

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Mədətov Ramin Müsahib oğlu

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM SEKTORUNUN
CARİ VƏZİYYƏTİNİN STATİSTİK TƏDQIQI

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı:

060406 - STATİSTİKA

Elmi rəhbər:

Dos. İ.Q.Hüseynli

Magistr proqramının rəhbəri:

Dos.V.E. Teymurova

KAFEDRA MÜDİRİ:

Prof. S.M. Yaqubov

BAKİ - 2015

MÜNDƏRİCAT

<i>GİRİŞ</i>	3
<i>FƏSİL 1. Ölkənin sosial - iqtisadi inkişafında turizm sektorunun rolu və onun inkişafının statistik öyrənilməsi zəruriliyi</i>	6
1.1 Turizm xidməti bazarının sosial-iqtisadi əhəmiyyəti.....	6
1.2. Turizm xidməti bazarının formalaşması və inkişafı amillərinin təsnifatı.....	13
1.3. Turizm xidməti bazarının statistik öyrənilməsinin əhəmiyyəti və statistikanın vəzifələri.....	22
1.4. Turizm xidməti bazarının statistik təhlilinin informasiya bazası və onun statistik göstəricilər sistemi	27
<i>FƏSİL 2. Azərbaycanda turizm xidməti bazarının iqtisadi - statistik təhlili.....</i>	34
2.1. Ölkənin turizm xidməti bazarının inkişafının əsas göstəricilərinin təhlili	34
2.2. Ölkədə turizmin inkişafının regional differensiasiyasının statistik təhlili.....	45
2.3. Turizmin inkişafının iqtisadi inkişafa təsirinin statistik qiymətləndirilməsi.....	52
2.4. Turizm xidməti bazarının əsas göstəricilərinin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması.....	64
<i>NƏTİCƏ</i>	71
<i>ƏDƏBİYYAT</i>	75

GİRİŞ

Tədqiqat mövzusunun aktuallığı. İqtisadi baxımdan turizm dünya təsərrüfatının aparıcı və ən dinamik sahələrindən biridir. Bu sürətli artım tempi ilə o, yüzilliyin iqtisadi fenomeni kimi qəbul edilmişdir. Turizm iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan bir çox dünya ölkələrinin fundamental əsasıdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına görə turizm dünya üzrə Ümumi Milli Məhsulun 11-12%-ə bərabərdir. Ümumi kapital qoyuluşunun 7%-i, dünya istehlak xərclərinin 11%-i, dünya ixracat gəlirlərinin təxminən 7%-i turizmin payına düşür və yalnız neft və neft məhsullarının və avtomobil ixracından daxil olan gəlirlərdən mütləq ifadədə geri qalır. Dünyada 15 iş yerindən biri turizm sənayesinin payına düşür.

Bəzi ölkələrdə turizm büdcə gəlirlərinin dördüdə bir hissəsini, hətta daha çox təşkil edir. Fransa, İspaniya, İsveçrə, İtaliya, Macarıstan və Çexiyada Ümumi Milli Məhsulun 15%-dən 35%-ə qədər turizm sənayesindən əldə edilir. Kipr üçün bu göstərici 45%-dən çoxdur.

Turizm iqtisadiyyatın mühüm sahələrinə əhəmiyyətli təsir göstərir: nəqliyyat və rabitə, tikinti, kənd təsərrüfatı, ticarət, istehlak mallarının istehsalı və s. Turizm sənayesinin təqdim etdiyi xidmətlərin həcmnin dinamik artması digər sahələrlə müqayisədə iş yerlərinin daha çox artmasına gətirib çıxarır. Valyuta daxilolmalarının və beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsi mənbəyi kimi turizmin əhəmiyyəti daimi artır. Deməli, turizm sosial-iqtisadi inkişafın özünəməxsus hərəkətverici qüvvəsi kimi çıxış edir.

Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatının müasir inkişafının əsasını neft sənayesi təşkil edir. Bu strategiyanın əsas müddəalarından biri neftdən gələn gəlirlər hesabına qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirməklə, innovasiya yönümlü iqtisadiyyat formalaşdırmaq və bu kontekstdə iqtisadi inkişafın davamlı olmasını təmin etməkdir. Qeyri-neft sektorunun mühüm sahələrindən biri də turizmdir. Azərbaycan turizmi inkişaf etdirmək üzrə mühüm potensiala malikdir. Bu potensialın öyrənilməsi, onun nəticəsində düzgün turizm siyasətinin həyata keçirilməsi bu sektorun inkişafı üçün çox vacibdir.

Bununla yanaşı beynəlxalq turizm bazarına integrasiya olunan Azərbaycan turizm bazarı yüksək potensiala malikdir və onun tam reallaşdırılmasına nail olmaq prioritet məsələlərdən biridir. Bu problemlərin həll edilməsi turizm sənayesinə dövlət dəstəyinin olmasını, onun inkişaf etdirilməsində böyük şirkətlərin, turizm obyektlərinin, otellərin, restoranların fəaliyyətinin məqsədəuyğun şəkildə qurulmasını, müvafiq proqramların həyata keçirilməsini, həmçinin turizm bazarının dərin və hər tərəfli təhlili və monitorinqinin aparılmasını, onun fəaliyyət xüsusiyyətlərinin aşkar edilməsini, rəqabətqabiliyyətiyyətinin qiymətləndirilməsini, perspektiv inkişaf istiqamətlərinin proqnozlaşdırılmasını və s. tələb edir. Deməli, müasir dövrdə ölkənin turizm bazarının cari vəziyyətinin və perspektiv inkişaf istiqamətlərinin statistik qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. Turizm bazarının nəzəri və metodoloji məsələlərinə çoxlu sayda elmi-tədqiqatlar həsr olunmuşdur. Lakin müasir dövrdə turizm bazarının fəaliyyət miqyasının genişlənməsi, ona təsir edən endogen və ekzogen amillərin sayının artması yeni yanaşma əsasında turizm bazarının statistik tədqiqini və eyni zamanda bu sahə statistikasının beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasını zəruri edir. Müasir dövrdə qeyd edilən problemin bir çox tərəflərinin tədqiq edilməməsi mövzunun seçilməsinə əsas vermişdir.

Tədqiqat işinin məqsədi ölkənin turizm bazarının müasir vəziyyətini statistik qiymətləndirmək, onun perspektiv inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və əsaslandırmaqdan ibarətdir.

Müəyyənləşdirilmiş məqsədə nail olmaq üçün **aşağıdakı vəzifələrin** həll edilməsi zəruri hesab edilmişdir:

- turizm xidməti bazarının sosial-iqtisadi əhəmiyyətini araşdırmaq,
- turizm xidməti bazarının formalaşması və inkişafı amillərini təsnifatlaşdırmaq,
- turizm xidməti bazarının statistik öyrənilməsinin əhəmiyyətini araşdırmaq və statistikanın vəzifələrini müəyyənləşdirmək,
- turizm xidməti bazarının statistik təhlilinin informasiya bazasını və onun statistik göstəricilər sistemini araşdırmaq,

- Ölkənin turizm xidməti bazarının cari vəziyyətini statistik təhlil etmək,
- Ölkədə turizmin inkişafının regional differensiasiyasını statistik təhlil etmək,
- turizm sənayesinin iqtisadi inkişafa təsirini statistik qiymətləndirilmək,
- turizm xidməti bazarının əsas göstəricilərini proqnozlaşdırılmaq.

