

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Əvəzli Kənan Niyaz oğlunun

“TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI NƏTİCƏLƏRİ ”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: - 060404 - İqtisadiyyat

İxtisaslaşmanın adı: Turizmin iqtisadiyyatı”

Elmi rəhbər:

i.e.d.,prof. Ə.Q.Əlirzayev

Magistr proqramının rəhbəri:

dos.Namazəliyev Ə.H.

Kafedra müdiri:

i.e.d.,prof. Ə.Q.Əlirzayev

BAKİ - 2016

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	3
I FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFININ ƏSAS PROBLEMLƏRİ VƏ MAHİYYƏTİ	
1.1. Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti	5
1.2. Turizmin inkişafının problemləri.....	11
1.3. Turizmin sahə və ərazi xüsusiyyətləri.....	21
II FƏSİL. TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFDA ROLU VƏ DİNAMİKASI	
2.1. Turizm və regional inkişaf.....	26
2.2. Turizm və sosial inkişaf.....	35
2.3. Turizmin əhali məşğulluğunda rolu.....	41
III FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN TƏNZİMLƏNMƏSİ	
3.1. Turizmin marketing təkmilləşməsi.....	50
3.2. Turizmin maliyyə mənbələrinin təkmilləşməsi.....	53
3.3. Turizmin təşkili quruluşunun təkmilləşməsi.....	62
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	69
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....	75

GİRİŞ

Turizmin inkişafı müasir dünya iqtisadiyyatı şəraitində özünün əhəmiyyəti və sosial-iqtisadi nəticələrinə görə mütərəqqi sahə kimi qiymətləndirilir. Turizm sferası iqtisadi və sosial potensialı olan ölkələr üçün struktur siyasətin və perspektiv bazar tipli iqtisadiyyatın prioritet istiqamətidir. Turizmin mövcud vəziyyəti onun ümumi daxili məhsulun artımı və sosial problemlərin həllində rolu ilə qiymətləndirilir. Turizmin səmərəsi onun iqtisadi artım və sosial problemlərin həllində rolu ilə ölçülür. Bu baxımdan turizmin inkişafının nəticələrinin proqnozu baxımından qiymətləndirilməsi, təşkilatı və planlaşma obyektı olaraq elmi cəhətdən aktualdır.

Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini sürətləndirmək məqsədilə onun amillərinin tədqiqi, planlaşması və səmərəli təşkili metodologiyası və modelləri nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin məqsədi turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək və onların yüksəldilməsi yollarını əsaslandırmaq təşkil edir. Qoyulan məqsədə uyğun aşağıdakı məsələlərə baxılması nəzərdə tutulur:

- turizmin sosial-iqtisadi mahiyyətini açmaq və onun inkişafını əsaslandırmaq;
- turizmin inkişafının zəruriliyini konseptual və sahələrin, regionların, inkişafı baxımından qiymətləndirmək;
- turizmin inkişafının regional və sosial problemlərin həlli baxımından təşkilininin xüsusiyyətlərini vermək;
- turizmin marketinq planlaşmasının əsas istiqamətlərini göstəricilər və meyllərini vermək;
- turizmin təşkilininin metodları və əsas yollarını vermək.

Turizmin inkişafının metodlarının əsasını turizm haqqında qanun, sosial-iqtisadi normativlər, turist firmaları və fəaliyyətinin əsas xüsusiyyətləri təşkil edir. Dissertasiya işinin yazılmasında respublikada turizmin inkişafının əsas göstəriciləri, dinamikası, turizm və mədəniyyət nazirliyinin statistik materialları, elmi-metodiki

məqalələr və xarici ölkələrin turizm fəaliyyətində əsas xüsusiyyətləri və modelləri istifadə edilmişdir.

Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrinə dair bir sıra araşdırmalar aparılsa da, kompleks fəaliyyət növü olaraq onun sistemli təsviri və tədqiqinə az işlər tətbiq edilmişdir. Ona görə də dissertasiya işi öz problemləri və araşdırma metodlarına görə aktualdır və yeniliklər kəsb edir. Dissertasiya işinin yeniliyi aşağıdakılardır:

- Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti açılır və onun inkişafı əsaslandırılır;
- Turizmin konseptual inkişaf istiqamətləri və nəticələri əsaslandırılır;
- Turizmin inkişafının ərazi və sosial problemləri əsaslandırılır və onun yolları verilir;
- Turizmin marketinq planlaşmasının xüsusiyyətləri və planlaşma texnologiyaları verilir;
- Turizmin inkişafının maliyyə problemləri və maliyyə mənbələrinin təkmilləşməsi istiqamətləri verilir;
- Turizmin metodları və yolları proqnozlaşdırılır.

Dissertasiya işinin nəticələri nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini proqnozlaşdırmaqla onun təşkili yolları idarəetmə üçün əhəmiyyətlidir. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və təkliflərdən ibarətdir.

Onun birinci fəsili “Turizmin inkişafının mahiyyəti və əsas problemləri” adlanır. Bu fəsildə turizmin nəzəri və praktiki tərəfləri xüsusiyyətləri tədqiq olunur.

İkinci fəsil “Turizmin sosial-iqtisadi inkişafı ilə əlaqəsi” adlanır. Bu fəsildə əsas nəticələr və sosial-iqtisadi istiqamətlər əlaqəli öyrənilir.

Üçüncü fəsil “Turizmin inkişafına təsir edən amillərin tənzimlənməsi” adlanır. Nəticə və təkliflər turizmin təkmilləşməsi sxemini verir.

I FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFININ ƏSAS PROBLEMLƏRİ VƏ MAHIYYƏTİ

1.1. Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti

Turizm fəaliyyət sahəsi olub, məqsədi xidmət göstərməklə gəlir əldə etmək sosial-iqtisadi inkişafa təsir etməklə bir sıra ərazi,sahə və regional inkişaf problemlərini həll etməkdir.

Turizmin inkişafı potensialı olan ölkələr üçün ümumi daxili məhsulun artırılmasına yönəldilir, yeni iş yerləri açılır və regionların sosial-iqtisadi inkişafı üçün şərait yaradılır. Turizmin mahiyyəti onun istehsal strukturu, təşkilati quruluşu və idarə edilməsi xüsusiyyətləri ilə formalaşır.Turizmin konseptual əsasları resurs-potensial turizm məhsulu-gəlirlərin formalaşması məntiqinə əsaslanır.

Turizm inkişaf problemləri tarixi, iqtisadi və təcrübə ilə bağlı olan bir sıra problemlərlə bağlıdır. Onun yerləşməsi və inkişafı coğrafi, tarixi və reqresiya potensialına uyğun olaraq formalaşır. İqtisadi sistem, turizm sisteminin formalaşmasının adi və sosial əsasıdır. Turistlərin xarakteristikası, hər bir ölkədə turizmin təşkilinin əsas amilidir. Turizm müəssisələri turistlərin tələbinə uyğun olaraq təklif problemləri həll olunur. Turizm tələbi və təklifi turizm bazarını formalaşdırır. Turizm bazarı turizm məhsulunun reallaşması yolları və uyğun qiymətlərlə ölçülür.

Turizmin sosial-iqtisadi mənası çoxşahəli və kompleks göstəricilərlə ifadə olunur. Onun əsas məqsədi kommersiya gəlirləri gətirmək, yerli resurslardan istifadə etmək, əhəlinin rifahı üçün infrastrukturunu genişləndirməkdən ibarətdir.Turizm fəaliyyət dairəsi olmaqla sahibkarlığa şərait yaradır. Turizm biznesin və korporativ idarəetmənin obyektı olaraq genişlənir. Turizmin sosial mənası iş yerlərinin açılması, ev təsərrüfatının inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi inkişafını təşkil etmək vəzifəsi təşkil edir. İqtisadi və sosial inkişafın problemləri, həmin resurslardan istifadənin səmərəli təşkili və məşğulluğun artması məqsədlərinə uyğun olaraq təşkil olunur.Turizm fəaliyyəti xidmət sferası olmaqla turistlərin ehtiyacını ödəmək üçün

fəaliyyət göstərir. Turizm fəaliyyətinin təşkilinin təşkilinin resurs potensialı, regionun resurs potensialı, əhalinin rifahının yüksəldilməsi problemlərinin həlli üçün aparıcı amil rolunu oynayır.

Turizmin dünya təcrübəsi hər bir ölkəni iqtisadi quruluşu və əhalinin sosial-demoqrafik tərkibi ilə ixtisaslaşır. İctimai əmək bölgüsündə turizm sferası iqtisadi rol oynamaqla ÜDM-in və əhalinin rifahının əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizm sferası ölkə iqtisadiyyatının sahə və ərazi strukturunun tərkibi olmaqla iqtisadi potensialın formalaşması və sosial inkişafın əsas istiqaməti olaraq müasir şəraitdə yeni bazar tipli xüsusiyyətlər kəsb edir. Turizmin tədqiqi və proqnozu müxtəlif yanaşma və məqsədli inkişaf strategiyası baxımından öyrənilir. Beynəlxalq turizm əlaqələrin inkişafına əhalinin tələbatının ödənilməsinə və ölkənin iqtisadi potensialının xaricilər üçün istifadəsi yolu ilə ixracat potensialının artırılmasına yönəldilir. Turizmin tədqiqi və proqnozu, onun təşkili və idarə edilməsi müasir iqtisadi inteqrasiyanın və inkişafın perspektiv istiqaməti olaraq öz əhəmiyyətini artırır. Turizmin inkişafı həyat tərzini və həyat şəraitinin inkişafı ilə zəruriləşən və yeni potensial mənbələrinə yönəldilən sahə kimi inkişaf edir. Ölkədə olan iqtisadi artımın mənbəyi və sosial problemlərin həlli üçün turizm sferası əlaqələndirici rol oynayır. Aşağıdakı istiqamətlər turizmin yeri və rolunun nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdırır:

- turizmin iqtisadi artımda rolu və ölkə iqtisadiyyatının inteqrasiya amili olaraq zəruriliyini formalaşdırır;

- turizmin ölkə əhalisinin məşğulluğu və yerli resursların istehsal və xidmət dövriyyəsinə cəlb edilməsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir;

- turizmin inkişafı ixracatyönlü siyasətin yeni və daha səmərəli forması olaraq turist tələbatına uyğun struktur transformasiyanın modelini yaradır;

- turizm ölkəsi daha çox səmərəli fəaliyyət, turizm sferasına baxış, onun məqsədi, vəzifələri və təşkili fəaliyyətində iştirak edən subyektlər və mexanizmlər, onun metodoloji əsaslarını təşkil edir. İlkin növbədə təşkilati amil olaraq turizm ölkə iqtisadiyyatının struktur amili və onun digər sahələrə multiplikasiya effekti

baxımından yanaşılır. Multiplikasiya səmərəsi hər bir sahənin birbaşa və dolayısı əlaqəsi yolu ilə son nəticənin formalaşmasında əldə olunan inteqral effekt nəzərdə tutulur. Çoxkriteriyalı sistem və sahələrarası təsirlərə məruz qalan turizm sferası özünün resurs potensialını formalaşdırır. Resurs yanaşma metodologiyası turizmin inkişafı ilə baş verən yan təsirləri, məskunlaşma və ərazi inkişaf modeli ilə təsvir olunur. Turizmin sahələrarası problemi, onun kənd təsərrüfatı, əhali və iqtisadi fəaliyyət mexanizmlərinin ölkədə formalaşma xüsusiyyətləri ilə reallaşır.

Turizm fəaliyyətinə konseptual yanaşma, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini, sosial rolunu və beynəlxalq nəticələrini qiymətləndirməklə tamamilə yeni metodların tətbiqini tələb edir. Turizmə sahibkarlıq obyektini kimi baxmaqla, onun təşkili, himayəsi və dövlət tənzimlənməsi sisteminin modifikasiyası, fərqli cəhətləri elmi-nəzəri və metodoloji aspektdən təşkil edilir.

Turizm sahibkarlığın özəlləşmə və sonrakı inkişaf strategiyası əsasında idarəetmə funksiyasını yaradır. Belə ki, turizm idarəçiliyi, resursların nəzərə alınması, ali məqsədlərə uyğun resurslardan istifadə texnologiyalarını tərtib edib, istifadə mexanizmləri əsaslandırılır. Turizm təcrübəsi bir çox ölkələrdə real iqtisadiyyatın sahəsi olaraq inkişaf edir.

Turizmin iqtisadi, mənəvi və sosial-iqtisadi mənası onun tədqiqi və proqnozunun metodoloji aspektlərini formalaşdırır. Turizmin obyektini və subyektlərinin xüsusiyyətləri, onun tədqiqinin xüsusiyyətlərini yaradır. İnsan turizm obyektini olmaqla, onun tələbatı, iqtisadiyyatı və dövlət siyasəti, turizmin inkişafının insan faktorunu müəyyənləşdirir. Müasir şəraitdə ölkələrin geoiqtisadi vəziyyəti, onların coğrafiyası, məhsuldar qüvvələr kimi əsas resursları, onlardan istifadə turizmin sxemini, onun yerləşməsi və iqtisadi əlaqələrdə rolunu formalaşdırır. Turizmə coğrafiya elmi kimi baxmaq, onun ölkələr üzrə və marşrutlar əhatəsində yerdəyişmə intensivliyi kimi baxılır.

Turizm fransız sözü olub, gəzinti, səfər və müxtəlif motivlərə uyğun olaraq yerdəyişmə kimi qəbul qəbul olunur. Turizm tələbatı, məkan və zamandan asılı olaraq kəmiyyət və keyfiyyət dəyişən, digər tələbatların ödənilməsindən asılı

olan və amil olaraq formalaşan kompleks göstəricilər və amillər üzrə ölçülür, qiymətləndirilir. Varlı və yoxsul ölkələrdə turizmin prioritetliyi dəyişir.

Turizmin inkişafı perspektiv islahatlar və struktur transformasiya obyektinə olaraq əhalinin dinamikası, onun maddi rifahı, üstünlüyü və özünün tələbatını ödəmək üçün istirahət tələbatı ilə genişlənir. Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti onun iqtisadi rolu, maddi və mənəvi dəyərlərin artırılması və inteqrasiya amili olaraq genişlənməklə xarakterizə olunur.

Turizmin mahiyyəti onun təsərrüfat, təbii ehtiyatlar və insan amili ilə ölçülür. Turizmin mahiyyəti təbii, coğrafi və ev təsərrüfatı ilə ölçülür.

Turizmin maddi əsasını onun təkrar istehsal prosesində rolu və sahə kimi təşkilatı və idarə olunması mexanizmləri ilə formalaşır. Turizmin əsas əlamətlərinə müxtəlif məktəblərin baxışları ilə qiymətləndirmək olar.

Rus iqtisadçıları (V.İ.Vernadskiy, A.V.Çayanov) təbii sərvətlər məhdud olduğu üçün turizmin inkişafında təbii sərvətlərdən səmərəli istifadə olunması, təbii sərvətlərin təkrar istehsalı prosesinin nəzərə alınması zəruriliyini əsaslandırırlar. Turizmin dünya inteqrasiya sistemində müasir problemlərdən biri olmaqla yanaşı, onun hər bir ölkədə özünün şəraitləri və şərtləri ilə formalaşır. Sosial-iqtisadi mahiyyəti öz dərinliyi, səmərəsi və iqtisadi məsrəflərə görə təşkil mexanizmlərinə görə fərqlənir. Ölkə iqtisadiyyatının tərkib hissəsi olmaqla istehsal amili olaraq turist müəssisələri iqtisadi artımın, sosial inkişaf meyillərinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Sosialyönlü prioritetlər baxımından turizmin inkişafı əmək ehtiyatlarının və ərzaq bazarının genişlənməsi üçün aparıcı amil rolunu oynayır. Turizmin sahə, funksional və məhəlli iqtisadi funksiyası hədəflər prizmasından təşkil olunur və idarə olunur.

Turizmin inkişafına baxış iqtisadi artım və sosial tərəqqi regionların və potensialların səmərəli istifadəsi baxımından yanaşılması, onun əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafının nəzəri əsasları onun inteqral səmərəsi və kommersiya maraqları ilə ölçülür. Turizmin fəaliyyət dairəsi onun əsas kompleks

resurslara, insan amilinə və onun son məhsulunun strukturuna uyğun təşkili ilə baş verir.

Turizmin iqtisadi mənası onun yaratdığı son məhsul, iş yerlərinin təşkili və ərazi iqtisadiyyatının təşkili forması kimi fəaliyyət dairəsi olmaqla özünü göstərməsidir. Turizm sferasının təşkili iqtisadi kateqoriya və proseslərin təbii-coğrafi, insan amilləri ilə sıx əlaqə olması ilə qiymətləndirilir.

Turizmin tədqiqi onun əsas formalaşma amillərinin dəyişmə dinamikası və nəticələrinin istifadəsi yolları və səmərəsi ilə ölçülür. Turizmdə səyahət və mənəvi dəyərlərin təkrar istehsalı baxımından tədqiq olunur.

Turizmin sahə kimi rolu və iqtisadi amil olaraq tənzimlənməsi müxtəlif kriteriyalardan və tarixi xüsusiyyətlərdən asılıdır. Turist anlayışı, turizm bazası və potensialı turizm ölkəsinin məkanını, onun coğrafiyasını formalaşdırır. Ölkənin coğrafi vəziyyəti, onun təbii şəraiti və iqtisadi durumu turistlərin mənbəyinə çevrilə bilər. Belə ki, təcrübə və münbit şərait turizmin inkişafına şərait yaradır. Onun potensialı, iqtisadi potensialın turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi yolu ilə turizm sferasını, onun dövriyyəsinə və istehsal güclərini formalaşdırmaq olar. Onun coğrafiyası resursların yerləşməsi və onların istifadəsi yolları ilə ixtisaslaşır. Ona görə də turizmin sahə-ərazi və funksional məqsədləri baxımından tədqiq olunması, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini və əsas istiqamətlərini özündə birləşdirir. Turizmin tarixi ölkə və ərazilərin resursları və onlardan istifadə üçün yararlı şərait ilə formalaşmış və inkişaf edib. Ona görə də turizm çox funksiyalı fəaliyyət dairəsi olmaqla xidmət göstərən və əhalinin (turistlərin) tələbatına uyğun olaraq peşəkar ixtisaslaşan fəaliyyət dairəsi kimi qiymətləndirilir. Turizm sferasının çoxfunksionallığı istehlakçı və region tələbatının müxtəlifliyi ilə formalaşır və inkişaf edir. Turizmin beynəlxalq əhəmiyyəti inteqrasiya və əməkdaşlıq funksiyası, istehsal və coğrafi potensialın dövriyyəyə cəlb olunması üçün istehsal funksiyası və turizmin özünün istehlak amili kimi xidmət funksiyası, onun çoxmeyarlı idarəetmə obyektini olmasını formalaşdırır. Çoxfunksionallıq meyarları təbii ki, məqsədlərin aliliyinə və onların iqtisadi səmərəsinə görə ierarxik quruluşunu formalaşdırır. Nəzəri baxımından turizm

çoxfunksiyalı və həmçinin resursların əvəz edilməsi yolu ilə fəaliyyət göstərən sahələr kimi qiymətləndirilir.

Çoxkriteriyalı tənzimləmə obyektini olaraq turizmin inkişafı qlobal, beynəlxalq, yerli və ərazi maraqları üzərində tənzimlənən və uzlaşdırılan sistem kimi formalaşır. Turizmin qlobal maraqları insan inkişafı indeksini və potensialını artırmaq, dünya ekoloji sistemini qorumaq və dünya əhalisinin sağlamlığını təmin edən meyarlar üzərində qurulur. Qlobal maraqlar ölkələrin resurs potensialını nəzərə almaqla, dünyəvi dəyərlərə söykənən və tələbləri təmin edən maraqlar prizmasından həll olunur.

Qlobal maraqlar beynəlxalq səviyyəli qrupların, beynəlxalq təşkilatların, assosiasiyaların və dövlət orqanlarının məcmuu və üzvü birləşməsi və kommersiya məqsədləri üzərində qurulur. Turizmin qlobal maraqları inteqrasiya amili olmaqla formalaşır və əməkdaşlığın növləri üzrə ixtisaslaşır. Ona görə də dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin əsas istiqaməti olaraq turizmin tənzimlənməsi problemləri inkişaf edir.

Turizmin mikroiqtidasi problemləri, onun sahə, ərazi və funksional vəzifələrinə uyğun olaraq təşkilati-iqtisadi və idarəetmə problemlərini əhatə edir. Belə ki, region daxili iqtisadi potensiala və xüsusi turizm potensialına söykənən siyasət regionların kompleks inkişafı məqsədi və əhalinin rifahının yüksəldilməsi fəaliyyəti kimi qəbul olunur. Turizmin fəaliyyəti həmin sahənin rəqabət qabiliyyətli sosialyönlü və səmərəli təşkili kimi meyarlar və idarəetmə mexanizmləri üzərində qurulur. Ona görə də turizmin idarəetdiyi sahələrarası və regional prinsipləri əhatə etməklə tədqiqat obyektini olaraq genişlənilir.

Müxtəlif sahələrdə bir çox tədqiqatçılar iqtisadi inkişafın amili olaraq turizmə daha çox diqqət yetirmişlər. Bir çox inkişaf modellərinin hazırlanmasına, yenidən təşkilinə və ya dəyişdirilməsinə baxmayaraq inkişaf planı kimi istifadə olunan heç bir vahid yanaşma əldə olunmamışdır. Sınaq və nöqsanlar onilliklərlə davam etmiş və alternativ inkişaf vasitələri irəli sürülmüş və həyata keçirilmişdir. Onların bəziləri iflasa uğrayarkən, bəziləri uzunmüddət işlək vəziyyətdə qalmışdır, lakin bu gün

istinad edilən və inkişaf etməkdə olan dövlətlərin iqtisadiyyatlarını yaxşılaşdırmaq üçün heç bir inkişaf modeli mövcud deyil.

Dövlətin iqtisadiyyat ilə məşğul olarkən əsas diqqəti digər iqtisadiyyatların təcrübələrinə deyil, müəyyən fəaliyyətlərin hər hansı bir dövlətin iqtisadiyyatına necə təsir etdiyinə yönəltmək lazımdır. Bunun üçün müəyyən fəaliyyətlərin ümumi iqtisadi fəaliyyətə təsirini başa düşmək, araşdırmaq və dəyərləndirmək lazımdır ki, siyasətçilər öz strategiyalarından ən yaxşı şəkildə yararlana bilsinlər. Başqa sözlə, mikroiqtisadi qərarların artırılması və stimullaşdırılmasından əvvəl, iqtisadiyyat ilk növbədə makroiqtisadi səviyyədə dəyərləndirilməlidir. Dövlətin iqtisadi rolu, onun sahə və ərazi funksiyası ilə reallaşır.

1.2. Turizmin inkişafının problemləri

Bu gün turizm problemlərinin öyrənilməsi nəinki sosial-iqtisadi, hətta böyük mədəni-siyasi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Çünki, getdikcə daha çox mədəniyyət hadisəsinə çevrilməkdə olan turizm fenomeni artıq elmi-mədəni fikirdə bir kulturoloji proses kimi izlənilməkdə, araşdırılmaqda və dəstəklənməkdədir. Zaman ötdükcə dünyanı vahid bir insanlıq evi kimi qəbul edən və bəşəri dəyərləri önə çəkən qurum və təşkilatlar, fərd və cəmiyyətlər, turizmin insan həyatının ayrılmaz bir tərkib hissəsi halına gəldiyini, iqtisadiyyatın, elmin və mədəniyyətin inkişafına təkan verən təsiredici bir gücə malik olduğunu etiraf etməkdədirlər. Turizmin bir mədəniyyət faktı, bəşəriyyətin təminatlı və təhlükəsiz gələcəyi üçün geniş perspektivlər açan bir kulturoloji proses kimi tədqiqi və təbliği problemləri indi həmişəkindən daha aydın dərk olunmaqdadır. Beynəlxalq turizm xidmətin xüsusi bir sahəsi olmaqla, insanların beynəlxalq hərəkəti və yaxud səyahəti ilə bağlıdır. İnsaların bu fəaliyyət növü beynəlxalq ticarətə xas olan spesifik bir iqtisadi kateqoriyadır. Bu beynəlxalq səyahət bölməsi bir çox dövlətlərin iqtisadiyyatında özünəməxsus rola malikdir.

Qeyd etməliyik ki, XX əsrin ikinci yarısından beynəlxalq turizm hərtərəfli genişlənir. Aydınır ki, burada yalnız müxtəlif formalarda səyahətə çıxanların sayı deyil, bütövlükdə turizm infrastrukturunun inkişafı nəzərdə tutulur. Beləliklə, 1960-1970-ci illərdən beynəlxalq turizm ümumdünya xarakteri almışdır. Nəticə etibarilə - Ümumdünya turizm bazarı yaranmışdır.

Dünya turizm bazarmda hər şeydən əvvəl daha çox turist göndərən və turist qəbul edən ölkələr fərqləndirilir. Burada daha çox turist göndərən ölkələrdən ABŞ, Almaniya, İngiltərə və Belçika, daha çox turist qəbul edən ölkələrdən isə Fransa, İspaniya, ABŞ və İtaliya fərqlənilir.

