, motal pendirinin, xamanın) hazırlanması prosesini turistə həm göstərin həm də şərait yaradın ki, bunu özü etsin.

Misal 4: Sizin kənddə yerləşən hər hansı bir təsərrüfatda at nalı düzəldən “nalbənd” və yaxud qamçı düzəldən sənətkarlar ola bilər. Siz turistlərə nalın və yaxud qamçının düzəldilməsi prosesini göstərərək və hətta prosesə cəlb edərək alınan məhsulu sonda turistə sata bilərsiniz. Nəticə olaraq, siz turistə həm təcrübə, həm də nal satırsınız.

Misal 5: Kəndiniz və yaxud təsərrüfatınızla bağlı hekayə, əfsanə və rəvayətləri toplayıb onların müxtəlif formatlarda turistlərə çatdıraraq turistin sizin təsərrüfata olan marağını artıra bilərsiniz.

Maddi Resursların qiymətləndirilməsi

Kəndinizdə/təsərrüfatınızda maddi resursların qiymətləndirilməsi aqroturizm fəaliyyətlərinizin təşkilində önəmli rol oynayır. Maddi resursları aşağıdakı kateqoriyalara bölmək olar:

- *Təbiət;*
- *Mədəniyyət;*
- *Sağlamlıq;*

Təbiət - Aqroturizmlə maraqlanan müştərilər çox hallarda təsərrüfat

ətrafında olan təbii resurslara maraq göstərirlər. Bu məqsədlə, təsərrüfatınızın yerləşdiyi və yaxud ona yaxın ərazilərdə təbii resursları müəyyən edərək siz, turistə təqdim etmək üçün yeni xidmət növlərini/ turizm məhsullarını hazırlaya bilərsiniz. Təbii resurslara aşağıdakılar daxildir:

- *Çay; Göl; Dağ; Meşə; Şəlalə; Bulaq; Meşə heyvanları; Mənzərəli yerlərə baxış nöqtəsi və s.*

Bu resurslardan istifadə edərək siz aşağıdakı xidmətləri təşkil edə bilərsiniz:

- *Çayda və yaxud göldə balıq tutmaq;*
- *Çayda və yaxud gölün ətrafında piknik (təbiətdə yemək süfrəsi) və kampinq (çadırlarda yerləşmə) xidmətlərinin göstərilməsi;*
- *Qayıqla gəzinti;*
- *Dağ turları –(dağa dırmanma, dağda velo turlar və s.)*
- *Meşə gəzintisi marşrutu (xüsusi cığırlar);*
- *Meşə heyvanlarının seyr edilməsi üçün marşurut;*
- *Meşədə piknik və yaxud kampinq;*
- *Meşədə yabanı meyvə və giləmeyvələrin yığılması;*

Mədəniyyət və tarix - turistlərə təklif edilən xidmətlərin/təcrübənin say çoxluğu sizin təsərrüfata səfər edən müştərilərin sayını və qalma müddətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Buna görə də kəndinizdə və ona yaxın olan ərazilərdə yerləşən tarixi-mədəniyyət abidələrini müəyyən etməklə siz yeni tematik marşrutlar hazırlaya bilərsiniz. Məsələn: Daşkəsən və Gədəbəy ərazilərində kifayət qədər alban abidələri var. Bunun əsasında "Albanların izi ilə" adlı tematik marşrut düzəldə bilərsiniz. Gədəbəy, Tovuz və Daşkəsən rayonlarında kifayət qədər qala tipli abidələr var ki, siz bu tarixi abidələrə turlar təşkil edə bilərsiniz. Abidələrə yol müxtəlif kəndlərdən keçdiyinə görə siz həmin ərazilərdə kənd həyatına uyğun müəyyən elementləri turistlərə təqdim edə bilərsiniz. Mədəniyyət və tarixi abidələr haqqında məlumatları siz Rayon İcra Hakimiyyətindən, Bələdiyyədən, Dövlət Turizm Agentliyinin Regional bölməsindən, Mədəniyyət Nazirliyinin regional bölməsindən və digər əlaqəli qurumlardan əldə edə bilərsiniz. Bundan başqa yuxarıda göstərilən qurumların köməkliyi ilə siz rayonunuzda və yaxud kəndinizdə yerləşən mədəniyyət və tarixi abidələrin marşrutunu da hazırlaya bilərsiniz.



Sağlamlıq – Kəndinizdə və yaxud yaxın ərazilərdə müxtəlif şəfalı bulaqlar, qeyzerlər, sanatoriyalar varsa bu sizin müştərilərə əlavə xidmət təqdim etməyinizə imkan yaradacaqdır. Məsələn: Daşkəsən rayonu Xoşbulaq kəndinin havası raxit xəstəliyindən əziyyət çəkən uşaqlar üçün çox faydalıdır. Samux rayonu Şəmsizadə kəndi ərazisində olan qeyzerlər oynaq, sinir və dəri xəstəlikləri üçün çox

faydalıdır. Daşkəsən rayon Narzan kəndində olan müalicəvi sular mədə bağırsaq sistemi xəstəlikləri üçün faydalıdır. Beləliklə, sizin təsərrüfatınıza səfər edən müştərilərə siz belə resurslar haqqında məlumat verə bilər və müştərinin marağından asılı olaraq belə yerlərə maraq turları təşkil edə bilərsiniz. Buna görə də, ərazinizə dair bütün resurslarla bağlı məlumatlı olmalısınız ki, turistləri öz təssərrüfatınızla bərabər, kəndiniz haqqında da kifayət qədər məlumatlandıra bilərsiniz. Yaratdığınız hər bir yaddaqalan təəssüratı turistlər digər insanlara ötürəcək ki, bu da sizin təsərrüfata səfər edən ziyarətçilərin sayını artıra bilər.

Qeyri-maddi resurslar

Bura əsasən kənddə, təsərrüfatınızda və yaxud ona yaxın ərazilərdə məşhur olan əfsanələr, nağıllar, folklor, yerli yemək/kulinariya reseptləri, milli oyunlar və sair aid etmək olar. Gədəbəy rayonu ərazisində yerləşən “Qız Qalası” haqqında kifayət qədər rəvayətlər vardır. Bu rəvayətlərin turistlərə nəql edilməsi abidəyə baxışdan əlavə turistə bir təcrübə də bəxş edir. Təcrübə göstərir ki, xarici turistlər əsasən yerli üsul ilə hazırlanan mürəbbələri çox bəyənirlər. Belə halda siz turistə müxtəlif meyvələrdən hazırlanmış mürəbbələr təqdim edə bilərsiniz. Müştərinin istəyindən asılı olaraq o mürəbbənin hazırlanması prosesinə cəlb oluna bilər. Bu prosesə təcrübə qatmaq üçün turist meyvəni özü yığır və mürəbbəni sizin köməyinizlə bişirir. Azyaşlı müştəriləriniz üçün isə yerli folklordan nağıllar danışa və ya milli uşaq oyunlarına cəlb edə bilərsiniz. Bundan başqa bir neçə fermerlər ilə birləşib məhsul bayramı və ya buna bənzər festivalların keçirilməsi də sizin təsərrüfatınızın və xidmətlərinizin tanıdılmasına yardımçı olacaqdır.



Təhlil metodları və strategiya



- GZİT/SWOT təhlil metodu
- TİZG/TOWS təhlil metodu

Bölmə 3

GZIT (SWOT) təhlil metodu

Aqroturizm fəaliyyətlərimizə başlamazdan əvvəl biz daxili və xarici resurslarımıza nəzər saldıq. Növbəti mərhələ olaraq biz aqroturizm istiqamətində göstərəcəyimiz fəaliyyətlər (profilimiz) ilə bağlı təhlil aparmalıyıq ki, göstərdiyimiz xidmətlər bazarın tələbinə uyğun, keyfiyyətli və rəqabətə davamlı olsun. Belə təhlil alətlərindən biri GZİT (SWOT) adlanır.



İlk dəfə **«GZİT təhlil»** modeli 1960-1970-ci illərdə yaranmışdır. Nəzəriyyənin banisi Albert Humphey olmuşdur. Güclü və Zəif cəhətlər deyəndə əsasən daxili amillər, İmkanlar və Təhlükəli deyəndə isə xarici amillər nəzərdə tutulur. GZİT təhlil fəaliyytlərinizə cəlb edəcəyiniz ailə üzvləri, qonşu fermerlər və mütəxəsisslərin iştirakı olmaqla aparıla bilər. GZİT təhlili apararkən verdiyiniz cavablar spesifik və dəqiq olmalıdır. Buna görə də siz təhlilə başlamazdan əvəl öz daxili və xarici resurslarınıza dair ətraflı məlumat toplamalısınız. **Güclü və zəif** tərəflərinizin müəyyənləşdirlməsi üçün siz aşağıdakı sualları verə bilərsiniz:

- *Aqroturizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün motivasiya varmı?*
- *Aqroturizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün bilik və bacarıqlarınız varmı?*
- *Torpaq sahəniz varmı?*
- *Kənd təsərrüfatı fəaliyyətləri ilə məşğul olursunuzmu? Olursunuzsa hansı sahələr?*
- *Kəndinizdə meşə, dağ, çay, göl varmı?*
- *Kəndinizdə tarixi və mədəni abidələr varmı?*
- *Aqroturizm ilə məşğul olmaq üçün maliyyə resurslarınız varmı?*
- *Digər fermerlər ilə münasibətləriniz yaxşıdırmı?*
- *Yerli idarəetmə orqanları ilə münasibətləriniz yaxşıdırmı?*
- *Qonşu fermerləri\təsərrüfatları müəyyən fəaliyyətlərə cəlb edə bilərsinizmi?*
- *Təsərrüfatınızda olan infrastrukturun vəziyyəti necədir (tövlə, hin, çəpər, yardımçı təsərrüfat binası və s)?*
- *Lazımı avadanlıqlar və ləvazimatlar varmı?*
- *Kəndinizdə başqa mədəniyyəti təmsil edən insanlara münasibət necədir?*
- *Kəndinizdə yerləşən tarixi və mədəniyyət abidələrini turistə göstərmək olarmı (yol, icazə təhlükəsizlik)?*
- *Turistlərə qonaqlama xidmətləri göstərə bilərsinizmi?*
- *Qonaqlama xidməti göstərmək üçün infrastruktur və lazımı avadanlıqlar varmı?*
- *Turistlərə qastronomik xidmət göstərə bilərsinizmi?*

Verilən cavablar müsbət olduğu halda bu sizin güclü cəhətiniz və mənfi olduğu halda isə zəif cəhətiniz olacaqdır. Bu suallar GZİT təhlili aparmaq üçün istiqamətləndirici rol oynayır və daha çox ola bilər.

İmkanlar - yuxarıda qeyd edildiyi kimi əsasən xarici amilləri nəzərdə tutulur. Aşağıdakı suallara cavab tapmaqla siz öz imkanlarınızı qiymətəndirə bilərsiniz.

- *Aqroturizm sahəsində maariflənmək üçün hər hansı bir resurs (online kurs, təlim, peşə məktəbi və s) varmı?*

- *Aqroturizm sahəsində fəaliyyətlərinizin effektli qurulması və idarə edilməsi üçün hər hansı bir mütəxəssisə ehtiyac varmı?*
- *Aqroturizm istiqamətində fəaliyyətə başlamaq üçün maliyyə resurslarına çıxışınız varmı? (bank, bank olmayan kredit təşkilatı, sponsorluq, qrant və s)*
- *Kənd təsərrüfatı və turizm ilə bağlı müvafiq nazirlik və agentliklərə müraciət edə bilərsinizmi?*
- *Aqroturizmlə bağlı qonşu ölkələrin təcrübəsini öyrənilməsi mümkündürmü?*
- *Aqroturizm fəaliyyətləriniz ilə bağlı tur-agentlikləri məlumatlandırmısınızmı?*
- *Fəaliyyətlərinizlə bağlı online -satış platformalarına məlumat yerləşdirmisinizmi?*
- *Fəaliyyətə başlamaq üçün müvafiq təchizatçılar ilə əlaqələr qurmusunuzmu?*

Təhlükə / Risk-daha çox xarici amilləri nəzərdə tutur. Bu hissə sizin aqroturizm fəaliyyətlərinizlə bağlı baş verə biləcək təhlükə və riskləri müəyyən edir. Aşağıdakı istiqamətləndirici sulları cavablandıraraq siz təhlükə və risk ilə bağlı müəyyən məqamları aydınlaşdıra bilərsiniz:

- *Aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün maliyyə institutları sizə pul verməyə bilərmi?*
- *Təsərrüfatınıza təbii fəlakət (sel, leysan, dolu) nəticəsində ziyan dəyə bilərmi?*
- *Hər hansı bir siyasi və iqtisadi böhran sizin fəaliyyətlərinizə çətinlik yarada bilərmi?*
- *Yerli hakimiyyət orqanları ilə münasibətlərin pozulması fəaliyyətlərinizə hər hansı çətinlik yarada bilərmi?*
- *Turizm şirkətləri ilə münasibətlərinizin düzgün qurulmaması müştəri azlığına səbəb ola bilərmi?*
- *Müştərilərlə yaranan anlaşılmazlıqların fəaliyyətinizə hansı mənfi təsirləri ola bilər?*
- *Göstərdiyiniz xidmətlər rəqabətə davamlıdırmı? və s.*

Əldə edilən məlumatları daha da vizuallaşdırmaq və müzakirəni daha da asanlaşdırmaq üçün kitabın sonunda göstərilən GZİT cədvəlindən istifadə edə bilərsiniz.