Tədqiqatın predmeti və obyekt. Tədqiqatın predmetini turizm sənayesinin cari və perspektiv inkişaf meylinin statistik təhlili, obyekt isə ölkənin turizm bazarıdır.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Ölkənin sosial - iqtisadi inkişafında turizm sektorunun rolu qiymətləndirilmiş və onun inkişafının statistik öyrənilməsi zəruriliyi əsaslandırılmışdır,
- turizm xidməti bazarının formalaşması və inkişafı amillərinin təsnifatı verilmişdir,
- turizm xidməti bazarının statistik informasiya bazasının formalaşdırılması istiqamətləri və onun statistik göstəricilər sistemi müəyyənləşdirilmişdir,
- ölkənin turizm bazarının regional inkişaf xüsusiyyətləri aşkar edilmişdir,
- Turizm sferasında proqnozlaşdırma metodlarının təsnifatı verilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin illik məcmuələrinin məlumatları, xüsusi tədqiqat materialları, kütləvi informasiya vasitələrinin məlumatları, həmçinin elektron informasiya vasitələrində verilən məlumatlar təşkil edir.

Tədqiqat prosesində statistika nəzəriyyəsinin metodlarından, o cümlədən mütləq, nisbi və orta kəmiyyətlər və qrafik metodundan, korrelyasiya - reqressiya üsulundan, dinamika sıralarının təhlili göstəricilərindən, müxtəlif proqnozlaşdırma metodlarından və s. geniş istifadə edilmişdir.

Dissertasiya işinin strukturu giriş, iki fəsil, nəticə və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. İşdə 7 cədvəl, 1 sxem və 5 qrafik verilmişdir. Dissertasiya işinin ümumi həcmi 76 səhifədən ibarətdir.

FƏSİL 1

ÖLKƏNİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFINDA TURİZM SEKTORUNUN ROLU VƏ ONUN İNKİŞAFININ STATİSTİK ÖYRƏNİLMƏSİ ZƏRURİLİYİ

1.1. Turizm xidməti bazarının sosial-iqtisadi əhəmiyyəti.

Turizm müasirliyin mürəkkəb sosial-mədəni və iqtisadi hadisəsidir və onun müxtəlif tərəfləri bəzi elm nümayəndələrinin müzakrə dairəsinə daxildir. İqtisadçılar, sosioloqlar, pedoqoqlar, psixoloqlar, tarixçilər, mədəniyyətçünaslar, hüquqşünaslar turizmin nəzəri və praktiki problemlərini “özlərinki” hesab edir. Bu onun mahiyyətinə dair çoxlu sayda yanaşmaları ortaya çıxmasına zəmin yaratmışdır.

Turizmin mahiyyətinə daha dəqiq izah verən Bern Universitetinin professorları V.Huanziker və K.Krapf olmuşdur və sonradan o, turizm üzrə elmi ekspertlərin Beynəlxalq assosiasiyası tərəfindən qəbul edilmişdir. Bu alimlər turizmi insanların səfəri nəticəsində yaranan elə hadisə və qarşılıqlı münasibətlərdir ki, bu daimi yaşamaqla və hər hansı bir faydanın əldə edilməsi ilə bağlı olmasın.

İlk rəsmi tərif 1954-cü ildə BMT tərəfindən qəbul edilmişdir. Belə ki, turizm sağlamlığın möhkəmlənməsinə təsir edən fəal istirahət, daimi yaşayış yerindən kənara hərəkəti ilə bağlı insanın fiziki inkişafıdır.

Bu anlayışın daha geniş xarakteristikasını Monte-Karlı Turizm Akademiyası vermişdir. Onların izahına görə turizm - sağlamlıq məqsədləri, sərbəst vaxtda maraqlı zövqlərinin təmin edilməsi yaxud müvəqqəti olduğu yerdə ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmadan peşəkar-işgüzar məqsədlər üçün insanların daimi yaşayış yerindən müvəqqəti çıxmasının bütün formaları üçün ümumi anlayışdır (8).

İqtisadi elmi baxımından turizm ayrı-ayrı ölkələrin milli təsərrüfatları çərçivəsində ayrı-ayrı üsürlər arasında, bütövlükdə milli iqtisadiyyatın dünya təsərrüfatı ilə müxtəlif növ əlaqələrin böyük iqtisadi sistemi, həmçinin turizm resurslarına malik müxtəlif təşkilatların turizm mal və xidmətlərinin istehsalı və satışı daxil olan iqtisadi fəaliyyət sferasıdır.

Sosial-mədəni sferada turizm sərbəst vaxtdan istifadə edikəməsi formasında həyatın beynəlmiləşməsi şəraitində xüsusi növ şəxslərarası fəaliyyətə, siyasi, iqtisadi və mədəni əlaqələr prosesində şəxslərarası əlaqəyə çevrilən vasitədir.

Asudə fəaliyyət növü kimi turizm insanların istirahət, əylənmə, sağlamlıq tələbatlarını ödəmək, həmçinin səfər etdiyi yerdə ödənişli işlə məşğul olmadan peşəkar yaxud hər hansı bir digər problemini həll etmək məqsədilə əsas iş vaxtından azad vaxtda öz ölkələri çərçivəsində yaxud digər ölkəyə daimi yaşayış yerindən müvəqqəti yerini dəyişməsidir.

Turizmin klassik tərifinə gəldikdə isə onu belə ifadə etmək olar. Turizm insanların zövq almaq və istirahət etmək, sağlamlıq və müalicə, qonaq, dini yaxud peşəkar-işgüzar məqsədilə öz ölkələri daxilində digər yerlərə yaxud daimi yaşayış yerindən digər ölkələrə müvəqqəti yerini dəyişməsidir. Bu zaman səfər etdiyi yerdə yerli maliyyə mənbələrindən ödənişli işlə məşğul olmamalıdır (5).

Turizmin inkişafı prosesində bu anlayışa müxtəlif izahlar ortaya çıxmışdır. Bununla yanaşı aşağıdakı kriteriyaların da xüsusi əhəmiyyəti vardır:

Yer dəyişiklik. Bu halda söhbət adi mühitdən kənarda olan yerə səfərin həyata keçirilməsindən gedir. Lakin gündəlik ev, iş yeri yaxud təhsillə bağlı səfərlər həyata keçirən şəxslər turistlər hesab edilmir, ona görə ki, bu səfərlər (hərəkətlər) onların adi mühitindən kənara çıxmır.

Başqa yerdə olma. Başqa yerdə olmanın başlıca şərti daimi yaxud uzunmüddətli yaşama yerinin olmamasıdır. Bundan başqa bu səfər əmək fəaliyyəti ilə bağlı olmamalıdır. Bu tərəfi ona görə nəzərə almaq lazımdır ki, əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan insanın davranışı turist davranışından fərqlənir və onu turizmlə məşğul olan kimi təsnifatlaşdırmaq olmaq. Digər bir şərt səfər edənlər getdikləri yerdə 12 ay və çox olmamalıdır. Turizm baxımından müəyyən yerə gedib yaxud getməyi planlaşdıran şəxs orada bir il yaxud çox qalarsa o, miqrant yaxud daimi yaşayan hesab edilir və ona görə də turist adlandırılı bilməz.