Ümumiyyətlə, son illərin məlumatlarına görə cəmi qəbul edilən turistlərin 60%-ə qədəri, turizmdən daxil olan gəlirin isə 50%-ə qədəri Avropa ərazisinin payına düşür. Avropa ölkələrinin bu cür irəlində olması heç də yalnız onlarda ümumdünya miqyasında məlum olan mədəni-tarixi və təbii abidələrin, inkişaf etmiş turizm sənayesi şəbəkəsinin, ticarətin, nəqliyyat infrastrukturunun mövcudluğu ilə izah edilmir. Etiraf etməliyik ki, avropalılar ənənəvi olaraq səyahətə, öz məzuniyyətlərini yaxın qonşu ölkələrdə keçirməyə üstünlük verirlər.

Bu və ya digər Avropa ölkəsinə gələn qonaqların 90%-ə qədəri yenə avropalılardan ibarət olur. Avropa ərazisində isə İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Almaniya, Avstriya və Benilüks ölkələri daha qabaqcıl mövqedədirlər. Turizmdən olan mənfəətin 20%-i həmin ölkələrin, 11 %-i isə Mərkəzi və Şərqi Avropa (Bolqarıstan, Xorvatiya, Çexiya və Macarıstan) ölkələrinin payına düşür.

İkinci yerdə Asiya Sakit Okean regionu dayanır. Bu regionu çox vaxt «turist istiqamətinin gələcəyi» adlandırırlar. Bu region dünya turizm bazarının 18%-ni təşkil edir. Son dövrlərdə bu region Amerika regionunu 2-ci mövqedən sıxışdırmışdır. Buradakı yarımregionlarda isə Şimal-şərqi Asiya (başda Yaponiya olmaqla), sonra Cənubi-şərqi Asiya (Malayziya, İndoneziya, Tailand) və Cənubi Asiya (Vyetnam, Hindistan, Şri-Lanka) fərqlənilir.

Dünya turizm xidməti bazarında' Amerika regionu 3-cü yeri tutur - 17%. Aydınır ki, beynəlxalq iqtisadi münasi-bətlər sistemində bu regionda əsas mərkəz ABŞ, Kanada və Meksika birliyidir. Həmin regionda turizmdən olan gəlirin 75%-i bu üçlüyün payına düşür. Qeyd etməliyik ki, bu üçlükdə də ABŞ daha həlledici mövqeyə malikdir. ABŞ dünyada daha geniş mehmanxana şəbəkəsinə və yüksək inkişaf etmiş müasir nəqliyyat sənayesinə malikdir.

Dünya turizm bazarında sonrakı yerləri Afrika (CAR, Tunis, Mərakeş, Seyşel adaları) - 4% və Yaxın Şərq (BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı) - 2% ölkələri tutur.

Ayrı-ayrı regionlarda beynəlxalq turistlərin sayı, mln, nəfər

	1995	2000	2015
Dünya üzrə	456,8	551,8	714,6
Avropa	282,2	324,2	411,0
Asiya və Sakit Okean regionu	57,7	85,6	130,6
Amerika regionu	92,9	108,9	120,2
0 cüm: Şimali Amerika	71,7	80,5	85,3
Afrika	15,0	20,0	28,7
Yaxın Şərq	9,0	13,1	24,1

Yuxarıda qeyd etdiyimiz dünya turizm bazarında ayrı-ayrı regionlarının mövqeyi cədvəldəki məlumatlarda bir daha öz əksini tapmış olur. Belə ki, cəmi turistlərin 58%-i Avropanın, 18,3%-i Asiya və Sakit Okean regionunun, 17%-i Amerika regionunun payına düşür.

Hazırda dünya turizm bazarında bəzi ölkələr daha yüksək rəqabət üstünlüyünə malik olmaqla öz ölkələrini bu bazar üzrə ixtisaslaşdırırlar. Hətta bu biznes üzrə inhisar vəziyyəti də yarada bilirlər. Bu mənada ABŞ-da qar şalələsi kimi nadir təbiət abidələrini, Nepalda Comolunqma dağını, Misirdə qədim fironların piramidalarını

(ehramlarını), Hindistanda - Tac-Mahalı, Yunanıstanda - Akropol qalası, İtaliyada 50 min adam yerləşən Kolizey abidəsini (qladiator döyüşləri üçün 75-80-ci illərdə tikilmiş qədim anfiteatra bənzər abidə) göstərmək olar.

İspaniya, Portuqaliya, Türkiyə, Kipr və bu kimi digər ölkələrdə gözəl dəniz çimərliklərini və Aralıq dənizinin mülayim iqlim şəraitinin olması həmin ölkələrə turistlərin cəlb edilməsinə maraq yaradır.

Ümumdünya turizm təşkilatının məlumatına görə hazırda 15 ölkə turizm xidməti üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu ölkələrdə turizmdən olan gəlir əmtəə ixracından olan gəlirdən daha çoxdur. Burada kiçik ada dövlətləri (Barbados, Seyşel adaları və s.) daha çox fərqlənilir. 45 dövlətdə turizmdən olan gəlirlər cəmi ixracın 25%-dən artıqdır (bunlar əsasən inkişaf etməkdə olan ölkələrə aiddir).

Beynəlxalq Turizm Təşkilatının məlumatına görə 2005-ci ildə cəmi turistlərin sayı 815 mln nəfər, turizmdən olan gəlirlər isə 745,0 mlrd dollara bərabər olmuşdur. Hazırda beynəlxalq turizm sistemində 275 mln. nəfərdən çox adam işləyir. Beləliklə, hazırda bir çox ölkələrdə turizm iqtisadiyyatın ən qabaqcıl sahələrindən birinə çevrilir. Bununla da ÜDM-un formalaşdırılmasına və bir çox sosial-iqtisadi problemlərin həllinə zəmin yaradır.

Beynəlxalq turizm xarici iqtisadi fəaliyyətin ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Belə ki, ÜDM-in 12-13%-i, cəmi kapital qoyuluşunun 8%-i, dünya üzrə cəmi istehlak xərclərinin 12%-i, cəmi vergi daxilolmalarının 5-7%-i beynəlxalq turizmin payına düşür.

Turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi öz başlanğıcını turistlərə təklif olunan turizm məhsullarından götürdüyünü nəzərə alsaq, turizm məhsulunun inkişafı üçün lazım olan tədbirlərin həyata keçirilməsi, onun yüksək səviyyəyə çatdırılması əsas tədqiqatlardan biri olmalıdır.

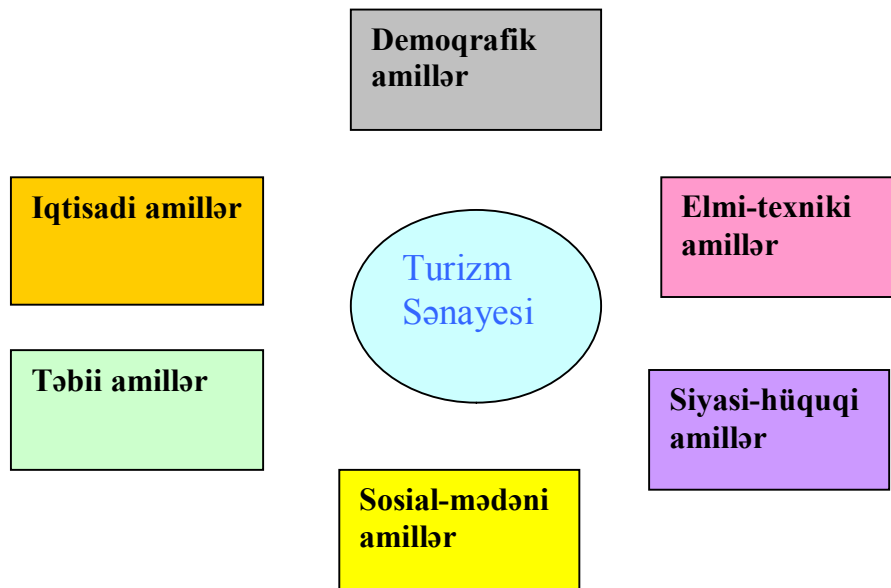
Bu tədqiqatın əhəmiyyəti odur ki, turizm məhsulunun inkişafı yerli turizm məhsullarının satılması və gəlirlərin əldə edilməsi ilə bərabər, digər sənaye sahələrinin də inkişafına köməklik etmiş olar. Bu da öz növbəsində ölkəmizdə həyat

səviyyəsinin daha da yaxşılaşdırılmasına və işsizlik problemlərinin aradan qaldırılmasına yardımçı olar.

Maddi-texniki baza mütəşəkkil turizmin inkişafının əsasını təşkil edir. Belə ki, turistlərə tam kompleks xidmət göstərilməsi (yerləşdirmə, qidalanma, daşınma, müalicə, ekskursiya və s.) üçün bütün zəruri şəraiti yaradır. Turizmin maddi-texniki bazasının tərkibinə-turizm firmaları (turoperatorlar və turagentlər), mehmanxanalar, turist bazaları, iaşə, ticarət, avtonəqliyyat müəssisələri, turist ləvazimatı və avadanlığının kirayə məntəqələri, turist yollayışının (putyovka) satış büroları, nəzarət-xilasetmə xidmətləri, turist klubları və s. daxildir. Xidmət növlərinə görə turizm müəssisələrinin aşağıdakı tipləri mövcuddur:

1. Turistləri bütün xidmət kompleksi ilə təmin edən müəssisələr- öz mehmanxanaları olan turist müəssisələri.
2. Turizmin təşkili məqsədi ilə təsis edilən müəssisələr- turagentliklər, səyahət və ekskursiya, yollayış satışı, turist qəbulu büroları.
3. Turistlərin yerləşdirilməsi, daha doğrusu yaşaması və gecələməsi məqsədi ilə təsis edilən müəssisələr- mehmanxanalar, turbazalar və s.
4. Yeyinti, ərzaq müəssisələri -restoranlar, barlar , kafelər və s.
5. Nəqliyyat xidməti müəssisələri- dəmiryolu , hava , avtomobil və su nəqliyyatı.
6. Turistlərə mədəni xidmət obyektləri və ekskursiya xidmətlərini təmin edən müəssisələr- teatrlar, konsert zalları, ekskursiya büroları və s.

Turizm sənayesinin inkişafına təsir göstərən bir çox amillər vardır. Bu amillərin hər birinin öyrənməsi vacibdir. Belə ki turizm məhsulunun formalaşdırılması zamanı bu amillər nəzərə alınmazsa , məhsulun satılmasında problemlər meydana gələ bilər. Müasir dövrdə turistlər artıq bu amillərə qarşı xüsusilə həssas davranırlar. Turizm müəssisələrinin də qarşısında duran əsas məqsəd uğurlu marketinq siyasəti həyata keçirərək , turistlərin tələbatına uyğun turizm məhsulu istehsal etmək olduğundan bu amilləri xüsusilə nəzərə almalıdırlar. Turizm sənayesinin inkişafına təsir edən amilləri aşağıdakı kimi göstərə bilərik :



Təbii –ekoloji amillər –Bunlara yaxşı iqlim və komfortlu təbii şəraitin olması, landşaftların və təbiətin diqqətəlayiq yerlərinin olması , inkişaf etmiş hidroqrafik şəbəkələrin və təbii su hövzələrinin olması , təbiət obyektlərinin təmiz və yararlı vəziyyətdə olması , ekoloji vəziyyətin yaxşı olması aiddir.

Sosial-iqtisadi amillər- əhalinin əsas kütləsinin yaşayış səviyyəsi, yəni turizmin iqtisadi əlverişliliyi , vətəndaşların ölkə daxilində və bütün dünya üzrə xarici səyahətlərinə imkan verən sosial azadlıq və hüquqlarının olması , beynəlxalq əmək bölgüsü əsasında dövlətlər arasında iqtisadi əlaqələrin fəallaşması, beynəlxalq ticarətin genişlənməsi və nəqliyyat vasitələrinin təkmilləşdirilməsi.

Siyasi amillər - turistlərin yaşadıkları ölkənin daxili siyasi stabilliyi , turistləri qəbul edən ölkənin daxili siyasi stabilliyi , ölkələr arasında dostluq, mehriban qonşuluq, dinc münasibətlər , iqtisadi, ticarət, elmi-texniki və mədəni əlaqələr, turizm mübadiləsi üzrə dövlətlərarası və hökumətlərarası əməkdaşlıq sazişləri.

Demoqrafik amillər - Əhalinin artımı dünya turizm potensialını yüksəldir. İnsanların ömür müddətinin artması və təqaüd yaş həddinin azalması, turizmdə üçüncü yaş qrupuna aid olan insanların çoxalmasına səbəb olur. Etnik turist axını (tarixi vətənə səyahət, mühacirlər, oxşar dilli xalqlar, qarşılıqlı səfərlərlə

maraqlananlar və s.) da bu zaman nəzərə alınan amillərdəndir. İnsanların mədəniyyət və təhsil səviyyələrinin yüksəlməsi də turizm sənayesinə təsir göstərən amillərdən biridir. Son zamanlarda kütləvi informasiya vasitələrinin (KİV) sürətli inkişafı da turizmə müsbət təsir göstərir. Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı nəticəsində qonaqpərvərlik resurslarının, istirahət yerlərinin infrastrukturunun və digər turizm sənayesi komponentlərinin tanınması sürətlənir. Turizmin populyarlığının səbəblərindən biri də şəhər əhalisinin daim artmasıdır. Yalnız urbanizasiya (şəhərləşmə) müəyyən dərəcədə turizm xidmətlərinə olan tələbatın artmasına səbəb olur. Turist axınının formalaşması əsasən iri sənaye və inzibati mərkəzlərdə baş verir ki, bunlar arasında Bakı şəhərinin də adını çəkmək olar.

Turizm məhsulu kimi turizm iqtisadiyyatı da spesifikdir. Bu da onun bir sıra amillərin təsirinə məruz qalması ilə əlaqədardır. Bu amillərin əksəriyyəti qeyri-müəyyəndir. Ümumiyyətlə bu amillər iki qrupa qlobal və lokal amillərə ayrılır. Qlobal amillərə siyasi, iqtisadi, təbii, mövsümlilik amillərini misal göstərmək olar. Bunalardan siyasi amillər xüsusilə nəzərə alınmalıdır. Çünki hər hansı bir ölkənin siyasi rejimi gərgin olarsa, həmin ölkəyə turizm tələbi də aşağı düşər. Bu baxımdan Azərbaycan da istisana deyil. Çünki, respublikamızın ərazisinin iyirmi faizinin işğal altında olması mövcud turizm ehtiyatlarından istifadədə problemlər yaratdığı kimi, ölkəyə gələn turistlərin sayına da öz mənfi təsirini göstərir. Siyasi amillər dedikdə aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- Gedilən ölkənin siyasi rejimi. Səyahət ediləcək ölkənin siyasi rejimi, bu rejimə qarşı göstərilən reaksiya çox vaxt o ölkəyə istiqamətlənəcək turizm sektorunun qarşısını alır.
- Turistin çıxdığı ölkənin siyasi rejimi. Turizm üçün səyahət istəyi duyan və bu istəyinin reallaşmasına imkan verəcək miqdarda gəlirə sahib olan insanlara ölkə xaricinə çıxmaq haqqının verilmiş olması lazımdır.
- İki ölkə arasındakı siyasi rejim. Ziyarət ediləcək ölkə ilə olan xarici siyasi əlaqələrin vəziyyəti, o ölkəyə istiqamətlənən turizmə təsir edəcəkdir. Bundan başqa beynəlxalq

münasibətlər , hərbi konfliktlər və ölkənin daxili siyasəti də burada nəzərə alınmalı faktorlardır.

ÜTT-nin göstəricilərinə nəzər salsaq görərik ki , beynəlxalq turizmdə siyasi amillər ölkəyə gəlmə turizminə çox böyük təsir göstərir.Çünki , turizm siyasi hadisələrə qarşı çox həssasdır .Məsələn , 2001-ci ilin sentyabrın 11 –də ABŞ da baş vermiş terror aktı bu ölkəyə turist axınlarının azalmasına səbəb olmaqla yanaşı , turizmdən əldə olunan gəlirlərin də azalmasına səbəb olmuşdur.

Hal-hazırda ərazisinin 20% -i erməni qəsbkarları tərəfindən zəbt olunan ölkəmiz də çox təəssüf ki , bu amilin ağır nəticələrindən əziyyət çəkir.Belə ki , bir çox turistlər məhz bu amillə əlaqədar olaraq son anda ölkəmizə gəlməkdən boyun qaçırlar.Onu da qeyd etmək lazımdır ki , hər hansı bir vətəndaşın ölkə xaricinə səfərə çıxması üçün ölkəmizdə hər cür imkanlar yaradılmışdır.

Bununla yanaşı iqtisadi amilləri də xüsusi ilə qeyd etmək lazımdır .Müasir dövrdə turizmə cəlb olunan turistlərin böyük əksəriyyətini iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin sakinləri təşkil edir.İqtisadi amillər dedikdə , ölkənin iqtisadi inkişafı , əhalinin maddi rifah səviyyəsi , maddi –texniki bazanın inkişaf səviyyəsi(nəqliyyat, yerləşdirmə və qidalanma şəbəkəsi, infrastruktur, müasir texnologiyalar) nəzərdə tutulur. Turizm məhsulunun alıcılıq qabiliyyətinin olmasından ötrü kifayət qədər iqtisadi inkişafın olması zəruridir. Yəni, imkanı olan adam səyahətə çıxma bilər. Beləcə, gəliri olmayan iqtisadiyyatda kütləvi turizm də ola bilməz. İşsizlərin sayı çox olan, əmək haqqı az olan ölkədə kütləvi istirahətdən söhbət gedə bilməz. Əsas iqtisadi amillər kimi aşağıdakıları qeyd etməliyik :

- Milli gəlirin miqdarı ,
- Adambaşına düşən gəlirin miqdarı ,
- Milli gəlirin paylanma forması ,
- Ölkədə şəxslərin girdikləri xalis gəlir qrupları ,
- Turizm mal və xidmətlərinin qiyməti.

Sosial amillər– Turizm inkişafına güclü təsir göstərən amillərdən biri də sosial faktordur. Sosial amillər əsasən aşağıdakılardan ibarətdir:

- Ailəvi xüsusiyyətlər - Şəxsin evli, subay olması və ya ailədəki uşaqların sayı və onların məktəb vəziyyəti və yaş tərkibi turizmə təsir edir. Turizmə təsir edən amillərdən biri də ailə başçısının işlədiyi sahənin xüsusiyyətləridir. Kənd təsərrüfatı işçiləri ən az, sərbəst iş sahibləri ilə yüksək vəzifələrdə işləyənlər ən çox səyahət edən insanlardır.

- Əhalinin yaş quruluşu . Bir ölkənin əhali sayındakı artım ümumi olaraq turizm sahəsində artım yaratdığı kimi, ölkə əhalisinin yaş quruluşundakı dəyişikliklər də turizmə, yeni müştəri kateqoriyalarının iştirak etməsinə, yeni zövqlərin yaranmasına təsir edir.

- Urbanizasiya (şəhərləşmə). Atmosferin çirklənməsi, səs, stres, sosial təzyiqin gərginliyi kimi prosesləri gücləndirir. Bu da öz növbəsində şəhər əhalisinin şəhər ətrafı kənd yerlərinə getməsinə səbəb olur . Respublikamızda da bu göstərici get-gedə artmaqdadır. Belə ki , ölkəmizdə kəndlərdən və digər şəhər ətrafı ərazilərdən insanların iş axtarmaq məqsədi ilə Bakı şəhərinə axını şəhər həyatının çətinliklərini artırdığı kimi , kənd- yaşıl turizminin inkişafına yollar açır.

- Dil çətinlikləri. Bir çox insanın xarici dil baxımından danışıq qabiliyyətinin zəif olması, onları xarici ölkələrdən daha çox öz ölkələrində səyahət etmək məcburiyyətində qoyur.

- Sosial hərəkət qabiliyyəti. Ailə başçısının iş yeri, mədəni səviyyəsi, sosial davranışları, dünyagörüşü turizm tələbinə təsir göstərən amillər arasında yer alır. Sosial nöqteyi-nəzərdən turizm regionların inkişafına böyük təsir göstərir. Regionlarda turizmin inkişafı işsizlərin böyük şəhərlərə axınının qarşısını alır.

Bu amilləri qeyd edən zaman görürük ki , turist səfərləri əsasən qonşu ölkələr arasında baş verir. Bunun da səbəbi qonşu ölkələrlə oxşar adət-ənənələr, dil yaxınlığı və həyat tərzidir.

Məlumatlara görə, 2012-ci ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı ötən illə müqayisədə artıb. Bu artım təxminən 7-10 faiz təşkil edib. Amma araşdırmalar göstərir ki, ötən il müddətində xaricə gedən azərbaycanlı turistlərin də sayı az olmayıb və onlar xaricdə 600 milyon dollardan artıq pul xərcləyiblər. Əhalinin gəlir

səviyyəsinin artması onların turist kimi digər ölkələrə gedərək daha çox vəsait xərcləmələrinə şərait yaradır. Baxmayaraq ki, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, vətəndaşların bütövlükdə gəlirlərinin təxminən 65 faizi istehlak məhsullarının alınmasına yönəlir. Digər səbəb isə onunla bağlıdır ki, xarici ölkələrdə - qonşu Türkiyə və Gürcüstanda turizm obyektləri daha ucuz və Azərbaycanla müqayisədə daha keyfiyyətli turizm xidməti təklif edir. Vətəndaşlarımızın da bir qismi ölkə xaricinə getməkdə maraqlıdırlar. Çünki, məsələn, Gürcüstanda yol xərcləri də daxil olmaqla 5 günlük istirahət etmək, Azərbaycan daxilində 5 gün istirahət etməkdən təqribən 2 dəfə ucuzdur. Vətəndaş xaricə getməklə həm ucuz istirahət əldə edə bilir, həm də xarici ölkəni görmüş olur. Odur ki, ölkə daxilində turizm xidmətlərinin qiymətinin baha olması vətəndaşların xaricdə istirahət etməsinə gətirib çıxarır. Eyni zamanda orta və gəlirləri yüksək olan vətəndaşlarımız əsasən Avropa ölkələrində dincəlməyə üstünlük verirlər. Baxmayaraq ki, orada istirahət etmək nisbətən bahalıdır. Amma bütün hallarda həm həmin ölkəni görmək, həm də daha yaxşı istirahət etmək məqsədi ilə ora gedirlər. Odur ki, Azərbaycan çalışmalıdır ki, yerli turistlərin böyük bir qismini ölkə daxilində saxlasın. Çünki, vəsaitin ölkədən kənara çıxmasındansa, daxilində qalması daha məqsədəuyğundur. Amma təəssüf ki, turizm obyektləri qonşu ölkələrlə rəqabətdə uduzurlar.

Təbii amillər – hava şəraiti (yayın yağışlı, qışın qarsız olması həmin mösümlərdə müvafiq destinasiyaların ziyanla işləmələrinə səbəb olur), zəlzələ, sunami, daşqınlar, ekoloji tarazlıq, sənaye qəzaları (yanacaqın ətrafa yayılması, tankerlərin qəzası nəticəsində su hövzələrinin çirklənməsi). Mövsümlilik – turizm destinasiyalarının, turizm firmalarının işinə güclü təsir göstərir. Mövsümlük işçi qüvvəsinə ilk növbədə təsir göstərir. Belə ki, turizmin bəzi növləri (qış turizmi, çimərlik turizmi və s) mövsümdən asılıdırlar. Bu zaman işçilərin mövsümə uyğun olaraq işə qəbul edilməsi və işdən azad edilməsi baş verir. Yay tətildə xüsusi ilə tələbələrin mövsümlə əlaqəli olaraq turizmə cəlb olunması təqdirə layiq hal kimi qiymətləndirilə bilər. Bununla onlar turizm sahəsində yeni təcrübələr və vərdişlər qazanmış olurlar.

Ümumiyyətlə, təbii fəlakətlərin və digər amillərin turizmə təsirini Yaponiyanın təcrübəsində görmək mümkündür. Belə ki, bu ölkədə baş verən sunamilər hər il ölkənin turizminə ciddi əngəllər yaradır.