TİZG (TOWS) təhlil metodu

Aqroturizm fəaliyyətlərinizi formalaşdırmaq üçün planlama işlərinə başlayanda sizin köməyinizə çatan təhlil alətlərindən biri də TİZG təhlilidir. Bu təhlil metodu sizə aqroturizm fəaliyyətlərinizə başlamaq və yaxud biznes qurmaq üçün bir strategiya seçiminə kömək edəcəkdir. **TİZG -in açılışı: T-təhlükə; İ-imkan; Z- Zəif; G-Güclü;**

Bu təhlil metodu GZİT(SWOT) (güclü, zəif, imkan, təhlükə) təhlili nəticəsində əldə edilmiş məlumatlar əsasında hazırlanır. Bu təhlilin keyfiyyətli aparılması GZİT(SWOT) təhlil zamanı əldə edilmiş məlumatların spesifikliyi, dəqiqliyi və müfəssəl olmasından çox aslıdır. TİZG(TOWS) təhlili bizə 4 strategiya/istiqamət təklif edir ki, biz öz aqroturizm fəaliyyətlərimizin planlaşdırılmasında bunlardan birini və yaxud hamısını istifadə edə bilərik. Bu təhlilin köməyi ilə siz aqroturizm sahəsində daha çox hansı istiqamətə yönələcəyinizi və yaxud fəaliyyət göstərəcəyinizi müəyyən edə, aqroturizm biznesinə başlamaq və idarə etmək üçün mövcud boşluqları aradan qaldıra və yaxud baş verə biləcək təhlükə və yaxud risklərin nəticələrini yumuşalda bilərsiniz. Aşagıdakı cədvəldə TİZG(TOWS) təhlili haqqında daha ətraflı məlumata baxın:

TİZG\TOWS		Xarici amil	
		İmkanlar (İ)	Təhlükə (T)
Daxili amil	Güclü (G)	Gİ Maksi-maksi strategiyası	GT Maxi-mini strategiyası
	Zəif (Z)	Zİ Mini-maksi strategiyası	ZT Mini-mini strategiyası

Maksi-maksi strategiyası - güclü tərəfimizdən istifadə edərək imkanlardan daha səmərəli istifadəni nəzərdə tutur. Məsələn: Əgər bizim biznes plan və layihə təklifi yazmaq kimi güclü cəhətimiz varsa bundan istifadə edib müxtəlif maliyyə institutlarına (donor, bank, bank olmayan kredit təşkilatları) müraciət edə bilərik. Əgər sizin təsərrüfatda\kəndinizdə şəlalə, göl, dağ və s. təbii resurslar varsa siz bu resurslardan istifadə edərək müxtəlif aqroturizm məhsulları hazırlaya və bu haqda turagentliklərini məlumatlandıra bilərsiniz.

Mini-maksi strategiyası - imkanlardan istifadə edərək zəif tərəflərimizin aradan qaldırılması nəzərdə tutulur. Məsələn: beynəlxalq satış kanallarına öz fəaliyyətlərimiz barəsində məlumat verməklə müştərilərimizin sayını artıra bilərik. Aqroturizmlə bağlı qonşu ölkələrin təcrübəsini öyrənərək yeni aqroturizm məhsulunun hazırlanması.

Maksi-mini strategiyası - güclü tərəflərimizdən istifadə edərək baş verə biləcək təhlükənin qarşısının alınması və yaxud nəticənin yumşaldılması. Yerli hakimiyyət orqanları ilə yaxşı münasibət saxlayaraq meşə, tarix və mədəni abidələrə turların təşkil olunması üçün icazə almaq. Aqroturizm istiqamətində bilik və bacarığımızdan, daxili və xarici resurslarımızdan düzgün istifadə edərək rəqabətliliyə davamlı məhsulların, xidmətlərin yaradılması.

Mini-mini strategiyası - zəif cəhətlərimizin hansı təhlükə və risklərə səbəb olacağının müəyyən edilməsidir. Məsələn: daxili və xarici turizm resurslarımızdan lazımınca istifadə edə bilməməyimiz aqroturizm istiqamətində məhsul və xidmətlərin zəif olmasına səbəb ola bilər ki, bu da müştərilərimizin azalması riskini yarada bilər. Qonşu təsərrüfatlarla və yaxud yerli hakimiyyət orqanları ilə ünsiyyətinizin zəif olması, təsərrüfatınızda infrastrukturun zəif olması, müştərilərlə münasibət yarada bilməməyiniz kimi zəif tərəfləriniz rəqabətlilik qabiliyyətinizi əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salacaq və nəticə etibarı ilə məşğul olduğunuz biznes üçün risk yaranacaq.



Şəkil 2. Yerləşmə vasitələri - kənd evləri və kempinq bir arada. Tovuz rayonu.

Aqroturizmdə yerləşmə vasitələri



- Kənd evlərində yaşayış şəraiti;
- Kənd evlərində qidalanma;
- Kənd qonaq evlərində xidmət etiketi;

Bölmə 4

Aqroturizmdə yerləşmə vasitələri

Aqroturizmdə yerləşmə vasitələrinin rolu böyükdür. Kənd mühitində yerləşmə vasitələrinə kənd evi, qonaq evi, kampinq və təsərrüfatda qalmaq aid edilə bilər. Turistin aqroturizm xidmətlərindən istifadə edərək yadda qalan təcrübə yaşaması üçün onun kənddə və ya təsərrüfatda yaşaması önəmlidir. Buna görə də, yerləşdirmə vasitəsi bir növ sizin turistə göstərmək istədiyiniz aqroturizm xidmətləri üçün bir növ başlanğıc nöqtəsi sayıla bilər. Kənd evində qonaqların/turistlərin qəbul edilməsi üçün siz aşağıdakı hazırlıq işlərini görməlisiniz:

- *Əgər ailə turistləri yalnız yay aylarında qəbul edirsə bu zaman otağın tavanı, künclər, pəncərə və qapıların ətrafı tozdan təmizlənməli və silinməlidir;*
- *Döşəmənin yuyulması məsləhət görülür. Pəncərələri açmaqla otağın havası təzələnməlidir. Keçən ilki turizm mövsümündən alınan təcrübəyə əsaslanaraq hazırlıq işləri yerinə yetirilməlidir;*
- *Təmirə ehtiyacı olan ev inventarı təmir edilməlidir;*
- *Stullar bərkidilməli, sınıq pəncərə şüşələri yenilənməlidir.*
- *Açılıb-bağlananda pəncərələrdə, otağın və şkafın qapılarında olan cırıltı səsləri aradan qaldırılmalıdır;*
- *İstifadə müddəti bitmiş və çatışmayan inventar yenilənməlidir;*
- *Çilçıraqda, stolüstü lampada xarab lampalar dəyişdirilməlidir;*
- *Qab-qacaq, əl-üz dəsmalı və hamam dəsmalları uyğun sayda olmalıdır;*
- *Paltarın və ayaqqabıların təmizlənməsi üçün müvafiq şotkalar olmalıdır;*
- *Əlavə yataq dəsti və döşəkağı, balışüzü olmalıdır;*

- *Otaqda stul sayı turistlərin sayına uyğun olmalıdır;*
- *Görünən yerdə otaqda olan inventarın adı və sayı barədə yazılı siyahı qoyulur;*
- *Yazıda otaqda olmayan, lakin turistlər tərəfindən pullu və ya pulsuz istifadəsi mümkün olan məişət cihazları (ütü, tozsoran, fen, ətçəkən maşın və d.) barədə məlumat verilir;*
- *Ayrıca olaraq ev sahiblərinin telefonu, tibb mərkəzinin, Fövqəladə Hallar idarəsinin telefon nömrəsi qeyd olunur. Tibb mərkəzinin, poçtun, polisin yerləşdiyi ünvan dəqiq göstərilir;*
- *Həyətdə də müvafiq hazırlıq işləri yerinə yetirilməlidir;*
- *Cığırlar təzələnməli, gül-çiçək və ağacların ətrafı alaq otlardan təmizlənməlidir;*
- *Külafirəngi, talvar, uşaqların oynaması üçün ayrılmış yerlərə, çəpər və ya hasara əl gəzdirilməli, ehtiyac olarsa təmir işləri görülməlidir;*
- *Samovar, manqal təmizlənib işlək hala gətirilməlidir;*
- *Turistlərin istifadəsində olan evin içində və ya həyətdə yerləşən hamam və ayaq yolunda çatışmamazlıqlar aradan qaldırılmalıdır;*
- *Sanitar qovşağı, qonaq evinin sahibinin ailəsi ilə ümumi istifadə də oluna bilər. Sanitar qovşağında isti və soyuq su xətləri, kanalizasiya xətti, elektrik xətti işlək halda olmalıdır. Burada təmizlik məqsədilə tələb olunan inventar, güzgü qoyulmalıdır;*
- *Turisti qəbul edən zaman qonaq evinin sahibi turistə evdə davranış qaydalarını və onun bu evdə olduğu müddətdə inventardan istifadə qaydalarını izah edir. Eyni zamanda turist kənd içində hərəkət istiqamətləri və ilk ehtiyac obyektləri barədə məlumatlandırılır.*
- *Ev sahibinin xarici görünüşü, ev və həyətin görkəmi, turist*

üçün ayrılmış otağın (otaqların) vəziyyəti turistdə bu evdə qalma müddətini müəyyən edir. Bəzi hallarda təyin edilmiş müddətə gələn turist kənd evində daha uzun müddət və ya daha qısa müddət qala bilər;

Kənd qonaq evində yaşayış şəraiti

Yaşayışın komfortu və rahatlığı qonaq evi xidmətlərinin müəyyənləşdirilməsində əsas meyardır. Yeni gəlmiş qonaqlara onların yerləşəcəyi otaqları nümayiş etdirmək lazımdır. Turistlə bir otaqda kiminsə yerləşdirilməsiə mümkünlüyü, yaxud onun təkliyə üstünlük verdiyini ondan soruşub öyrənmək vacibdir. Əgər qonağa təqdim edilən otaq onun istehlak xüsusiyyətini aşağı salan müəyyən əlamətlərə malikdirsə, onlar haqqında öncədən xəbərdarlıq edilməlidir. Bu, məsələn, qonaq evinin sahibindən asılı olmayan qarşısıalınmaz gecə səs-küyü, birinci mərtəbədə yaşayarkən hiss edilən nəmlik qoxusu və s. ola bilər.

Dəsmal. Hər bir müştəri üçün dəsmalların miqdarı üç ədəddən az olmamalıdır. Onlar vanna otağında üst-üstə toplam qoyulur, o olmadıqda isə çarpayının yastıq qoyulan tərəfinə yığılır. Böyük dəsmal bədəni, orta dəsmal ayaqları, kiçik dəsmal əlləri silmək üçün nəzərdə tutulur. Amerikalı qonaq qəbul edərkən nəzərə alınmalıdır ki, onlar eyni vaxtda sayı iki-üçdən az olmayacaq qədər dəsmaldan istifadə edirlər. Onların yastıqları uzun olmalıdır. Onlarda yorğan üzündən istifadə qəbul olunmamışdır, adətən bu, iki döşəkağıdır (mələfədir). Lakin qeyd edək ki, hər xalqın öz adət-ənənəsi vardır və yatağı qurmaqda yerli qaydalara riayət edilsə, xarici turistə, heç bir narahatçılıq olmaz.

Yataq yeri. Çarpayı orta bərklikdə olmalıdır. Divan adətən daha aşağı keyfiyyətli yataq hesab olunur.

Tualet. Ev sahibləri və qonaqların xüsusi diqqət zonasıdır. O, mahiyyətcə qonaq evinin «vizit kartı»dır. Tualetdə heç bir xoşagəlməz iy-qoxu olmamalıdır. Xarici ölkə tuirstlərini qəbul edərkən oraya havanı təravətləndirən aerozol qoyulmalıdır. Lakin aerozoldan da çox ehtiyatla və qədərində istifadə etmək lazımdır. Çunki Yaponların, amerikalıların və bir çox millətlərin nümayəndələrinin rəyinə görə aerozollar yalnız çox təmiz olmayan yerdə istifadə edilir.

Tualet kağızı. Keyfiyyətli və unitazın sağ hissəsində lazımı yerdə asılmış tualet kağızının olması olduqca vacibdir.

Seyf. Əgər müştəri öz əşyalarını seyfdə saxlamaq istəyirsə bu, heç də o demək deyildir ki, əsl seyf tələb olunur. Alternativ qismində əşyaların etibarlı şəkildə qoyula bildiyi, qıfıllanan otaq təklif oluna bilər.