Getdiyi yerin mənbəyindən əmək haqqı. Bu kriteriyanın mahiyyəti ondan ibarətdir ki, səfərin başlıca məqsədi getdiyi yerin mənbəyindən ödənilən fəaliyyət olmamalıdır. Hər hansı bir ölkəyə işləməyə gedən və həmin ölkənin mənbəyindən

əmək haqqı alan şəxslər miqrant hesab edilir. Bu yalnız beynəlxalq deyil, həm də bir ölkə daxilindəki turizmə də aiddir. Bir ölkə (yaxud digər ölkəyə) daxilində digər yerə səfər edən hər bir şəxs həmin yerin (digər ölkənin) mənbəyi hesabına fəaliyyət həyata keçirirsə onda o, həmin yerin turisti hesab edilmir.

Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununda turizm - Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının, əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin müvəqqəti olacağı ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərtlə istirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idraki (tarix və mədəniyyətdən sərvətlərindən bəhrələnmə və sair), iş-peşə (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna olmaqla), idman və dini məqsədlərlə daimi yaşayış yerlərindən müvəqqəti getmələri (səyahətləri) kimi şərh edilir (1).

Dünya təcrübəsində turizmin rolu daimi artır. Hasilat və neft emalı sahələrindən sonra gələn iri, yüksək gəlirli və daha dinamik sahə olan turizm yür kürəsinin istehsal-xidmət bazarının dövriyyəsinin 10%-i təmin edir. Dünyanın Ümumi Milli Məhsulunun 6%-i, dünya investisiyasının 7%-i, 16 iş yerindən biri, dünya istehlak xərclərinin 11%-i, bütün vergi daxilolmalarının 5%-i turizm sferasının payına düşür.

Turizmin, xüsusilə beynəlxalq turizmin siyasi əhəmiyyəti müxtəlif ölkələrin vətəndaşları arasında qarşılıqlı yaxınlaşmadan, fikirlərin və baxışların mübadiləsindən ibarətdir. Turizm dinc əməkdaşlıq üçün əsas olaraq xalqlar arasında əlaqələri qurmağa kömək edə bilər və dünyanın möhkəmləndirilməsinin yollarından biri ola bilər. Xarici turizm hər hansı bir ölkəni və onun vətəndaşlarını tanımağın yaxşı formasıdır. Kitabdan, radiodan, kinodan, televiziyadan hər hansı bir ölkə haqqında əldə edilən təsəvvürlər çox vaxt reallığa uyğun gəlməyə bilər. Beynəlxalq turizm zamanı həmin ölkə ilə birbaşa əlaqə düşüncədə yer almış yanlışlıqları dəyişə bilər.

Turizmin tərbiyəvi əhəmiyyət ölkənin və dünyanın müxtəlif məkanlarını gəzməklə, ictimai həyatda baş verənləri müşahidə etməklə, iqtisadiyyatın və mədəniyyətin nəliyyətləri ilə tanış olmaqla gəzinti iştirakçılarının şüurunun yüksəlməsindən ibarətdir.

Turizmin mədəni əhəmiyyəti yeni şəhərlərlə, insanlalar, onların tarixləri və adətləri, incəsənətdəki, arxitekturaldakı, teatr həyatındakı, ədəbiyyatdakı, musiqidəki nəliyyətlərlə tanış olmaqla, həmçinin xarici dil biliklərini təkmilləşdirməklə şəxsi mədəniyyətin zənginləşməsindən ibarətdir.

Turizmin ictimai əhəmiyyəti həmrəyliyin, yoldaşlığın və artmasında, turist səfəri iştirakçılarının qarşılıqlı xeyirxahlığının, müstəqilliyin, vicdanlılığın, məsuliyyət hissinin və intizamın, təbiətə və yerli insanlara düzgün münasibətin artmasında təzahür edir.

Turizmin bioloji əhəmiyyəti əlverişli iqlim şəraitində olam, fiziki gücün bərpası və mənəvi istirahətdir. Bunu nəticəsi sağlamlığın yaxşılaşması, özünü yaxşı hiss etmə, əməkqabiliyyətinin və işləmək arzusunun yüksəlməsidir ki, bu da öz növbəsində əmək məhsuldarlığının artmasına səbəb olur.

Turizmin iqtisadi əhəmiyyəti ilk növbədə turistlərin tələb və təklifində təzahür edir və təlabatlar üç qrupa bölünür: əsas, spesifik və əlavə. Turistlərin əsas təlabatlarına yerdəyişmə, yerləşmə və qida aiddir. Turistlərin spesifik təlabatlara səfərin başlıca məqsədləri olan müalicə, təssürat almaq, ünsiyyət, əyləncə və s. aid edilir. Turistlərin əlavə təlabatları xidmət, ticarət, mədəniyyət və əyləncə müəssisələri tərəfindən təmin edilir.

Sosial-iqtisadi hadisə kimi turizm mürəkkəb və coxcəhətlidir. Turizm xidmətinin istehlakçıları üçün o müxtəlif məqsədli səfərdir. Turizm sənayesinin nümayəndələri üçün bu kapital cəlb edilməsi sferası, həmçinin potensial müştərilərin təlabatının formalaşdırılması və təmin edilməsinə istiqamətlənən fəaliyyət sahəsidir.

Turizmin ölkənin iqtisadi həyatına təsiri aşağıdakılarla bağlıdır. Turizm dünya təsərrüfatının ən gəlirli və intensiv inkişaf edən sahələrindən biridir. Dünyada mal və xidmətlərin ixracının ümumi həcmində turizmdən daxil olan gəlirlər neft və neft məhsullarının ixracından sonra ikinci yerdə qərarlaşdır (10).

Turizmin fəal inkişafının məqsədmüvafiqliyi turist və oxşar xidmətlərin göstərilməsi ilə ölkəyə valyuta daxilolmalarının artırılması zəruriliyi ilə şərtlənir. Bu ölkə vətəndaşlarının xaricdə turizm xidmətinə xərclədiyi pul vəsaitlərini balanslaşdırmağa imkan verir. Belə müsbət meyl avtomatik olaraq öz ifadəsini

xidmətlər balansının saldosunda tapır. Bundan başqa turizm biznesinin prioritetliyinin müəyyən edilməsi və onun dövlət tərəfindən dəstəklənməsi ölkəyə xarici investisiya (o cümlədən birbaşa, yəni turizm sferasında birgə müəssisələrin yaradılması) axınını sürətləndirə bilər, həmçinin turizm infrastrukturunun (hotel və restaran biznesi) inkişafına səbəb ola bilər.

Onu da qeyd edək ki, turizm infrastrukturuna qoyulan vəsaitin qaytarılma dövrü ən tezdir.

Turizmin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, turistlərin tələb və istehlakı vasitəsilə iqtisadiyyata təsir göstərir. Turist istehlakının xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, mallar istehlakçıya çatdırılmır, istehlakçı turist mal və xidmətlərin istehlakı və istehsalı yerinə gəlir. Məhz turizm istehlakı vasitəsilə ölkənin yaxud ayrı-ayrı regionların təsərrüfat fəaliyyəti stimullaşdırılır. Hotellərin, qida müəssisələrinin, nəqliyyat müəssisələrinin, idman obyektlərinin, mədəniyyət idarələrinin və s. gəlirləri artır, məişət xidməri, rabitə və nəqliyyat xidməti müəssisələrinin inkişafı stimullaşdırılır. Yerli sənətkarların məmulatlarına suvenirlərinə tələbat yüksəlir ki, bu da həmin regionun reklam məqsədlərinə xidmət edir. Həm xüsusi, həm də ictimai təyinatlı ticarət müəssisələrinin maldövriyyəsi artır.