1.3. Turizmin sahə və ərazi xüsusiyyətləri

İqtisadi islahatların həyata keçirilməsində iqtisadi və sosial mexanizmlərin formalaşması, dinamikası və proqnozlaşdırılması, xüsusi tədqiqat obyektinə kimi təhlili, islahatların əsaslandırılması və onun reallaşması zamanı meydana çıxan sosial nəticələrin qiymətləndirilməsi aktualıq baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müstəqillik əldə etmiş Azərbaycan Respublikasının qarşısında duran strateji məqsəd ölkənin bazar iqtisadiyyatına keçməsilə bağlı qarşıya çıxan bir sıra sosial-iqtisadi problemlərin həllində onun mütərəqqi formalarından səmərəli istifadə yollarını müəyyən etməkdir. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikası qanunu Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının hüquqi əsaslarının bərqərar edilməsinə yönəldilmiş dövlət siyasətinin prinsiplərini, turizm fəaliyyətinin əsaslarını müəyyən edir və turizm sahəsində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir, sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması qaydasını müəyyənləşdirir. Turizm və sosial-mədəni servis xidməti fəaliyyət növü kimi əhalinin asudə vaxtının səmərəli istifadə edilməsinə, ekskursiya, səyahət və turist marşrutlarının təşkilinə, həmçinin turistlərin başqa xidmət növlərindən istifadənin gücləndirilməsinə təkan verir. Turizm xidmətləri bilavasitə turist təşkilatlarının fəaliyyətinin nəticəsidir. Turizm xidməti əməyin spesifik xüsusiyyətlərini və məzmununu müəyyənləşdirən milli iqtisadiyyatın müstəqil sahəsidir. Turizmdə əmək məhsuldarlığının artım sürəti üçün xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsi, əməyin təşkili və stimullaşdırılmasının forma və üsullarının təkmilləşdirilməsi, turizm və sosial-mədəni servis xidmətlərinin təşkilinin yenidən qurulması zəruridir. Ölkəmizin dünyada turizm ölkəsi kimi tanınması üçün geniş

imkanlar mövcuddur. Müstəqil Azərbaycanın neft strategiyasının əsasını qoyan «Əsrin müqaviləsinin» imzalanmasının 8 ili tamam olmasına iki gün qalmış – 2002-ci il sentyabrın 18-də Bakı şəhərində Bakı-Tbilisi-Jeyhan ƏİBK-nin tikintisinin təməli qoyuldu və bu layihə müvəffəqiyyətlə başa çatdırıldı. Bu layihənin davamı olaraq «Avropa-Qafqaz-Asiya» (TRASEKA) nəqliyyat dəhlizi proqramı çərçivəsində 1998-ci il sentyabr ayının 7-8-də 32 dövlətin və 13 beynəlxalq təşkilatın rəsmi nümayəndələrinin iştirakı ilə Bakı şəhərində tarixi İpək Yolunun bərpası üzrə beynəlxalq konfrans keçirildi və burada Avrasiya nəqliyyat dəhlizi üzərində yerləşən ölkələrin inkişafı, onların təbii ehtiyatlarının mənimsənilməsi, iqtisadi potensialdan daha da səmərəli istifadə olunması, ticarətin, turizmin və iqtisadi əməkdaşlığın genişlənməsi üçün etibarlı zəmin yaradan saziş imzalandı. 2007-ci il 7 fevral tarixində Azərbaycan dünya nəqliyyat-kommunikasiya sistemində mühüm töhvə kimi qiymətləndiriləcək uğura imza atdı: Möhtərəm prezidentimiz İlham Əliyev cənablarının səyi nəticəsində Tiflis şəhərində Azərbaycan, Gürcüstan və Türkiyə hökumət rəhbərləri arasında Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu layihəsinin həyata keçirilməsi ilə bağlı əldə olunmuş razılaşma bütövlükdə Jənubi Qafqaz və orta Asiya regionlarının uzunmüddətli inkişaf strategiyasının müəyyənləşdirilməsi baxımından vacib əhəmiyyət kəsb edir. Son illər Azərbaycanda turizm sahəsində beynəlxalq əlaqələrin təşkili və inkişaf etdirilməsi, turizm imkanlarının təbliği, milli turizmin inkişafı və turizm infrastrukturlarının yeniləşməsi sahəsində konkret istiqamətlər müəyyənləşdirilib. Azərbaycanın qədim tarixə malik olması, UNESCO tərəfindən qeydiyyatına alınan «İçəri şəhər», Qız qalası, Şəki Xan sarayı, Möminə Xatun Türbəsi və digər mədəniyyət abidələri artıq bütün dünyada məşhurdurlar. Dövlət proqramı bütün sərvətlərdən səmərəli istifadə etməklə, turizmi inkişaf etdirməyi qarşıya məqsəd qoymuşdur. Eyni zamanda Azərbaycanda turizmi inkişaf etdirmək məqsədilə aşağıdakı əsas vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur: turizm sahəsində sahibkarlığı, ilk növbədə kiçik və orta sahibkarlığı inkişaf etdirməklə rəqabətə davamlı turizm bazarını yaratmaq; turistlərə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsini, onun beynəlxalq standartlara uyğunluğunu təmin etmək; turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsini

həyata keçirmək; turizmdən dövlət və yerli büdcələrə daxil olan vəsaitin həcmi artırmaq; turizmin infrastrukturunu, onun maddi-texniki bazasını möhkəmlətmək; turizm müəssisələrinin beynəlxalq turizm proqramlarında iştirakı üçün əlverişli şərait yaratmaq, xarici investorları turizm sferasına cəlb etmək. Bu vəzifələrin hər birinin yerinə yetirilməsi gərgin və məsuliyyətli əmək tələb edir. Azərbaycanı turizm sahəsi üzrə dövlət siyasətini həyata keçirən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turizm sahəsində beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirir. Azərbaycan Respublikası hökuməti ilə 16 ölkə – Türkiyə, Pakistan, Özbəkistan, Qırğızıstan, Çin, Polşa, İtaliya, Gürcüstan, Ukrayna, Rumıniya, Bolqarıstan, Belarus, Yunanıstan, Moldova, Qazaxıstan və Qətər hökumətləri arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında sazişlər imzalanıb. Azərbaycan bir sıra beynəlxalq və regional təşkilatlarda, o cümlədən Ümumdünya Turizm Təşkilatı, İslam Konfransı Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Beynəlxalq İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, Qara dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, GUAM, MDB üzv dövlətlərinin Turizm Şurası və digər regional təşkilatlar ilə turizm sahəsində əməkdaşlıq edir. 2006-sı il İslam Konfransı Təşkilatının turizm nazirlərinin V Konfransının Azərbaycanı keçirilməsi və Turizm üzrə Bakı Deklarasiyasının qəbul olunması Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı, infrastrukturun dünya standartları səviyyəsində qurulması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Son illər beynəlxalq turizmin inkişafı, respublikamızda turizm şirkətlərinin və mehmanxanaların sayının artması, ölkəmizdə turizm sektorunun dünya standartlarına uyğun səviyyədə inkişaf etdirilməsi Azərbaycanın dünya turizm bazarına inteqrasiyası istiqamətində aparılan ardıcıl işlərdəndir.

Azərbaycan Respublikasında turizmin daha da inkişaf etdirilməsi və turizm fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin yaradılması zərurətini nəzərə alaraq, turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunmaqla zəngin coğrafi landşafta malik ölkəmizin təbiət abidələrinin və eləcə də xalqımızın qədim mədəni-tarixi irsinin geniş miqyasda tanıtılmasını təmin etmək məqsədi ilə 2011-ci ilin “Turizm ili” elan edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyev Sərəncam imzaladı.

Keçid iqtisadiyyatı şəraitində aparılan islahatların əsas istiqamətlərindən biri də bazar iqtisadiyyatının səmərəli tənzimləmə mexanizminin formalaşdırılmasıdır. Ümumilikdə bazar iqtisadiyyatı aşağıdakı şəkildə tənzimlənir:

Təsərrüfat səviyyəsində tənzimləmənin həyata keçirilməsi şərtlərinin də dövlət tərəfindən formalaşdırıldığını nəzərə alaraq əsasən dövlət tənzimlənməsi üzərində durulması daha məqsədəuyğundur. Uzun zamandan bəri iqtisadiyyata dövlətin müdaxiləsi ilə bağlı məsələ iqtisadçılar arasında fikir ayrılığı hökm sürməkdədir. Klassik iqtisad, neoklassik iqtisad və monetarizm kimi məktəblərin nümayəndələri iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsinin minimumlaşdırılmasını, sosialist iqtisad, keynisçi iqtisad və neokeynisçi kimi iqtisad məktəbi nümayəndələri isə iqtisadiyyata dövlətin aktiv müdaxiləsini müdafiə edirlər. Hətta sosialistlər bazar mexanizminin belə aradan qaldırılmasını irəli sürürlər. Belə olduğu halda ölkələrin iqtisadiyyatlarında bazar mexanizmi ilə dövlət tənzimlənməsi (müdaxiləsi) daim birgə fəaliyyət göstərmiş və ayrı-ayrı dövrlərdə onların biri digərini üstələmişdir. Hal-hazırda elə bir iqtisadçı yoxdur ki, iqtisadi inkişafda dövlətin rolunu tamamilə inkar etsin və dünya ölkələri iqtisadiyyata dövlətin yersiz müdaxilələrini dövlət tənzimlənməsi ilə əvəz edərək iqtisadi inkişaflarını sürdürməkdədir (1969-cu ildən bəri hər il verilən iqtisadiyyat üzrə nobel mükafatlarının da əsasən iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsini müdafiə edən iqtisadçılara verilməsi diqqəti cəlb edir). Xüsusilə keçid iqtisadiyyatı şəraitində dövlətin iqtisadi prosesləri aktiv tənzimləməsi zərurətə çevrilir. Belə ki, bu dövrdə iqtisadiyyatda oyun qaydalarını qurub, təkmilləşdirən, ümumi sosial məqsədləri təyin edib, cəmiyyətə təbliğ edən, ictimai xidmətləri yerinə yetirmək üçün yüksək gəlirə malik olan, gəlirlərini səmərəli xərcləməyi bacaran, mülkiyyəti və müqavilələri qoruyan, ictimai əmtəə və xidmətlər istehsal edən, sosial cəhətdən faydalı fəaliyyətləri maliyyələşdirən, iqtisadiyyatın şəffaflığını təmin edən bir dövlətə ehtiyac vardır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadiyyatın tənzimlənməsi dövlətin bir-birinə bağlı birbaşa və dolaylı tənzimləmə metodları vasitəsilə həyata keçirilməkdədir. Birbaşa tənzimləmə

metodu inzibati-qanunvericilik metodudur və onlar iqtisadi proseslərə birbaşa təsir göstərməyi nəzərdə tuturlar. Məsələn dövlət standartlarının təyin olunması Dolaylı metodlar dedikdə isə iqtisadi metodlar nəzərdə tutulur ki, bunlar iqtisadi proseslərə dolaylı yolla təsir göstərilir. Məsələn uçot dərəcələrinin dəyişdirilməsi Dolaylı metodlara pul-kredit, büdcə-maliyyə, valyuta, xarici iqtisadi, məşğulluq, struktur, sosial, elmi-texniki, investisiya siyasəti kimi metodlar aid edilir.

«Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı»nın həyata keçirilməsi nəticəsində turizmin inkişafı üçün münbit şərait yaradılıb, ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının əsası qoyulub. Son illər əldə olunmuş sürətli sosial-iqtisadi tərəqqi bu sahənin hərtərəfli inkişafına yeni imkanlar açıb.

Ölkənin turizm sənayesinin üzləşdiyi başlıca problemlərdən biri də turizm xidmətlərinin səviyyəsinin artırılmasıdır. Bu məsələ Dövlət Proqramında da əksini tapıb. 2006-cı ildə Azərbaycanda turizm təhsili verən yeganə ali məktəb – Azərbaycan Turizm İnstitutu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2006-cı il 25 avqust tarixli 925 sayılı fərmanı və Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2006-cı il 13 fevral tarixli 45 sayılı qərarı ilə Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin nəzdində yaradıldı.

Ümumilikdə son 2 ildə ölkəyə gələn turistlərin sayı 41 faiz yüksəlib. Bu yüksək rəqəm Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən də qeyd olunub. Dünyada turizm sahəsində böhran və çətinliklərin olmasına baxmayaraq, Azərbaycan turist sayının yüksək artımına nail olub.

Prezident İlham Əliyevin 6 aprel 2010-cu il tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”nda bu imkanların realizə edilməsi, qarşıdakı illərdə turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi üçün əhatəli tədbirlər planı əks olunub.

Son 10 ildə Azərbaycana gələn əcnəbi vətəndaşların sayı 2 dəfədən çox artmışdır.. 2001-ci ildə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı 767 min nəfər olduğu halda, 2005-ci ildə onların sayı 1 milyon 177 min, 2010-cu ildə isə 1 milyon 963 min nəfərə yüksəlmişdir.

2001-ci ildə Azərbaycanda 93 hotel və yerləşdirmə obyektini fəaliyyət göstərirdisə, 2010-cu ildə onların sayı artıq 499-a çatıb. Son 1 il ərzində Bakı və regionlarda istifadəyə veriləcək yeni hotellərin sayı 50-ə yaxındır.

Beləliklə, müvəffəqiyyətlə həyata keçirilən layihələr, dövlət proqramları və islahatlar Azərbaycanın son on ildə qazandığı uğurların davamlılığını şərtləndirir və ölkənin dünyada dinamik iqtisadiyyata malik ölkə kimi qiymətləndirilməsinə imkan verir.

II FƏSİL. TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFDA ROLU VƏ DİNAMİKASI

2.1. Turizm və regional inkişaf

Turizmin regional xüsusiyyətləri dedikdə, onun yerləşməsi və planlaşması istiqamətlərində hər bir regionun iqtisadi potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək intensivliyi başa düşülür. Turizmin coğrafi iqtisadi mahiyyəti onun ərazi xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Belə ki, regional iqtisadiyyat təbii coğrafi və tranzit şəraitindən asılıdır. Hər bir regionda müəyyən resurslar, onlardan istifadənin texnologiyaları, əhalisi və məskunlaşma problemləri mövcuddur. Buna görə də regionların hərtərəfli və kompleks inkişafı üçün onların resurs potensialını qiymətləndirmək, yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etmək və fəaliyyət sahələri kimi səmərəli iqtisadi təsərrüfat sahələri qurmaq kriterial meyar baxımından əsaslandırılır. Regionların iqtisadiyatı ölkə iqtisadiyyatının tərkibidir. Ölkə iqtisadiyyatında baş verən dinamizm, inkişaf proporsiyaları, qanunauyğunluqlar regionların iqtisadi imkanlarına təsir edir. Regionlar bir-biri ilə və mərkəzlə əlaqədar vahid təsərrüfat

sistemlərini yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat inzibatçılıq əsasında deyil, qarşılıqlı əlaqələr prinsipləri üzərində qurulur. Regionların iqtisadiyyatı məhəlli maraqlar üzərində qurulduğu halda ölkə iqtisadiyyatı ümumi mənafeələr üzərində qurulur. Ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi hər bir vətəndaşın, hər bir şəxsin iqtisadi maraqlarını, sosial inkişafını mərkəzləşdirilmiş fondlar vasitəsilə, resurslar vasitəsilə təmin etmək strategiyası əsas götürülür. İnteqral, yəni makroiqtisadi maraqlar, resurslar, lokal, məhəlli və birgə imkanlar hesabına uyğunlaşdırılır. Bu baxımdan regionlarda təsərrüfat subyektləri, sosial əhali qrupları öz maraqlarını, tələbatlarını mərkəzləşdirilmiş ölkə səviyyəsində həll etməklə vahid sistemin region daşıyıcılarına, subyektinə çevrilir. Bu əlaqələr, uyğunlaşma iqtisadi mexanizmlər olan ÜDM-un istehsalında, bölgüsündə, dövlət büdcəsinin formalaşmasında, istifadəsində, həmçinin hər hansı qərar qəbulunun ayrı-ayrı sahələrə təsirində öz səmərəsini tapır. Turizmin sahəsi region iqtisadiyyatında sahə və sosial rol oynayır. Həm məhəlli region, həm də ölkə mərkəzləşmiş səviyyədə özünəməxsus mexanizmlərlə icra olunur. Belə ki, ÜDMun yaranmasında, bölgüsündə dövlət büdcəsi gəlirlərinin formalaşmasında, regionlarda yerli büdcələrin formalaşmasının mənbələri rol oynayır. Buna görə də region iqtisadi potensialı dedikdə, geniş mənada hər bir regionda olan potensial turist imkanlarını qiymətləndirmək və onlardan istifadə yollarını müəyyən etməklə ümumi iqtisadi inkişafa təsiri qiymətləndirmək, proqnozlar vermək mümkündür. Turizmin regional maraqları və dövlət maraqları arasında sərhədlər, miqyaslar, bölgü resursların istifadəsilə bağlıdır, amma müasir şəraitdə regionların özünü idarəetmə prinsipləri bu resursların istifadəsindənə əldə olunan ölçüsü ilə seçilir, əsaslandırılır. Turizm baxımından bəzi regionlar daha əlverişli, daha sosial tutumlu və regionun kompleks inkişafı üçün əhəmiyyətli olur. Buna görə də turizm 2 əsas istiqamətdə öyrənilir: 1) Makroiqtisadi meyarlara uyğun 2) Regionun sosial inkişafına uyğun Turizm təbii sərvətlərlə bağlı olduğuna görə onun təkrar istehsalı yerli əhaliyə ayrılmaq üçün vəsaitlərlə təmin olunur. Ona görə də mərkəzləşmiş büdcə hesabına sahibkarlığa kömək, yaxud subsidiyalar vasitəsilə ayrı-ayrı regionlarda turizmin inkişafı stimullaşdırılır. Turizmin inkişafı bir sıra ölkələrdə strateji hədəflər rolunu

oynayır və bu rol turizmin ÜDM-da xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Belə ki, turizm gəlirlərinin ÜDM-da nisbəti, turizmdə olan resursların istehlak resurslarına olan nisbəti ölkənin resurs potensialının formalaşmasında turizmin rolunu qiymətləndirir. Ayrı-ayrı ölkələrdə 30%-40% qədər yüksələ bilər. Turizmin rolu sosial indikatorlar rolunu oynayır. Belə ki, əhalinin sahə üzrə məşğulluğu regionlarda əhalinin məskunlaşmasında turizm sahəsinin payı, xüsusi çəkisi qiymətləndirilir. Perspektiv inkişaf istiqamətlərində iqtisadiyyatın sahə quruluşunu təkmilləşdirmək üçün və resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi məqsədilə bəzi sahələrə investisiya qoyuluşu yüksək qiymətləndirilir. Investisiya mənbəyi olaraq müasir şəraitdə dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər və əhalinin xərcləri rol oynayır. Turizm növləri, formaları, motivləri iqtisadi inkişafın xarakterini müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafı həmçinin inteqrasiya əlaqələri ilə daha çox digər ölkələrin turizm tələbatı ilə səciyyələndiyi üçün onun öyrənilməsində beynəlxalq xüsusiyyətlər nəzərə alınır. Ona görə də beynəlxalq turizm sahəsi ölkədə miqrasiya problemləri ilə bağlıdır və yaxud ölkəyə daxil olan xarici vətəndaşların tələbatı ilə məhdudlaşır.

Regional turizmin ərazi planlaşması prinsipində 2 əsas məqsəd güdülür: 1) Regionun turist potensialını maksimal istifadə etmək yolu ilə ərazidə məşğulluğun təmin olunması və ərazidə gəlirlərin artırılması 2) Sahibkarlıq fəaliyyəti, kommertiya gəlirləri, kommertiya mənfəəti və rəqabət mühiti şəraitində təsərrüfat subyekti olaraq turizmlə bağlı fəaliyyət göstərən istehsalçı və istehlakçıların maraqlarının qorunması Turizmin inkişafının planlaşması ümumi prinsiplərə və fərdi xüsusiyyətlərə əsaslanır. Ümumi prinsiplər ümumi iqtisadi inkişafın və respublikanın müvafiq iqtisadi şəraiti ilə bağlıdır. Xüsusi prinsiplər isə konkret olaraq hər bir turist fəaliyyəti üçün ayrıca gəlir və mənfəət prinsiplərinə əsaslanır. Turizmin planlaşması direktiv xarakter daşımır. Onun proqnozu bir sıra hesablamalar, variantlar və resurslar təminatı üzərində qurulur. Ona görə də planlaşma cari yox, perspektiv planlara ayrılır. Turizmin planlaşması kompleks sistemli yanaşma 180 üsulları ilə həll olur. Komplekslik regionda bütöv şəraitin, sahələrin və resursların istehsalı və istifadəsinin təşkilini özündə əks etdirir. Komplekslik regionun, dövlətin, xarici ölkələrin turizmin

inkişafına dair imkanların istifadəsinin qiymətini vahid sistem halında birləşdirir. Kompleks yanaşma turizm təşkilatçılarının, istifadəçilərinin, dövlət və yerli orqanların marağını təşkil etmək və idarə etmək qabiliyyətini özündə əks etdirir. Buna görə də turizm sahəsi regionda digər sahələrin iqtisadi və sosial inkişaf proqramları ilə uzlaşdırılır. O cümlədən regionun ÜDM-u region əhalisinin məşğulluğu, regiondan ixracat potensialının yüksəldilməsi, turizmlə digər şirkətlər arasında təsərrüfat əlaqələrinin və əmək bölgüsünün təşkili, turizm məhsulunun istehsalçıları arasında bölgüsü planları tərtib olunur. Bu planlar bir sıra göstəricilər, meyarlar və əsas vəzifələrlə uyğunlaşdırılır. Bu göstəricilərə makroiqtisadi göstəricilər və konkret sahə göstəriciləri daxildir. Makroiqtisadi göstəricilər turizmin inkişafının ümumi iqtisadi artımda rolunu müəyyən edir, turizmin investisiya tutumunu, orada işləyənlərin sayının əmək məşğuliyyəti qabiliyyətində olmasının xüsusi çəkisini müəyyən edir. Turizmin planlaşmasının əsas prinsipi olaraq dövlətin himayəçilik siyasəti formalaşdırılır. Dövlətin normativ hüquq və aktları, onların istifadəsinin təşkili, turizm prioritetlərinin dövlət səviyyəli prioritetlərə uyğunlaşdırılması və təbii ki, turizm sahəsi ilə məşğul olan ayrı-ayrı sahələrin vəzifələri həyata keçirilir.

İxtisaslaşma prosesi həmin regionlara planlaşma istiqamətində ayrı-ayrı prioritetlər üzrə subsidiyalar ayırmağa imkan verir və uyğun olaraq kənd təsərrüfatı, sənaye, turizm sahələri üçün obyektlərin tikilməsində nəzərə alınır. Turizm sahəsi daha çox regional xarakterli sahədir. Onun coğrafiyası resurs təminatı, maliyyə potensialı və turizm marketinqinə uyğun olaraq təbii coğrafi şərait regionlarda rəngarəngdir, çox şaxəlidir və bu çox şaxəli regional iqtisadiyyat kənd, şəhər problemləri, 176 xarici turistlərin və respublikadaxili turizmin inkişafının əsas motivini müəyyənləşdirir. Təbii ki, yay, qış kənd mühitinə, iqliminə uyğun olaraq turizm obyektləri inkişaf etdirilir. Regionların sosial iqtisadi inkişafı sosial demoqrafik vəziyyətin perspektivini müəyyənləşdirir. Məşğulluq səviyyəsi regionlarda nə qədər yuxarıdırsa, bir o qədər davamlı inkişaf xarakterikdir, məskunlaşma problemləri həll olur, regionların iqtisadiyyatı daha dayanıqlı,

müntəzəm artan və öz potensialına uyğun sahələrin inkişaf etdirilməsinə imkan yaradır. Məskunlaşma prosesi hər bir regionun kompleks inkişafının tərkib hissəsidir. Regionlarda iqtisadi potensialla əhali məşğulluğunun birgə inkişaf etdirilməsi iş qüvvəsinin qıtlığını azaldır, əhali miqrasiyası minimuma endirilir. Məskunlaşma həyat səviyyəsi və sosial infrastrukturunun inkişafı ilə bağlıdır. Aparılan siyasət dünyada və bizim respublikada islahatlar şəraitində regionların iqtisadi inkişaf səviyyəsini mərkəzlərin iqtisadi inkişaf səviyyəsinə çatdırmaqdan ibarətdir. Ancaq qeyd edək ki, bu yaxınlaşma optimal ən əlverişli, iqtisadi cəhətdən səmərəli və sosial durum baxımından effektiv olmalıdır. Regionlarda bir sıra sosial obyektlər mülkiyyət formasından asılı olmayaraq əhali tələbatına uyğun olmalıdır və müəyyən sosial iqtisadi normativləri təmin etməlidir, o cümlədən səhiyyə obyektləri, təhsil müəssisələri, yol təsərrüfatı, enerji ehtiyatları, içməli su problemləri, telefon rabitələri normativlərə uyğun olmalıdır.