Hamam. Hamamda isti su və duşun olması vacibdir. İsti suyun fasilələrlə olması qəbul ediləndir və bu haqda turist əvvəlcədən məlumatlandırılmalıdır.

Ev heyvanları. Xarici ölkələrdən və Rusiyadan gələn bir çox turistlər hesab edirlər ki, ev heyvanları otaqda, xüsusilə də yemək vaxtı olmamalıdır. Bəzən qonaqlar pişik və it tükündən yaranan allergiya reaksiyalarından əziyyət çəkirlər. Belə hallarda turistlər yaşayan zaman ev heyvanları otaqların həndəvərindən kənarlaşdırılmalıdır. Qonaqlara yataqda siqaret çəkməyin qadağan olunduğu haqqında xəbərdarlıq edilməlidir. Statistikaya görə, yaşayış evlərində yanğınlar bu səbəbdən baş verir.

Kənd evlərində qidalanmanın təşkili

Qidalanma qonaq evinə daxil olan xidmətlərin ayrılmaz hissəsidir. Kənd evləri qidalanmanın təşkili işində mehmanxanalar qarşısında xeyli üstünlüyə malikdir, Belə ki, kənd evi məhdud sayda turistlərə xidmət göstərir. Belə olduğu üçün hər bir turistin istəyini və yemək üsulunu ayrıca nəzərə almaq olur.

Bəzi turistlər xüsusilə də xarici ölkədən gələnlər bitki mənşəli ərzaqlardan hazırlanmış (vegetarian) yeməkləri üstün tuturlar və onlar üçün Azərbaycan şəraitində bu cür qidalanmanı təmin etmək bəzən çətin olur.

Turistlərin hansı dinə mənsubluğu da qida qəbul etməyin xarakterinə təsir göstərir. Məsələn, hindlilər heyvan mənşəli yemək qəbul etmirlər, müsəlmanlar və yəhudilər isə donuz əti yemirlər. Odur ki, qidalanmanı təşkil edərkən aşağıdakı qaydaları yadda saxlamaq lazımdır:

- *Turistin istəyini öyrənin – qida qəbulu onun dinindən, allerginlərə dözümlülüyündən asılıdırmı;*
- *Turistə özünüzün evdə bişirdiyiniz yeməklər haqqında məlumat verin;*
- *Menyunu turistlə qabaqcadan razılaşdırın;*

Səhər yeməyini müştərilərə təqdim etmək tövsiyə olunur. Xarici turistlərə təqdim olunan yerli kulinariya məhsullarını təqdim etməklə yanaşı, onları bu yeməklərin hazırlanması prosesinə də dəvət etmək olar. Bu zaman xaricilər tərəfindən yerli mətbəxin dərinliklərinə yiyələnmək imkanı yaranır. Eyni zamanda xaricilərə xas olan kulinariya xüsusiyyətlərini bilməli və onların istəklərini imkan daxilində yerinə yetirmək lazımdır. Turistlərə yemək verməmişdən əvvəl səhər, günorta və axşam yeməyinə menyu təklif edilməli, hər hansı əlavələr olarsa bunları yerinə yetirmək imkanı olmalıdır.

Kənd qonaq evlərində xidmət göstərmənin etiket qaydaları

Yemək paylanması ev sahibinin sağında əyləşən xanımdan başlanır. Şorbalar və içkilər sağ əl tərəfdən, digər xörəklər sol əl tərəfdən verilir. Boşqablar sağ tərəfdən yığılmağa başlanır. Əgər turistin əvvəllər heç vaxt dadmadığı milli yeməklər verilərsə, ondan istifadə qaydası ona göstərilməlidir. Əgər xörəyin nədən hazırlandığı, onu yemək qaydası qonağa söylənilsə, etiket qaydaları pozulmayacaq. Əgər turist bıçağı, yaxud çəngəli döşəməyə salarsa, ona yenisini vermək lazımdır.

Masa arxasında oturarkən kofe və ya çay verilməyənədək siqaret çəkmək qəbul olunmamışdır. Ola bilər ki, tüstünün qoxusu qonaqlara xoş gəlməsin. Bundan başqa, siqaret çəkmək yeməyin ləzzətli keyfiyyətlərini olduğu kimi duymağa mane olur. Ev sahiblərinin yemək vaxtı siqaret çəkilməsini təqdir etmədiyini incə yolla xatırlatmağın vasitəsi odur ki, kofe verilməyənədək stolun üstünə külqabı qoyulmur.

Səhər yeməyinin menyusu təsərrüfatınızda və yaxud kəndinizdə istehsal edilən süd və süd məhsulları (qatıq, qaymaq, şor, süzmə, yağ) bal, yumurta, təndir/kürə çörəyi və yaxud çaydan ibarət olur. Bir qayda olaraq, səhər yeməyinə duru xörəklər (şorbalar) verilmir. Naharın menyusu səhər yeməyinin menyusundan fərqlənir. Naharda salatlar, şorbalar və tava yeməkləri təklif olunur.

Masa da müvafiq şəkildə servis edilir. Əcnəbilər xörəyi böyük boşqabdan yeməyi xoşlayırlar. Boşqabdan solda üç çəngəl qoyulur ki, onlardan soldakı sonuncu qəlyanaltılar, ortadakı balıq xörəkləri,

nəhayət, boşqabın qonşuluğundakı isə ət xörəkləri üçün nəzərdə tutulur. Şorba üçün qaşıq boşqabın sağında qoyulur. Ondan solda boşqabla qaşıq arasında, çəngəllərin düzülüşünə müvafiq olaraq, qəlyanaltı və balıq xörəkləri üçün bıçaq qoyulur. Bıçaqların kəsərli tərəfləri (ağzı) boşqaba doğru olmalıdır. Qaşıqların qabarıq tərəfi aşağı, çəngəllərin iti ucu yuxarı qoyulur ki, dişləri stolun örtüyünü xarab etməsin. Lüzum yarandığı hallarda bəzi xörəklərə görə əlavə bıçaqlar, çəngəllər, digər servis predmetləri də verilir. Məsələn, dəniz ilbizi və dəniz xərçəngindən hazırlanmış xörəklər üçün xüsusi kiçik çəngəl, meyvələr üçün isə meyvə çəngəli verilir. Boşqabın düz arxasında masanın tilinə paralel şəkildə desert və çay qaşıqları qoyulur. Əgər yağ verilərsə, onun üçün olan bıçaq boşqabın sol tərəfində yerləşdirilən kiçik çörək qabına qoyulur. Duz və istiot qabları (ləvazımatı) da, həmçinin boşqabdan sol tərəfdə, amma stolun mərkəzinə bir qədər yaxın qoyulur.

Göstərilən qaydalar yüksək səviyyəli mehmanxana obyektlərində nəzərə alınır. Kənd qonaq evlərinə isə tələblər nisbətən sadədir.

Əl-üz dəsmalı (salfet) boşqabın üstünə qoyulur. O, yalnız o zaman boşqabla yanaşı qoyula bilər ki, əgər qonaqlar masaya əyləşmədən öncə boşqaba hər hansı bir yemək qoyulması vacib olsun. Əcnəbi qonaqlar üçün masaya xidmət edəndə onların əlüzsilən kağız dəsmallardan tez-tez istifadəyə meyilli olduqlarını nəzərə almaq lazımdır.

Kənd qonaq evində masada qab-qacağın yerbəyer edilməsi yuxarıda göstərilən qaydada olmasa da qablar müxtəlif ölçülü, rəngli, fərqli dərinlikdə və ya dayazlıqda olmamalıdır. Bütün predmetlər bir-birinə uyğun olmalı, təmiz yuyulmuş halda stolda yerləşdirilməlidir. Ümumiyyətlə, yerli milli yeməklərin təqdim edilməsi turistlərə daha xoş gəlir.



Şəkil 3. Daşkəsən, Xoşbulaq kəndi. Kənd evində bişirilən təndir.

Biznes planın yazılması



- Biznes plan nədir?
- Biznes planın 3 mühüm əhəmiyyəti;
- Biznesin düzgün təsviri;
- Rəqabətlilik və bazar;
- Xərclər;
- Marketinq planı;

Bölmə **5**

Aqro turizm fəaliyyətinə başlamaq üçün biznes planın yazılması

Aqroturizm sahəsində fəaliyyətə başlamaq üçün dəqiq və müfəssəl planlama işinə başlamaq lazımdır. Planlama işinin həyata keçirilməsi üçün ən yaxşı alətlərdən biri də biznes planın hazırlanmasıdır. Bu bölmədə siz biznes planın mahiyyəti, onun hazırlanması metodologiyası, biznes planın strukturu və s haqqında daha ətraflı məlumat alacaqsınız.

Biznes plan nədir? Terminologiya lüğətlərində «biznes» – «gəlir əldə etməyə yönəldilmiş iqtisadi fəaliyyət» kimi izah edilir, yəni bizneslə məşğul olmaq, gəlir əldə etmək deməkdir. Aqroturizmlə məşğul olmaq üçün biznes planın yazılması çox önəmlidir.

Biznes plan iki hissədən: görüləcək işin ideyasından, məqsədindən və bu ideyanın və yaxud məqsədin həyata keçirilməsindən, təşkilindən ibarətdir. Başqa sözlə dedikdə biznes planda nəzərdə tutulmuş biznesin, yəni gəlir əldə etmək məqsədinin qısa, dəqiq və aydın şərhi verilir və ona nail olmağın şərtləri və yolları aşkarlanır.

Biznes-Planın tərtib edilməsinin üç mühüm əhəmiyyəti vardır:

1) Biznes plan – biznesin, yəni gəlir əldə etməyin idarə olunmasının əsaslarını hazırlamaqda istifadə edilə bilər.

2) Biznes plan elə bir alətdir ki, iş adamı onun köməkliyi ilə təsərrüfatın müəyyən dövr ərzində faktiki fəaliyyətinin nəticələrini qiymətləndirə bilər.

3) Biznes Plan – təsərrüfatın inkişafına pul vəsaitinin cəlb edilməsinin, «tapılmasının» vasitəsidir.

Qeyd olunanlar bir daha onu sübut edir ki, hər bir iş adamı üçün əvvəlcədən biznes planın tərtib edilməsi olduqca vacibdir və əksinə, bunsuz işə başlamaq kompassız okeana çıxmağa və tanımadığın bir ölkəyə xəritəsiz səyahətə getməyə bənzəyir. Elə buna görədir ki, ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafına kömək etmək istəyən xarici ölkə sərmayədarları və ya iş adamları burada olarkən ilk növbədə sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən adamların Biznes planlarının olub-olmaması ilə maraqlanırlar. Əgər bu plan yoxdursa onlar belə əməkdaşlıqdan imtina edirlər.

Biznes plan müqəddimədən, yəni girişdən və iki fəsildən ibarət tərtib edilir: Birinci fəsildə biznesin təsviri, ikinci fəsildə isə maliyyə planı verilir. Lakin bilmək lazımdır ki, bu fəsillər bir-biri ilə üzvü surətdə bağlıdır və biri – digərini tamamlayır. Yəni maliyyə planını hazırlayarkən hökmən biznesin təsviri fəslində müddəalara əsaslanmalıdır.

Müqəddimə. Burada təsərrüfatınız haqqında ətraflı məlumat verilir, aqroturizm sahəsi ilə məşğul olmaq üçün kəndinizdə olan turizm potensialını təsvir edirsiniz, təhsilinizi, sənətinizi, nə vaxtdan indiki işlə məşğul olmağınızı göstərirsiniz. Sonra aqroturizm sahəsində hansı xidmətləri (əkinçiliyin, heyvandarlığın konkret sahələri, emal prosessləri, təsərrüfata ekskursiya, qonaqlama və s.) təşkil etmək istədiyinizi göstərməli və bunu əsaslandırmalısınız. Nə üçün siz aqroturizm biznesi ilə məşğul olmaq qərarına gəlmisiniz, bunun nə kimi əhəmiyyəti var? Siz öz bilik, bacarıq və həyat təcrübəniz, maddi imkanınız ilə bu biznesin inkişafına nail ola biləcəksinizmi? Sonra isə aşağıdakı fəsilləri və bölmələri yazmalısınız.

Biznesin təsviri

Ehtiyatlar. Bu bölmədə biznesi aparmaq üçün mövcud ehtiyatlarınızı göstərməlisiniz. Yəni nə qədər torpaq sahəniz, bina, maşın, avadanlıq və işçi qüvvəniz vardır? Avadanlığınız nə vəziyyətdədir, onu qaydaya

salmaq üçün nə etmək lazımdır? Əlavə istehsal vasitələrinə ehtiyac varmı və onlar necə və haradan alınacaqdır, yaxud icarəyə götürüləcəkdir. Bu hissəni daha ətraflı təsvir etmək üçün siz resursların qiymətləndirilməsi bölməsində daha ətraflı məlumat əldə edə bilərsiniz.