Turizm vasitəsilə (turist, istirahət müəssisələrindən alınan vergilər, gömrük vergiləri və digər yığımlar) dövlət və yerli büdcələrə daxilolmaların təmin edilməsinin də böyük əhəmiyyəti vardır.

Elmi-texniki tərəqqi müasir cəmiyyət həyatını köklü şəkildə dəyişmişdir. Onun xarakterik xüsusiyyətləri əməyin intensivliyinin yüksəlməsi, istehsalın avtomatlaşdırılması və kompyuterləşməsi, işdə və məişətdə gərginliyin artması, şəhər həyatı və təbii təcrid olunmasıdır. Bütün bunlar insanda fiziki və psixoloji yorğunluğun yaranmasına gətirib çıxarır ki, bu da həyat və əmək fəaliyyətinin azalmasına təsir edir.

İstirahətin çoxplanlı və fəal forması kimi turizm insanın istehsal və məişətdə xərclədiyi gücü və daxili ehtiyatlarını tam və hərtərəfli yeniləməyə imkan verir. O, daimi yaşayış yerini müvəqqəti tərk etməyə, adət etdiyi vəziyyətin və həyat tərzinin fəaliyyət xarakterini dəyişməyə imkanlar yaradır. İnsanın əməkqabiliyyətinin və

gücünün və bütövlükdə cəmiyyətin psixofizioloji resurslarının bərpasındaturizmin səmərəliliyi turizm fəaliyyəti növlərinin müxtəlifliyindən və fəallığından asılıdır.

Bunda başqa turizm sənayesinin inkişafı yerli əhalinin məşğulluq problemini həll etməyə imkan verir, həm də turizm turistlərə xidmət etməklə məğul olan böyük sayda işçiləri olan əmək tutumlu sahələrdən biridir. Təcrübə göstərir ki, bir turistin qəbul edilməsi və ona xidmət göstərilməsi 5-7 adam iş yerini təmin edir ki, bu da işsizlik sahəsindəki gərginliyi əhəmiyyətli dərəcədə yumşaltmağa kömək edir.

Turizm pul vəsaitlərinin axınını təmin edərək, turizm sənayesi müəssisələrinin və onun işçilərinin gəlirlərini artıraraq, turistlərə və yerli əhaliyə istiqamətlənən regionun təsərrüfat fəaliyyətini inkişaf etdirərək, turist regionunun əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə təsir edir.

Turizmin cəmiyyətdə və mədəni həyatda yeri, rolu və əhəmiyyəti onun əsas funksiyaları ilə müəyyən edilir:

- öz-özünü fəallaşdırma tələbatının təmin edilməsi,
- bu fəaliyyət vasitəsilə mədəniyyət haqqındakı yeni bilikləri fəal əldə etmək üçün imkanların verilməsi,
- ünsiyyət sərhədlərinin genişlənməsi və möhkəmlənməsi,
- sosial və mədəni normaları mənimsənək imkanları ilə bağlı şəxsiyyətin sosiallaşması və mədəniləşməsi,
- motivasiya, yəni bu fəaliyyət növü insanın təfəkküründə davranış idialı və nümunəsinin, hətta həyat tərzinin formalaşmasına səbəb ola bilər (8,24).

İctimai həyat üçün turizmin sosial əhəmiyyəti insanın əmək qabiliyyətinin və cəmiyyətin psixofizioloji resurslarının bərpa edilməsindən, sərbəst vaxtdan səmərəli istifadə edilməsindən, iş yerlərinin yaradılmasından və əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsindən, yerli sakinlərin mədəniyyətinə təsir etməsindən, sahibkarların və məşğul əhalinin gəlirlərinin təmin edilməsində, ətraf mühitin qorunub saxlanması və bərpasına istiqamətlənən turizmin ekoloji təhlükəsizliyindən ibarətdir.

Turizm müəssisələri insanlara öz xidmətlərini təklif edərək onları turizm istirahətinə cəlb edir. Turistlər istirahət günlərini, məsuniyyətlərini, tətillərini faydalı və səmərəli keçirmək imkanları əldə edirlər. Turiz klublarının inkişafı gəncləri

əyləncəli və maraqlı səfərlərə cəlb etməyə kömək edir və sağlam nəslin formalaşmasına səbəb olur. Cəmiyyətin mənəvi və fiziki sağlamlığı turizm müəssisələrinin öz vəzifələrini yerinə yetirilməsindən asılıdır.

Psixi və fiziki gücün bərpasından başqa turizmə əyləncə, xarakterin dəyişməsinə təmin edən fəaliyyət növü və ətraf mühit, yeni təbiət, mədəniyyət və s. hadisələrini fəal tanımaq da daxildir.

Turizm sənayesinin inkişafı həm iqtisadi, həm də sosial problemlərə aid olan məşğulluq problemin həll etməyə imkan verir. Turizm iqtisadiyyatın ən əmək tutumlu sahələrindən biridir və ona görə də onun inkişafı işsizliyin azaldılmasına gətirib çıxara bilər. Turizm sənayesində iş yerlərinin sayı 200 milyonu keçmişdir. Bu işə ümumi iqtisadi fəal əhalinin 8%-dir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm sənayesi digər regionlardan əlavə əmək resursları cəlb edərək həmin yerin əhalisini artırır.

Turizm əhalinin həyat səviyyəsinə birbaşa və dolay təsir edir. Birbaşa təsir turizm firmalarının gəlirlərinin artmasında və onların işçilərinin rifahının yaxşılaşmasında təzahür edir. Dolay təsir nəinki gələn turistlərə, həm də yerli əhaliyə istiqamətlənən geniş xidmət şəbəkəsinin formalaşmasında, turizm infrastrukturunun inkişafında özünü göstərir.

Iqtisadiyyatın digər sektorlarının işləri ilə müqayisədə turizm xidmətində çox vaxt ödəmə yaxşı olur və ona görə də bu sferada işə tələb yüksəkdir. Turizm ailənin quruluşuna da təsir göstərir. İşləyənlərin məkiyyə müstəqilliyi nəticəsində valideynlər və uşaqlar arasında münasibətlər, həmçinin ailədə qadının vəziyyəti dəyişir.

Beləliklə, araşdırmaya əsaslanaraq iqtisadiyyatın gəlirli və dinamik inkişaf edən sahəsi kimi turizmin inkişafının üstünlüyünə Ölkəyə pul axınlarının, o cümlədən xarici valyutanındaxilolmasının artması, vergi daxilolmalarının artması, ümumi daxili məhsulun artması, yeni iş yerlərinin açılması, həm turistlərin, həm də yerli əhalinin istifadə etdiyi istirahət infrastrukturunun inkişafı və s., mənfi nəticələrinə isə yerli mal və xidmətlərin istehsalı, təbii rəsurslardan və daşınmaz əmlakdan istifadə sahəsində rəqabətin artması, turis idxalında xaricə pulun axması, turizmin səbəb olduğu ekoloji və sosial problemlər, əgər regionda turizm sahəsinə prioritetlik

verilərsə iqtisadiyyatın digər sahələrinin kifayət qədər inkişaf etməməsini və s. aid etmək olar.