Planlar göstəricilərinə görə, əhatə dairəsinə görə və qərar qəbulunun xarakterinə görə icmal planlar və konkret məhsullar üzrə tərtib olunur. Turizm sferası fəaliyyət dairəsidir. Regional turizmin region, sahə və fəaliyyət növünün sistemli təsviridir. Təbii ki, xarakter etibarilə turizmin təşkili və planlaşması 181 dövlətin iqtisadi və sosial statistikasının əsasını təşkil edir. Strateji əhəmiyyət kəsb edərək turizm sahəsinə ayrılan vəsaitlərlə turizmdə sahibkarlığa güzəştli kreditlər tətbiq olunur. Turizm iqtisadi təhlükəsizliyin, ərazi təhlükəsizliyinin tərkib hissəsidir. Regionda turizmin inkişafı üçün xüsusi orqanlar yaranır. Digər orqanların turizmlə bağlı əsas vəzifələri və səlahiyyətləri müəyyən edilir. Turizm azad iqtisadiyyatın, azad fəaliyyətin sahə strukturu olmaqla bir sıra qanunla tənzimlənir. Turizmin inkişafının statistikasını rəqabət mühiti şəraitində onun idarə olunmasına ayrılan vəsaitlərlə tənzimlənir. Turizm idarəçiliyi çevik sistemli və perspektiv qərarların qəbulu ilə bağlıdır. Turizm fəaliyyəti hüquqi və fiziki şəxslərin təsnifatının formalaşmasını əmələ gətirir. Hər bbr turist təşkilatı biznes planı tətbiq edir və sahibkarlıq fəaliyyəti kimi vergi orqanlarına təqdim edir. Müasir şəraitdə vergi vahid pəncərə sistemi əsasında turizmin sahibkarlıq fəaliyyəti kimi qeydiyyatına alınması,

onun lisenziyalaşdırılması, biznes planı, dövlətə verilən vergilərin sayı, miqdarı müəyyənleşir. Turizmin inkişafının planlaşması isə onun perspektiv, səmərəli yollarının seçilməsi ilə bağlıdır. Ona görə də turist fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlərə turist müəssisəsinin biznes planının tərkibində, onun perspektivində dəyişikliklərin səmərəli variantların həyata keçirmək üçün elmi əsaslarla qurulmuş proqnozların verilməsinə icazə verilir. Turizm idarəçiliyi beynəlxalq planlaşma iqtisadi sistemi ilə bağlıdır. Bu məqsədlə turist şirkətlərinin birbaşa başqa dövlətlərlə və yaxud başqa şirkətlərlə əlaqəsi cari və perspektiv dövrlər üçün tərtib olunur. Beynəlxalq turizmin regionlarda inkişafı xarici kapitalın turist regionlarına axınına və turist xidmətinin təşkilində digər sahələrin məhsullarını və yaxud potensialını turizm dövriyyəsinə cəlb etməyə şərait yaradır. Ona görə də potensialı olan dövlətlər turist əməkdaşlıqlarına daxil olmaqla özünün real bazar sferasını genişləndirir və təbii resursların istifadəsində əlverişli xidmət sferası yaradır.

Dövlət tənzimləyici rolunu turizm və regional maraqların qovuşmasında həll edir. Tənzimləmə istiqamətləri istehsal, bölgü və regionda istehlak sferasına yönəldilir. İstehsalın genişlənməsi yolu ilə dövlət gəlirlərinə daxil olan vergiləri artırmaq və regionda əhalinin gəlirlərini yüksəltmək məqsədini güdür. İstehsal yolu ilə bazar diktəsinə uyğun məşğulluq sahə növləri formalaşır. İstehsalın inkişafı infrastruktur problemlərini həll edir. Belə ki, regionlarda turizmin inkişafı kənd təsərrüfatının, təbii sərvətlərin, ev təsərrüfatının, tikintinin, yol təsərrüfatının inkişafına təsir edir və dövlət büdcə vasitəsilə, yaxud kreditlər vermək yolu ilə birbaşa bu sahələrin inkişafına təsir edir, onların maliyyə mənbələrinin avadanlıqla təmin olunmasını təşkil edir. Sahibkarlara kömək məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq üçün dövlət büdcəsindən ildə 10 milyona manata qədər vəsait ayrılır. Vergi formaları ilə dövlət regionlarda yaşayan əhalinin fərdi gəlirlərinin formalaşmasına köməklik göstərir. Ünvanlı sosial yardım regionda yaşayan yoxsulların sayı, onların faktiki adambaşına düşən gəlirlərinin səviyyəsi ilə qiymətləndirilir. Əgər adambaşına düşən gəlir səviyyəsi ehtiyac minimumundan aşağıdırsa, bu səviyyəni ehtiyac minimumuna qaldırmaq üçün dövlət vəsaitlər ayırır. Regionn digər əsas prioritet fəaliyyəti,

funksiyası dövlət üçün həmin regionda resursların istifadəsinə şərait yaratmaqdır. Bu məqsədlə investisiya proqramları, investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya proqramları tərtib etməkdir. Azərbaycan respublikasında son 3 ildə investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya sahələrinin, o cümlədən turizmin inkişafına dəstək olmaqdır. Fondun idarə mənbəyi respublikada mövcud olan gəlirlərin yuxarı olmasıdır.

Regional turizmin idarə edilməsi makrosəviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində baş verir. Makrosəviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual istiqamətlər hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri müəyyən edilir, turizmin beynəlxalq əlaqələri və ölkədaxili investisiya mənbələri tapılır. Turizmin inkişafında yəni orqanların, bələdiyyələrin, nazirliyin vəzifələrini müəyyən edən qanunlar Nazirlər Kabineti tərəfindən şərait və normativlər tətbiq olunur. Qlobal səviyyədə turizmin təhlükəsizliyi turistlərin qida və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən rejimlər, o cümlədən gömrük, mühafizə və təhlükəsizlik problemləri həll olunur. Dövlət səviyyəsində turizmin idarəçiliyi dövlət mexanizmləri və beynəlxalq səviyyəli tələblərə uyğun qəbul olunan qanunlar, müqavilələr istifadə olunur. Turizmin inkişafının kompleks yanaşma metodologiyası bu sahə ilə bağlı olan digər sahələrin, o cümlədən sənayenin, kənd təsərrüfatının, regionların, tikintinin, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət infrastruktur layihələri hazırlayır. Hər bir regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi üçün tələbatın genişlənməsi məqsədilə dövlət investisiya layihələri hazırlayır. Turizmin inkişafının, onun region təminatının əsas istiqaməti xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına yaradılan şəraitdir. Ona görə də respublikada sahibkarlıq fondu, investisiya fondu və regionların sosial inkişafı üçün ayrılan dövlət vəsaitləri turizmin dövlət siyasətini formalaşdırır.

Təbii resurslara əsaslanan sahibkarlıq həmin resursların istehsalı üçün ayrılan vəsaiti tələb edir. Mənfəətin bir hissəsi vergi və ödəmələr yolu ilə dövlətin büdcəsinə və yerli büdcəyə daxil olur, digər hissəsi əmək haqqı xərclərini, digər hissəsi isə innovasiya, maddi texniki baza, otelçilik, infrastruktur obyektlərinin tikilməsinə

yönəldilir. Turizm sahibkarlığında 186 ilkin fəaliyyət üçün heç də binaların, yolların təminatı vacib deyil, çünki regionda uzun illər formalaşmış komplekslərdən istifadə etmək yolu ilə fəaliyyət göstərmək olar. Ona görə də sahibkarlıq lisenziya aldıqda öz ətrafında olan komplekslərdən, potenciallardan istifadə yollarını göstərir, icarə haqlarını müəyyən edir və uyğun olaraq bu istiqamətlərdə xərclərini müəyyən edir. Turizm sferası təbii sərvətlərdən, tarixi abidələrdən xeyli asılıdır. Təbii ki, bu şəraitdən həm turizm məqsədi üçün istifadə olunur, həm də digər məqsədlər üçün əlverişlidir.

Sahibkarlar arasında iqtisadi cəhətdən əsas maraq prinsipi eyni məsrəflərdə müxtəlif gəlirlər əldə etmək qabiliyyəti inkişaf etdirilir. Bununla yanaşı subsidiyaların verilməsi və ya uzunmüddətli tikinti infrastrukturuna layihələrinə qoyulan vəsaitlərə kreditlər verilməsi sahibkarlığa marağı artırır və öz xüsusi vəsaitlərini bu sahibkarlığa yönəltməyə sövq edir. Hər bir sahibkar öz xüsusi vəsaitləri ilə yanaşı digər vəsaitlərin, digər subsidiyaların vəsaitlərinin turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsinə imkan yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat əlaqələri, ümumi qaydalar, müqavilələr və gəlirlərin əlverişli bölgüsü ilə təmin olunur.

Regional turizmin idarə edilməsi makrosəviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində baş verir. Makrosəviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual istiqamətlər hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri müəyyənləşir, turizmin beynəlxalq əlaqələri və ölkədaxili investisiya mənbələri tapılır. Turizmin inkişafında yeli orqanların, bələdiyyələrin, nazirliyin vəzifələrini müəyyən edən qanunlar Nazirlər Kabineti tərəfindən şərait və normativlər tətbiq olunur. Qlobal səviyyədə turizmin təhlükəsizliyi turistlərin qida və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən rejimlər, o cümlədən gömrük, mühafizə və təhlükəsizlik problemləri həll olunur. Dövlət səviyyəsində turizmin idarəçiliyi dövlət mexanizmləri və beynəlxalq səviyyəli tələblərə uyğun qəbul olunan qanunlar, müqavilələr istifadə olunur. Turizmin inkişafının kompleks yanaşma metodologiyası bu sahə ilə bağlı olan digər sahələrin, o cümlədən sənayenin, kənd təsərrüfatının, regionların, tikintinin, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət

infrastruktur layihələri hazırlayır. Hər bir regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi üçün tələbatın genişlənməsi məqsədilə dövlət investisiya layihələri hazırlayır. Turizmin inkişafının, onun region təminatının əsas istiqaməti xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına yaradılan şəraitdir. Ona görə də respublikada sahibkarlıq fondu, investisiya fondu və regionların sosial inkişafı üçün ayrılan dövlət vəsaitləri turizmin dövlət siyasətini formalaşdırır.

Dövlət siyasəti ümumi iqtisadi artım regionun iqtisadi və sosial potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunması kontekstində həll olunur və dövlət turizm sferasında digər sahələrə nisbətən daha çox təminatçı rolunu oynayır. Bu məqsədlə dövlətin turizm siyasəti sosial mahiyyətinə görə digər sahələrin inkişafına aparıcı həlqə kimi təsir edir və sahibkarlar turizm sferasında təminatın yüksək olmasını, onun maliyyə maddi kədr potensialının dövlət tərəfindən tənzimləməsini bilərəkdən turizm risklərini artırırlar. Dövlət idarəçiliyi turizm sferası üçün kədr potensialını, təhsil sistemini, turizmin idarəçiliyində innovasiyanı, turizmin dünyəvi beynəlxalq səviyyəli statusunu formalaşdırır.

Dövlət resursları birbaşa və dolayısı yolla bu sahənin təşkili və inkişafına yönəldilir. Turizmin infrastruktur bazası sahibkarlıq fəaliyyəti ilə mümkün deyil. Bu ancaq 184 dövlət proqramları əsasında baş verir. Dövlət idarəçiliyi qanunların, onların reallaşması üçün zəruri olan mexanizmlərin təşkilinə və təkmilləşməsinə yönəldilir. Turizm qanunları sahə və ərazi qanunları kimi funksional mexanizmləri idarəetmə xüsusiyyətlərinə görə ixtisaslaşır. İxtisaslaşma dövlət maraqları, yerli maraqlar və turist sahibkarlarının, müəssisələrin fəaliyyəti arasında stimulyaradan prinsiplərə əsaslanır. Belə ki, turizm müəssisələrinin rəqabət mühiti turizmdə sahibkarlığa təşəbbüskarlıq, turizm gəlirlərində ədalətli maraqların qorunması və turizm məhsulunun təkrar istehsal bölgüsünü bütövlükdə iqtisadi siyasətin effektiv, səmərəli formalaşması deməkdir. Dövlətin rolu onun sosial mahiyyətində daha qabarıq rol kimi qiymətləndirilir. Dövlət strateji planlaşma obyektı olaraq turizmin inkişafını dövlət proqramına salır. O proqramın tərkibində cari və perspektiv imkanları azad rəqabət şəraitində turizm dövriyyəsinə cəlb etməkdə imkan yaradır.

Hər bir regionda turizm potensialının tərkibinə uyğun olaraq onun istifadəsinin funksional sistemi və proqramları dövlət proqramı statusuna malik olur. Müasir şəraitdə turizm sahibkarlığı digər sahələrlə yanaşı pəncərə sistemi ilə idarə olunur. Belə ki, turizmin biznes planı onun əsas vəzifələri turizmin perspektivi haqqında vergi orqanları tərəfindən 3 gün müddətinə qədər qeydiyyatla alınır və lisenziya verilir. Dövlətin idarə sistemi daha çox aparıcı, qlobal məqsədlərə yönəldilir. Bu məqsədlər içərisində ən əsası rifah, həyat səviyyəsi problemləridir. Yoxsulluğun azaldılması, yeni iş yerlərinin açılması və ölkəyə turizm yolu ilə kapital axınının təmin edilməsi idarə sisteminin əsasıdır.

Turizmin müəssisədaxili planlaşması regionda ayrı-ayrı turist fəaliyyətləri üzrə baş verir. İlk növbədə hər bir regionda turistlərin strukturu, onların sosial demoqrafik tərkibi, motivizasiyası qiymətləndirilir. Turizm müəssisəsi üçün zəruri olan şərait və bu şəraiti yaradan resurslar, imkanlar qiymətləndirilir. Müəssisənin biznes planında turist məhsulunun miqdarı, keyfiyyəti, xidmətçilərin sayı və zəruri olan sahədaxili ötürmələr, nisbətlər planlaşdırılır. Hər bir turist müəssisəsində plan kommersiya gəlirləri baxımından qiymətləndirilir. Rentabelli turist məhsulu iqtisadi baxımdan biznes planın əsasını təşkil edir. Turizm fəaliyyətinin biznes planı sosial fəaliyyətlərlə də ölçülür. Yol təsərrüfatı, otelçilik, ticarət müəssisələri, ev təsərrüfatı və digər sosial infrastruktur obyektlərinin sahibindən asılı olmayaraq regionun inkişafı biznes planlaşmasında sosial nəticələr, sosial effektlər kimi qiymətləndirilir

2.2. Turizm və sosial inkişaf

Turizm təhsili ilə məşğul olan universitetlərdə elmi tədqiqat bölməsinin yaradılması və maliyyələşdirilməsi, bu bölmədə dövlət strategiyasının və siyasətinin, turizm rekreasiyası sahəsində regional proqramların inkişafının əsaslandırılması üzrə elmi tədqiqatların işlənməsi, turizmin problemlərinin öyrənilməsi və araşdırılması məqsəduyğun olardı. Hazırda turizm sahəsində çalışan və baza təhsil ixtisasları

iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri olan mütəxəssislər üçün ixtisasartırma və ixtisasdəyişmə kurslarının təşkili də turizm təhsili proqramının tərkib hissələrindən biri olmalıdır. 141 AZƏRBAYCANIN VERGİ JURNALI. 4/2012.«Azərbaycan 2020: İnkişaf strategiyası» hazırlanarkən elmin müasir inkişaf istiqamətlərinin nəzərə alınması son dərəcə vacib hesab edilir. Dünya təcrübəsinə diqqət yetirdikdə, bu sahələrin nəinki sosial-iqtisadi, sosial-mədəni inkişafa nail olunmasında, həmçinin, cəmiyyətin gələcək inkişaf perspektivlərinin müəyyənəndirilməsi və proqnozlaşdırılmasında mühüm əhəmiyyəti bir daha təsdiqlənir. Bu baxımdan Azərbaycan dövlətinin iqtisadi imkanları artdıqca, sivil dəyərləri, qabaqcıl ölkələrin elmi-texniki yeniliklərini, «nau-hau» texnologiyalarını dərinləndirən mənimsəyən gənc, kreativ düşüncəli, vətənpərvər kadrların hazırlanması məsələsinə xüsusi diqqət yetirilir. Bu xüsusda kadr hazırlığına, ali təhsil sisteminin təkmilləşdirilməsinə göstərilən qayğının artması da respublikada demokratik ölkələrin zəngin təcrübəsinə əsaslanan mükəmməl, çevik və mütərəqqi dövlət idarəetmə sistemi formalaşdırmaq niyyətindən irəli gəlir. Başqa sözlə, sabah dövlət idarəetməsində bu və digər formada iştirak edən peşəkar kadrlar, mütəxəssislər bu gün məhz universitet auditoriyalarında yetişir. Bu baxımdan gələcəkdə nanotexnologiyaların inkişafına da xüsusi diqqət yetirilməlidir. Sürətli iqtisadi inkişaf yolunda olan Azərbaycanda iqtisad elminin inkişaf təmayüllərinin respublikanın müasir reallıqlarına nəzərən müəyyənəndirilməsi, elmlə idarəçiliyin üzvi vəhdətinin təmini, bu sahəyə yönəldilən vəsaitlərin rentabelliyyətinə nail olunması yeni mərhələdə qarşıda mühüm vəzifələr kimi durur. Modernləşmə prosesi fonunda iqtisadçı alimlərimiz öz tədqiqatlarını gələcəyə yönəlik əməli işlər və araşdırmalar üzərində qurmalıdırlar. Gələcəyə yönəlik elmi işlər üzərində çalışmaq, məsələn, nanotexnologiyalarla bağlı araşdırma aparmaq son dərəcə zəruridir. Elmi istiqamətlərin gələcək inkişaf tendensiyalarının proqnozlaşdırılması da olduqca xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan iqtisadi proqnozların verilməsində, milli inkişaf modelinin əsaslandırılmasında alimlərin təşəbbüskarlığına və fəallığına xüsusi ehtiyac var. Müasir dövrdə Azərbaycanın iqtisadi cəhətdən inkişafında, yeni iş yerlərinin yaradılmasında, ölkənin ixrac

potensialının gücləndirilməsi və idxaldan asılılığın azaldılmasında sənaye potensialının əhəmiyyətini də vurğulamaq lazımdır. Azərbaycan hazırda öz inkişafının elə yüksək mərhələsindədir ki, qazanılan makroiqtisadi nailiyyətlər, ilk növbədə, bu sahəyə diqqətin artırılmasını aktual məsələ kimi gündəmə gətirir. Dövlət başçısı hesab edir ki, yalnız sənayenin inkişaf etdirilməsi yolu ilə neftin qiymətlərinin aşağı düşməsi ilə əlaqədar Azərbaycanın üzləşə biləcəyi maddi itkiləri kompensasiya etmək mümkündür. Sənaye potensialının gücləndirilməsi dedikdə, söhbət əsla keçmiş ittifaq dövründə olduğu kimi, dövlət nəzarətində olan strateji müəssisələrin yaradılmasından getmir. Dövlətin bu sahədəki siyasəti, sadəcə, sahibkarlığa kömək tədbirlərinin davamıdır və perspektivli, iqtisadi nöqteyi-nəzərdən səmərəli sənaye kompleksinin formalaş- masına çalışır. Cənab İlham Əliyev hesab edir ki, hökumət öz tərəfindən bu cür müəssisələrin normal fəaliyyətinə, habelə xarici sərmayədarlarla birgə qlobal layi- 142 M. Atakişiyev. Azərbaycan 2020: milli iqtisadi inkişaf və səmərəli yüksəlişin problemləri hələr həyata keçirilməsinə etibarlı təminat mexanizmləri yarada bilər. Sənaye sektorunda əsas məqsədə nail olmaq üçün sənayenin qeyri-neft sektorunun inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi; rəqabətə davamlı sənaye məhsullarının istehsalının dəstəklənməsi və ixrac yönümlü istehsal sahələrinin yaradılmasının təşviqi; dövlət mülkiyyətində olan və ya sahələrinin nəzarət zərfi dövlətə məxsus olan sənaye müəssisələrinin sağlamlaşdırılması və özəlləşdirilməsi; özəlləşdirmədən sonra müəssisələrin fəaliyyətinin dəstəklənməsi; istehsalın texnoloji cəhətdən yenidən qurulması; ixtisaslı kadrların hazırlanması nəzərdə tutulur. Hökumət son illərdə sənayenin qeyri-neft sektorunun lokomotivinə çevrilməsi istiqamətində də ardıcıl və sistemli tədbirlər həyata keçirir. Sənayeləşmənin iqtisadi təməlləri, ilk növbədə, Azərbaycanda güclü sənaye potensialının inkişafına stimül verən zəngin xammal bazasının mövcud olması və nəhəng sənaye kompleksləri infrastrukturunu ilə bağlıdır. Bakı, Sumqayıt və Gəncə şəhərlərinin sənayeləşmənin mərkəzi rayonlarına çevrilməsinə baxmayaraq, bölgələrdəki xammal infrastrukturunda başlıca rol oynayan Daşkəsən, Gədəbəy, Naxçıvan, Mingəçevirin sənaye marşrutunun bazası olması danılmazdır. Bu

çoxşəbəkəli marşrutların postsə- nayələşmənin vahid kompleksinə çevrilməsi Azərbaycanın iqtisadiyyatında yeni mənzərənin yaranması deməkdir

Azərbaycanda turizmin və bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarların ən böyük problemlərindən biri turizm günlərinin sayının az olmasıdır. Elə qiymətlərin yüksək olması da konkret olaraq bu məsələylə bağlıdır. 11 iqlim qurşağının 9-u ölkəmizdə mövcud olsa da, bu amil hələ ölkəmizdə il boyu turizmin inkişafına o qədər də imkan vermir. Çünki turizm günlərinin sayı çox olmadan turizmin geniş vüsətli, davamlı və stabil inkişafına nail olmaq qeyri-mümkündür. Gərək ölkədə ilin bütün fəsillərinə cavab verən bir turizm infrastrukturu qurulsun ki, turizm günlərinin də sayı çoxalsın. Çünki turizm şirkətləri ancaq 2-3 ay işləyirlər. İstər-istəməz şirkət də böyük bir obyekt saxlayan özəl sektor olduğu üçün onun xərcləri çoxdur. Şirkət, sahibkar ilboyu büdcə xərclərinin hamısını bir fəslin üstünə salır. Bu isə qiymətlərin baha olmasına gətirib çıxarır. Məhz bu hallar qiymətlərin artma istiqamətində qalmasına köməklik göstərir. Fikrimizcə, həm dövlətin dəstəyilə, həm də sahibkarların köməyi ilə ilin bütün fəsillərinə uyğun turizm infrastrukturu yaradılmalıdır. Bununla belə, ilk növbədə qış turizminin yaradılması istiqamətində işlər sürətləndirilməlidir.

Regionlarda turizmin inkişafı üçün potensial həddindən artıq çoxdur. Regionlarda həm təbiət, həm də mənzərə cəhətdən əlverişli şərait mövcuddur. Azərbaycanda turizm xidmətlərinin səviyyəsi yüksək olmadığı üçün turistlər istirahətə yox, əsasən Azərbaycanla tanış olmaq üçün səyahət turlarına gəlirlər. Turistlərin 99 faizini Azərbaycanın tarixi, musiqisi, incəsənəti, təbiəti, folkloru, adət-ənənəsi daha çox maraqlandırır.

Beynəlxalq turizm-xarici ölkələrə olan turizmdir. Beynəlxalq turizm məqsədi daxili yaşayış yerindən uzaqlaşma nəzərdə tutulur. Beynəlxalq turizm ölkədən kənar, beynəlxalq müqavilələr və prinsiplər üzərində qurulan turizmdir. Beynəlxalq turizm dövlətlərarası iqtisadi və miqrasiya qaydaları üzərində qurulur. Beynəlxalq münasibətlərin forması əlaqə forması kimi inkişaf edir. Beynəlxalq turizm fəaliyyəti, inteqrasiya şəraiti olmaqla, beynəlxalq gəlir gətirmək və ölkədə olan resursları xarici istehlakçılara vermək formasıdır. Hər bir ölkəyə beynəlxalq turizm yeni iqtisadi

siyasətini dəyişməsinin əsas istiqamətidir. Beynəlxalq turizm getmə və gəlmə turizminə bölünür. Gəlmə turizm Azərbaycanın daxilində gələn turist axını müəyyənləşdirir. Getmə turizmi Azərbaycan əhalisinin xarici ölkələrdə turist səyahətini əhatə edir. Elmi texniki tərəqqi inteqrasiyasının yeni firmaları, ölkələrin əhalinin rifahı və onların sosial tərəqqisi beynəlxalq turizmə ehtiyacları artırır. Hər bir ölkədə beynəlxalq turizm gələn gəlirlərin artırılmasına stimül yaradır. Elm, təhsil və yeni biznes əlaqələri beynəlxalq turizmin zəruriliyini və onun şəraitinin formalaşdırır.