Məqsəd. Bu bölmədə aşağıdakı suallara cavab verilməlidir:

- *Siz başlamaq istədiyiniz biznesi necə təsəvvür edirsiniz?*
- *Siz onun inkişafını necə təmin edəcəksiniz: əqlinizlə, fiziki əməyinizlə, maliyyə vəsaitinizlə?*
- *Nə vaxt bu biznesdən gəlir götürmək fikrindəsiniz?*
- *Siz bu işlə nə qədər (neçə il) məşğul olmaq istəyirsiniz?*
- *Bu biznesdən əldə edəcəyiniz gəliri təsərrüfatın (müəssisənin) inkişafına sərf etmək fikriniz varmı və yaxud başqa bir işə yönəltmək istəyirsiniz?*

Təsərrüfatın (müəssisənin) yerləşəcəyi yer. Siz öz bisnesinizlə harada məşğul olacaqsınız? Təsərrüfatın (müəssisənin) yerləşdiyi sahə biznesin inkişafına təminat verirmi? Təsərrüfatın yerləşdiyi sahənin infrastrukturu (su, elektrik enerjisi və nəqliyyatla təminatı) müştərinizlə əlaqə yaratmağa imkan verirmi?

Məhsul və ya xidmət. İstehsal etdiyiniz və ya edəcəyiniz məhsul (xidmət) barəsində ətraflı yazın. Sizin məhsulunuzun alınmasına (və ya göstərəcəyiniz xidmətə) olan ehtiyacı əsaslandırın, ətraflı şərh edin. Bu maddəni yazmağa başlayarkən özünüzə aşağıdakı sualları verin:

- *Mən insanları necə inandıra bilərəm ki, onlar mənim istehsal etdiyim məhsulu alsınlar və ya mənim xidmətimdən istifadə etsinlər?*
- *Bu məhsul və ya xidmət istənilən olacaqmı?*
- *Hazırda bu məhsulu alacaq və ya bu xidmətdən istifadə edəcəklərmi?*
- *Mənim müştərilərim üçün bu məhsul zəruridirmi, yoxsa bundan bir zövq, ləzzət və ya şöhrət üçün istifadə edəcəklər?*
- *İqtisadi inkişaf bu məhsula və ya xidmətə necə təsir edəcəkdir?*
- *Bu məhsula və ya xidmətə olan ehtiyac davam edəcəkmi?*
- *Yeni texnologiyanın inkişafı bu məhsulu və ya xidməti köhnəldə bilərmi?*

Rəqabət. Sizin seçdiyiniz fəaliyyət sahəsi nə dərəcədə rəqabətlidir? Bu fəaliyyətlə çoxmu adam məşğul olur? Məhsulunuzun və ya xidmətinizin fərqli və üstün cəhətləri nədir? Siz məhsulunuzun qiymətində və keyfiyyətində rəqabət edəcəksinizmi?

Bazar. Sizin alıcılarınız kimlərdir? Onların gəlirləri, maraq və ehtiyacları nədən ibarətdir? Sizin məhsula\xidmətə bənzər xidmətləri və yaxud məhsulları onlar necə (tez-tezmi, gecmi) alırlar? Sizin daimi müştərilərinizin barədə ətraflı məlumatınızın olması, bazarınızın həcmini müəyyən etməkdə sizə kömək edər.

Qanunlar və qaydalar. Sizin işinizi və sahənizi tənzimləyən hansı qanunlar və qaydalar vardır? Siz təsərrüfatınızın, müəssisənizin, ümumiyyətlə biznesinizin inkişafında və müdafiəsində bu qanun və qaydalara necə əməl edəcək və onlardan necə istifadə edəcəksiniz?

Xərclər və qazancın hesablanması

Aqroturizm biznesinə başlamağa son qərarı vermədən öncə sizi gözləyən qazanc və xərclər haqqında təsəvvürə malik olmalısınız. Beləcə, bu biznesin müəyyən müddət ərzində maddi cəhətdən gəlirli bir işə çevrilmə ehtimalını da dəyərləndirmiş olursunuz. Bundan əlavə, öncədən hansı xərclərinizin olacağı haqda məlumatınız olarsa, müştərilərə xidmət edərkən də daha hazırlıqlı olma imkanını əldə

edəcəksiniz.

Xərclər

Xərcləri iki qrupa ayırmaq olar: yeni biznesə başlayarkən törəyən xərclər (bunları birdəfəlik xərclər kimi də düşünmək olar ki, hansı ki çox zaman sadəcə ilk vaxtlarda yaranır) və dəyişməz xərclər, əməliyyat fəaliyyətindən yaranan xərclərdir (buraya çox zaman hər ay boyunca təkrarlanan xərclər daxildir).

Birinci qrupa daxil edilən xərclər sırasına aşağıdakılar aid edilə bilər:

- *Konstruksiya (yeni tikili və ya abadlıq / təmir xərcləri);*
- *Reklam üçün broşürlər;*
- *Mal-qara saxlamaq üçün tövlə;*
- *Kompüter;*
- *POS (Point of Sale/Satış nöqtəsi) terminalı;*
- *Avadanlıqlar;*
- *Elektrik, internet, su, qaz, kanalizasiya sisteminin çəkilməsi;*
- *Mətbəx və məhsul qablaşdırılması üçün şərait;*
- *Balıqçılıq, ovçuluq kimi fəaliyyətlər üçün avadanlıqlar (tüfəng, qayıq, qarmaq və s.);*
- *Zibil qabları;*
- *Satış guşəsi üçün stend və ya çadırlar;*
- *Lisenziya və icazə haqqı;*
- *Hasar çəkdirmək;*
- *Dekorasiya məqsədli işlər;*
- *Mal-heyvan;*
- *Qonaqlama üçün çarpayı, döşək, mebel və s;*
- *Piknik stolları;*
- *Daldalanacaq;*
- *Sanitar qovşaq;*
- *Nişanlar, lövhələr;*
- *Tərəzi;*
- *Toxum, bitki xərcləri;*
- *Vebsayt və başqaları;*

İkinci qrup üçün isə:

- *Fəaliyyət xərcləri;*
- *Ərzaq, gigiyenik məhsullar, qablaşdırma;*
- *Qaz, dizel, benzin;*
- *Pərakəndə satış üçün anbar xərcləri;*
- *İşçilərin maaşı;*
- *Marketinq (reklam);*
- *Kommunal;*
- *Təchizat;*
- *Vergilər və başqaları aid edilə bilər;*
- *Mümkün olan qazancı isə gələn ziyarətçilərin sayı və adambaşına xərclənən məbləğin hasiliylə təxmin edə bilərsiniz;*
- *Bunlar haqda məlumatı Dövlət Turizm Agentliyinin yerli nümayəndəlikləri , KOBİA və ya müxtəlif assosiasiyalar ilə əməkdaşlıq edərək müəyyənləşdirmək mümkündür.*

Həmçinin biznes fəaliyyətinizi başlatdıqda gəlir və xərclərinizin gündəlik uçotunu (hesabatını) qeyd etməniz tövsiyə olunur. Əvvəldə də qeyd etdiyimiz kimi bu sizə gələcək aylardakı mənfəətləri hesablamaqda və biznesinizin hansı istiqamətdə irəlilədiyini vaxtında bilməkdə kömək olacaqdır.

Xərclər və gəlirlərin aylıq hesablanması nümunəsi: 01 Avqust-31 Sentyabr 2020-ci il tarixdə əldə olunan gəlirlər.

Gəlirlər	**AZN**
“X” xidmət paketi	
Pərakəndə satış	
Ekskursiya/Turlar	
Təlimlər/Dərslər	
Otaq kirayəsi	
Kempinq üçün çadır icarəsi	
Yemək sifarişləri (nahar, günorta, şam)	
Cəmi:	

Xərclər	**AZN**
Kommunal ödənişlər	
Təmir işləri	
Maaşlar	
Fəaliyyət xərcləri	
Vergilər	
Cəmi:	

Marketinq planı. “Marketinq” termini ingilis dilində “market” sözündən götürülüb “bazar” mənası verir. Bu buraxılan məhsulun satışı üçün əlverişli şərait yaratmaq, onun keyfiyətini, çeşidini və istehsal həcmini istehlakçıların tələbatına uyğunlaşdırmaq məqsədi ilə bazar şəraitinin təhlili və proqnozlaşdırılmasıdır.

Belə bir misal: Bir nəfər əla məhsul istehsal edirdi, lakin hələ təkcə əla məhsul istehsal etmək ona heç bir müvəffəqiyyət vermirdi. Nə qədər ki, adamlar onun əla məhsul istehsal etməsindən xəbərsiz idilər o, məhsulunu nə sata və nə də ondan mənfəət götürə bilirdi. Bu adam çıxış yolu tapdı. O öz məhsulunu təbliğ etməyə, tanıtmağa başladı: adamlara öz məhsulu barədə məlumat verdi, qəzetlərdə elanlar dərc etdirdi.

Şəkil 4. Lənkaran, sitrus vadisi təsərrüfatı.



Aqroturizmdə marketinq



- Marketinqdə 4 P;
- Sabit və dəyişən xərclər;
- Təşviqat vasitələri;

Bölmə 6

Aqroturizmdə marketinq işinin qurulması

Effektiv marketinq aqroturizm fəaliyyətlərinin uğurunu müəyyənləşdirir. Marketinq turistlərin nə istədiklərini (tələbi) başa düşməyi, bu istəkləri qarşılamaq üçün məhsul və xidmətləri hazırlamağı (təklif) və nəhayət məhsul və xidmətlərin insanlara təqdim etməklə bağlı məsələləri əhatə edir. Düzgün marketinq olmadan hətta ən yaxşı idarə olunan aqrar turizm müəssisələri heç vaxt arzu olunan uğurları əldə edə bilməzlər. Marketinqdə müxtəlif yanaşmaların olmasına baxmayaraq, arqoturizmin marketinqdə ən effektli yanaşma 4 P adlanan metodudur.

- *Məhsul / Product*
- *Təşviq / Promotion*
- *Yer / Place*
- *Qiymət / Price*



Məhsul - təsərrüfatınıza səfər edən müştərilərə/turistlərə təqdim edilən xidmət, məhsul və yaxud kənd təsərrüfatı istiqamətində verilən təcrübə nəzərdə tutulur. Məhsulunuzla bağlı iki vacib məqam vardır. 1) Əvvəlcə məhsulunuzun unikal olduğuna əmin olun. 2) Bazarda olan digər xidmət təminatçılarından fərqinizi və təqdim etdiyiniz məhsul və xidmətlərin rəqabətə davamlı olmasını müəyyən edin. Aşağıdakı sullara cavab verməklə bu məsələlərə bir daha aydınlıq gətirə bilərsiniz.

- *Təsərrüfatınız/əmlakınız təmiz və cəlbedicidirmi?*
- *Qonaqları mehribanlıqla qarşılayacaq işçiləriniz varmı?*
- *Satış üçün hər hansı bir məhsulunuz varmı və yaxud istehsal edirsinizmi?*
- *Qonaqlarala öz təsərrüfatınıza aid təcrübənizi və yaxud fikirlərinizi bölüşməyə hazırsınızmı?*
- *Təmiz sanitar qovşağınız və vanna otağınız varmı?*
- *Xüsusi qayğıya ehtiyacı olan müştəriləri/turistləri (yaşlı, şikəst, uşaqlı ailələr) yerləşdirmək və yaxud qəbul etmək üçün hazırsınızmı?*

Təşviq - əsas məqsəd təsərrüfatınıza turistlərin\müştərilərin cəlb edilməsi üçün yaradıcı ideyaların tapılması və turistlərin təhlükəsiz dönüşünün təmin edilməsidir. Çətinlik ən effektiv və ucuz qiymətə reklam strategiyası tapmaqdadır. Tanıtım vasitələrinizin turistlərin diqqətini çəkməsinə, maraq yaratmasına və xidmətlərinizə tələb yaratmasına kömək edəcəyinə əmin olun.