1.2. Turizm xidməti bazarının formalaşması və inkişafı amillərinin təsnifatı

Mürəkkəb sosial-iqtisadi sistem kimi turizm çoxsaylı amillərin təsirinə məruz qalır. Bu amillərin hər turizm sektorunun inkişafına təsir gücü və davam etmə müddəti müxtəlifdir. Onların nəzərə alınması turizm fəaliyyətinin səmərəliliyinin təşkili üçün vacibdir.

Turist axını sərbəst vaxtlarını səmərəli və zövqlü keçirmək, istiqahət və səfər etmək məqsədilə xüsusi mərkəzlərə istiqamətlənən turistlər qrupu və məcmusudur. Bu turixt axınının müəyyən turist mərkəzlərindən keçməsi üçün bu mərkəzdə turistləri cəlb edəcək amillərin olması zəruridir.

Əlverişli amillərin mövcudluğu ayrı-ayrı regionların və ölkənin dünya turizmndə liderliyinə, arzuolunmaz amillər isə turist axınlarının azalmasına gətirib çıxarır.

Turizmin inkişafına təsir edən əsas amillər iki qrupa bölünür: Bulardan biri statik, yəni zaman etibarilə kəmiyyətinin dəyişməməsidir. Bu qrupa ilk növbədə təbii və mədəni-tarixi resursların kəmiyyət və keyfiyyətində ifadə edilən ərazinin təbii-resurs potensialı daxildir. İkincisi dinamik amillərdir ki, buraya siyasi, sosial-demoqrafik, maliyyə-iqtisadi, maddi-texniki amillər daxildir.

Təbii - iqlim amilləri (girintili-şırıntılı sahil xətləri və çoxlu sayda buxtaların, körvəzlərin, daxili suların, kilometrərlə dənzi çimərliklərinin, mövcudluğu, sıx cay şəbəkəsinin, müxtəlif mənzərələr və s.) çoxlu sayda turistlərin cəlb edilməsinə müsbət təsir göstərir.

Mədəni - tarixi amillərə region və ölkə daxilində müxtəlif tarixi və arxitektura abidələri, mənəvi və maddi mədəniyyətin yüksək səviyyəsi, əhəlinin müxtəlif milli və dini tərkibi, təhsilin yüksək səviyyəsi, qədim mədəni ənənələr və s. daxildir.

İstirahət yerinə cəlb etmə ilk növbədə bu amillərlə müəyyən edilir. Tarixi – mədəni resursların əhəmiyyəti əhəlinin təhsil səviyyəsi və insanların tələbatı ilə artır.

Coğrafi vəziyyət amili özünün müxtəlif növlülüyü ilə (fiziki-coğrafi vəziyyət, iqtisadi-coğrafi vəziyyət, nəqliyyat coğrafi vəziyyət, geosiyasi vəziyyət) turizmin inkişafına təsir göstərir.

Ölkədə siyasi vəziyyət bütün digər dinamik amilləri müəyyən edir. Böhran, siyasi qeyri-sabitlik, iqtisadiyyatın hərbiləşdirilməsi, turizm sənədləşməsinin sərtləşdirilməsi, sıçrayışlı valyuta məzənnəsi və s. dövlətin siyasətinin nəticələridir. Mühüm siyasi amillər dövlətin turizm sferası və digər beynəlxalq iqtisadi əlaqələr üzrə dövlətlərarası və hökumətlərarası sazişlər sahəsində dövlətin həyata keçirdiyi siyasətdir.

Turizmin inkişafı baxımından dövlətin xüsusi siyasəti turist fəaliyyəti normalarının müəyyənləşdirilməsində, planlaşdırmada, reklamda, inzibati orqanlar vasitəsilə turizm üzrəində nəzarətdə təzahür edir.

Turizm sahəsində siyasət ölkənin siyasi rejimi ilə sıx bağlıdır və dövlət müdaxiləsinin üç səviyyəsi ilə müəyyən edilir. Bunlara aiddir.

- tam müdaxilə. Bu zaman totalitar dövlət tipi bərqərar olur, xüsusi sektorun təşəbbüsünə, demokratik azadlığa imkan verilmir. Dövlət turizm fəaliyyətinin bütün funksiyalarını inhisarlaşdırır.

- qismən müdaxilə. Fəal iqtisadi fəaliyyətlə xarakterizə edilən bütün demokratik ölkələrdə müşahidə edilir. Dövlət təşkilati struktur vasitəsilə turist fəaliyyətinin həyata keçirilməsi qaydasına çox yaxud az dərəcədə müdaxilə edir və onu nəzarəti həyata keçirir, xidmət sferasında bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinə əsaslanan müəssisələrin yaradılmasında xüsusi sektora sərbəstlik verir.

- az müdaxilə. Praktiki olaraq bu sahədə təşəbbüsü rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən xüsusi sektora verən və turizm fəaliyyətinə müdaxilə etməyən siyasi rejim üçün xarakterikdir.

Sosial - demoqrafik amillərə yaş, məşğulluq, tənha insanların mövcudluğu, uşaqsız çütlüklər, nigaha girməyə yaş meyliyi, pensiya yaşı, turistlərin sosial tərkibinin genişləndirilməsi, təhsil səviyyəsi, mədəniyyət, əhalinin estetik tələbi, verilən məzuniyyətlərin müddətinin artırılması, cəmiyyətdə maddi və mənəvi tələbatın nisbəti, urbanizasiya və s. aiddir (4,5).

Maliyyə-iqtisadi amillər ölkədə iqtisadi vəziyyədir, maliyyə sabitliyidir, əhalinin gəlirlərinin səviyyəsidir, cəmiyyətin turizm xərclərinə ayırdığı vəsaitin xüsusi çəkisidir, malların qiymətidir və s.

Maddi-texniki amillər turizm sənayesinin imkanlarını və vəziyyətini (yerləşdirmə vasitələri, qida, nəqliyyat, ticarət vəs.) xarakterizə edir.

Nəqliyyat əlaqələrinin spesifik xüsusiyyəti onların inteqrasiyalılıq xarakteridir ki, onlar dünyanın vahid məkana çevirir. Beynəlxalq turizm üçün yerdəyişmənin müxtəlif səviyyələri arasındakı əlaqənin təmin edilməsi daha vacibdir ki, turist səfərlərində dayanmalar və rabitəsizlik olmasın Nəqliyyat infrastrukturunun mühüm xarakteristikası hərəkət sürəti, nəqliyyat vasitələrinin təhlükəsizlik səviyyəsidir.

Turiam sahəsində yerləşdirmə və qida müəssisələri xüsusi yerlərdən birini tutur. Turistlər üçün regionun cəlbediciliyi daha çox hotel və restaran xidmətinin səviyyəsindən asılıdır. Lakin turizm sənayesi, xüsusilə, yerləşdirmə və restoran müəssisələri ilə ərzində turist xidmətlərinə tələbin tərəddüdlərinə (mövsümlülyünə) məruz qalır ki, bu da yerləşdirmə və restoran müəssisələrinin xərclərin səviyyəsinin artımına və xidmətin bahalaşmasına gətirib çıxarır.

Qeyd etdiyimiz kimi turizmin inkişafına təsir edən amillər iki növə daxili (endogen) və xarici (ekzogen) amillərə ayrılır.