Azərbaycanın geosiyasi və coğrafi mövqesinə görə əlverişli şəraitdə olması, onun ərazisində xarici vətən- daşların sayının artması onun beynəlxalq əlaqələrində ticarət, mədəni və istirahət məqsədlərinin artması, beynəlxalq turizm layihələrini və onların dünya ölkələri arasında istiqamətlərini müəyyən edir. Azərbaycan sərhədyanı ölkələrlə müəyyən etnik, mədəni və təsərrüfat əlaqələri ilə sıx bağlıdır. Azərbaycan ərazisi tranzit ölkəsi kimi yük daşıma və əhali üçün əhəmiyyətli coğrafi zonada yerləşir. Onun iqlim şəraiti, kənd təsərrüfatı məhsullarının və təbii sərvətlərin istehsal strukturu dünya inteqrasiya sistemi üçün bir sıra maraqlar baxımından əlverişlidir. Ona görə də 352 turizmin əsas tərəfi olan beynəlxalq turizm iqtisadi səmərə və inteqrasiya baxımından səmərəli ölkədir. Bu mühit beynəlxalq turizmin tələblərinə uyğun islahatlar proqramı və konkret turist obyektlərinin profilini onun yerləşmə strategiyasını hazırlayır. Beynəlxalq turizmin bütövlükdə sosial-iqtisadi inkişafın daxili imkanlardan istifadə etmək, beynəlxalq əlaqələrinin əsas forması olmaqla iqtisadi artımın tərkib hissəsi olmaqla islahatlar proqramının tərkib hissəsidir. Beynəlxalq turizm sisteminə daxil olmaq, hər bir ölkənin daxili imkanları, spesifik xüsusiyyətləri və çevik iqtisadi- sosial siyasəti ilə mümkündür. Beynəlxalq turizm layihələrinə qoşulmaq inteqrasiya sisteminə daxil olmaq üçün yeni islahatlar proqramının tərtibi və təşkili üçün əsas rol oynayır. Azərbaycanda iqtisadiyyatın potensial imkanları və ölkənin perspektiv üfüqləri, beynəlxalq turizmə qoşulmaq istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Ölkədə xarici şirkətlərin

artması, onların bir çox sahələrdə fəal təsərrüfat fəaliyyəti, Azərbaycan Respublikasının sahibkarları və biznes fəaliyyəti ilə məşğul olanların xarici-iqtisadi əlaqələrinin miqyası və keyfiyyəti, kəmiyyət və çeşidinin dünya bazasında yerinin müəyyən edilməsi, dünya turizminə inteqrasiyanın əsas istiqamətidir. Turizmin beynəlxalq miqyası ictimai əmək bölgüsü ilə ölçülür. Belə ki, Azərbaycan turizm fəaliyyətini dünya turizm inkişafında rolu, onun xüsusi çəkisi və turizm sahəsində məşğul olanların sayı bütövlükdə turizmin ictimai əmək bölgüsündə rolunu müəyyənləşdirir. Beynəlxalq turizmin respublikada inkişafı bir başa bu sahədə ixtisaslaşan turist təşkilatçıların fəaliyyəti və beynəlxalq turizm bazası olan obyektlərin mövcudluğu və istifadəsi yolu ilə mümkün olur. Beynəlxalq turizm üçün respublikada xarici vətəndaşların yerli turist komplekslərindən istifadə etmək imkanlarını genişləndirmək 353 nəzərdə tutulmalıdır. Belə ki, beynəlxalq standartlara uyğun turizm məhsulunu istehsal etmək qabiliyyəti, minimum məsrəflərlə rəqabət mühitinə daxil olub əlavə gəlir gətirmək fəallığı və bir sıra üstünlüklər əsas rol oynayır.

Beynəlxalq turizmə yönəldilən siyasət yoxsul ölkələr üçün bir sıra problemlər yarada bilər. Qloballaşan dünya siyasəti prosesində yoxsul ölkələrin dünya turizminə qoşulması əlavə kapital, köklü islahatlar və mövcud şəraitin dünya tələbinə uyğun transformasiyası tələb olunur. Bu istiqamətdə açıq qapı siyasəti, iqtisadi zonalar və həmçinin beynəlxalq bazanın ayrı-ayrı sahələrini yaratmaq cəhdləri və konkret tədbirləri əsas rol oynayır. Beynəlxalq turizmə qoşulmaq üçün ilkin addım beynəlxalq turizm fəaliyyətinə, onların beynəlxalq qurumlarına üzv olmaqla yanaşı, beynəlxalq tələbatı təhlil edib, onun dünya təcrübəsini, adekvat ölkələrdə keçilən mərhələ və tədbirləri qiymətləndirməklə, iqtisadi addımlar atmaq tələb olunur. Dünya turizm fəaliyyəti təkamül inkişafı ilə xarakterizə olunur. Onun dinamikası sosial-demokratik, iqtisadi və siyasi amillərdən asılıdır. Dünya turizm dinamikası qloballaşan siyasətdə və dünya ölkələrində baş verən siyasi müharibə, bir sıra ekoloji təsirlər turizmin inkişafına mənfi təsir edir və onun artım tempini azaldır. Ona görə də dünya miqyasında

durmadan artma tempi yox, artıb azalma tempinə malik qanunauyğunluq mövcuddur. Dünyada turizmin inkişafına tələbat artımı, bütövlükdə dünyada sosial tərəqqi, iqtisadi artım və demoqrafik artım tempinin azalması və iqtisadi maraqlar təsir edir. Evolyusiya dinamikası turizmin texnologiyası ilə mümkündür. Tədqiqatlara görə beynəlxalq turizmin artım tempi 2005-ci ildə 4,4% olub, 2010-cu ildə 4,3%-ə yüksəlməyi proqnozlaşdırılır.

2.3.Turizmin əhali məşğulluğunda rolu

Turizm sahəsində çalışan işçilərin maddi ehtiyaclarının yüksək səviyyədə təmin edilməsi turizm fəaliyyətinin davamlı təşkili baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda turizm dünyada məşğulluğun təmin olunmasında əksər sənaye və xidmət sahələri ilə müqayisədə kifayət qədər yüksək göstəriciyə malikdir. Statistik məlumatlara əsasən dünyada 200 milyondan çox insan turizm sənayesində çalışır ki, bu da dünyada məşğulluğun 10 %-i təşkil edir. Dünyada turizmin hazırkı inkişaf tempinə əsaslanaraq söyləmək olar ki, yaxın illərdə bu rəqəm bir qədər də artacaqdır. Belə bir şəraitdə turizm sənayesinin müxtəlif istiqamətləri üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələrdə çalışan işçi qüvvəsinin əməkhaqqısının tənzimlənməsi və ümumilikdə bu sistemin düzgün qurulması olduqca vacibdir.

Turizm fəaliyyəti ilə bağlı olan müxtəlif sahələrdə əməyin fərqli şəkildə qiymətləndirilməsi aparılır. Turizm sənayesinə daxil olan sahələrdəki əməkhaqqı sistemində fərqli siyasət həmin sahələrin rentabelliği ilə bilavasitə bağlıdır. Ümumiyyətcə, turizm sənayesində ən gəlirli sahə kimi hava nəqliyyatının təşkili götürülür. Bu sahə dünyada ən çox ehtiyaclı olan bir sahə olmasına baxmayaraq bazarda əksər hallarda öz qiymətlərini diqtə edə bilir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının statistik məlumatlarına əsasən dünyada həyata keçirilən turizm səfərlərinin 45 %-i hava nəqliyyatı vasitəsilə həyata keçirilir. İkinci yerdə avtomobil nəqliyyatı durur ki, bu da 43 %-lik göstəricidir. Dünyadakı turistlərin cəmi 7 %-i su nəqliyyatından istifadə edir. Qalan 5 % isə dəmiryolu nəqliyyatının payına düşür.

Proqnozlara görə hava nəqliyyatının payının daha da artacağı gözlənilir. Turizmin maddi baxımdan ən gəlirli sahəsi kimi hava nəqliyyatında da müxtəlif cür əməkhaqqı sistemi mövcuddur. Burada əməyi ən yüksək qiymətləndirilənlər təyyarənin pilot və xidmətçi heyətidir. Əksər hallarda onların əməkhaqqları yüksək menecment səviyyəsində çalışan işçilərin əməkhaqqları ilə eyni səviyyədə olur.

Mehmanxana sahəsində isə vəziyyət çox fərqli və mürəkkəbdir. Burada mehmanxananın yerləşdiyi ərazidən, onun kateqoriyasından asılı olaraq əməkhaqqı sistemi formalaşır. Ümumilikdə, əksər mehmanxanalarda menecment istisna olmaqla əksər işçilərin əməkhaqqısı o qədər də yüksək olmur. Mehmanxana sistemində daha çox əməyi dəyərləndirənlər daha çox müştərilərlə birbaşa təmasda olan işçi heyətidir. Müştərilər əksər hallarda qeydiyyatda çalışan işçilərə, restoranda masa xidmətçilərinə, otağı təmizləyən xadimələrə, əşyaları və zənbilləri daşıyan qapıçılara, fərdi məşqçi qismində onlara xidmət göstərən heyət üzvlərinə bəxşəş olaraq əlavə pul və hədiyyə verdiklərindən mehmanxana sistemində bu qəbildən olan işçilərin əməkhaqqısı o qədər də yüksək olmur. Bununla yanaşı, mehmanxana sistemində əməkhaqqlarının davamlı artması çox az hallarda müşahidə olunur. Məsələn, artıq ölkəmizdə 15 ilə yaxındır fəaliyyət göstərən Hyatt Mehmanxanalar Kompleksində bu illər ərzində burada müvəqqəti müqavilə şərtləri ilə işləyən işçilərin əməkhaqqısı çox az hallarda bir rəqəmli %-lə artmışdır. Daimi müqavilə ilə işləyən işçilərin əməkhaqqları o qədər də yüksək olmasa da, bu işçilərin beynəlxalq Hyatt Mehmanxanalar Şəbəkəsinin prosedurlarına uyğun olaraq bir sıra güzəştləri vardır ki, bunlar da işçinin əməyinin qiymətləndirilməsi üçün mühüm faktorlardır.

Azərbaycanın regionlarında və elə Bakının özündə də yerləşən mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərdə ixtisaslı işçi heyətinin çatışmamazlığı olduqca ciddi problemdir. Buna bir sıra səbəblər göstərsə də, ən əsas səbəb kimi biz mehmanxana sistemində əməkhaqqı sisteminin düzgün təşkil olunmamasını göstərə bilərik. İstər Bakıda olsun, istərsə də regionlarda olan mehmanxanaların əksəriyyətində işçi qüvvəsinin əməyi lazımı səviyyədə qiymətləndirilmir. Əksər hallarda onların əməkhaqqları çox minimal səviyyədə qiymətləndirilir. Regionlarda turizmin

mövsumilik xarakterli olması bu sahədə ən ciddi problemlərdən biri hesab oluna bilər. Azərbaycanda insanlar daha çox yay fəslində dincəlməyə meyllidirlər. Buna görə də regionlarda yerləşən əksər turist obyektlərinin işində mövsumilik işçi qüvvəsinin əməyinin dəyərləndirilməsində ciddi problem yaradır. Belə ki, belə obyektlərdə çalışan işçilər heç də bütün ilboyu daimi iş yeri ilə təmin olunmurlar. Təmin olunanlar belə sabit əməkhaqqı ilə çalışa bilmirlər. İşçi qüvvəsinin belə qeyri-stabil şərtlərlə çalışması, sonda həmin obyektin təklif etdiyi turizm məhsulunun xidmət səviyyəsinin aşağı səviyyədə müştəriyə təqdim edilməsi ilə nəticələnir. Əməyi düzgün qiymətləndirilməyən işçi işinə lazımı məsuliyyəti göstərmir və bu da həmin turizm obyektinin ümumilikdə imicinə mənfi təsir göstərir.

Eyni hal tək ölkəmizdə deyil, müxtəlif xarici ölkələrdə də müşahidə olunmaqdadır. Hətta günəşli günlərin sayının Azərbaycandan çox olduğu və son illər dünya turizm bazarında xeyli irəliləmiş Türkiyədə də işçilərin bir hissəsi mövsumilik şərtləri ilə çalışırlar. Amma burada fərqli məqam odur ki, Türkiyədə turizm sektorunda mövsumi işləyən işçilərin əksəriyyət ali təhsil alan və yay tətlini səmərəli keçirməyi planlaşdıran yerli və xarici tələbə və gənclərdir. Ölkəmizdə isə bu fərqlidir. Bizdə regionlarındakı turizm obyektlərində daha çox yerli yeniyetmə və gənclər çalışırlar ki, onlar üçün də daimi iş yerinin olması vacib faktordur. Daimi iş yeri onlara stabil əməkhaqqı ilə işləyərək regiondan kənara çıxmayaaraq yaşayışını təmin etməyə imkan yaradır. Göründüyü kimi ölkəmiz üçün prioritet sahələrdən olan regionların sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi baxımından regionlarda yerləşən turizm obyektlərində daimi iş yerləri və stabil əməkhaqqı sistemi böyük rol oynaya bilər.

Turizm sənayesinin vacib bir tərkib hissəsi olan və özündə turoperatorları və turagentləri birləşdirən turizm firmalarında da fərqli əməkhaqqı sistemi tətbiq olunmaqdadır. İstər turoperatorlar olsun, istərsə də turagentlər istənilən turizm firması elə bir şəkildə fəaliyyətini həyata keçirməlidir ki, onun heyəti daimi iş yeri ilə təmin olunsun və ilboyu stabil əməkhaqqı sistemi ilə idarə olunsun. Bunun üçün əsas olan amil turizm firmalarının ilin bütün dövrü üçün mümkün turizm xidmətlərinin bazara

çıxarılması ilə bağlıdır. Düzdür, ölkəmizdə turizm xidmətlərinə daha çox ehtiyac yay fəslində olur. Amma istənilən halda hər bir turizm müəssisəsinin rəhbəri daimi işçi qüvvəsinin qorunub saxlanması baxımından fəaliyyətini məhz daimi stabil artım tempi ilə həyata keçirməlidir. Ümumilikdə, turizm firmalarında müxtəlif şəkildə əməkhaqqı sistemi mövcuddur. Bunlardan iki əsas sistemi götürə bilərik. Daimi stabil əməkhaqqı və ya minimal əməkhaqqı və üstəlik edilmiş satışlara görə verilən faiz. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən turizm firmalarında ikinci sistem daha çox yayılmışdır. Xüsusən də firmalarda turagent vəzifəsində çalışan işçilərin əməkhaqqları çox zaman ən minimal əməkhaqqıya bərabər olur. Onlar daha çox satılan hər turizm xidmətinə görə həmin xidmətin qiymətinin bir hissəni təşkil edən bonus əldə edirlər. Əksər hallarda yay fəslində bu bonuslar turagent vəzifəsində çalışan işçilərin aylıq əməkhaqqlarının stabil əməkhaqqı ilə işləyən işçilərin əməkhaqqlarından çox olmasına imkan verir. Amma nəzərə alsaq ki, digər aylarda bu bonuslar o qədər də yüksək olmur, onda bu balansın özü-özünü illik tənzimlədiyini söyləmək olar. Amma ümumi götürdükdə bu sistemin özünün bir sıra müsbət və mənfi tərəfləri vardır. Turizm firmalarında sabit əməkhaqqı ilə əsasən mühasib, operator, informasiya texnologiyaları ilə məşğul olan heyət, sürücü, katibələr çalışırlar. Əksər kiçik turizm firmalarında isə heç də yuxarıda göstərilən vəzifələr üzrə işçilər çalışmır. Belə olan halda cəmi 1-2 işçi üçün tətbiq olunan daimi stabil əməkhaqqı sistemi turizm firmasının sahibi üçün sərfəli olur. Həmçinin, digər işçilər birbaşa müştəri ilə təmasda olduqlarından və turizm firmasının təklif etdiyi xidmətlər müştəriyə məhz onlar tərəfindən satıldığından onda onlara qabacaqdan müəyyən olunmuş minimal əməkhaqqı ilə yanaşı, əlavə bonusların verilməsi sonda firmanın işçilərinin hamısının əməyinin ədalətli qiymətləndirilməsinə gətirib çıxaracaqdır. Amma eyni zamanda yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi ölkəmizdə turizm xidmətlərinə daha çox yay fəslində tələb olduğundan bu da bonuslarla işləyən işçilərin əməkhaqqlarının ilin digər dövrlərində aşağı olması səbəbilə iş yerini tərk edib başqa bir sferada iş axtarıb, çalışması ilə nəticələne bilər.

Bunun qarşısının alınması üçün turizm sferasında fəaliyyət göstərməyi planlaşdıran sahibkarlar turizmdə biznes fəaliyyətinə başlamazdan öncə işçilərin daimi şəkildə onun komandasında olub firmanın ilboyu gəlirli fəaliyyətini həyata keçirmək üçün ölkədəki sosial-iqtisadi vəziyyətə uyğun gələn əməkhaqqı sistemini qurmalı və işçilərin sosial-rifah halının təmin edilməsi üçün bu əməkhaqqı sistemini turizm firmasının fəaliyyətində tam şəkildə tətbiq etməlidir. Bir firma üçün peşəkar bir turagenti itirmək onun gəlirlərinin azalmasına səbəb ola bilər. Firmanın daimi müştəriləri əsasən turizm firmasının markasına yox, orada ona xidmət göstərən turagentin ona göstərdiyi yüksək xidmətə görə həmin firmanın daimi müştərisinə çevrilir. Əgər firma öz müştərilərini daimi saxlamağı planlaşdırırsa onda bu amili mütləq olaraq nəzərə almalı və öz peşəkar işçilərinin əməyini lazımı səviyyədə qiymətləndirməyi bacarmalıdır.

Turizm sənayesində vacib sahələrdən olan restoran və əyləncə və istirahət mərkəzlərində də çalışan işçilərin sayı azlıq təşkil etmir. Əksinə dünyanın müxtəlif böyük şəhərlərində son onilliklərdə fəaliyyətə başlamış böyük əyləncə mərkəzlərində hazırda milyonlarla insan çalışır. Özündə müxtəlif atraksionları, maraqlı əyləncə imkanlarını cəmləşdirmiş böyük parklar nəinki uşaqların, eyni zamanda istənilən təbəqədən olan turistlərin də böyük marağına səbəb olur. Belə mərkəzlər və parklar daha çox iri şəhərlərdə fəaliyyət göstərirlər və ilboyu bu şəhərlərə turist axını olduğundan bu mərkəzlərdə ilboyu iş eyni tempdə davam edir. Eyni sözləri böyük şəhərlərdə yerləşən milli parklara və muzeylərə də aid etmək olar. Belə turizm obyektlərində çalışan işçilərin əməkhaqqları daha çox həmin ölkənin sosial-iqtisadi vəziyyəti ilə bağlıdır. Burada ədalətli əməkhaqqının tətbiq olunmaması da ciddi faktordur. İstənilən sahibkar fəaliyyətini elə şəkildə həyata keçirməlidir ki, onun işçiləri turistlərə xidməti etik qaydalar çərçivəsində göstərsin və turist ona göstərilən xidmətdən məmnun qalsın. Bu baxımdan turizmdə restoran biznesinin daha çox qabağa getdiyini söyləyə bilərik. İstər mehmanxana komplekslərinin tərkibində olan mehmanxanalar, istərsə də sərbəst şəkildə fəaliyyət göstərən restoranlarda

idarəetmənin yüksək texnoloji nailiyyətlərindən istifadə etməklə həm müştəriləri, həm də işçi heyətini məmnun saxlamaq mümkündür.

Ümumiyyətcə, restoran biznesində də əməkhaqqı sistemi mövsümlilik xarakteri ilə çox az bağlıdır. Mövsümlilik daha çox kurort-sanatoriya mehmanxanalarının daha çox yerləşdiyi ərazilərlə bağlıdır. Restoran sistemində çalışan işçilərin əsas gəliri “çaypulu”ndan gələn gəlirlərdən formalaşır. Restoran biznesi ilə məşğul olan istənilən sahibkar bu sistemi çox yaxşı bilir və həyata keçirdiyi əməkhaqqı sistemində bunu lazımınca nəzərə alır. Məsələn, paytaxt Bakıda orta səviyyəli bir restoranda işləyən masa xidmətçisinin əməkhaqqısı əgər 200 AZN təşkil edirsə, adətən bu işçinin çaypulundan bir ay üzrə əldə etdiyi gəlir 400 AZN-dən az olmur. Təbii ki, bu rəqəmlər nisbidir. Əgər məqsəd bu gəlirlərin düzgün tənzimlənməsindən gedirsə, bizim yuxarıda qeyd etdiyimiz idarəetmədəki texnoloji yeniliklər indi imkan verir ki, müştərilər tərəfindən masaxidmətçilərinə verilən bu bəxşəş tam şəkildə restoran sahibkarının nəzarəti altında baş versin. İndi əksər restoranlar müştərilərin ümumi hesabının 10 və ya 15 %-i miqdarında olan məbləği hesabda göstəririlər və bu da xidmət haqqı kimi izah olunur. Bu qəbildən olan gəlirlərin işçi heyəti arasında da bölüşdürülməsi müxtəlif cür ola bilər. Amma burada əsas yayılan 2 üsul bu pulun həmin masaya birbaşa xidmət göstərən işçi və işçiyə verilməsi və ya gün, həftə olmaqla müəyyən bir zaman kəsiyində xidmət haqqı kimi müştərilərdən alınmış pulun toplanaraq ümumi işçi heyəti arasında bölünməsidir. Bakıda fəaliyyət göstərən restoranların əksəriyyətində ikinci üsul daha çox yayılmışdır.

Ölkəmizdə milli parklar, qoruqlar və muzeylər turistlər tərəfindən çox da ziyarət olunmasa da bu obyektlərin turizmdəki mövqeyini unutmayaaraq bu sahədə çalışan işçilərin əməkhaqqı sistemi ilə bağlı bəzi fikirləri qeyd etmək lazımdır. Ümumiyyətcə, Azərbaycanda qoruqlar, milli parklar və muzeylərin demək olar ki, hamısı dövlət balansındadır və burada çalışan işçilərin əksəriyyəti dövlət büdcəsindən maliyyələşirlər. Baxmayaraq ki, son illər ölkəmizdə mədəniyyət sahəsinə artan diqqət sayəsində bu sahədə olan işçilərin əməkhaqqları artmışdır, amma yenə də burada orta

əməkhaqqı 100-120 AZN təşkil edir. Belə obyektlərdə çalışan işçilərin əməkhaqqlarının aşağı olmasının bir sıra mənfi xüsusiyyətləri vardır. Biz qeyd etdik ki, Misirdə ABŞ-a nisbətən işçilərin əməklərinin aşağı qiymətləndirilməsi nəticəsində burada işçi qüvvəsinin turistlərə olan qeyri-etik münasibəti ilə rastlaşılır. Azərbaycan xalqı qonaqpərvər xalqdır. Amma bununla yanaşı turistlərlə münasibətdə ümumilikdə xalq kütləvi şəkildə deyil, fərdlər şəklində olurlar. Bunu mütləq olaraq nəzərə almaq lazımdır ki, turistin məmnuniyyətini təmin etmək üçün ilk növbədə onlara xidmət göstərən insanların yüksək təminatı həyata keçirilməlidir. Məsələn, Qobustan Dövlət Qoruğunda müxtəlif təbəqələrdən olan insanlar üçün giriş üçün müxtəlif qiymətlər təklif olunur. Burada qoruğdakı muzeyə daxil olan zaman xaricilər, yerli turistlər, məktəblilər üçün fərqli qiymət siyasəti həyata keçirilir. Bunu ona görə qeyd edirik ki, burada çalışan işçilərin əməyinin qiymətləndirilməsi yalnız dövlət tərəfindən təyin olunmuş əməkhaqqı ilə yekunlaşmır, eyni zamanda buranı ziyarətə gələn turist və ekskursiyaçılarından yığılan bilet pullarından da işçilərə xüsusi bir hissə çatır. Qobustan Dövlət Qoruğuna yaz-yay aylarında xüsusən də həftə sonlarında xeyli sayda turist gəlir. Burada işçilərin əməyi lazımı səviyyədə qiymətləndirildiyindən turistlərə xidmət göstərən işçi heyətinin daima yüksək səviyyəli xidmətindən məmnun olmaq olar. İstənilən halda, istər dövlət balansında, istərsə də özəl turizm obyekti olsun, hər bir rəhbər çalışmalıdır ki, işçilərin əməyi düzgün və ədalətli qiymətləndirilsin. Əgər özəl müəssisələrdə əməyin qiymətləndirilməsi əksər hallarda işçinin göstəricilərindən asılı olursa, dövlət müəssisələrində əksər hallarda əməyin qiymətləndirilməsi qabacaqdan müəyyən edilmiş qanunvericilik əsasında dərəcələr və iş təcrübəsinin illər üzrə müəyyən edilmiş şkaladan asılı olur. İstənilən halda dövlət büdcəsindən maliyyələşən müəssisələrdə əməkhaqqlarının artırılmasına çox ehtiyac vardır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Həmkarlar İttifaqları ölkəmizdə fəaliyyət göstərən əksər özəl müəssisələrdə fəaliyyət göstərmir. Əgər nəzərə alsaq ki, Azərbaycandakı mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin və turizm firmalarının əksəriyyəti özəl müəssisələrdir, onda ölkəmizdə belə tətill hallarına rast gəlinməsinə normal hal

kimi baxmaq olar. Buna digər bir səbəb işçilərin peşəkarlığı ilə bağlıdır ki, ölkəmizdə turizm sənayesinin müxtəlif sahələrində çalışan işçilərin peşə hazırlığının səviyyəsi yüksək səviyyədə deyildir və onlar bəzi vaxtlar çətinliklə qazandıqları işi itirməmək üçün belə addımlar atmaqda maraqlı deyillər. Ölkəmizdə hazırda həyata keçirilən iqtisadi-sosial siyasətin bir tərkib hissəsi olaraq yaxın illərdə müəssisələrdə işçilərin öz təşəbbüsləri ilə müəssisələrdə belə təşkilatların yaranacağını proqnozlaşdırmaq olar. Bu səbəbdən də yaxın illərdə turizm sənayesinin idarəetməsi ilə məşğul olan hər bir rəhbər, idarəedici şəxs öz fəaliyyətində bu faktorları mütləq olaraq nəzərə almalı və işçilərin etirazları ilə nəticələ biləcək əməkhaqqı siyasətini həyata keçirməməyə çalışmalıdır. İstənilən halda işçilər öz əməkhaqlarından şikayət etməyə meyilli olurlar. Odur ki, bu prosesin tənzimlənməsi zamanı hər bir rəhbər işçilərin əməyinin qiymətləndirilməsini ölkədəki sosial-iqtisadi vəziyyətə uyğun olaraq düzgün aparmalı və dünyadakı müsbət təcrübədən yararlanmağa çalışmalıdır. Həmçinin, unutmaz ki, işçilər tək maddi baxımdan təmin olunmaqla heç də daima öz əməkhaqlarından razılıq edəcəklər. Ona görə də hər bir rəhbər işçilərin həvəsləndirməsi üçün müxtəlif üsullardan istifadə etməyə çalışmalıdır. Bu həvəsləndirmə üsullarına biz beynəlxalq mehmanxana şəbəkələrində rast gələ bilərik. Məsələn, Hyatt Mehmanaxa Şəbəkəsi müxtəlif yerli və beynəlxalq bayramlarda işçilər arasında müxtəlif loteriyalar təşkil etməklə onları mükafatlandırır. Ölkəmizdə müasir psixoloji və texnoloji yenilikləri özündə əhatə edə bilən idarəetmə sisteminin tətbiq olunması gələcəkdə bu kimi halların minimallaşdırılmasına kömək edə biləcəkdir.