Yer - məhsulunuzun və göstərdiyiniz xidmətin müştəriyə çatdırıldığı məkan nəzərdə tutulur. Turistlərinizə təsərrüfatınızda maraqlı təəssürat yaratmaq istəyirsinizsə, məkanınızda təmiz, təhlükəsiz və qonaqpərvərliklə əhatə olunan mühit yaratmalısınız. Təsərrüfatınızı qonaqlar üçün cəlbedici etmək istəyirsinizsə aşağıda göstərilən tövsiyələri nəzərə alın:

- *Təsərrüfatınızın yeri, iş saatlarınız, göstərdiyiniz xidmətlər, təqdim etdiyiniz məhsullar haqqında məlumatlar aydındır və mütəmadi olaraq yenilənir;*
- *Təsərrüfatınızda yerləşdirdiyiniz istiqamətverici nişanlar turisti lazımı istiqamətlərə yönləndirir;*
- *Təsərrüfatınızın unikallığı, maraqlı cəhədləri, yaranma tarixi, inkişafı və gələcək məqsədləri haqqında məqalələr paylaşmaqla turistlərdə təsərrüfatınıza səfər etmək hissləri yaratmaq;*

Qiymət - aqroturizm istiqamətində təqdim etdiyiniz məhsullara və xidmətlərə qiymət qoymaq asan məsələ deyil. Siz əmin olmalısınız ki, təqdim etdiyiniz məhsul və göstərdiyiniz xidmətlərin qarşılığında qoyduğunuz qiymət çəkdiyiniz xərcləri ödəyir və siz nəticə etibarı ilə

gəlir götürürsünüz. Xidmətlərinizə qoyduğunuz qiymət aqroturizm biznesi ilə bağlı əməliyyat xərclərini ödəmək üçün kifayət etməli və eyni zamanda turist üçün bu xidmətlərin və məhsulun istifadəsi qiymət nöqteyi-nəzərindən əlçatan olmalıdır. Yadda saxlamaq lazımdır ki, qoyduğunuz qiymətlər rəqabətqabiliyyətli olmalıdır ki, oxşar xidmət göstərənlər və yaxud rəqiblərniz sizi üstələyə bilməsinlər. Qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi 3 əsas məqamdan ibarətdir:

- *Məhsulunuzun və yaxud xidmətinizin müştərilər üçün dəyəri və əhəmiyyəti nədir?*
- *Bu məhsul və xidmətlərin müştərilərə təqdim edilməsi sizin üçün neçəyə başa gəlir?*
- *Rəqiblərinizin oxşar məhsul və xidmətlərə qoyduğu qiymət nə qədərdir?*

Qiymət və dəyər arasındakı fərqi başa düşmək gəliri artırmaq üçün vacib məsələdir. Dəyər məhsulun və yaxud xidmətin hazırlanması üçün çəkilən xərcdir. Qiymət isə təqdim etdiyiniz məhsul və xidmətin qarşılığında əldə etmək istədiyiniz qazanca görə müəyyən edilir. Aqroturizm istiqamətində məhsul və xidmətlər üçün müəyyən edilmiş qiymət turistləri qane etdiyi halda bu müştərilər tərəfindən sizin xidmətlərə verilən dəyər kimi nəzərdə tutulur.

Aqroturizm sahəsində məhsul və xidmətin hazırlanması məqsədi ilə çəkdiyiniz xərcləri çıxarmaq üçün siz gəlir əldə etməlisiniz. Buna görə də xərcləri dəqiq müəyyən etməlisiniz. Xərclər iki yerə ayrılır: sabit və dəyişən xərclər.

Sabit xərclər aqroturizm biznesinizin artması və yaxud azalmasından aslı olmayaraq dəyişməz olan xərclərdir. Məsələn: marketinq xərcləri, işçilərin əməkhaqqı, sığorta və enerji xərcləri sabit xərclərə aid bir nümunədir.

Dəyişən xərclər dedikdə, aqroturizmlə bağlı təqdim etdiyiniz məhsul

və göstərdiyiniz xidmətlərin həcmindən və çeşidindən asılı olaraq dəyişir. Bu xərclərə material, yemək, nəqliyyat, əlavə işçi qüvvəsi və s. kimi xərclər aiddir.

Məhsul və xidmətlərinizə qiymət qoyarkən sabit və dəyişən xərcləri, bazarda təklif edilən oxşar xidmətlərin qiymətlərini nəzərə almağınız məqsədəuyğundur. Bundan başqa, məhsul və xidmətlərinizə qiymət qoyarkən aşağıdakı suallara cavab tapın:

- *Qiymət nə qədər qoyulmalıdır?*
- *Ödənişləri kim qəbul etməlidir? (xidmət təchizatçısı, birbaşa və yaxud qeyri-birbaşa satış kanalları)?*
- *Ödənişlər harada edilməlidir? (birbaşa yerində, bank və digər ödənişlər)*
- *Ödənişlər nə vaxt edilməldir? (əvvəlcədən, xidmət və yaxud məhsulun tam çatdırılmasından sonra)*

Birgə (koloborativ) marketinq uğurlu marketinq strategiyası hesab edilir. Siz burada digər fermerlərlə birgə öz məhsul və xidmətlərinizin tanınmasına nail olursunuz. Turistlər isə öz növbəsində, eyni istiqamətdə yerləşən bir neçə təsərrüfatın təqdim etdiyi xidmət və məhsullardan istifadə edərək yaddaqalan təcrübə əldə etmək üçün daha çox bu cür marketinq çağrışlarına üstünlük verirlər.

Təşviqat vasitələri

Veb əsaslı marketinq-turistlərin əksəriyyəti öz səfərlərini planlaşdırmaq üçün internet üzərindən aparılan təbliğat və təşviqata daha çox etibar edirlər. Turistlər informasiyanı daha asan və tez əldə etmək istəyirlər. Aqroturizm ilə bağlı fəaliyyətlərinizi təşviq etmək üçün əsas vasitələrdən biri də veb səhifələrdir. Bu turistləri aqroturizmlə bağlı təklif etdiyiniz məhsul və xidmətlər, sizin iş saatlarınız, təsərrüfatınıza olan yol və s haqqında məlumatlandırmaq üçün yaxşı bir imkan ola

bilər. Əgər siz veb səhifələrin hazırlanması ilə bağlı bacarıqlarınız yoxdursa, belə halda bu işlə məşğul olan şirkətlərə müraciət edə bilərsiniz.

Bundan başqa öz xidmətlərinizə aid olan məlumatları rayonunuz haqqında olan veb səhifələrdə də yerləşdirə bilərsiniz. Veb səhifəniz oxunaqlı, özündə daha çox qrafik təsvirləri əks etdirməli, aydın olmalıdır. Digər veb-əsaslı təqdimetmə vasitələrindən biri də sosial şəbəkələrdən istifadə etməkdir. Buna misal olaraq "facebook"u göstərmək olar. Orada siz ödənişsiz əsaslarla öz səhifənizi yarada bilərsiniz.

Sosial Media - vasitəsi ilə siz öz təsərrüfatınız haqqında geniş kütləyə məlumat vermək imkanı əldə edirsiniz. Facebook, Twitter, Instagram, Tripadvisor, YouTube kimi platformalardan istifadə edə bilərsiniz. Sosial mediada təsərrüfatınız, məhsullarınız, xidmətləriniz, yerləşdirmə vasitəniz olan kənd evi, təsərrüfatınıza yaxın ərazilərdə olan turizm resursları-çay, göl, meşə, dağ, tarixi və mədəni abidələr haqqında, turistə daha çox təcrübə verəcək fəaliyyətlər-balıqtutma, inək sağımı, at sürməklə və bağlı məlumatları verməli və mütəmadi yeniləməlidir.

Facebook - veb əsaslı sosial medianın ən təsviri formasıdır. Beləliklə, bir fermanın tarixi, məhsulların siyahısı, istiqamətlər, iş saatları, fotoşəkillər, videolar, yeniləmələr və fəaliyyətlərin təsviri Facebook profilinizdə görünə bilər. Səhifənizin ziyarətçiləri sual vermək, yazılarınızı şərh etmək, rəylər vermək və yazılarınızı dostları ilə bölüşmək imkanına malikdirlər. Facebook səhifənizə təsərrüfatınız haqqında lazımı məlumatları yerləşdirdikdən sonra ziyarətçilər sizinlə tezliklə əlaqə qura bilərlər.

Twitter - 140 simvoldan ibarət olan qısa mesajları ('tvitlər') göndərmək və oxumaq imkanı verən bir sosial şəbəkə

formasıdır. Burada siz əsasən öz təsərrüfatınızda olan yeniliklər, xüsusi tədbirlər, endirim kompaniyaları haqqında yığcam məlumat bölüşə bilərsiniz.

İnstagram - sizin təsərrüfatı, təqdim etdiyiniz xidmətləri və məhsulları foto və videoları bir neçə cümlə ilə təsvir edərək bölüşmək şansıdır. Bəzən vizual şəkillər hər hansı bir sözdən, yazıdan və ya rəydən daha çox məlumat çatdıra və yaxud mesaj verə bilər.

Tripadvisor - ziyarətçilər tərəfindən yaşadıqları təcrübələrə əsaslanan səyahət əsaslı məzmuna dair rəylər təqdim edən bir veb saytdır. Bu veb sayt istifadəçiləri, səfərlərini digər ziyarətçilərin rəylərindən istifadə edərək sıfırdan planlaşdıra bilərlər. Trip advisor-ziyarətçilərə nə görmək və hara getmək lazım olduğunu, qalacaq yerlər, yemək və təcrübə əldə edəcəkləri müxtəlif mövzularda qərar verməyə kömək edə bilər. Turistlər təsərrüfatınıza baş çəkdikdən sonra rəylərini Trip Advisor-da yaza bilərlər. Bu vasitənin əlverişsiz cəhəti insanların şərhlərdə söylədiklərini idarə edə bilməməyinizdir, eyni zamanda turistlərin gözləntilərinə nə dərəcədə cavab verdiyinizi və nəyə ehtiyacınız olduğunu öyrənmək üçün bir şansdır.

Youtube - videoların yüklənməsi və paylaşım edilməsi üçün əlverişli bir platformadır. Siz təsərrüfatınıza, göstərəcəyiniz xidmətə və turistin təsərrüfatınızda nail olduğu təcrübəyə dair videoları yayımlamaqla təsərrüfatınızın tanınmasını həyata keçirə bilərsiniz.

Təsərrüfat bloqları

Təsərrüfat bloqları, kənd turizmini bölüşmək və tanıtmaq üçün başqa bir əla yoldur. Bloqlardan bir sıra yollarla istifadə etmək olar; məsələn, bunlar Təsərrüfatınızın veb saytının bir hissəsi kimi qurulub və yaxud ayrıca bir sayt ola bilər.

Veb əsaslı sosial şəbəkələrin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar bir-birlərinə qoşula və əlaqəli şəkildə idarə oluna bilərlər. Parametrlərinizin düzgün şəkildə Twitter-də görünməsini tənzimlədikdən sonra, Twitter profilinizdəki Instagramdan görüntülər, YouTubedakı videolar Facebook yazılarınıza qoşula bilər və Facebook profiliniz TripAdvisor ilə əlaqələndirilə bilər. Qeydiyyata düşdükdən və istifadəçi olduqdan sonra, bunları necə asanlıqla görmək və geniş bir kütlənin diqqətini çəkə biləcəyinizi görəcəksiniz. Onlar xeyli zəhmət tələb edə bilər, ancaq qurulduqdan sonra inteqrasiya olunmuş mövcudluq, ziyarətçilərinizə çatmaq və ünsiyyət qurmaqda təsərrüfatınıza rəqabət üstünlüyü verəcəkdir.

Çap nəşrləri

Bu bölmədə təsvir olunan çap nəşrləri birgə\kooperativ marketinqin bir hissəsidir. Bu o deməkdir ki, təsərrüfatınız digər təsərrüfat və turizm məkanları ilə yanaşı təbliğ olunur.

Bələdçi kitabçaları

Bu çox vaxt turistlərin yeni istiqamətlərə getdikləri zaman istinad etdikləri ilk məlumat mənbəyidir. Təsərrüfatınızın qısa məlumatları və məqamları ziyarətçiləri maraqlandırmaq üçün kifayət qədər təsvir olunmalı və onları təsərrüfatınız tərəfindən dayandırmağa vadar etməlidir.

Xəritələr

Xəritələr təsərrüfatınız haqqında ilkin məlumatı təmin edərək və ziyarətçilərə təsərrüfatınıza necə daxil olmağı göstərmək üçün əsas naviqasiya vasitəsidir. Əgər sizin təsərrüfat əsas magistraldan və turizim məkanlarından uzaqda yerləşirsə, siz öz təsərrüfatınızı tanıtmaq üçün mütləq xəritələrdən istifadə etməlisiniz. Xəritələri hazırlayarkən digər təsərrüfatlar və turizm məkanları ilə əməkdaşlıq edin ki, turist xəritədə tək sizin təsərrüfatı yox digər turizm məkanlarını da görə bilsin. Turistlər bir istiqamətdə müxtəlif təsərrüfatlar və turizm məkanlarına səfər etməyə daha meyilli olurlar. Bundan başqa siz təsərrüfatınızın xəritəsini öz veb saytınıza da yerləşdirə bilərsiniz. Xəritələr apardığınız təbliğat üslublarına görə dəyişə bilər. Xəritələr sizin təsərrüfatı turizm məkanının bir hissəsi kimi və yaxud turisti məhz sizin təsərrüfata istiqamətləndirmək üçün əlverişli şərait yarada bilər. Aqroturizm fəaliyyətinizi xəritədə yerləşdirməyi düşünürsünüzsə, müəyyənləşdirməyə çalışın:

- *Təsərrüfatınıza velosiped yolları varmı?*
- *İctimai nəqliyyat marşrutları fermaya yaxındırmı?*
- *Təsərrüfatınız digər turistlərin qaldığı yerlərdən, eləcə də ən yaxın şəhərə nə qədər məsafədə yerləşir?*
- *Xəritədə təsərrüfatınıza yaxın olan çay, göl, meşə göstərilirmi?*
- *Xəritədə fermaya getmək üçün əlavə marşrutlar göstərilirmi?*
- *Sizin regionda və yaxud rayonda turistlər üçün xəritələr hazırlanıbmı və sizin təsərrüfat həmin xəritəyə daxil edilibmi?*

Əlavə olaraq təsərrüfatınızın regional və yerli turizm xəritələrinə salınması üçün yerli turizm idarələri və assosiasiyaları ilə davamlı və sıx əlaqələrin qurulması lazımdır.