Turizmə təsir edən daxili amillər bu sferada bilavasitə özünü göstərən mühüm hadisələr və meyillərdir. Onlara ilk növbədə yerləşdirmə vasitələrinin, nəqliyyatın, məişət xidməti müəssisələrinin, pərakəndə ticarətin və s. inkişafı ilə bağlı maddi-texniki amillər aid edilir. Bundan başqa turizm xidmətlərinə tələb və təkliflə birbaşa əlaqədar olan aşağıdakı amilləri də qeyd etmək lazımdır:

- istehlakçıların məlumatlılığının artması. Bu standartlaşdırılmış kütləvi turizmdən daha çevik və müxtəlif formalı xidmətə keçidə səbəb olur,

- turizm sferasında fəaliyyətin koordinasiyasının və inhisarlaşma proseslərinin (iri firmaların kiçik və orta bizneslərlə əməkdaşlıq münasibətləri, şaqulu inteqrasiya əsasında turist ittifaqlarının yaradılması, turist biznesinin qloballaşması və mərkəzləşməsi və s.) rolunun artması,

-turizm sferasının kadrlarla təminatı (işçilərin sayının artması, onların peşəkar hazırlığını yüksəltmək. əməyin təşkilini yaxşılaşdırmaq və s.),

-xüsusi turizm biznesinin inkişafına kpmək etmək (peşəkar marketinq əsasında turist xidmətinin həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin təmin edən şəraitin yaradılması, heyətin ixtisas səviyyəsinin artırılması),

-turizm xidmətlərinin irəliləməsində və reklamında kütləvi informasiya vasitələrinin əhəmiyyətinin yüksəldilməsi.

Turizmin inkişafına təsir edən amillər arasında xüsusi yeri mühüm spesifik problem kimi çıxış edən mövsümlükdür. Mövsümlük turist axınlarının qısa müddətə müəyyən yerə cəmləşməsi xüsusiyyətidir. İqtisadi baxımdan o qalxma və azalma vasitəsilə tələbin təkrar olunan tərəddüdüdür. Turizmə tələbin mövsümlük xüsusiyyəti aşağıdakılardan ibarətdir:

-mövsümül turizmin növlərinə görə fərqlənir. Daşa aşağı qeyri-bərabər mövsümlük tələbi müalicə və işgüzar turizm üçün xarakterikdir,

-müxtəlif turist regionlarına tələbin qeyri-bərabər mövsümlüyünün spesifik formaları xasdır. Ona görə də müəyyən rayonun, ölkənin, beynəlxalq miqyasda turist tələbinin ssspppesifikliyindən damısaq olar. Statistik məlumatlara görə iki yay aylarında bütün turist səfərlərinin yarısına qədəri Avropanın payına düşür. Temperaturun və iqlimin digər ünsürlərinin illik tərəddüdü əhəmiyyətli olmayan ölkələrdə turizmin mövsümlüyü zəif təzahür edir.

-Turizmdə mövsümlük başlıca olaraq iqlim, sosial və psixoloji xarakterli amillərlə müəyyən olunur.

İqlim amilləri onunla bağlıdır ki, dünyanın əksər ölkələrində səfər, istirahət, müalicə, idmanla nəşgöl olmaq üçün şərait ilin ayları üzrə fərqlənir.

Sosial amillər onunla şərtlənir ki, məktəb tətillərinin böyük hissəsi yay aylarına düşür. Ona görə də valideynlər cəhd edir ki, özlərinin məzuniyyət vaxtı bu vaxta düşsün və uşaqları ilə birlikdə istiqahət etsin. Yayada turist səfərlərinə tələbin yüksək səviyyəsi avropa ölkələrində müəssisələrin iyul-avqust aylarında (əmək məhsuldarlığının aşağı olduğu aylar) qoruyucu tədbirlərə dayanması ilə bağlıdır.

Tələbin mövsümlülyünə həmçinin psixoloji amillər (ənənə, bənzətmə, mod) təsir edir. Turist fəallığının qalxmasını və enməsinin daha çox turistlərin əksəriyyətinin konservatizmliyi (məzuniyyətin həyata keçirilməsinin ən yaxşı vaxtı yaydır kimi düşüncədə yer salmış fikir) ilə izah etmək olar.

Turist tələbinin müssümü tərəddüdü milli iqtisadiyyata mənfi təsir göstərir. Onlar maddi-texniki bazanın dayanması, sosial planda problemlərin yaranmasına gətirib çıxarır. Turist müəssisələrinin və onun işçi heyətinin əksər hissəsinin yalnız ilin bir necə ayında fəaliyyət göstərməsi turist xidmətlərinin maya dəyərində şerti-daimi xərclərin xüsusi çəkisinin artmasına səbəb olur. Bu çevik qiymət siyasətinin həyata keçirilməsi imkanlarını və onun rəqabətqabiliyyətliyini aşağı salır.

Tələbin qeyri-bərabərliyinin mövsümlülyünün mənfi nəticələri bu hadisənin öyrənilməsinə və turizmdə qalxam və enmə mövsümlərinin hamarlaşdırılması üzrə təşkilati, iqtisadi və sosial tədbirlərin qəbul edilməsini tələb edir. Bunun üçün turizm təşkilatları mövsümü diferensial qiymət siyasətini (qaynar mövsümdə qiymətləri qaldırmaq, mövsüm arası orta səviyyədə saxlamaq, “ölü mövsümdə” aşağı salmaq) həyata keçirir və mövsümü tərəddüdlərə məruz qalmayan (məsələn, işgüzar, konqres və s.) turizm növlərini inkişafını stimullaşdırır.

Turizmdə mövsümlülyün hamarlaşdırılması maddi-texniki bazanın istismar müddətinin artmasına, il ərzində işçi heyətinin əməyindən istifadə dərəcəsini yüksəltməyə, turizmdən daxilolmaları artırmağa imkan verməklə böyük iqtisadi səmərə verir.

Xarici amillər turizm cəmiyyət həyatında baş verən dəyişikliklər vasitəsilə təsir edir və bu turizm sisteminin müxtəlif ünsürləri üçün eyni əhəmiyyətli deyildir.

Qeyd edilənlərə əsalanaraq turizmin inkişafına təsir edən mühüm xarici amillərə aşağıdakı kimi təsnifatlaşdırmaq olar:

- təbii-coğrafi,
- mədəni - tarixi,
- iqtisadi,
- sosial,
- demoqrafik,

- siyasi-hüquqi,
- texnoloji,
- ekoloji.

Təbii-coğrafi və mədəni tarixi amillər turist resurslarının əsası kimi turistlər tərəfindən səfər üçün bu və ya digər regionu seçəndə hələdici olur.

Təbii və mədəni-tarixi resursların zənginliyi, onlardan istifadə imkanları və əlverişliliyi turizmin miqyasına, inkişaf tempinə və istiqamətinə əhəmiyyətli təsir göstərir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, təbii hadisələr turizm fəallığını həm yüksəldə, həm də azalda bilər.

Bütövlükdə təbii-coğrafi və mədəni-tarixi amillər turizmin inkişafı üçün zəmin yaradır və keçici olmayan, dəyişməz dəyərə malikdir. İnsan onları özünün ehtiyacları üçün uyğunlaşdırma bilər və turist məqsədlərində istifadə üçün daha əlverişli edə bilər.

İqtisadi amillərin turizmə təsiri başlıca olaraq turizmin və iqtisadiyyatın inkişaf meyilləri arasında sıx qarşılıqlı əlaqənin olması ilə şərtlənir. Ölkənin iqtisadi inkişafı ilə ümumi milli gəlir və onun vətəndaşlarının maddi vəziyyəti arasında birbaşa asılılıq vardır. Ona görə də iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş dövlətin vətəndaşları turist səfərlərinin sayına görə dünyada liderlik edir. Dövlətin iqtisadi vəziyyətindən yalnız əhalinin gəlirləri deyil, həm də turizmin maddi-texniki bazası və infrastrukturu asılıdır.