Bütün bunlarla yanaşı son illərdə müşahidə olunan bəzi tendensiyalar vardır ki, bunlar turizmin ümumilikdə inkişafın çox müsbət təsir etsə də, əvəzində turizm fəaliyyətində məşğulluğun stabil saxlanılmasına mane olurlar. Bunlardan ən başlıcasını biz digər sənaye və xidmət sahələrində olduğu kimi, avtomatlaşdırma və kompyutrlaşdırmanın geniş şəkildə turizm sənayesinə tətbiq olunmasını göstərə bilərik. Elmi-texnoloji yeniliklər qısa zaman ərzində turizm sənayesinə daxil olurlar. Əgər bir neçə il bundan öncə internet vasitəsilə mehmanxanada yer bron etmək çox

nadir rast gəlinən hadisə hesab olunurdusa indi internet xidmətləri imkan verir ki, internet vasitəsilə turist nəinki gedəcəyi mehmanxada özü üçün bron etsin, hətta elə internet vasitəsilə ödəməni etsin. Eyni sistemi hazırda daha çox aviabiletlərin satışında geniş tətbiq olunmağa başlamışdır. Əksər aviakompaniyalar öz internet səhifələrində bu xidməti təklif edirlər. Belə bir şəraitdə daha az və peşəkar işçi qüvvəsinə ehtiyac yaranır. Məsələn, bu sisteminin idarəedilməsi üçün aviakompaniyada işləyən şəxsin tək turizm üzrə biliklərinin olması kifayət etmir, o eyni zamanda minimal səviyyədə bu sistem üçün tələb olunan kompyuter proqramları ilə də işləməyi bacarmalıdır.

Turizm sənayesində məşğulluğun stabilliyinə təsir edən digər bir mənfi amil kimi, turizmdə ümumi müşahidə olunan fərdi turist səfərlərini göstərə bilərik. Qeyd etdik ki, informasiya texnologiyalarının müasir dövrdə inkişafı istənilən bir insana imkan verir ki, hər hansı bir turizm firmasına ehtiyac duymadan gedəcəyi yerdə özü üçün internet vasitəsilə yer bronlaşdırırsa bilsin, həmçinin hər hansı bir nəqliyyat vasitəsilə getməyindən asılı olmayaraq, elə internet vasitəsilə elektron ödəmə vasitələrindən istifadə edərək həmin nəqliyyat vasitəsi üçün bileti əldə edə bilsin. İnsanlar indi daha çox bələdçisiz sərbəst şəkildə səyahət etməyə meyllidirlər. Bu amili də biz turizmdə məşğulluğa mənfi təsir göstərən amil kimi göstərə bilərik.

Göründüyü kimi son zamanlar müşahidə olunan tendensiyalar və ümumilikdə turizm sənayesinin müxtəlif sahələrində işçi heyətinin əməyinin müxtəlif şəkildə qiymətləndirilməsi turizm sənayesi üçün bir sıra müsbət və mənfi təsirlərini göstərir. Bütün bunları nəzərə alaraq turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi zamanı həm dövlət, həm özəl, həm də ictimai sektor tərəfindən əməkhaqqı sisteminin əhəmiyyəti vurğulanmalı və dövlətin, şirkətlərin, ictimai institutların siyasətində bu amil mütləq şəkildə nəzərə alınmalıdır. İndi dövlət birbaşa olmasa da, müxtəlif dolaylı vasitələrlə turizm sənayesində fəaliyyət göstərən təşkilatlara bu baxımdan öz tövsiyyələrini etməli və bu sistemin düzgün qurulması üçün lazım olarsa, müxtəlif maarifləndirici seminarların, təlimlərin təşkilində maraqlı olmalıdır. Həqiqətən, düzgün qurulmuş

əməkhaqqı sistemi iş prosesi zamanı düzgün tənzimlənsə, bu yekunda müəssisənin uğurlu fəaliyyəti ilə nəticələnər.

Turizmin davamlı inkişafına dəstək məqsədilə yaradılmış ictimai institutlar da öz növbəsində turizm sənayesində çalışan işçilərin əməyinin düzgün qiymətləndirilməsi üçün hökumət və özəl turizm müəssisələri ilə qarşılıqlı şəkildə işləməlidirlər və mütəmadi bu sahədə beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan səmərəli olan metodları özündə cəmləşdirən tövsiyələri ilə çıxış etməlidirlər. Bu tövsiyələr hər bir ölkə daxilində həmin ölkənin sosial-iqtisadi reallıqlarına uyğun gəlməlidir. İctimai sektorun nümayəndələrinin turizmin davamlı inkişafı naminə həyata keçirdiyi fəaliyyətlərinin tərkib hissəsi olacaq bu tədbirlər sonda turizm sənayesində fəaliyyət göstərən sahibkarlar üçün də faydalı olacaqdır. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, bu sahədə tək birbaşa turizm sənayesinə bağlı olan qeyri-hökumət təşkilatları, ictimai institutları fəal olmamalı, eyni zamanda əhalinin sosial problemlərinin minimallaşdırılması məqsədilə yaradılmış ictimai institutlar da maraqlı olmalıdırlar.

III FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN TƏNZİMLƏNMƏSİ

3.1. Turizmin marketing təkmilləşməsi

Turizm sferası özünün mahiyyəti ilə iqtisadi və sosial inkişafın sahə və ərazi idarə edilməsinin prioritet istiqamətidir. Turizm bazarı turizmin inkişafının planlaşması və təşkilini, turizm tələbi və təklifinin reallaşması yolu olaraq, bir sıra amillərdən asılıdır. Fikrimizcə aşağıdakı əsas amilləri formalaşdırmaq olar:

- turistlərin motivi, turist tələbi və onun sosial-iqtisadi amilləri.
- Turizmin təklifinin iqtisadi və təşkilatı amilləri, turizmin fəaliyyətinin səmərəsinin ölçülməsi və onun inkişaf meyilləri

-Tələb və təklifin tarazlı inkişafını təmin edən bir sıra turizm infrastrukturunun inkişaf səviyyəsi və tənzimlənməsi problemləri

-Turizmin inkişafına dövlətin sahibkarlıq və regional inkişaf prizmasından təsirinin təşkili mexanizmlərinin tərtibi və tətbiqi

Bu şəraitlər turizm bazarının formalaşmasının kompleks amilləri olmaqla turizmdən kənarında formalaşan sosial-iqtisadi şəraitlərdən asılıdır. Turizm bazarının planlaşması strategiyası və marketinq planları əsasında uzunmüddətli və cari tələbat sistemi onun qiymətləndirilməsi və uyğun olaraq resursların təşkili və onlardan istifadə texnologiyası ilə genişlənir. Turizm bazarının genişlənməsi xarici bazara və daxili bazarda rəqabət mühitinin təşkili və mexanizmlərinin təkmilləşməsi yolları ilə genişlənir. Xarici turistlərə yönəlmiş turizm fəaliyyəti beynəlxalq standartlara və xarici turistlərin motivinə uyğun olaraq sahə və funksional təyinatına görə təsnifatlaşdırılır. Turizm bazarının marketinq planlaşması turistlərin istehlak tələbi və onların maddi rifahı, demoqrafik vəziyyəti və hansı ölkədən gəlməsi, hər bir turistin sosial-iqtisadi xarakteristikası ilə qiymətləndirilir. Turizm bazarının genişləndirilməsi. Turizm məhsulunun keyfiyyəti və qiyməti turizm daxilində bütün xidmət növlərinin iqtisadi faydalılıq effekti ilə ölçülür. Turizmin dövlət tənzimlənməsi, azad rəqabət, sahibkarlıq və anti-inhisar fəaliyyətinin makro və mikro səviyyəli problemləri ilə həll olunur. Makrosəviyyəli bazar tənzimlənməsi sahibkarlığa kömək, sahibkarlığın hüquqi bazası və dövlət mexanizmləri ilə həll olunur. Turizm bazarının təşkili və problemləri turizm resurslarının təkrar istehsal problemlərini əhatə edir. Daha çox turizmin özünün faydalılığı sosial meyarlarla ölçülür.

Turizmin bazar modeli çoxmeyarlı funksiyalar və kompleks amillərlə tərtib olunmalıdır. Bu məqsədlə turizmlə bağlı olan ərazi, regional və dövlət institutları arasında nisbətlər, qarşılıqlı təsirlər və **multipikasiya** effektinin yüksəldilməsi yolları axtarılır. Turizmin sahələrarası modeli və turizmin gəlirlərinin təkrar istehsal prinsipi əsasında bölgüsü və yenidən bölgüsü sistemi maraqların uzlaşmasına yönəlir.

Sahə, ərazi və dövlət maraqlarını təmin edən gəlirlərin bölgüsü hər bir təbii resursun və işçilərin təkrar istehsalına uyğun bölünməlidir. Turizm bazarının təşkili modeli tələb və təklif həmçinin sosial-iqtisadi inkişaf səmərəsini təmin edən göstəricilər və struktur siyasətlə formalaşır. Turizmin bazar tipli modeli onun strukturunun və resursunun səmərəli istifadəsi yollarını özündə birləşdirir.

Turizm bazarının regional problemləri ərazi resurslarının turizmin fəaliyyətinə cəlb edilməsi və region infrastrukturunun inkişafı ilə bağlıdır. Belə ki, regionlarda kənd təsərrüfatının inkişafı, sahibkarlıq və ev təsərrüfatında turizmin sənayesinin təşkili və dinamikasının idarə olunması, turizmin sahələrarası problemlərinin həllinə gətirib çıxarır.

Turizmin sahələrarası problemləri hər bir sahənin məhsulun digər sahələrdə istifadəsi və idxal, ixracatın səmərəli variantları ilə mümkün olmalıdır. Turizm bazarının Azərbaycanda inkişaf meyli, gəlmə turizminin artırılması, getmə turizminin azaldılması məqsədi ilə təkmirləşməlidir. Daha çox turistlərin məqsədi və əsas motivi, xüsusi maraq turizminin təşkili və resurs potensialı ilə razılaşmalıdır.

Turizmin fəaliyyəti onun məhsulunun kəmiyyət və keyfiyyətini formalaşdırır. Turizm fəaliyyətində komplekslilik və sistemlilik, innovasiya xarakterli tədbirlərin, müasir texnologiyaların tətbiqi, informasiya və kommunikasiya sistemi əlaqəsinin formaları təkmirləşir. Hər bir turist müəssisəsi mülkiyyət və təşkili formasında asılı olmayaraq mənfəət gətirmək və rəqabət mühiti şəraitində bazara uyğun məhsul istehsalı və xidmət göstərməyə səy göstərir. Bu baxımdan dövlət himayəsi, azad rəqabət və öhdəliklərə uyğun rəqabət tənzimlənməlidir. Turizm bazarı, turizm qanunları, sosial iqtisadi normativlər, normalar və dövlət mexanizmləri sahibkarlıq qanunları ilə tənzimlənilir. Turizm bazarında sahələrarası maraqlar və öhdəliklər, gəlirlərin bölgüsü vergi, maliyyə dövlət himayəsi yolu ilə formalaşır. Turizm bazarının təşkili və idarə edilməsi turizm məhsulunun istehsalı, onun bölgüsü, reallaşması üçün qiymət amilinin, vergi dərəcələrinin və fondlardan istifadədə zamanı ödəmə haqqı ilə həll olunur. Turizmin məhsulu təbii resurslardan, tarixi abidələrdən istifadə etməklə formalaşdığı üçün onun bir hissəsini “bonus” şəklində

yerli orqanlara, sahibkarlara verilməsi vacib şərtlərdəndir. Bu məqsədlə yerli resursların, o cümlədən təbii, əmək, xüsusi ev təsərrüfatı resurslarının qiymətləndirilməsi və onların təkrar istehsalı üçün pay haqqının müəyyən edilməsi bir sıra metodiki aspektlərdən asılıdır. Turist resursları tükənəndir, onların təkrar istehsalı üçün ayrılan vəsaitlər turizm idarələrinin və dövlət maliyyə resursları hesabına baş verməlidir. Təbii ki, bu məqsədlə dövlət, sahə ərazi idarəetməsi arasında maraqları ödəyən bölgü sistemi, əməkhaqqı, yığım və istehlak resursları arasında ərazi tarazlı inkişaf dinamikası təmin olunmalıdır.

Turizm bazarının genişlənməsi yolu olaraq xarici turistlərin artımı, daxili və regional turizmin inkişafı, daha çox təbii resurslara əsaslanan və bütün mənbəələr hesabına investisiya yönümlü turizm fəaliyyətini artırmaq, respublikada turizmin inkişafı üçün prioritet istiqamətdir. Dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin, regionların sosial-iqtisadi inkişafının müasir şəraitdə inteqrasiya, sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas istiqaməti olaraq turizm məhsulunun artırılması, turizmin iqtisadi artımda rolunun yüksəldilməsi və sosial inkişafda yerinin müəyyən edilməsi əsas istiqamət olaraq əhəmiyyət kəsb edir.

3.2. Turizmin maliyyə mənbələrinin təkmilləşməsi

Azərbaycan iqtisadi inkişaf artımı göstəricisinə görə dünyada lider ölkəyə çevrilmişdir. Azərbaycan neftinin gətirdiyi gəlirlər respublikamızda pul kütləsinin bir neçə il ərzində bir neçə dəfə artmasına gətirib çıxarmışdır. Neft gəlirlərinin səmərəli istifadəsi gələcəkdə Azərbaycanı çox qüdrətli bir ölkəyə çevirə bilər. Əlbəttə, buna nail olmaqdan ötrü qeyri-neft sektorunun inkişafı çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu isə bizim qarşımıza çox ciddi və həllinin vacib olduğu məsələləri qoyur. Bildiyimiz kimi artıq dünyada çox maraqlı bir tendensiya mövcuddur. Belə ki, qeyri-neft sektorunda İnformasiya Texnologiyaları və Kommunikasiya sahəsi və Turizm sahəsi özünün xüsusi çəkisini artırmaqdadır. Hətta bəzi ölkələrdə turizm tək qeyri-neft sektorunda deyil, ümumiyyətcə ölkənin ÜDM-də lider göstəriciyə malikdir.

Turizm gəlirli sahədir. Bu sadə cümlənin əslində çox mürəkkəb izahata ehtiyacı var. Belə ki, əgər hansısa ərazinin resurs imkanları varsa, ora qoyulacaq vəsait artıqlaması ilə fayda verəcəkdir, gəlir gətirəcəkdir. Burada əlbəttə ki, tək təbii sərvət resurs təminatı nəzərdə tutulmur. Turizm sənayesində də ixtisaslı kadrların sayının çox olması və kapital axınının təmin olunması iqtisadiyyatın digər sahələrində də olduğu kimi zəruridir. Bu gün respublikamızda qeyri-neft sektorunda turizmi aparıcı sahələrdən birinə çevirmək olduqca vacib bir məsələdir. Buna nail olduqdan sonra isə, əsas məsələ turizmin davamlılığını tənzimləməkdir. Bu fonda turizm məhsulunun formalaşması və ona düzgün qiymətin təyin edilməsi inkişafı təmin edəcək əsas məsələdir. Çünki, məhsul bazara çıxarılanda onun qiyməti keyfiyyətinə uyğun olmalıdır. Əgər ölkəmizdə turizm məhsulunun keyfiyyəti artarsa bu zaman qiymətlərin dinamikasında dəyişikliklərin olması proqnozlaşdırılır.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm iqtisadiyyata təsir göstərən güclü qüvvədir. O, dövlət büdcəsinin formalaşmasında, ticarət balansının sabitləşməsində mühüm rol oynayır. Lakin turizmin rolu bununla bitmir. Turizmin inkişafı ölkədə işsizlik kimi ağır bir problemin öhdəsindən gəlir, ölkə təsərrüfatının bütün sahələrinə təsir göstərir və onların inkişafının əsas vasitəçisidir. Nəzərə alsaq ki, respublikamızda yeni iş yerlərinin açılması, bununla da əhəlinin böyük bir hissəsinin işlə təmin olunması prioritet məsələlərdəndir, demək turizm sənayesi bu istiqamətdə çox böyük rol oynaya bilər. Adi kiçik bir turizm müəssisəsində belə ən azı 8-10 nəfər çalışa bilər. Bu cür işçi sayı qeyd etdiyimiz kimi kiçik turizm obyektləri üçün xarakterikdir. Orta və böyük müəssisələrdə isə bəzən işçilərin sayı 150-200 nəfərə qədər ola bilər. Hazırda respublikamızda fəaliyyət göstərən istirahət komplekslərində, otellərdə minlərlə işçi cəmlənmişdir.

İlbəil dünyada səyahət edən turistlərin sayı artmaqdadır. 2008-ci ildə beynəlxalq turistlərin sayı 924 milyon nəfər olmuşdur. 2007-ci ildəki turistlərin sayı ilə müqayisədə bu 1.9 %-lik artım deməkdir. Eyni zamanda turizmdən əldə olunan gəlir də 2007-ci ildəki göstərici ilə müqayisədə 1.8 % artıb 944 milyard ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. Beynəlxalq statistik məlumatlara əsasən 2009-cu ildə

həm dünyadakı qlobal iqtisadi böhran və AH1N1 virusunun dünyada geniş şəkildə yayılması turistlərin sayına müəyyən qədər öz təsirini göstərdi. Belə ki, 2009-cu ildə beynəlxalq turistlərin sayı 880 milyon nəfər olmuşdur və paralel olaraq turizmdən əldə olunan gəlir 2008-ci illə müqayisədə 6 % azalmışdır. İstənilən halda turizm sənayesi gəlirli və böyük maliyyə potensialı olan bir sahədir.

Turizm Avstraliya, Misir, Yunanistan, Tailand, Bahamas adaları, Fici, Maldiv, Seyşel adaları kimi xeyli sayda ada xalqları üçün əsas həyat mənbəyidir. Bu ölkələrin iqtisadiyyatı əsasən turizm sənayesi üzərində qurulmuşdur. Turizm sənayesi imkan verir ki, bu ölkədəki sahibkarlar öz mal və xidmətlərini reallaşdırmaqla böyük gəlir əldə etsinlər. Turizmlə bağlı xidmət sənayesi eyni zamanda yeni iş yerlərinin təmin edilməsi üçün də geniş imkanlar açır. Bu xidmət sənayesinə biz avia nəqliyyatı, kruiz gəmilərini, mehmxananlar, kurortlar olmaqla yerləşdirmə müəssisiləri kimi qonaqpərvərlik xidmətlərini və əyləncəli parklar, kazinolar, ticarət mərkəzləri, müxtəlif musiqi tədbirlərini keçirilədiyi məkanlarını, teatrlar kimi əyləncə mərkəzlərini daxil edə bilərik.

Qeyd etdik ki, 2008-ci ildə beynəlxalq turistlərin sayı 2007-ci illə müqayisədə artmışdır. 2009-cu ildə isə bunun əksi olaraq, beynəlxalq turistlərin sayı 4 % azalmışdır. Bu baxımdan biz xüsusi ilə Avropa regionunu qeyd edə bilərik. Burada 2008-ci illə müqayisədə 2009-cu ildə beynəlxalq turistlərin sayı 6 %-ə qədər azalmışdır. Əgər 2006-2008-ci illər üzrə beynəlxalq turistlərin ən çox ziyarət etdiyi ilk 10 ölkənin siyahısına nəzər yetirsək görərik ki, bu 3 il ərzində artım özünü çox ciddi şəkildə göstərmişdir. Odur ki, 2009-cu ildəki azalma ölkələrin turizm sənayesinə öz mənfi təsirini az da olsa göstərə bilmişdir. Aşağıdakı cədvəldən həmçinin görmək olar ki, ilk 10-luqda olan ölkədən 7-i Avropa qitəsində yerləşən ölkələrdir. 2008-ci ildə həmçinin əsas diqqət çəkən məqam Ukraynanın ilk 10-luğa düşməsi və ABŞ-ın İspaniyanın qabaqlaması ilə bağlı olmuşdur. Fransa isə artıq neçənci ildir ki ardıcıl olaraq burada öz liderliyini saxlayır.

Ümumiyyətlə, ilk 10-luqda olan ölkələrə 2008-ci ildəki beynəlxalq turistlərin 45 %-i düşmüşdür. Bu həqiqətən çox böyük rəqəmdir. 2008-ci ildə Azərbaycanın

sərhədlərini keçən xarici ölkə vətəndaşlarının sayı cəmi təxminən 1.9 milyon nəfər təşkil etmişdir. 2007-ci illə müqayisədə bu rəqəm 42.5 % artmışdır. Ölkəmizə səfər edən xarici ölkə vətəndaşlarının səfər məqsədi əsasən işgüzar səfərlərlə bağlı olmuşdur. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən yalnız 68.4 min xarici ölkə vətəndaşı ölkəmizin sərhədlərini turizm məqsədilə keçmişdir. “EuroMonitor International” təşkilatının məlumatlarına əsasən 2008-ci ildə Azərbaycanda turizmdən əldə olunmuş gəlirlər 1 milyard AZN-ə bərabər olmuşdur. Bu da 2008-ci ilin orta valyuta məzənnəsi ilə 1.2 milyard ABŞ dollarına bərabərdir. 2006-2008-ci illər üzrə dünyada turizmdən ən çox gəlir əldə etmiş ölkələrin siyahısına nəzər yetirsək görürük ki, ölkəmiz turizmdən əldə etdiyi gəlirlərə görə bu onluqda ən sonuncu yerdə olan ölkədən 19-20 dəfə az gəlir əldə edir. Maraqlıdır ki, beynəlxalq turist gəlmələrinə görə ilk onluqda olan ölkələr Ukrayna və Meksika turizmdən əldə olunan gəlirlər üzrə formalaşmış ilk onluqda yer almayıblar. Əvəzində Avstraliya və Avstriya bu onluğa daxil olmuşlar. Meksika, Ukrayna kimi ölkələrdə daha çox ucuz turizm ənənələrini qeyd etmək lazımdır ki, bu da turistlərin bu ölkələrdə daha az pul xərcləməsinə gətirib çıxarır.

Turizmdən əldə olunan gəlirlər, bu gəlirlərin proporsional şəkildə paylanması, turizmin inkişafına mane olan maliyyə problemlərinin həlli, turizmdə əməkhaqqı sisteminin düzgün qurulması və tənzimlənməsi, turizm məhsulunun hesablanması, turizmdə investisiya məsələləri və ümumilikdə turizmin ölkələrin iqtisadiyyatındakı maddi və maliyyə əhəmiyyətli məsələlərinin təhlili ümumilikdə turizmin maliyyə problemlərinin nəzəri-metodoloji əsasını təşkil edir.

Ölkədə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən şəxslər üçün dövlət tərəfindən şəraitin yaradılması turizmin inkişafı üçün əsas şərtlərdən biridir. Dövlət öz qayğısını müxtəlif məsələlərdə göstərə bilər. Bunlardan ən əsası kimi biz dövlətin turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən şəxslərə olacaq maliyyə yardımını göstərə bilərik. Bu kömək şərti olaraq yardım adlanır, əslində burada dövlət sahibkarla güzəştli şərtlərlə kreditlər ayırmalı və yeni turizm fəaliyyətinə başlamış iqtisadi subyektlərə özünün vergi siyasətində vacib məsələləri nəzərə almalıdır. Vergi

məsələlərində xüsusi diqqət ayrılmalı məqam turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan iqtisadi subyektlərə tətbiq edilə biləcək güzəştlərlə bağlıdır. Hazırda turizmin inkişaf səviyyəsinə görə dünyada ilk onluqda olan Türkiyədə XX əsrin 70-ci illərində turizm sənayesi yenidən inkişaf mərhələsinə başlayanda dövlət tərəfindən bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlar üçün xüsusi güzəştlər tətbiq olunurdu. Bu güzəştlər xüsusi ilə vergilərlə bağlı idi. Sahibkarların daha həvəsli çalışması məqsədilə onlar hətta bəzi vergilərdən azad olunmuşdular. Bütün bunlar Türkiyə üçün çox böyük nəticələr verdi və bunun gerçəkliyi odur ki, indi Türkiyəyə turizmdən milyardlarla dollar daxil olur. Buna oxşar təcrübələri Azərbaycanda da həyata keçirmək gələcək üçün böyük perspektivlər verə bilər. Vergilərdən danışarkən biz xüsusilə ilə Əlavə Dəyər Vergisi (ƏDV) ilə bağlı qeyd etməliyik. Hazırda sahələr arasında fərq qoymadan istənilən biznes fəaliyyəti üçün ƏDV ödəyicisinə çatdıran rüblük dövriyyə limitinin müəyyənləşdirilmiş məbləği birbaşa turizm fəaliyyəti üçün də öz mənfi təsirini göstərir.