İşarələr

Yaxşı görünən yol işarəsi, təsərrüfatınız haqqında məlumat yaradır və ziyarətçilərin sizi tez tapmaqlarına kömək edir. Siz işarələnməni elə qurmalısınız ki, ziyarətçi\turist təsərrüfatınıza gedən yolu işarələr və xəritə vasitəsi ilə rahat tapa bilsin. Buna görə də təsərrüfatınıza aparan işarələr və xəritə bir-birinə dəqiqliklə uyğun gəlməlidir. İşarələri yollarda yerləşdirməzdən əvvəl yerli hakimiyyət orqanları ilə məsləhətləşməli və yol kənarlarında xüsusi lövhə ilə əlaqəli qaydalar

və ödənişlər barədə məlumat əldə edilməlidir. İşarələrinizin yolun hər iki tərəfindən göründüyünə əmin olun. Yol nişanları rəngləmə və quruluş/kontent baxımından ardıcıl olmalıdır (veb səhifənizdə ardıcıl şəkillər və rənglərdən istifadə edin). Təsərrüfat darvazasında iş saatları, açıq və ya qapalı bir işarə göstərilməlidir.

Broşüralar

Təsərrüfat fəaliyyətləriniz haqqında məlumatı, təsərrüfatınızı tapmaq üçün lazım olan bütün digər əlaqə məlumatlarını və təsərrüfatınıza dair xəritəni özündə əks etdirə bilər. Çalışın ki belə broşüralar turizm informasiya mərkəzlərində, turagentliklərdə və məkanınıza yaxın otellərdə olsun. Turistlər təsərrüfatınızı tərk edərkən onlara belə broşüraları verməyi unutmayın. Bu turistlərə növbəti tətilləri planlaşdıranda təsərrüfatınız barədə yadda qalan təcrübəni onlara xatırladacaqdır.

Xüsusi tədbirlər

Təsərrüfatınızda xüsusi tədbirlərin təşkil edilməsi, təsərrüfatınızı ziyarətçilərə tanıtmaq üçün faydalı bir yol ola bilər. Buna bir neçə fermer ilə birləşib məhsul bayramı, təsərrüfatlara 3-4 günlük tanıtım səfərləri, “kəndlərimizi tanıyaq” adı altında məktəblilərin təsərrüfatlara səfəri, “ad gününü kənddə keçir” adı altında xüsusi tədbirlərin keçirilməsi kimi misalları göstərmək olar. Belə festivalların ən uğurlusu Gədəbəy rayonunda keçirilən “Yaylaq Festivalı” olmuşdur. Bu cür festivallar çox əla imkan yaradır ki, siz qonağa öz təsərrüfatınızı daha yaxşı tanıtmağa, onu təsərrüfatınızda qonaq etməyə və istehsal etdiyiniz məhsulları satmağa nail ola bilərsiniz.



Şəkil 5. Kənd yerində moruq yığımı.



Aqroturizmdə müştəri məmnunluğu



- Aqroturizmdə təhlükəsizlik məsələləri;
- Təhlükəsizliyin daim təmin olunması;
- Aqroturizmdə bələdçilik;

Bölmə 7

Aqroturizmdə Müştəri Məmnunluğu

Müştəri məmnuniyyətini saxlamaq üçün aşağıdakı faktorları nəzərə almaq lazımdır.

Təhlükəsizlik və təhlükəsizliyin qavranılması

Turistin təhlükəsizliyi təmin edilməli və ən əsası ziyarətçilər/turistlər özlərini təhlükəsiz hiss etməlidirlər. Turistin sizin təklif etdiyiniz xidmətlərdən və məhsullardan irəli gələn təcrübəni mənimsəməsi üçün ən önəmli şərtlərdən biri də özünü təhlükəsiz hiss etməsidir. Təhlükəsizilik tədbirlərinin alınması ilə bağlı növbəti fəsillərdə ətraflı məlumat veriləcəkdir.

Qidalanma və iaşə xidməti

Yaşlı insanlar qida ilə bağlı daha çox həssaslıq göstərirlər. Çoxlarının allergiya və ya pəhrizlə bağlı xüsusi tələbləri var. Belə qrupa daxil olan müştərilərinizin təklif etdiyiniz xidmət və məhsullardan razı qalması üçün onların üstünlük verdiyi qidaları müəyyən etmək çox vacibdir. Əks halda göstərilən xidmətləriniz yüksək olsa belə bu cür müştəri qrupunu tezliklə itirəcəksiniz. Bundan başqa dini inancları da nəzərə alaraq, yemək seçimlərini müştəri ilə əvvəlcədən müəyyən etmək lazımdır. Aqroturizmdə müştərilərin sizdən qida\yemək baxımından gözləntisi yeməklərin keyfiyyətli, təzə, ekoloji baxımdan təmiz yerli məhsullardan hazırlanması və yerli kulinariyaya aid olmasıdır.

Rahatlıq

Bura əsasən yerləşdirmə vasitəsi olan kənd evinin rahatlığı və göstərdiyiniz xidmətlərin keyfiyyəti aiddir. Kənd evinin təşkil olunması ilə bağlı yuxarıdakı fəsillərdə kifayət qədər ətraflı məlumat verilmişdir. Bundan başqa siz turistin təsərrüfatınızda öz istirahətini necə planlaşdırması ilə bağlı dəstək verməli və turistin verdiyi bütün sualları nəzakətlə cavablandırmalısınız.

Yaddaqalan təcrübə

Siz çalışmalısınız ki, təqdim etdiyiniz məhsul və xidmətlərin istifadəsindən turistin əldə etdiyi təcrübə tam fərqli və yaddaqalan olmalıdır. Aqroturizm sahəsində xidmət göstərən digər təchizatçılardan fərqiniz sizin əsas üstünlüyünüz ola bilər. Unutmayın ki, turistlər görməklə bərabər, təsərrüfat fəaliyyətlərinə cəlb olunaraq yaddaqalan təcrübə qazanmaq istəyirlər.

Vaxt

Tətildə olan və ya tətil planlaşdıran insanlar üçün çox vacibdir. Zənglərə və e-poçtlara dərhal cavab verin. Turistlərin suallarını dəqiq, düzgün və nəzakətlə cavablandırın. Vaxtın düzgün idarə edilməsi xidmətlərin vaxtında çatdırılmasına səbəb olacaq ki, bu da öz növbəsində müştəri məmnuniyyətini təmin edən amillərdəndir.

Keyfiyyət

Göstərdiyiniz xidmətləri və təqdim etdiyiniz məhsulları yüksək standartlara uyğun hazırlayın.

- *Yemək hazırlığı;*
- *Geyim və şəxsi baxım - səliqəli və təmiz olun;*
- *Nəqliyyat vasitələrinə, avadanlıqlara və qurğulara qulluq;*
- *Şəxsi davranış və nitq;*
- *Qonaqlar yanında siqaret çəkmək, içki içmək və kobud danışmaq olmaz;*

Yaxşı dinləyici olmağı öyrənin

Ziyarətçilər özləri, ailələri, evləri, işləri barədə danışmağı sevirlər. Müəyyən turistlər ziyarət etdikləri digər yerlər haqqında danışmağı

və onları sizin təsərrüfat ilə müqayisə etməyi çox sevirlər. Siz də öz növbənizdə qonaqlarınıza suallar verərək, onların verdiyi cavabları diqqətlə dinləyərək yaxşı həmsöhbət olmağa çalışmalısınız. Müştəriləriniz sizə aqroturizm biznesinizi necə inkişaf etdirəcəyiniz ilə bağlı fikirlər söyləyə bilərlər. Müştərilərlə siyasət, din və ya başqa bir şey haqqında mübahisə etmək məsləhət görülmür.

Uşaqlara diqqət yetirin

Valideynlər uşaqlar əylənəndə daha çox xoşbəxt olurlar. Valideynlər əmin olmaq istəyirlər ki, onların uşaqları təhlükəsiz, rahat və əyləncəli mühitlə əhatə olunurlar. Valideynlər üçün səfərin dəyəri uşaqlarının həzz alması ilə ölçülür.

Müştərilərə edə biləcəklərinizdən çox söz verməyin, əksinə təsərrüfatınızda müştəriyə onun gözlədiyindən artıq təcrübə qazandırmağa çalışın. İmkan olduqca ölkənizdə və yaxud digər ölkələrdə oxşar xidmət göstərən təsərrüfatlara gedin, yaxşı təcrübəni öz fəaliyyətinizə tətbiq etməyə çalışın.

Aqroturizmdə təhlükəsizlik məsələləri

Təhlükəsizlik turizmdə və xüsusən aqroturizmdə çox vacibdir. Qonaqlar qiymətli tətil vaxtlarını, pullarını və həyatlarını hər bir ziyarətçinin təhlükəsizliyini təmin etmək istəyən operatora yəni xidmət təminatçısına həvalə edirlər. Bundan əlavə, pis xəbərlərin tez bir zamanda yayılması və təsərrüfatınızda baş verə biləcək xəsarət hətta ölüm hadisələri sizin biznes perspektivinizə ağır zərbə vurmaqla bərabər regionda olan bütün turizm sənayesi subyektlərinə mənfi təsir edə bilər.

Macəra və uzaq təbiət turları ən böyük fiziki təhlükələrə malikdir, lakin hər cür turizm biznesinin öz riskləri var. Operatorlar təhlükəsizliyin üç elementini nəzərə almalıdırlar:

- *Təhlükəsizliyin başa düşülməsi;*
- *Faktiki təhlükəsizlik - yəni zədələnmənin və əmlakın zədələnməsinin qarşısını almaq;*
- *Fövqəladə hala reaksiya;*

Aqroturizm fəaliyyətlərinizin təhlükəsiz olduğunu bilmək kifayət deyil. Müştərilər təhlükəsiz olduqlarını hiss etməlidirlər. Onların bir çoxu ilk dəfə tanımadıqları məkanda və açıq təbiətdə olmaları səbəbi ilə qorxu hissi keçirə bilər. Bu narahatlıq (“rahatlıq zonasından kənarda” olmaq) səyahətdən ləzzət almağa mane olur və turistin qəza riskini artıra biləcək şəkildə davranmasına səbəb ola bilər. Buna görə də siz öz fəaliyyətlərinizi və yaxud təklif etdiyiniz turu müştəriyə elə təqdim etməlisiniz ki, turist elə ilk anlardan özünü təhlükəsiz hiss etsin.

Təhlükəsizlik hissinin çatdırılması

Təhlükəsizlik hissini çatdırmaq üçün atıla biləcək bir neçə asan addım var.

- *Nəqliyyat vasitələrində: nəqliyyat vasitəsini idarə edən hər kəsin sürət həddində qalmasına əmin olun.*
- *Hər növ qayıqlarda: Hər kəs açıq qayığa və ya qapalı bir qayıqda göyərtəyə minməzdən əvvəl hamının təhlükəsizlik gödəkçəsini geyindiyindən əmin olun. Sahil Mühafizəsi tərəfindən tələb olunan təhlükəsizlik təlimatı verməyə və təhlükəsizliklə bağlı qurğuların yerini göstərməyinizə əmin olun.*
- *Düşərgələrdə və yaşayış yerlərində: Baş verə biləcək bütün növ təhlükəni, fövqəladə vəziyyətdə təxliyyə yollarını, yanğınsöndürmə qurğularının və ilk yardım üçün dəstlərin yerlərini turistlərə göstərmək vacibdir.*
- *Təhlükəli olan vəhşi heyvanlar barədə qonaqlarınızı əvvəlcədən məlumatlandırın və vəhşi heyvanlar ilə*

qarşılaşdıqları halda nə etməli olduqları barədə onlara yazılı təlimat kitabçaları paylayın ki, özləri daha ətraflı məlumat ala bilsinlər.