Turizmin inkişaf tempinə və miqyasına təsir edən iqtisadi amillərə inflyasiyanı, faiz dərəcəsini, valyutanın real məzənnəsinin dəyişməsinin və s. aid etmək olar. Valyuta məzənnəsinin dəyişməsi ölkələr arasında turist axınlarının həcminə əhəmiyyətli təsir göstərir. Hesablamalar göstərir ki, turist səfərinin nisbi maya dəyərinin 5% artması, turizm tələbini orta hesabla 6-10% azaldır. Deməli, turizmin inkişafı milli və dünya səviyyəsində iqtisadi tsiklin hansı mərhələdə olmasına çox həssasdır.

Turizmin inkişafının sosial amillərindən ilk növbədə əhalinin sərbəst vaxtının müddətinin artmasını qeyd etmək olar. Əhalinin həyat səviyyəsinin artması yeni potensial turist axını deməkdir.

Sərbəst vaxtın müddətinin artması obyektiv olaraq müasir elmi-texniki inkişafıla bağlıdır və belə şəraitdə, istehsal və məişət gərginliyi yüksəlir. Bütün bunlar insanların fiziki və psixoloji yorğunluğuna gətirib çıxarır ki, bu da əmək qabiliyyətinin bərpası üzrə əlavə tədbirlərin qəbul edilməsini tələb edir. Bu məqsədlərə nail olmağa turizm daha çox kömək edir.

Əhalinin sərbəst vaxtın müddətinin artması ilə turizmdə iki meyl özünü göstərir. Nənlərdən biri məzuniyyət dövrünü parçalanması və qısa səfərlərin artmasıdır. Turist səfərləri az müddətli, daha sıx olur. Xarici ədəbiyyatda bir hadisə “fasiləli səfər” adındırılır.İldə bir dəfə uzunmüddətli səfər əvəzinə bir necə qısa müddətli səfərlər üstünlük verilir. Belə səfərlər turistlərin fəallığının və çevikliyinin artması deməkdir. “Qısamüddətli” müşərilər gəldikləri yədə uzunmüddətli səfərlərlə müqayisədə bir günə daha çox xərclər həyata keçirir. Bundan başqa “fasiləli səfərlər” ilin bütün dövrlərində həyata keçirildiyindən turizmin əsas problemi olan tələbin mövsümü tərəddüdlərini aradan qaldırmağa (hamarlaşdırmağa) kömək edir.

“Fasilələrlə səfərlər” üçüncü minillikdə turizmin inkişaf xarakterini müəyyən edəcəkdir. Belə nəticəyə ÜTT-nın sifariş ilə inglis konsaltinq firması olan “Hovat UK” firması dünyanın 18 ölkəsinin məzuniyyət müddətinin dinamikasının tədqiqi əsasında gəlmişdir. Onu da qeyd edək ki, bütün turist xərclərinin 70%-i dünyanın həmin ölkələrinin payına düşür. Nəticədə belə proqnoz əldə edilmişdir ki, XXI əsrdə turist səfərlərinin müddəti 3-4 gün azalacaqdır, lakin istirahət üçün fasilələlərin tezliyi və insanın həyat gücünün bərpası intensivliyi artacaqdıq (10).

Turizmin inkişafının sosial amillərinə həmçinin təhsil səviyyəsinin, mədəniyyətin, əhalinin estetik tələbatının yüksəlməsi aid edilir. Tədqiqatlar göstərir ki, əhalinin təhsil səviyyəsi ilə səfərə meylilik arasında birbaşa asılılıq vardır. Bu onunla izah olunur ki, daha yüksək təhsilli və mədəni şəxslər özlərinin sərbəst vaxtlarını daha səmərəli istifadə edir, digər ölkələrin və xalqların folklorunu, incəsənətini, tarixlərini və həyatlarını, məişətlərini, ətraf mühiti turizmin köməyi ilə öyrənməyə meylli olurlar.

İqtisadi və sosial amillərin təsiri altında XX əsrin sonlarında Qərbi Avropa ölkələrində mənəvi dəyərin maddi dəyərdən yüksək olması ictimai təfəkkür yer almışdır. Bu gün insanlar maddi nemətlərin istehlakından deyər, daha çox reallığın anlanılmasına, təssüatların əldə edilməsinə, həyatdan zövq almasına üstünlük verir. Bu kontekstdə cəmiyyətin tələbatlarının strukturunda turizmin yeri və rolu dəyişmişdir.

Əhalinin sayı, onun ayrı –ayrı ölkələr və regionlar üzrə yerləşməsi, cins-yaş quruluşu (əməkqabliyyətli əhali, pensiyacılar və təhsil alanlar), ailə tərkibi və vəziyyəti kimi demoqrafik amillər turizmin inkişafına daimi təsir göstərir. Belə ki, bütövlükdə dünyada və onun ayrı-ayrı regionlarında əhalinin artımı turistlərin sayının artmasına birbaşa təsir göstərir. Statistik məlumatlar göstərir ki, əhalinin sıxlığı yüksək olan ölkələrdən turist axınları əhalinin sıxlığı az olan ölkələrə nisbətən intensivdir. Bundan başqa yaşdan, cinsdən və ailə vəziyyətindən asılı olaraq turist hərəkətinin dəyişmə meylini dəqiq izləmək olar. Belə ki, turizmin aktiv formalarına meylilik daha çox 18-30 yaşda olan şəxslərdə təzahür edir. Lakin ümumi turist çevikliyi 30-50 yaşlı əhalidə ən yüksək həddədir. Tədqiqat göstərir ki, subay insanlar, ailəliyə nisbətən daha çevikdir, qadınlar kişilərə nisbətən turizmə daha çox maraq göstərir.

Demoqrafik amillər qrupuna həmçinin turist səfərlərinin intensivliyinə birbaşa təsir göstərən urbanizasiyadır (şəhər əhalisinin xüsusi çəkisinin artması). Ən yüksək urbanizasiya səviyyəsi Şimali Amerika (77% və Avropadadır (71%) ki, turist axınındada bu ölkələrin payı xeyli yüksəkdir. Bir ölkə çərçivəsində şəhərdə turist fəallığını dərəcəsi kənd yerinə nisbətən daha yüksəkdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə əhalinin demoqrafik quruluşunda aşağıdakı dəyişikliklər baş verir:

-əhali qocalır (döğumun səviyyəsinin aşağı düşməsi qoca yaşlı şəxslərin xüsusi çəkisini artmasına gətirib çıxarır, cavan yaşlı xüsusilə 15yaşdan 24 yaşa qədər əhalinin sayı durmadan azalır),

-işləyən qadınların sayı artır, onların həyatdayüksək mövqe tutmasına cəhdlər artır (bu nığaha gec daxilolmaya, uşaqsız ailə çütlüklərinin sayının artmasına gətirib çıxarır),

-tənha insanların sayı artır (iri şəhərlərdə onlar bütün əhalinin yarısına qədərini təşkil edir).