Azərbaycan maliyyə proseslərində digər bir mühüm məsələ mühasibatlıq sistemi ilə bağlıdır. Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 29 iyun 2004-cü il tarixli Sərəncamına əsasən Azərbaycanda fəaliyyət göstərən təşkilat və şirkətlər 01 yanvar 2008-ci il tarixindən etibarən Milli və Beynəlxalq Maliyyə Hesabatı Standartlarına keçməlidir. Lakin bu proses hələ də ləngiməkdədir. Ölkəmizdə hazırda çox az müəssisə və təşkilat maliyyə hesabatlarının hazırlanmasında Beynəlxalq Maliyyə Hesabatlarının Standartlarının tətbiq etməkdədir. Yaxın illərdə bu prosesin gücləndirilməsi məqsədilə hazırda Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi tərəfindən intensiv fəaliyyət həyata keçirilməkdədir. Azərbaycan iqtisadiyyatının bir tərkib hissəsi olan turizm sənayesinə daxil olan müəssisələrin də qısa zaman ərzində öz mühasibatlıq sistemində Beynəlxalq Standartları tətbiq etməsi turizmin gələcək davamlı inkişafı baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu standartların tətbiq olunması və maliyyə hesabatlarının bu standartlar üzrə aparılmasının bir sıra üstün cəhətləri vardır. Xüsusən də ölkəmizə son illər yönəldilən investisiyaların artması fonunda turizm baxımından böyük potensialı

olan regionlarda yerləşən və o qədər də yüksək səviyyədə fəaliyyət göstərməyən turizm obyektlərinə beynəlxalq maliyyə axınının yönəldilməsinə şərait yarana bilər. Düzdür, hazırda ölkəmizdə turizm sənayesinə daha çox yerli investisiyalar yatırılır və bu investisiyalar daha çox paytaxt Bakıda və ona yaxın ərazilərdə həyata keçirilir. Həmçinin, yatırılan investisiyalar daha çox yeni turizm müəssisələrinin, obyektlərinin tikilməsi ilə bağlıdır. Artıq fəaliyyət göstərən obyektlərin bərpasına çox az hallarda investisiyalar yönəldilir. İstənilən halda ölkəmizdə fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatlarda mühasibatlıq və uçot sahəsində kütləvi şəkildə Beynəlxalq Standartların tətbiq olunması turizm sənayesi üçün də çox faydalı olacaqdır.

Turizm məhsulunun dəyərinin hesablanması, ona bazara uyğun qiymətin təyin olunması və bu qiymətlə onun reallaşdırılması turizm fəaliyyətinin əsas tərkib hissəsini təşkil edir. Xidmət sahəsinin özünün spesifik xüsusiyyətlərini özündə cəmləşdirən turizm sənayesi mürəkkəb qiymətəmələgəlmə prosesinə malikdir. Yekun olaraq müştəriyə paket şəklində çatan turizm məhsulu özü bir sıra müxtəlif komponentlərdən ibarətdir. Bu komponentlər üzrə olan xidmət və məhsulların qiymətlərinin formalaşması fərqli mühitlərdə baş verir. İlk baxışdan sadə görünən bu proses əslində özündə mürəkkəb prosesləri əhatə edir. Rentabelli fəaliyyət göstərməyi planlaşdıran istənilən bir təşkilat üçün bazara təklif etdiyi turizm məhsulunun qiymətinin hesablanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, Bakı şəhərinin mərkəzində 10 nömrəli 3 ulduzlu butik bir mehmanxana üçün qiymətlərin təyin edilməsi zamanı sahibkar bir sıra məsələləri nəzər almalıdır ki, onun fəaliyyəti rentabelli olsun. Adətən belə mehmanxanalarda işçi heyəti 10-12 nəfər təşkil edir və əgər hazırda mehmanxana biznesində olan orta əməkhaqqı ilə hesablasaq, burada işçilərin bir aylıq əməkhaqqısı təxminən 2000 AZN təşkil edəcəkdir.

Təbii ki, əsas nəzərə alınmalı məqam bu butik mehmanxananın icarəyə götürülməsi və ya şəxsi mülk olub olmaması ilə bağlıdır. İcarə haqqını biz orta qiymətləri nəzərə alaraq 4000 AZN götürə bilərik. Yox əgər mehmanxana şəxsi mülkdürsə bu zaman yatırılan investisiyanın da nəzərə alınması vacibdir. Burada da iki əsas istiqamət üzrə bu hesablanma nəzərə alın bilər. Birincisi mülk və ya

mehmanxana bir bina kimi alına bilər və onun inventarlaştırılması aparıla bilər. İkinci və daha çox yayılmış forma isə mehmanxananın sıfırdan başlayaraq inşası və onun inventarlarla təmin olunmasıdır. Hər iki halda obyektə yönəldilən investisiya iki mənbədən götürülür. Bu investorun özünün şəxsi maliyyəsi və ya bank və digər kredit orqanlarından əldə etdiyi kredit olur. İndi bizim göstərdiyimiz misalda obyekt icarəyə götürülüb və bura icarəyə götürən şəxs tərəfindən mehmanxana üçün edilən hər bir investisiya icarə haqqından çıxılır.

Beləliklə, burada görüldüyü kimi otelin icarə xərci minimal olaraq 4000 AZN olacaqdır. Mehmanxana ilə bağlı digər xərcləri, otaqlarının gündəlik lazımı avadanlıqlarla təminatı, səhər yeməyi üçün çəkilən xərclər, kommunal xərclər, vergi və rüsumlar və s., toplasaq bu da belə bir mehmanxana üçün ayda 2000 AZN-ə yaxın olacaqdır. Görüldüyü kimi bu mehmanxananın daimi xərcləri (icarə haqqı, işçilərin əməkhaqqısı) 6000 AZN-ə yaxındır, dəyişkən xərclər (otaqlarının gündəlik lazımı avadanlıqlarla təminatı, səhər yeməyi üçün çəkilən xərclər, kommunal xərclər, vergi və rüsumlar və s.) isə 2000 AZN-ə bərabərdir. Bu zaman mehmanxana üçün otaqların qiymətini təyin etmək üçün biz nəzərə almalıyıq ki, burada aylıq xərclər minimum 8000 AZN-ə bərabərdir. 10 nömrənin hər birinin eyni səviyyəli otaq olduğunu nəzərə alsaq, burada hər otağın eyni qiymətə satıldığını müəyyənləşdiririk. Əgər nömrənin qiymətinin 80 AZN olduğunu nəzərə alsaq, ay ərzində bütün otaqların maksimum dolu olduğunu qəbul etsək, onda aylıq gəlir 24000 AZN-ə bərabər olacaqdır. Əgər mehmanxana belə temple 3 ay fəaliyyət göstərəcəksə onda onun 3 aylıq dövriyyəsi Azərbaycan Vergi Məcəlləsinə uyğun olaraq ƏDV ödəyicisinin dövriyyəsinə bərabər olacaqdır. Təbii ki, Bakıda bir mehmanxananın bir ay fasiləsiz bütün nömrələrinin dolu olması real görünür. Amma 50-60%-lik tutumla qiyməti 80 AZN olan bir mehmanxana da öz dövriyyəsi ilə ƏDV ödəyicisinə çevrilir. Sahibkar üçün vacib olan məsələ bu 80 AZN-ə 18 %-lik ƏDV-ini daxil etmək və ya etməmək məsələsidir. Əgər bu qiymətə ƏDV daxil olmayacağına müştəri bir nömrə üçün bir gecəyə 94.4 AZN ödəməli olacaqdır. 3 ulduzlu otel üçün də bu qiymət kifayət qədər yüksək qiymətdir. Beləliklə, sahibkar

mehmanxana üçün qiymətləri müəyyənləşdirərkən müxtəlif amilləri nəzərə alaraq yekun qərara gəlməlidir. Paralel olaraq sahibkar turizm agentlikləri və müstəqil agentlərlə də əməkdaşlıq edib otel nömrələrinin satılmasında maraqlı olacaqsə o bu agentlər üçün olacaq komissiyon xərclərini də nəzərə almalıdır.

Turizm məhsulunun hesablanması prosesi ən mürəkkəb şəkildə turizm xidmətlərini kompleks şəkildə bazarda təklif edən turizm firmalarında baş verir. Turizm firması üçün sonda çox sadə görünən turizm paketinə daxil olan xidmətlərin hesablanması əslində bu prosesə qədər özündə mürəkkəb prosesləri əhatə edir. İstənilən turizm firması öz müştərisini göndərmək istədiyi mehmanxana və bu tipli digər yerləşdirmə obyektləri ilə qabaqcadan elə şəkildə əməkdaşlıq qurmalıdır ki, onun mehmxanadan əldə etdiyi komissiyon gəliri onun üçün sərfəli olsun. Hazırda ölkəmizdə əsas ciddi problemlərdən biri mehmanxanaların əksəriyyətinin turizm firmaları ilə daimi işləməmək istəyi ilə bağlıdır. Xüsusi ilə də regionda yerləşən turizm obyektləri yay fəslində tam şəkildə öz gücləri hesabına mehmanxanayı tam şəkildə müştəri ilə doldurduqlarından öz xidmətlərini reallaşdırmaqda turizm firmaları ilə əməkdaşlıqda maraqlı olurlar. Müştərinin bütün istəklərini reallaşdırmağa yönəli olan turizm firmaları belə olan halda öz müştərisini razı salmaya bilərlər. Ümumiyyətcə, bu məsələ çox ciddi bir məsələ olub daxili turizmdə əsas problemlərdən biri hesab olunur. Bunun əksinə Türkiyədə yerləşən mehmanxanaların əksəriyyətinə çıxışı olan turizm firmaları oradakı mehmanxanalardan cəlbedici komissiyon əldə edirlər.

Turizm firmaları əksər hallarda aviaşirkətlərdən eyni güzəştləri əldə edirlər. Ancaq nəzərə almaq lazımdır ki, hazırda informasiya texnologiyalarının inkişafı elə bir səviyyədədir ki, hər bir insan istənilən halda hər hansı bir turizm firmasına ehtiyac olmadan birbaşa aviaşirkətin internet səhifəsinə daxil olaraq internet vasitəsilə ödəməyə imkan verən elektron kart vasitəsilə öz biletini ala bilər. Bu tendensiya istehlakçılar arasında artıq ciddi şəkildə yayılmaqdadır. Əgər bu tendensiya daha geniş şəkildə yayılacaqsə ehtimal oluna bilər ki, aviaşirkətlər üçün turizm firmalarına ödənilən komissiyon haqları onlar üçün cəlbedici olmasın.

Göründüyü kimi özündə mürəkkəb maliyyə proseslərini əhatə edən və sonda müştəriyə təqdim olunan istənilən bir tur paketin turizm firmasına gəlir gətirməsi üçün turizm firması o paketə daxil olan xidmətlərin təminatçıları ilə qabaqcadan onun üçün sərfəli komissiyon gəliri ilə razılaşmalıdır.

İstənilən iqtisadi sferanın inkişafı və gələcək illər üçün davamlı inkişafının təmin edilməsi baxımından o sahəyə yönəldilən investisiyaların böyük rolu vardır. Dünyada turizm üzrə inkişaf edən ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm sənayesinə yatırılan investisiya özünü çox qısa zaman ərzində doğruldur və turizm xidmətlərinə ilbəlil qlobal aləmdə artan tələbat bu sənayenin davamlı inkişafına təminat verir. Turizm sənayesi digər iqtisadi və sosial sahələrlə birbaşa bağlı olduğundan bu sahəyə yönəldilən investisiyalar tək turizmin inkişafı üçün deyil, eyni zamanda ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı üçün də öz müsbət nəticələrini verə bilər. Eyni zamanda digər sahələrin inkişafı da turizmin inkişaf prosesini gücləndirir. Ölkəmizdə son illər yol infrastrukturunun əsaslı bərpası və yeni yolların salınması ölkəmizin turizm sənayesi üçün artıq öz müsbət nəticələrini verməkdədir. Hər hansı bir sahəyə yönəldilən investisiyaların səmərə verməsi həmin ərazidə münbit investisiya mühiti ilə bağlıdır. Turizmin maliyyə problemlərində investisiyaların idarəedilməsinin səmərəliliyi nə qədər idarəedici şəxslərdən asılıdırsa, bir o qədər ölkə qanunvericiliyində olan qanunların səliqliyindən, mükəməlliyindən və ölkədəki ümumi idarəetmə mexanizminin dəqiqliyindən asılıdır. Belə olan halda qabaqcadan düzgün proqnozlaşdırılaraq həyata keçirilən investisiya layihələri öz bəhrəsini verəcəkdir və bu da yekunda ölkədəki beynəlxalq standartlara cavab verən turizm obyektlərinin sayının artmasına gətirib çıxaracaqdır. Bu proses isə turizmin inkişafının nəticəsi olaraq ölkəmizə gələn turistlərin sayının artmasına səbəb olacaqdır.

Bütün bunları yekunlaşdıraraq görmək olar ki, istər dünyada, istərsə də Azərbaycanda turizmin maliyyə problemləri dünya iqtisadiyyatında cərəyan edən iqtisadi proseslərlə birbaşa bağlıdır. Əgər nəzəri baxımdan bu özündə iqtisadi qanunları, təbii prosesləri əhatə edirsə, praktik baxımdan turizm qlobal dünya iqtisadiyyatının bir tərkib hissəsi olaraq burada baş verən hadisələri özündə əks

etdirir. Mövzüboyu biz turizm sənayesinin davamlı inkişafının təmin edilməsi baxımından vacib olan əməkhaqqı sistemi, turizm məhsulunun qiymətinin hesablanması, turizm sferasında investisiyaların yönəldilməsi və ümumilikdə hazırkı müxtəlif və çoxşaxəli qarışıq iqtisadi proseslərin cərayən etdiyi bir dövrdə turizm sənayesinin düzgün idarəedilməsi və onun global bazarda mövqeyinin qorunub saxlanması ilə bağlı müxtəlif məsələləri əhatə edəcəyik. Hər bir istiqamət özlüyündə turizmin müxtəlif maliyyə problemlərini əhatə etdiyindən burada nəzəri-metodoloji baxımdan toxunduğumuz məsələləri praktik geniş izahat verməyə imkan olacaqdır.

3.3. Turizmin təşkili quruluşunun təkmilləşməsi

Turizm iqtisadiyyatı dövlət tərəfindən idarə olunur, onun fəaliyyəti tənzimlənir, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına və əhəlinin rifah halına müsbət təsir göstərir. Respublikamızda turizm iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- Hüquqi- normativ sənədlərin tərtibi ,fasiləsiz təhsil sisteminin həyata keçirilməsi və ixtisaslı turizm kadrlarının hazırlanması;
- Turizm sahəsində dövlət siyasətinin həyata keçirilməsi və onun inkişafında hüquqi bazanın yaradılması,dövlətlərarası əməkdaşlığın vahid formasının hazırlanması;
- Turizmlə məşğul olan istehlakçıların hüquqlarının qorunması, dünya standartlarına uyğun statistik sistemlərə keçilməsi ,informasiya şəbəkəsi, reklam işini sürətləndirmək,dünya turizm bazasında milli turizm məhsullarının satışının təşkili və s.;
- Turizm təşkilatlarının fəaliyyətini əlaqələndirən koordinasiya mərkəzi yaratmaq və s.;

Azərbaycanda turizm sahəsi üzrə dövlət siyasətini həyata keçirən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turizm sahəsində beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirir. Azərbaycan Respublikası hökuməti ilə 16 ölkə – Türkiyə, Pakistan,

Özbəkistan, Qırğızıstan, Çin, Polşa, İtaliya, Gürcüstan, Ukrayna, Rumıniya, Bolqarıstan, Belarus, Yunanıstan, Moldova, Qazaxıstan və Qətər hökumətləri arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında sazişlər imzalanıb. Azərbaycan bir sıra beynəlxalq və regional təşkilatlarda, o cümlədən Ümumdünya Turizm Təşkilatı, İslam Konfransı Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Beynəlxalq İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, Qara dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, GUAM, MDB üzv dövlətlərinin Turizm Şurası və digər regional təşkilatlar ilə turizm sahəsində əməkdaşlıq edir. 2006-sı il İslam Konfransı Təşkilatının turizm nazirlərinin V Konfransının Azərbaycanda keçirilməsi və Turizm üzrə Bakı Deklorasiyasının qəbul olunması Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı, infrastrukturun dünya standartları səviyyəsində qurulması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Son illər beynəlxalq turizmin inkişafı, respublikamızda turizm şirkətlərinin və mehmanxanaların sayının artması, ölkəmizdə turizm sektorunun dünya standartlarına uyğun səviyyədə inkişaf etdirilməsi Azərbaycanın dünya turizm bazarına inteqrasiyası istiqamətində aparılan ardıcıl işlərdəndir.

Respublikamızda 28 dövlətin səfirlik və diplomatik nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Bakı şəhərində 20 aviakompaniyanın, 35 bank və 21 sığorta şirkətlərinin xidmətlərindən istifadə olunur. Son illər ərzində turizm sahəsində sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məqsədilə bir sıra normativ-hüquqi sənədlər qəbul edilmişdir. 2001-ci ildə ölkədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin sayı 18 olduğu halda, bu gün onların sayı 250-dən artıqdır. Azərbaycanda mehmanxanaların sayı 2001-ci ildə 149, 2002-jü ildə 173, 2003-jü ildə 203, 2004-jü ildə 233, 2005-jü ildə 266, olduğu halda, bu gün Azərbaycanda 300 mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşdirmə obyektləri mövcuddur. Mehmanxanaların xidmət səviyyəsinin öyrənilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun qiymətləndirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı ilə «Turist-ekskursiya xidmətinin sertifikatlaşdırılması»nın keçirilməsi qaydaları təsdiq edilmişdir. Bu qaydalara əsasən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən ölkəmizdə fəaliyyət göstərən mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşdirmə obyektlərinin təsnifatı aparılır. Bu

günə qədər 39 mehmanxana – Bakı şəhərində 25, digər şəhər və regionlarda 14 mehmanxana təsnifatdan keçmişdir və göstərdikləri xidmətə uyğun dərəcələrə layiq görülmüşlər.

Azərbaycanda mütəmadi olaraq beynəlxalq tədbir və toplantıların keçirilməsini, respublikaya turist səfərlərinin ildən-ilə artımını nəzərə alaraq mehmanxanaların ilboyu istismarı beynəlxalq standartlara uyğun təmin olunur.

Ölkənin regionlarında turist zonalarının və marşrutlarının təşkil edilməsilə bağlı 7 marşrut istiqamətində proqramlar hazırlanmışdır. Bu marşrutlara aşağıdakılar daxildir:

1. Abşeron
2. Qobustan-Şamaxı-Ağsu-Göyçay-İsmayıllı-Kürdəmir-Zərdab-Ağdaş
3. Xızı-Siyəzən-Dəvəçi-Xaçmaz-Quba-Qusar
4. Qəbələ-Oğuz-Şəki-Qax-Zaqatala-Balakən
5. Gənjə-Goranboy-Xanlar-Gədəbəy-Tovuz-Qazax
6. Salyan-Masallı-Lerik-Lənkəran-Astara
7. Naxçıvan-Şahbuz-Şərur-Sədərək-Ordubad-Julfa-Babək

Turizm fəaliyyətinin ərazi təşkili ərazinin təbii-rekreasiya sərvətlərinin mövjudluğu şəraitində mümkün olur. Bu sərvətlərin dəyəri və ehtiyatlarından asılı olaraq, müxtəlif səviyyəli kurortların təşkilindən danışmaq olar. Bunların hər birinə hazırlıq səviyyəsi, sənədlərin təsdiqi və qərarların qəbulu xasdır. Burada təbii müalicəvi sərvətlərin axtarılması və ekspert qiymətləndirilməsi, iqlimin müalicəvi xüsusiyyətləri haqqında məlumatın olması ilk addım ola bilər. Qeyd edək ki, ərazinin turist rekreasion sənədlərinin hazırlanması işinin təşkilinin sifarişçisi qeyri-dövlət və kommərsiya strukturları ola bilər. Lakin müvafiq dövlət orqanların ijasəsi ilə ilk növbədə aşağıdakı sənədlər hazırlanmalı və müzakirə edilməlidir:

- ərazinin təbii-rekreasiya amillərinin keyfiyyəti haqqında elmi nəticələr;
- təbii-rekreasiya sərvətlərin ehtiyatı haqqında ekspert nəticə;

- müaliyə-sağlamlıq zonası, ərazisinin və onun hüdudları daxilindəki təbii sağlamlıq sərvətlərinin vəziyyəti haqqında dövlət ekolojiya və sanitar-epidemioloji ekspertizanın nəticələri;

- profil dəyişmə, yerdəyişmə və bağlanması lazım olan təbii-rekreasiya ərazisi hüdudlarında yerləşən sənaye, kənd təsərrüfatı və başqa müəssisələrin siyahısı;

- ərazinin topoqrafik planı, onların istehsalçıları haqqında məlumatlar.

Sənədlərə müəyyən müddət ərzində Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin rayonlararası ekspert şöbəsi tərəfindən baxılır. Hökumət qərarının qəbulundan sonra texniki-təşkilati tədbirlər həyata keçirilir:

- ərazinin abadlaşdırılması;
- təbii-rekreasiya sərvətlərin yenidən öyrənilməsi;
- sərhədlərin qoyulması və istehlak rejimi layihəsinin işlənilməsi;
- ərazidə sərvətlərin müəyyən olunması və vəziyyəti üzərində müşahidənin təşkili;
- ərazini əlverişli ekoloji və sanitar-epidemioloji vəziyyətdə saxlamaq, təbiəti qorumaq işlərin həyata keçirilməsi.

Turizmin ərazi təşkili zamanı bu əraziyə aşağıdakılar aid olmalıdır:

- bir və ya bir neçə unikal təbii-müaliyəvi sərvətlərə malik olmalıdır;
- bu sərvətlərin lazımi ehtiyatına malik olmalıdır;
- kurort tikintisi üçün geniş və münasib sahəyə malik olmalıdır;
- ekoloji və sanitar-epidemioloji normalara uyğun gəlməlidir;
- digər texniki təchizat mənbələrinə malik olmalıdır.

Daha sonra təbii-rekreasiya zonasının fəaliyyətdə olan zonaya çevrilməsi prosesi gedir. Məhz bu mərhələdə investorların maraqları reallaşır. Bura aşağıdakı mərhələlər daxildir:

1. Ərazinin planlaşdırılması və sanatoriya-kurort sahəsinin inkişafı nəzərə alınmaqla, turist-rekreasiya və kurort kompleksinin baş planı hazırlanır.

2. Cəlb olunan investisiyalar, büdcə, qeyri-büdcə vəsaitləri hesabına istirahət müəssisəsi və obyektlərinin iş layihəsi və tikintisi başlanılır.

3. Ərazinin əhəmiyyətli turist-kurort zonası kimi tanınması haqqında sənədlər hazırlanır:

- fəaliyyətdə olan turist-kurort obyektlərinin siyahısı;
- təbii-müalicə sərvətlərinin vəziyyəti haqqında balneoloji və onların ehtiyatları haqqında ekspert nəticələri;
- təbii müalicəvi və başqa təbii sərvətlərin, ərazinin vəziyyəti haqqında dövlət ekoloji və sanitariya-epidemioloji tədqiqatların nəticələri.

Ölkəmizdə turizm xidməti üçün çox əlverişli şərait var. Bu ondan irəli gəlir ki, respublikamızın hər cür təbii iqlim, landşaft şəraiti, iqtisadi imkanları və turizm obyektləri mövcuddur.