- *Sahə səfərləri: Marşrutunuzun sürət tempini qrupun ən ləng\ zəif üzvünün potensialına əsasən qurun və qrupa nəzarət etmək üçün bir köməkçi müəyyən edin. Turistləri təhlükəli yerə və yaxud təhlükəli vəziyyətə çatmamışdan əvvəl həmin təhlükə ilə bağlı məlumatlandırın. Turistlərin qrup halında hərəkət etməsinə nail olun ki, vəziyyətə nəzarət edə biləsiniz.*
- *Gözlənilməz hava şəraitində: Müştərilərin geyimlərini uyğun şəkildə tənzimləmələri haqqında onları məlumatlandırın. Lazım gəldiyi halda səfəri dayandırın, erkən düşərgə qurun və yaxud digər problemlərin qarşısını almaq üçün lazım olan hər hansı bir addım atın.*
- *Hər növ turda: Hər hansı bir fövqəladə vəziyyətin necə həll olunacağını əvvəlcədən izah edin. Radio, peyk, mobil telefonu əlaqəsi varmı? Yer GPS və ya digər cihazla işarələnə bilərmi?*
- *Əgər şərait pisləşərsə və ya bir şey səhv olmağa başlasa, sakit, qətiyyətli olun və özünüzü nəzarətdə saxlayın.*

Təhlükəsizliyin təmin edilməsi

Müştərilərin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün təhlükəsizliklə bağlı planlaşdırmanın aparılması ciddi şəkildə tələb olunur. Yaşlı, refleksi zəif, yeni şəraitə uyğunlaşması zəif və artıq çəkili insanlar ən çox risk altında olan turistlərdir. Aqroturizmdə və eyni zamanda kənd turizmində yaşlı insanlar müştərinin çox hissəsini yaşlı insanlar təşkil edirlər. Aqroturizm sahəsini seçən turistlər adətən şəhər yerlərindən gələn insanlardır və belə insanlar çox zaman çalalara düşür, ehtiyatsız hərəkətlər edərək özlərinə xəsarət yetirə bilərlər. (qaya parçalarına dəymək, arı sancması, tikanlı bitkilərə toxunmaq, ayaq sürüşməsi, kənd təsərrüfatı aqreqatlarının kəsici hissələrinə toxunmaq və s). İnsanlar yaşlandıqca allergiyaya həssalığı artır. Həşəratların dişləməsi, arı sancması allergik reaksiyaya səbəb ola bilər. Kənd sakinləri itlərdən necə qorunmaq lazım olduğunu bilir, amma turistlər bunu edə bilməzlər. Təhlükə yarada biləcək faktorlar müəyyən edilməli və onların aradan qaldırılması üçün tədbirlər planı hazırlanmalıdır. Bu siyahıya ayaq burxulması, əzaların zədələnməsi, allergik reaksiyalar, insulin şoku (diabet) və s daxil ola bilərlər. Bu hallar baş verərsə siz buna hazır olmalı və ilkin tibbi yardım dəstlərinə sahib olmalısınız. Bundan başqa, turistlər hansı hallarda şəxsi əşyalarını itirə və yaxud ehtiyasızlıqdan özlərinə zərər yetirmələri haqqında ətraflı məlumatlandırılmalıdır. Təsərrüfatınızda baş verə biləcək bütün təhlükəni və onun həll yollarını müəyyən etdikdən sonra, turistlərə paylamaq məqsədi ilə kitabça çap edin. Turist təsərrrüfatınıza gəlməmişdən əvvəl və yaxud sizin xidmət və məhsullardan istifadə etməmişdən öncə təhlükəsizlik qaydaları ilə tam olaraq tanış olmalıdır.

Aqroturizmdə bələdçilik xidməti

Kənddə istirahəti seçmiş turistlər kənd və kəndətrafı ərazilərin cəlbedici yerlərini görmək istəyində olurlar. Kənd ərazilərində ekskursiyalar şəhərlərdə keçirilən ekskursiyalardan tamam fərqli formada keçirilir. Şəhərlərdə keçirilən ekskursiyalar zamanı turistlərə cəlbedici obyektlər – tarix və mədəni obyektlər – qala, qəsr, fərqli memarlıq nümunələri, fontan, skulptura, digər orijinal obyektlər göstərilir və bunlar haqqında məlumatlar verilir.

Kəndin ərazicə kiçik olması, kənddə tarixi –mədəni abidələrin az olmasını nəzərə alınmalıdır. Kənd istirahət xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq ekskursiya fərqli formada keçirilməlidir. Kənddə ekskursiya daha çox təbiətlə ünsiyyətin qurulması, ərazidə olan flora və fauna haqqında məlumat verməklə, giləmeyvələrin, meyvələrin yığımını

təşkil etməklə təbiət qoynunda piknik təşkili ilə davam edə bilər. Ekskursiya variantlarından birində arıçılıq, südçülük təsərrüfatına (təsərrüfat sahibi ilə əvvəlcədən razılaşmaqla) getmək, kəndin maraqlı insanları ilə görüşlər təşkil etmək olar. Ekskursiyalar at üstündə və araba ilə keçirilə bilər. Bundan başqa turistlərə yaxınlıqdakı çayda, göldə balıq ovunu təklif etmək olar.

Kəndə istirahətə gələnlər əsasən gecələməyə və bəzi hallarda qidalanmaya görə ödəniş edirlər. Digər xidmətlər könüllülük əsasında təklif olunur. Kəndə gələn turistlər əvvəlcədən kəndin coğrafi mövqeyi və ətraf ərazi haqqında məlumatlı olurlar. Lakin kənd daxilində və kəndətrafı gəzintilər yalnız turistin istəyi ilə ona təqdim olunur.

Ekskursiya hekayəti aşağıdakıları əhatə edir:

- *Rayonun coğrafi mövqeyi, yaranma tarixi, flora və faunası, tarixi və mədəni obyektləri, görkəmli insanları, baş vermiş tarixi və mədəni əhəmiyyətli hadisələr, bayramlar və adət-ənənələr barədə məlumat;*
- *Kəndin coğrafi mövqeyi, yaranma tarixi, flora və faunası, tarixi və mədəni obyektləri, görkəmli insanları, baş vermiş tarixi və mədəni əhəmiyyətli hadisələr, bayramlar və adət-ənənələr barədə məlumat;*
- *Kəndətrafı ərazidə olan təbii və antropogen abidələr barədə məlumat;*
- *Kənd turizminin xüsusiyyətini nəzərə alaraq ekskursiya təbiət qoynunda istirahətlə, qidalanma ilə başa çatır;*



Aqroturizmdə qanunvericilik və risklərin idarəedilməsi



- Qanunlar, qərarlar, dövlət proqramları;
- Vergi orqanında uçota alınma;
- Risk nədir?
- Riskin xarakterik xüsusiyyətləri;
- Risklərin təsnifatı;
- Risk menecmentin məqsədləri;

Bölmə **8**

Aqroturizmdə qanunvericilik

Aqroturizm fəaliyyətinə başlayan fermerlərə və yaxud sahibkarlara öz fəaliyyətlərini turizm haqqında müvafiq qanunlara əsasən qurmaq tövsiyə edilir. Aşağıdakı qanunların qısa təsvirini sizə təqdim edirəm.

Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu

Özündə 17 maddəni əks etdirən bu qanun əsasən turizm haqqında əsas anlayışları, turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi, turizm sahəsində dövlətin vəzifələri, turizm məhsulunun formlaşdırılması və satışının təşkil edilməsi, turistlərin sığortalanması, turistlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi kimi maraqlı məqamlara aydınlıq gətirir.

Azərbaycan Respublikasında İxtisaslaşmış Turizmin İnkişafına Dair Strateji Yol Xəritəsi

Strateji yol xəritəsi Azərbaycan respublikasında turizmin inkişafına nail olmaq üçün 4 strateji hədəfi özündə əks etdirir. Kənd turizmi ilə sıx bağlılığı olan aqroturizmlə bağlı məsələlər strateji hədəf 3, prioritet 3.5-də öz əksini tapmışdır.

Ailə-kəndli təsərrüfatı haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu

Bu qanun 12 maddədən ibarətdir və əsasən ailə/kəndli təsərrüfatının təşkilinə dair məsələləri aydınlaşdırır. Aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq istəyən bütün fermer təsərrüfatları bu qanunla tanış olmalı və fəaliyyətlərini bu qanundan irəli gələn maddələrə əsasən tənzimləməlidirlər.

Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı haqqında Dövlət Proqramı

Bu dövlət proqramı regionlarda turizmin inkişafını hədəf seçir və aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- *Regionlarda müxtəlif turizm növlərinin, o cümlədən kənd yaşıl turizmi, etno-turizm, eko-turizm, qış turizmi, trans-sərhəd turizmi və s. inkişafı istiqamətində müvafiq tədbirlərin görülməsi;*
- *Kənd yaşıl turizmi fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlara kreditlərin və qrantların verilməsi istiqamətində müvafiq tədbirlərin görülməsi;*
- *Bir sıra ənənələrin təbliğatı (çörəkbişirmə, xalçaçılıq və s.) məqsədilə qısamüddətli kursların təşkili; eləcə də ixtisaslaşmış kənd təsərrüfatı məhsullarının brendləşdirilməsi üzrə tədbirlərin görülməsi;*
- *Turizm xidmətləri təklif edən nümunəvi fermer təsərrüfatı (şərabçılıq, arıçılıq, balıqçılıq və s.) modelinin yaradılması;*
- *Mövcud turizm marşrutlarının inkişaf etdirilməsi və yeni turizm marşrutlarının yaradılmasının təşviqi;*
- *Regionlarda turizm xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi sahəsində tədbirlərin həyata keçirilməsi;*

Vergi orqanında fiziki şəxslərin elektron qaydada vergi uçotuna alınması

Fiziki şəxslər www.e-taxes.gov.az İnternet Vergi İdarəsi portalında e-qeydiyyatdan keçməklə vergi uçotuna alına bilərlər. Bunun üçün fiziki şəxsin gücləndirilmiş elektron imzası olmalıdır. Fiziki şəxsin e-qeydiyyatı www.e-taxes.gov.az İnternet Vergi İdarəsi portalının "Onlayn kargüzarlıq və e-VHF" bölümü üzərindən aparılır.

Bu məqsədlə fiziki şəxs qeyd edilən bölməyə gücləndirilmiş elekton imza vasitəsi ilə daxil olur və elektron ərizə formasını doldurараq onlayn rejimdə göndərir. Fiziki şəxslərin elektron formatda vergi uçotuna alınması dərhal həyata keçirilir və müvafiq şəhadətnamə onlar üçün ayrıca yaradılmış elektron ünvana real vaxt rejimində göndərilir.

E-qeydiyyat zamanı fiziki şəxsin ünvanı şəxsiyyət vəsiqəsində göstərilmiş qeydiyyat məlumatlarına əsasən sistem tərəfindən avtomatik müəyyənləşdirilir və aidiyyəti vergi orqanında vergi uçotuna alınır.

Müvafiq qanunvericilik aktlarına keçidlər

S/S	Sənədin adı	İnternet keçidi
1	Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu	https://meclis.gov.az/?/az/law/1423/1
2	Azərbaycan Respublikasında İxtisaslaşmış Turizmin İnkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi	http://iqtisadiislahat.org/store//media/documents/SYX/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf
3	Ailə kəndli təsərrüfatı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu	http://www.e-qanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10861.htm
4	Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı haqqında Dövlət Proqramı	https://economy.gov.az/uploads/fm/files/DP/Regionlar%C4%B1n%20iqtisadi%20inki%C5%9Faf%C4%B1.pdf

Risk nədir?

Risk - dəyər kəsb edən hər hansı bir əmlakın, vəsaitin, vaxtın və s. itirilmə ehtimalıdır. Risk, arzuolunmaz bir hadisənin başvermə, yaxud gözlənilən bir hadisənin baş verməməsi ehtimalıdır. Risk, neqativ nəticələnə biləcək hər hansı bir hərəkət, yaxud hərəkətsizliklərdir. Risk, hər hansı bir işin, hərəkətin nəticəsinə 100% dəqiqliklə əmin olmadıqda meydana çıxır. Risk ehtimaldır,deməli onu miqdarla faizlərlə ifadə etmək mümkündür.

Risklərin başlıca xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onlar həmişə mövcuddur. Risklər – fəaliyyətin hər hansı növünün mütləq özünəməxsus atributudur: heç nəyə 100% əmin olmaq olmaz. Bu, Merfi qanunlarından birini ifadə edir: "Əgər hər şey yaxşıdırsa, deməli siz nəyi isə görə bilməmisiniz".

Risk-menecerin qarşısında duran mühüm vəzifələrdən biri təşkilatın risk-profilinin tərifidir. Mahiyyət etibarilə, söhbət təşkilatın idarə edilən tipik risklərinin siyahısının tərtibindən gedir ki, bunlar meydana çıxma tezliyinin azalması sırası ilə və ya potensial itkilərin ölçülərinin azalması sırası ilə yerləşdirilir.

Riskin xarakterik xüsusiyyətləri

- *Qeyri-müəyyənlik - Risk, ancaq hadisələrin gedişatının bir neçə istiqamətdə inkişaf etmə ehtimalı olduqda mövcuddur;*
- *Zərər-Risk, ancaq hadisələrin gedişatının itkiyə (ziyana), yaxud digər neqativ nəticələrə səbəb olma ehtimalı olduqda mövcuddur;*
- *Analiz İmkanı-Risk, ancaq hadisənin "gözləyənlər"i tərəfindən subyektiv rəy formalaşdıqda və gələcək dövr üçün hadisələr keyfiyyət və kəmiyyət üzrə qiymətləndirildikdə mövcuddur;*
- *Əhəmiyyətlilik-Risk, gözlənilən hadisə əməli (praktik) əhəmiyyətə malik olduqda və ən azı bir subyektin maraqlarına aid olduqda mövcuddur.*

Risklərin Klasifikasiyası

Risklərin bir çox klassifikasiyası mövcuddur. Mümkün nəticələrdən asılı olaraq risklər 2 qrupa ayrılır:

- **Xalis risklər** - *mənfi, yaxud "0" nəticə almaq mümkünlüyü;*
- **Spekulyativ risklər** - *həm mənfi, həm də müsbət nəticələr almaq mümkünlüyü;*

İqtisadiyyatın istənilən sahəsi, həm ticarət, həm xidmət, həm də istehsalat sahəsi öz fəaliyyət mexanizminə və mühütünə uyğun olan risklərə məruz qalır.

Bu cür risklərin qarşısını almaq, onların mənfi təsirinin həcmini azaltmaq məqsədilə hər bir şirkətdə risklərin qiymətləndirilməsi və onlara nəzarət sistemi yaradılmalıdır. Şirkətlərdə risklərin effektiv idarə etmə sisteminin formalaşdırılması şirkətin bütün maraqlı şəxslərinin mənafeyinə cavab verməklə, onun fəaliyyətinin səmərəliliyin təmin edilməsi istiqamətində ciddi addımdır.

Risklərin idarə olunması (risk-management) - xoşagəlməz nəticələrin meydana çıxması ehtimalının azaldılmasına və qərarların qəbulu zamanı mümkün itkilərin minimuma endirilməsinə istiqamətlənmiş idarəetmə qərarlarının qəbulu və həyata keçirilməsi prosesidir.

Risk menecmentin məqsədləri

- *Risklərin yaranmasının əsas səbəb və amillərinin tədqiqatı və ortaya çıxarılması;*
- *Risklərin müyyən edilməsi, analizi və qiymətləndirilməsi;*

- *Həyata keçirilmiş qiymətləndirilmə əsasında qərarın qəbul edilməsi;*
- *Risk əleyhinə idarəedici təsirlərin hazırlanması;*
- *Risklərin münasib səviyyəyə endirilməsi;*
- *Risklərin idarə olunması ilə bağlı nəzərdə tutulmuş proqramın həyata keçirilməsinin təşkili;*
- *Planlaşdırılmış işlərin icrasının yoxlanması;*
- *Risk qərarlarının nəticələrinin analizi və qiymətləndirilməsi;*
- *Bu səbəbdən müasir dövrdə bir çox şirkətlərdə risklərin idarə olunması sisteminin tətbiqinə xüsusi diqqət yetirilir;*





İstinadlar

1. Uğurlu Aqroturizm Müəssisələri üçün Bələdçi (A Guide to Successful Agritourism Enterprises);
   Müəllif: Təsərrüfat əsaslı Təhsil Şəbəkəsi, Shelburne təsərrüfatı, Vermont Extension Universiteti (The Farm-Based Education Network, Shelburne Farms, University of Vermont Extension);
2. Kənd turizminin qurulması üçün 12 addım (12 steps to establish rural toursim);
   Müəllif: Yunan milli turizm təşkilatı (Greek National Tourism Organization);
3. Sznajder, M., & Scrimgeour, F. (2009). Agritourism. Wallingford: CABI.

Cədvəllər

Cədvəl 1: Aqroturizm fəaliyyətinə başlamaq üçün motivasiyanın qiymətləndirilməsi

№	Suallar	Cavab		Qeydlər
		Hə	Yox	
1	Qonaqlarla ünsiyyəti və təsərrüfatınızda qonaq qəbul etməyi xoşlayırsınızmı?			
2	İzdihamı (təsərrüfatınıza 10-20 turistin bir dəfəyə səfəri) xoşlayırsınızmı?			
3	Müxtəlif yaş qruplarına (uşaq, cavan, yaşlı) aid olan qonaqlarla işləmək həvəsiniz varmı?			
4	Müştərilərinizüçün yaddaqalan “təcrübə” yaratmağa hazırsınız?			
5	Həftəsonuda, bayramlarda, tətillərdə təsərrüfatınıza səfər edən qonaqlara xidmət etmək üçün vaxtınızı və həvəsiniz varmı?			
6	Tələbə uyğun olaraq təsərrüfatınızda hər hansı bir dəyişiklik etməyə hazırsınızmı?			
7	Bilik və bacarıqlarınızı artırmağa hazırsınızmı?			
8	Digər təsərrüfatlarla və tur agentliklərlə əməkdaşlıq etməyə hazırsınızmı?			
9	Müxtəlif ölkələri, mədəniyyəti dini təmsil edən müştərilər ilə ünsiyyət qurmağa və xidmət göstərməyə hazırsınızmı?			
10	Ailə üzvləriniz aqroturizim fəaliyyətlərinə cəlb olunmaq istəyirlərmi?			
11	Aqroturizm fəaliyyətləri ilə məşğul olmağınız ailə üzvlərinizə hər hansı bir çətinlik yaradırmı?			
12	Aqroturizm fəaliyyətləriniz kənd sakinlərini və yaxud qonşu təsərrüftlara hər hansı bir çətinlik yaradırmı?			



Cədvəl 2: Torpaq sahəsinin qiymətləndirilməsi

№	Sual	Cavab	
1	Torpaq sahəniz varmı?	Bəli _____	Xeyr _____
2	Torpaq sahəniz nə qədərdir?	_____ ha	
3	Torpağın statusu	mülkiyyət __	İcarə _____
4	Torpağınızda hansı K/T məhsulları əkirsiniz?		
5	Bağ sahənizdə hansı meyvələr yetişir?		
6	Örüş yeriniz nə qədərdir?	_____ ha	
7	Torpaq sahəsi evinizdən nə qədər uzaqdadır?	_____ km	
8	Torpaq sahənizə nəqliyyat vasitəsi gedirmi?	Bəli _____	Xeyr _____
9	Torpaq sahənizə hansı nəqliyyat vasitəsi gedir?	Adi __	Yolsuzluq __
10	Torpaq sahənizdə hər hansı kampinq etmək mümkündürmü?	Bəli _____	Xeyr _____
11	Torpaq sahənizdə hər hansı maarifləndirici tədbir keçirmək mümkündürmü?	Bəli _____	Xeyr _____



Cədvəl 3: Avadanlıq və ləvazimatların qiymətləndirilməsi

Kateqoriya	Göstəricilər	Var	Yox
1. Yataq otağının avadanlıqları	1.1. Çarpayıların sayına görə stulun olması;		
	1.2. Yataq otağının ölçüsünə uyğun həcmdə olan dolab (şifoner).		
	1.3. Yumşaq kreslo/divan;		
	1.4. Əlavə yataq ağları üçün rəflər.		
	1.5. Hər çarpayının yanında gecə lampası və tumba;		
	1.6. Tələbə görə əlavə yastıq və əlavə yorğan.		
	1.7. Yük və ya çantaların qoyulması üçün uyğun yer;		
2. Hamam və tualet üzrə minimum tələblər	2.1. Əlüzyuyanda sabun, təmiz dəsmal və güzgünün olması;		
	2.2. Qapılar açar və ya cəftə ilə bağlana bilir;		
	2.3. Yalnız qonaqlar üçün nəzərdə tutulan hamam və tualetlərdə digər şəxslərin şəxsi əşyaları olmamalıdır.		
	2.4. Zibil qabı olmalı;		
	2.5. Tualetdə tualet kağızı və (krant) aftafanın olması;		
	2.6. Tualetin yaxınlığında əlüzyuyanın olması;		
	2.7. Tualet təmizlik fırçası olmalı və tutacağı təmiz olmalıdır.		
	2.8. Sanitar məhsulların (diş fırçası, diş pastası, taraş dəsti və s.) olması;		
	2.9. Duş/vanna otağında bədən yuma və ya duş üçün gel, şampun;		
	2.10. Tələbə görə hamam xalatı və tərlik.		
	2.11. Təmiz və yuyula bilən hamam pastası.		
	2.12. Saçqurudan, təmizlik vasitələri.		
	2.13. Saxlanc yeri: tualet materialları üçün tumba və ya rəfin olması.		
	2.14. Hər 4 müştəri/2 otaq üçün 1 vanna otağı		
	2.15. Turistlər üçün ev sahibi ilə birlikdə ümumi istifadədə olan bir ədəd televizorun olması;		
	2.16. Pəncərə və nəfəsliyin həşəratların daxil olmaması üçün torla tutulması;		
	2.17. Qonaq otağında 1 masa və çarpayıların sayına görə stulun olması.		
	2.18. Yumşaq divan		

3. Digər avadanlıqlar	3.1. Ümumi istifadədə olan soyuducu;		
	3.2. Dabankeş və ayaqqabı təmizləmək üçün şotka və kremin olması;		
	3.3. Turist üçün nəzərdə tutulan ayrıca televizor;		
	3.4. Turist üçün nəzərdə tutulan ayrıca soyuducu;		
	3.5. Ayaqüstü geyim üçün nəzərdə tutulan güzgü.		
	3.6. Tikiş dəsti, ayaqqabı parladan vasitələr,		
	3.7. Ətraf mühitin mühafizəsi üzrə tədbirlər həyata keçirilir (məs., Tullantıların çeşidlənməsi, su təsərrüfatı tədbirləri, enerji qənaət lampaları, alternativ enerji mənbələri, enerjiyə qənaət edən məişət texnikası, ərzaq və digər məhsulların qablaşdırılmasında ekoloji tələblərin nəzərə alınması və s.).		
	3.8. Qonaqlar üçün ətraf mühitə uyğun davranışlar haqqında məlumat.		

	3.9. Evlərdə yeməklər təmin edilmirsə, yaxınlıqda yerli qastronomiya təklif edən iaşə yerləri (kafe, restoran və s.) olmalı.		
	3.10. Ətraf mühitə yararlı fəaliyyətlər təşviq edilə bilər.		
4. Ekoloji məsuliyyət	4.1. Həyətyanı sahədə turistlərin asudə vaxtının keçirilməsi üçün istirahət üçün üstüörtülü tikilinin olması		
	4.2. Ərazidə ətraf mühitə yararlı fəaliyyət obyektlərinin mövcudluğu, məsələn, təbiətdə gəzinti, velosiped və ya gəzinti marşrutları, idman meydançaları, yerli ekskursiyaların və s. təklif olunması.		
5. Yerli qastronomiya/ yemək üçün yerlər	5.1. Həyətyanı sahədə turistlərin asudə vaxtının keçirilməsi üçün minimal şəraitin olması – oturacaq, manqal, samovar və s.;		

Cədvəl 4: Müvəkkil kredit təşkilatları.

1	“Turanbank” ASC	+994125107911 (276)
2	“Kapital Bank” ASC	+994502050649
3	“Paşa Bank” ASC	+994124965000 (*9123)
4	“Azərbaycan Beynəlxalq Bankı” ASC	+994124930051
5	“Rabitəbank” ASC	133
6	“Finoko” BOKT ASC	+994125991400
7	“Bank Respublika” ASC	+994124934536
8	“Muğan Bank” ASC	+994125142661
9	“Fintrend” BOKT MMC	+994124086800
10	“Expressbank” ASC	132
11	“Ziraat Bank” ASC	+994125055616
12	“Accessbank” ASC	151
13	“Merkuri” BOKT MMC	+994124499579
14	Bank “BTB” ASC	946
15	“Aqrarkredit” QSC BOKT	+994124937095
16	“Yelo Bank” ASC	+994124981981
17	“NBCLizinq” MMC	Toğrul Cəfərov +994519439999
18	Global Leasing	Elvin Yolcuyev +994502242084
19	“Prior Lizinq” MMC	+994124041415 (*8800)
20	“GünayLizinq” MMC	Rəşad Hüseynzadə +994502551105
21	“Hermes Finance” QSC	Vüqar Məmmədov +994553055505
22	“AFBBank” ASC	+994125656565
23	“Günay Bank” ASC	1546
24	“Azmaş Lizinq” MMC	+994502737713
25	MCB BOKT	+994125309999
26	“Bank of Baku”	+994124470055
27	“Unibank”	+994125413333
28	“ASET Maliyyə Texnologiyaları”	+994124915501
29	“Azər Türk Bank” ASC	+994124041445

Cədvəl 5: GZİT təhlili cədvəli

Daxili faktorlar	**Güclü** 1. 2. 3. 4. 5.	**Zəif** 1. 2. 3. 4. 5.
Xarici faktorlar	**İmkan** 1. 2. 3. 4. 5.	**Təhlükə** 1. 2. 3. 4. 5.

Qeydlər


Fermer evində gecələmə
Meyvə yığımı təcrübəsi
Arıçılıq və bal hazırlama təcrübəsi
Əkin-bıçınlə məşqul olmaq
Əsl kənd həyatı təcrübəsi
Meyvə qurutma təcrübəsi





*Aqroturizm fəaliyyətlərinin təşkili üzrə **Bələdçi kitabı** Amerika Birləşmiş Ştatlarının Beynəlxalq İnkişaf Agentliyi və Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin birgə əməkdaşlığı nəticəsində hazırlanmışdır.*

Aqroturizm bələdçi kitabı
Nəşr 2020