Bu nəticələrə əsasən dövlət əsas prioritet inkişaf istiqaməti kimi turizm xidmət sahəsini seçmişdir. Bu sahədə çoxlu dövlət tədbirləri görülmüşdür və davamı gözlənilir. Belə ki görülməli tədbirlərin əsasında Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı durur Dövlət Proqramı ölkədə turizmin rastlaşdığı problemlərin həll edilməsi və turizm sahəsinin daha da inkişaf etdirilməsinin təmin edilməsi üçün hazırlanmışdır. Dövlət Proqramının başlıca məqsədi Azərbaycanda yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə cavab verən müasir turizm sahəsinin formalaşdırılması və onun ölkə iqtisadiyyatının əsas inkişaf dayaqlarından birinə çevrilməsinin təmin edilməsidir. Bu məqsədə nail olunması aşağıdakı əsas vəzifələrin həllini nəzərdə tutur:

- ölkədə turizm infrastrukturunun yüksək beynəlxalq tələblər səviyyəsində qurulmasına istiqamətlənmiş məqsədyönlü fəaliyyətin həyata keçirilməsi;
- daxili və xarici investisiyaların turizm sahəsinə cəlb edilməsi məqsədilə bu sahədə təşviqləndirici investisiya və biznes mühitinin formalaşdırılması;
- turizm sahəsində qabaqcıl beynəlxalq təcrübədən istifadə edilməklə səmərəli dövlət tənzimlənməsi və idarə edilməsi mexanizmlərinin yaradılması;
- ölkənin turizm sahəsinin təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyət səviyyəsinin beynəlxalq standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi, dünya turizm xidmətləri bazarında ölkə turizminin rəqabət qabiliyyətinin artırılması.

Dövlət Proqramı aşağıdakı istiqamətlərdə məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- turizm sahəsində normativ hüquqi bazanın və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi;
- turizm və rekreasiya zonalarında müvafiq infrastrukturun yaradılması;
- ölkənin turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi;
- ölkənin bütün regionlarında turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması;
- turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi, yeni turizm marşrutlarının yaradılması;
- turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması məqsədilə mütərəqqi üsulların və standartların hazırlanması və tətbiq edilməsi;
- mehmanxanaların və digər turizm xidməti müəssisələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi;
- turizm sahəsi üçün kadr hazırlığı və ixtisasartırma sisteminin təkmilləşdirilməsi, xarici dövlətlərdə məqsədli təhsil üzrə layihələrin həyata keçirilməsi;
- Azərbaycanın milli-tarixi, mədəni və mənəvi irsinin, milli adət-ənənələrin dünyada təbliği, ayrı-ayrı regionların və şəhərlərin tarixini əks etdirən materialların nəşr etdirilməsi və yayılması, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiq edilməsi;
- milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının istehsalının və satışının təşviqi;
- turizmin inkişafı sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi.

Konkret layihələr çərçivəsində isə əsasən turizm xidmət siyasətində xarici investisiya siyasəti dayanır. Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 26 may tarixli göstərişi ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bu layihələr üzərində işləyir və yaxın gələcəkdə müsbət nəticələri gözlənilir. Layihələr aşağıdakılardan ibarətdir.

Qusar rayonu ərazisində “Şahdağ” Qış-Yay Turizm Kompleksinin daxili və xarici investisiyalar hesabına təşkili nəzərdə tutulmuşdur. Belə ki bu layihə üçün

minimal kapital qoyuluşu 1milyard ABŞ dolları daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 20 milyon nəfər nəzərdə tutulmuşdur.İcra olunacaqcoğrafi məkan Qusar rayonu Ləzə kəndi və Şahdağ ətəkləridir.Mütəxəssislərin rəyinə əsasən bu ərazilər daxili və xarici turizm dağ-xizək növünün təşkili üçün münasibdir.

Siyəzən rayonu ərazisində Xəzər dənizi sahili boyu daxili və xarici investisiya hesabına turizm kompleksinin yaradılması nəzərdə tutulub.Bu laihə üçün minimal kapiyal qoyuluşu 100 milyon ABŞ dolları daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon nəfər gözlənilir.

Lənkəran rayon ərazisində Xəzər dənizi sahili boyu və dağlıq ərazilərdə yeni turizm istirahət mərkəzinin yaradılması dağ idman növlərinin inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulub.Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 100 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək.

Gəncə şəhərində “Göy-göl” və Hacıkənd ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkill edəcək.

İsmayılı rayonu ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkill edəcək.Bu laihə sanatoriya-kurort və turizm bazarının yardılması üçün münasibdir.

Zaqatala rayonu ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkill edəcək.Bu laihə də həmçinin sanatoriya-kurort və turizm bazarının yardılması üçün münasibdir.

Şəki rayonu ərazisində analoji olaraq yuxarıda göstərilən 3 laihədəki kimi kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına

yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək.

Yuxarıda göstərilən 7 laihə ilə bağlı xarici investorların məlumatlandırılması üçün digər zəruri məlumatlar Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericilik aktlarını riayət etməkdən ibarətdir.

Ümumiyyətlə turizm xidmətinin bu xətlə inkişafı gələcək uğurlu turizm siyasətinin göstəricisidir və son olaraq "İqtisadiyyatı güclü olan ölkə hər şeyə qadirdir" sozlərini yada salaq. Ümummilli liderimiz Heydər Əliyev məhz bu sözlərlə iqtisadi inkişafımızın əsas xəttinin göstərmiş, gələcək rifahımızın və düşmən üzərində qələbənin yolunu bizə göstərmişdir. Zamanın tələbi olaraq haqqında danışılan bu və bunun kimi məsələləri həll etməklə Azərbaycanı təkcə neft ölkəsi kimi deyil, həm də hər cür potensiala malik və dünyəvi inkişafa layiq olan bir sivil turizm ölkəsi olduğunu nümayiş etdirə bilərik.

Nəticə və təkliflər

Amma bunlarla yanaşı turizm sahəsində çoxlu çatışmazlıqlar da göz önündədir. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Son 5 ildə Azərbaycan turizm xidmətinə xarici investitsiyanın çox az miqdarda qoyulması.(Müsbət göstərici kimi qeyd edim ki bu ildən müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi gözlənilir).
2. Hazırda respublikamızda Ümumdünya Turizm Təşkilatının tövsiyələrinə, BMT-nin Statistika Komissiyasının standartlarına uyğun olan, dünya təcrübəsinə cavabverən statistik məlumatlar mövcud deyil. Azərbaycana gələn turistlərin dəqiq sayı, onlara göstərilən xidmətə görə büdcəyə daxil olan vəsait, turist vizası ilə xarici ölkələrə səyahətə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı haqqında müxtəlif göstəricilər verilir. Dəqiq statistik məlumatların olmaması isə öz növbəsində turizm sahəsində mövcud olan vəziyyəti təhlil etməyi çətinləşdirir.
3. Bu sahədə sahibkarlıq fəaliyyətinin tam şəkildə formalaşmaması müəyyən çatışmazlıqların hələdə mövcud olması.Bu problemin də həlli prioritet xarakter təşkil edir.
4. Azərbaycanın turizm potensialından tam istifadə etməməsi.və.s

Bu və bu tip problemlərin həlli yaxın gələcəkdə gözlənilir və həmçinin yeni qəbul olunmuş turizm qanununda da öz əksini tapıb.

Beləliklə, bu sahənin inkişafında aşağıdakı təklifləri qeyd etmək istərdim:

1. Çay turizminin Azərbaycanda inkişaf etdirilməsi:Bunun üçün daha məqsəd yonlu Kür çayıdır.Bu istiqamətdə dövlət stimulu kimi ilk 5 ildə gəlir vergisi almamaqla sahibkarları cəlb edə bilər.Və beləliklə Kürsahili ətraf da abadlaşdırılaraq diqqət mərkəzində olar.Nəticədə bu ilki sel fəlakəti kimi gələcək fəlakətlərin qarşısı da alınmış olar.
2. Xəzərsahili ölkələr arasında birgə sazişlər vasitəsilə kurizlərin təşkil olunması və istiqamətlə regional turizmin təşkil edə bilər.

3. Dünya turizm bazarında yerimizi müəyyənləşdirmək üçün markalaşmanı təmin etməliyik. Müxtəlif turizm regionları, ölkələri müəyyən brendə sahib olurlar. Məsələn, bu gün Paris moda dünyası, Misir piramidaları, Argentina tanqo rəqsi, İspaniya öküz yarışı, Hollandiya gül-çiçəyi ilə dünyada məşhurdur. Qeyd etdiyim ölkələrə məxsus olan bu əsas amillər insanların beynində iz buraxaraq, müəyyən bir imic formalaşdırır. Ölkəmizdə də bu yöndə işlərin görülməsi vacibdi. Belə ki Azərbaycan 1 tərəfdən qədim tarixi digər tərəfdən isə tolerant ölkə kimi dünya dövlətlərinin diqqət mərkəzindədir. Bu və bu kimi faktorları nəzərə almaqla Azərbaycan kulyuroloqlarının diqqətini bu sahəyə yönəltmək lazımdır.

Ümumiyyətlə qeyri neft siyasətinin əsasını təşkil edən turizm xidmət sahəsi dövlətin diqqət mərkəzindədir. Bu sahənin inkişafı göz önündədir və gələcək güclü inkişafı gözlənilir.

Turizm sənayesi ölkələrin iqtisadiyyatı üçün vacib sahələrdən biri olub ilbəlil qlobal iqtisadiyyatda öz əhəmiyyətini artırmaqdadır. Hər il dünyada səyahət edən insanların sayının artması və bu sənaye sahəsindən əldə olunan gəlirlərin artımı onun qlobal əhəmiyyətini daha da artırır. Bu baxımdan turizm sənayesinin müxtəlif aspektlər üzrə təhlili, onun perspektivlərinin aşkarlanması, bu sənaye sahəsi ilə bağlı qlobal problemlərin aşkarlanması və s. məsələlər mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin maliyyə problemləri özündə əməkhaqqı, qiymətəmələgəlmə, investisiya və s. kimi mürəkkəb maliyyə proseslərini əhatə edir.

Mövzuboyu biz bu proseslərə müxtəlif aspektlərdən yanaşmağa çalışdıq və turizm sənayesinin davamlı inkişafı üçün onun maliyyə problemlərini və onların həlli yollarını göstərməyə çalışdıq. Turizm sənayesi dinamik bir sahə olduğundan onun sürətli inkişafı müxtəlif maliyyə problemlərinin də ortaya çıxmasına səbəb olur. Lakin qabaqcadan müəyyənləşdirilə bilən bu problemlərə təklif olunan həllər tətbiq edilməklə turizmin dinamik inkişafını təmin etmək mümkündür. İstər çox kiçik kapitalla turizm fəaliyyətinə başlamaq istəyən bir sahibkar, istər milyardlarla pulu turizm sənayesinə yönəltməyə hazır olan dövlətlər, istərsə də turizmin qlobal

səviyyədə inkişafını təmin etmək üçün fəaliyyət göstərən qurumlar bu problemlərə bələd olmalı və onların minimallaşdırılması üçün daima öz fəaliyyətlərini həyata keçirməlidirlər.

Əgər hər hansı bir turizm müəssisəsində turizm məhsuluna qiymətin təyin edilməsi, müəssisədə çalışanların əməkhaqqlarının müəyyənləşdirilməsi sahibkar üçün nə dərəcədə vacib bir prosesdirsə, ölkənin turizm sənayesinə böyük həcmərdə investisiyanın yönəldilməsini təmin etmək və onun səmərəli şəkildə idarəedilməsinə nail olmaq hər bir dövlət üçün vacib bir proses olmalıdır. Təcrübə göstərir ki, ölkəmizdə turizm sənayesinin sürətli inkişafına mane olan əsas səbəblər məhz elə onun maliyyə tərəfləri ilə bağlıdır. Bu gün ölkəmizdə turizm məhsula təyin edilən qiymət, turizm sənayesində çalışan işçilərin əməkhaqqları, turizm sənayesinə yönəldilən investisiyaların səmərəliliyi kimi məsələlər turizm sənayesi üçün əsas problemlərin sırasındadırlar. Bu problemlərin həlli müxtəlif səviyyələrdə, sahibkarlar üçün müəssisə səviyyəsində, dövlət üçün ümumi turizm sənayesi səviyyəsində, beynəlxalq təşkilatlar üçün global səviyyədə həyata keçirilən tədbirlərdən asılıdır.

Turizm sənayesində çalışan işçilərin əməklərinin sosial baxımdan ədalətli qiymətləndirilməsi hər bir müəssisə üçün çox vacibdir. Əgər turizm müəssisəsində çalışan işçi öz əməyi müqabilində lazımınca qiymətləndirilsə, onda həmin işçi bu sahədə öz karyerasını qurmaqda maraqlı olacaq və bu sənayedə özünü daha da uğurlu bir işçiyə çevirmək üçün öz bilik və təcrübəsini artırmaqda həvəsli olacaqdır. Belə bir işçi heyəti ilə istənilən bir turizm müəssisəsi öz müştərilərinə yüksək səviyyəli xidmət göstərərək müştəri məmnuniyyətinə nail ola bilər və nəticədə öz müştərilərinin sayını artırmaqla öz gəlirlərini də artırmaqla. Odur ki, hər bir müəssisə rəhbəri öz fəaliyyətində müəssisədə çalışan işçilərin əməkhaqqlarının təyin edilməsinə böyük diqqət ayırmalıdır.

Bazara çıxarılan turizm məhsulunun reallaşması ona təyin edilən qiymətdən çox asılıdır. Düzgün və bazara uyğun təyin edilmiş qiymət turizm məhsulunun satış həcmi artırmaqla artırmaqla və bunun nəticəsində müəssisələr timsalında ölkələr turizmdən böyük gəlirlər əldə edə bilərlər. Ölkəmizdə turizmlə bağlı qiymət siyasətində mövcud

olan problemlər turizm məhsulunun daha geniş həcmdə satılmasına mane olur. Respublikamızda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin əksəriyyətində turizm məhsuluna təyin olunmuş qiymət turizm məhsuluna qlobal səviyyədə qoyulan qiymətlərə uyğun gəlmir. Nəzərə almalıyıq ki, bu uyğunsuzluğu qabarıqlaşdıran ölkəmizdə xidmət səviyyəsinin aşağı olmasıdır. Turizmdə qiymətəmələgəlmə çox vacib bir prosesdir. Ona görə də hər bir turizm müəssisəsi bazara çıxardığı məhsulun qiymətini təyin edərkən turizm məhsulunun reallaşacağı ərazinin iqtisadi-sosial şəraitini nəzərə almalı və buna uyğun qiymət siyasətini həyata keçirməlidir.

Hər bir sənaye sahəsinin olduğu kimi turizm sənayesinin də inkişafı bura yönəldilən investisiyaların həcmindən asılıdır. Təcrübə göstərir ki, turizm sənayesi ona yönəldilən investisiyaları qısa zaman ərzində səmərəli edir və bu səbəbdən də investorlar üçün bu sənaye sahəsi çox cəlbedicidir. Bu cəlbediciliyi daha da artırmaq üçün ümumi investisiya mühitini münbitləşdirmək olduqca vacibdir. Ərazidə investisiyaların səmərə verməsi nə qədər onun idarəedilməsi mexanizmdən asılıdırsa, bir o qədər orada investisiya layihələrini uğurla həyata keçirmək üçün yaradılmış investisiya mühitindən asılıdır. Odur ki, ölkəmizdə də turizm sənayesinə yönəldilən investisiyaların həcmnin artırılması istiqamətində dövlət tərəfindən münbit investisiya mühiti təmin edilməlidir.

Dünyada baş verən iqtisadi böhran fonunda turizm sənayesinin davamlı inkişafının təmin edilməsi üçün onun maliyyə proseslərinin tənzimləmək olduqca vacibdir. Artıq dünyanın əksər inkişaf etmiş ölkələri öz iqtisadiyyatlarında islam maliyyə sistemini müxtəlif şəkildə tətbiq etməklə onun əhəmiyyətliliyinə öz dəstəklərini vermiş oldular. Qlobal iqtisadi böhrana səbəb olan dünya maliyyə böhranına əsas səbəb məhz faiz üzərində qurulmuş maliyyə sistemi göstərilir. Bundan fərqli olaraq islam maliyyə sistemi öz müştərisinə borcu faizlə yox, əməkdaşlıqla təklif edir. Hazırki dövrdə bu sistemin dünya ölkələrində əhəmiyyətliliyinin artması məhz elə bu amillə bağlıdır. Turizm sənayesinin də inkişafı baxımından ölkəmizdə də islam maliyyə sistemi yaxından öyrənilməli və onun perspektiv tətbiq istiqamətləri müəyyənləşdirilməlidir. Dünyada iqtisadi böhrandan çıxış yolları axtarıldığı

məqamda məhz islam maliyyə sistemi əsas çıxış yollarından biridir. Eyni zamanda turizmin davamlı inkişafı baxımından qlobal iqtisadi böhran fonunda onun inkişafını ləngidən maneələr aradan qaldırılmalı və bəzi qeyri-ənənəvi turizm xidmətlərinin bazara çıxarılması təmin edilməlidir.

Turizmin maliyyə problemlərinin həllinin bu sənaye sahəsinin inkişafı üçün vacibliyini nəzərə alaraq mövzunun yekunu olaraq növbəti təkliflər irəli sürülür:

- *Turizm sənayesində əməkhaqqı sistemi işçilərin ixtisaslaşma dərəcəsinə görə ədalətli şəkildə müəyyən edilməli və əməkhaqqları stimullaşdırıcı olmalıdır;*
- *Turizm məhsulunun qiyməti təyin edilərkən onun reallaşacağı ərazinin sosial-iqtisadi vəziyyəti qiymətləndirilməli və buna müvafiq siyasət həyata keçirilməlidir;*
- *Turizm sənayesinə yönəldilən investisiyaların həcmnin artırılması məqsədilə münbit investisiya mühiti yaradılmalı və turizm fəaliyyətinə öz investisiyalarını yatırmaq istəyən investorlar üçün müxtəlif güzəştlər tətbiq edilməlidir;*
- *Turizm sənayesinin inkişafına dəstək məqsədilə islam maliyyə sistemi öyrənilməli və onun turizm sənayesində tətbiqi istiqamətləri müəyyənləşdirilməlidir;*
- *Qlobal iqtisadi böhran şəraitində qeyri-ənənəvi turizm xidmətləri bazara çıxarılmalı və müştərilərin turizm məhsuluna maraqlarını artırmaq üçün səmərəli ola biləcək marketing tədbirləri həyata keçirilməlidir.*

Bu istiqamətlərdə həyata keçirilən tədbirlər turizm sənayesinin davamlı inkişafının təmin edilməsi üçün mühüm rol oynaya bilər. Bu tədbirlər hər hansı bir sərhəd tanımadan dünyanın istənilən bir yerində turizm sənayesinin inkişafına nail olmaq istəyən hər hansı bir sahibkar, investor, hökumət tərəfindən həyata keçirilərsə öz müsbət nəticələrini verəcəkdir. Bu isə yekun olaraq qlobal səviyyədə turizm

sənayesinin davamlı inkişafını təmin edəcək və bu da ölkələrin turizm sənayesinə öz müsbət təsirini göstərəcəkdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Əlirzayev Ə.Q. Aslanova S. İ. "Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri" Bakı 2006.
2. Bilalov B.Ə. "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi" Bakı-2002
3. «Turizmin əsasları»--İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva Bakı 2007
5. «Turizmin əsasları»--Soltanova H.B. , Hüseynova Ş.H. "Mütərqim" Bakı 2007
6. «Turizmin menecmenti»—Bilalov B.Ə. "Mütərqim" Bakı 2005
7. «Turizm və ekskursiya işinin təşkili və idarə edilməsi». Sabir Rəhimov "Mütərqim" Bakı 2004
8. Rəhmanov F.P. "Sosial sfera keçid iqtisadiyyatı şəraitində" Bakı 1998
9. Siyavuş Yeganlı E.Hacıyev "Turizm" Bakı 2001
10. Əlirzayev Ə.Q. "İqtisadiyyat: düşüncələr, baxışlar" Bakı, 2002
11. Əlirzayev Ə.Q. "İslahatlar və sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər" Bakı 2005
12. Abdullayev Ə.H. Azərbaycanda turizmin inkişafının iqtisadi-coğrafi problemləri, Bakı, 2006
13. Səfərov rəhman "Turizm sahəsində qiymətlərin formalaşması və inflyasiyanın ona təsiri" Məqalə Bakı 2010

İNTERNET MƏNBƏLƏRİ

14. www.firststeps.az
15. www.aseu.az
16. www.turizm.az
17. www.stat.gov.az.

РЕЗЮМЕ

Социально-экономическая результаты туризма

В диссертации рассматривается основным направлениям развитие социальных экономических проблем туризма.

Исследуется сущность и задачи развития туризма. Оценивается роли туризма в экономическом развития региона. Раскрывает по пути и методы совершенствования механизмов. Регулирования туризма для совершенствования развитие туризма предусматривается финансовым и маркетинговым методом планирования.

Дается рекомендаций для совершенствования механизмов управлением развитие туризма.

SUMMARY

Social-economic results of tourism

The dissertation examines the main directions of the development of social tourism economic problems.

Investigate the nature of the problem and the development of tourism . It evaluated the role of tourism in economic development of the region . Opens on ways and means to improve mechanisms . Regulation of Tourism for the improvement of tourism development provides financial and marketing planning method.

It makes recommendations for improving the management of tourism development mechanisms.

Magistrant Əvəzli Kənan Niyaz oğlunun “Turizmin sosial-iqtisadi nəticələri” mövzusunda magistr dissertasiya işinin

REFERATI

Turizmin inkişafı müasir dünya iqtisadiyyatı şəraitində özünün əhəmiyyəti və sosial-iqtisadi nəticələrinə görə mütərəqqi sahə kimi qiymətləndirilir. Turizm sferası iqtisadi və sosial potensialı olan ölkələr üçün struktur siyasətin və perspektiv bazar tipli iqtisadiyyatın prioritet istiqamətidir. Turizmin mövcud vəziyyəti onun ümumi daxili məhsulun artımı və sosial problemlərin həllində rolu ilə qiymətləndirilir. Turizmin səmərəsi onun iqtisadi artım və sosial problemlərin həllində rolu ilə ölçülür. Bu baxımdan turizmin inkişafının nəticələrinin proqnozu baxımından qiymətləndirilməsi, təşkilatı və planlaşma obyektı olaraq elmi cəhətdən aktualdır.

Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini sürətləndirmək məqsədilə onun amillərinin tədqiqi, planlaşması və səmərəli təşkili metodologiyası və modelləri nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin məqsədi turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək və onların yüksəldilməsi yollarını əsaslandırmaq təşkil edir. Qoyulan məqsədə uyğun aşağıdakı məsələlərə baxılması nəzərdə tutulur:

- turizmin sosial-iqtisadi mahiyyətini açmaq və onun inkişafını əsaslandırmaq;
- turizmin inkişafının zəruriliyini konseptual və sahələrin, regionların, inkişafı baxımından qiymətləndirmək;
- turizmin inkişafının regional və sosial problemlərin həlli baxımından təşkilininin xüsusiyyətlərini vermək;
- turizmin marketing planlaşmasının əsas istiqamətlərini göstəricilər və meyllərini vermək;
- turizmin təşkilinin metodları və əsas yollarını vermək.

Turizmin inkişafının metodlarının əsasını turizm haqqında qanun, sosial-iqtisadi normativlər, turist firmaları və fəaliyyətinin əsas xüsusiyyətləri təşkil edir. Dissertasiya işinin yazılmasında respublikada turizmin inkişafının əsas göstəriciləri,

dinamikası, turizm və mədəniyyət nazirliyinin statistik materialları, elmi-metodiki məqalələr və xarici ölkələrin turizm fəaliyyətində əsas xüsusiyyətləri və modelləri istifadə edilmişdir.

Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrinə dair bir sıra araşdırmalar aparılsa da, kompleks fəaliyyət növü olaraq onun sistemli təsviri və tədqiqinə az işlər tətbiq edilmişdir. Ona görə də dissertasiya işi öz problemləri və araşdırma metodlarına görə aktualdır və yeniliklər kəsb edir. Dissertasiya işinin yeniliyi aşağıdakılardır:

- Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti açıqlır və onun inkişafı əsaslandırılır;
- Turizmin konseptual inkişaf istiqamətləri və nəticələri əsaslandırılır;
- Turizmin inkişafının ərazi və sosial problemləri əsaslandırılır və onun yolları verilir;
- Turizmin marketinq planlaşmasının xüsusiyyətləri və planlaşma texnologiyaları verilir;
- Turizmin inkişafının maliyyə problemləri və maliyyə mənbələrinin təkmilləşməsi istiqamətləri verilir;
- Turizmin metodları və yolları proqnozlaşdırılır.

Dissertasiya işinin nəticələri nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin sosial-iqtisadi nəticələrini proqnozlaşdırmaqla onun təşkili yolları idarəetmə üçün əhəmiyyətlidir. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və təkliflərdən ibarətdir.

Onun birinci fəsili “Turizmin inkişafının mahiyyəti və əsas problemləri” adlanır. Bu fəsildə turizmin nəzəri və praktiki tərəfləri xüsusiyyətləri tədqiq olunur.

İkinci fəsil “Turizmin sosial-iqtisadi inkişafı ilə əlaqəsi” adlanır. Bu fəsildə əsas nəticələr və sosial-iqtisadi istiqamətlər əlaqəli öyrənilir.

Üçüncü fəsil “Turizmin inkişafına təsir edən amillərin tənzimlənməsi” adlanır. Nəticə və təkliflər turizmin təkmilləşməsi sxemini verir.