Demoqrafik mühitdə baş verən proseslər turizmin inkişafında iki meyli şərtləndirir. Birincisi, insanların çoxunda səfər etmək istəyi və imkanları olanda potensial turist dairəsinin genişlənməsi, ikincisi, turistlərin ümumi sayında yaşlı əhalinin (xüsusilə pensiya yaşlı, müasir dövrdə onların payı 40%-ə çatır) xüsusi çəkisinin artmasıdır. Bu şərait bu fenomenin turizm üçün mümkün təsirləri haqqında nəticə çıxarmaq olar.

Turizmin inkişafına siyasi vəziyyət, sərhədlərin acılması siyasəti, turizm sferasında inzibati nəzarətin yumşaldılması, vergi və pul siyasətinin vahid şəkllə salınması kimi siyasi-hüquqi amillər əhəmiyyətli təsir göstərir. Turizm fəallığı siyasi vəziyyətdən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Sabit siyasi vəziyyət turizmin inkişafına səbəb olur, gərgin vəziyyət aşağı artımı şərtləndirir. Turizmə ciddi təhlükə terrorizm və ekstremizmdir. Texnika və texnologiyanın tərəqqisi ilə bağlı olan texnoloji amillər turizmə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, yeni növ xidmətlərin istehsalı, onların satışı və müştərilərə göstərilən xidmətlərin təkmilləşdirilməsi üçün imkanlar açır. Elm və texnikanın inkişafı eyni zamanda turist xidmətlərinin kütləvi istehsalı vasitələrinin (hotel təsərrüfatı, nəqliyyat və s.) təkmilləşdirilməsinə kömək edir. Belə ki, nəqliyyatın köklü texniki yeniləşməsi çoxlu şüda turistlərin daşınmasına rahat şəraitin yaradılmasına imkan verir. Böyük məsafəyə turistlərin daşınması üçün əlverişli, tez, nisbətən əl çatan nəqliyyat vasitəsi əhəmiyyətli dərəcədə turizmin inkişafına səbəb olur. Mütəxəssislərin fikrincə, nəqliyyatın sonrakı inkişafı və onun turizmə təsiri iki əsas istiqamətdə kəmiyyət (nəqliyyatın müxtəlif növlərinin artması) və keyfiyyət (hərəkət sürətinin artması, daşımaların təhlükəsizliyi, sənişinlərin rahatlığı) inkişafında baş verəcəkdir.

Turizm sənayesində kompyuter texnikasının tətbiqini də qeyd etmək lazımdır. Müasir dövrdə onsuz kütləvi turist səfərlərinin təşkili mümkün deyildir. İnformasiya texnologiyaları turist məhsullarının istehsalını və onların bölgüsünü inteqrasiya etməyə imkan verir. Turizmdə internet yalnız informasiyanın ötürülməsi və mübadiləsi funksiyasını yerinə yetirmir, həm də satışın yeni sistemini formalaşdırır.

Onu da qeyd edək ki, elmi-texniki tərəqqinin turizm müəssisələri üçün nəinki böyük imkanları, həm də ciddi təhlükələri vardır. Ekoloji amillər turizmə birbaşa təsir göstərməklə, onun əsasını və potensialını təşkil edir. Turizmin inkişafını mane olan digər amillər radioaktiv, kimyəvi və s. zonaların mövcudluğudur. Turizmlə ətraf mühitin qarşılıqlı əlaqədədir və onlar bir-birinə bu və ya digər səviyyədə təsir göstərir.

Beləliklə, araşdırma göstərir ki, sürətlə inkişaf edən və qloballaşan müasir dünyada turizm sənayesi ən dinamika, dünya təsərrüfatının ən rentabelli sahələrdən biridir. Turizm sənayesinin inkişafı əsasında turizm axınlarının payının artması, resurs təminatı ilə onlardan istifadə dərəcəsi arasındakı disproporsiyanın azalması, milli turist məhsullarının təbliğ edilməsi, milli turizmin dövlət dəstəklənməsi. və s. kimi mühüm cəhətlər firmalaşır. Turizmin inkişafı bütövlükdə cəmiyyətdə formalaşan kompleks şərtlərdən və onları müəyyən edən amillərdən asılıdır. Turizm bazarının inkişaf amilləri ilk növbədə, cəmiyyətdə transformasiya, qloballaşma, turizm iqtisadiyyatında informasilaşma proseslərinin güclənməsi, əmək resurslarına yeni tələblərlə, mədəniyyətlərarası əlaqələrlə, həmçinin turizm bazarında yeni istehlakçı qruplarının ortaya çıxması ilə əlaqədardır.

1.3. Turizm xidməti bazarının statistik öyrənilməsinin metodları və statistikanın vəzifələri

Ölkədə rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyatın formalaşdırılması onun bütün sferalarının, xüsusilə turizmin dinamik inkişafını zəruri edir. başqa sözlə desək, ölkənin ümumi daxili məhsulunu formalaşmasında turizm sektorunun rolunun artırılması, onun cari vəziyyətinin təhlili və perspektiv inkişaf istiqamətlərinin əsaslandırılması bu sektorun dərin və hərtərəfli statistik qiymətləndirilməsini tələb edir. Turizm sferasının mühüm analitik informasiya mənbəyi turizm statistikasındır. Turizm statistikasını turizm sferasının həm bütövlükdə, həm də onun ayrı-ayrı tərkib ünsürləri üzrə çoxcəhətliliyini və dinamikliyini əks etdirən özünəməxsus güzgüdür. Turizm sferasının fəaliyyətinin idarəedilməsində, bütün səviyyələrdə (turist sənayesinin ayrı-ayrı müəssisələrindən regionda və bütövlükdə ölkədə turist fəaliyyətinin tənzimlənməsinin dövlət orqanlarına qədər) adekvat qərarların qəbul

edilməsi prosesində informasiyanın rolu olduqca böyükdür. Turizm statistikasını statistika elminin mühüm sahəvi bölmələrində biridir. O, turizm sferasının vəziyyətini və inkişafını xarakterizə edən məlumatların toplanması, işlənməsi və təhlilinin üsul və metodları sistemini işləyib hazırlayır. Turizm statistikasını eyni zamanda turizm sferasında baş verən hadisə və proseslər haqqında, ilk növbədə turizmin ölkə iqtisadiyyatında real payının qiymətləndirilməsi üçün məlumatların toplanması və ümumiləşdirilməsi üzrə dövlət statistika orqanlarının və digər təşkilatların praktiki fəaliyyət sahəsidir. Turizm statistikasının məlumatları bütövlükdə iqtisadiyyatda turizm fəaliyyətinin bütün əsas aspektlərinin müntəzəm kəmiyyət təsvirini təmin edir.

Turizm statistikasını müxtəlif səviyyələrdə turizm bazarlarının statistik tədqiqinin həyata keçirilməsinə istiqamətlənmişdir. Onun məlumatlarından eyni zamanda tədiyə balansının turizmlə bağlı göstəicilərinin işlənilib hazırlanması və milli hesablar sisteminin hesablarının tərtibində istifadə edilir, Turizm statistikasını bir çox mühüm məsələlərə , o cümlədən turizm bazarının konyukturasını necədir?, turistlər nəyə üstünlük verir?, turizmin hansı növündə artım müşahidə edilir, turizm sənayesində məşğul olanların artım tempi necədir, turizm resurslarından nə qədər səmərəli istifadə edilir, turizm sferası milli iqtisadiyyata necə təsir göstərir ? və s. kimi suallara cavab tapmağa imkan verən məlumatları toplayır və təqdim edir. Bu və ya digər suallara cavab verilməsinin müasir yüksək səmərəli və rəqabətqabiliyyətli turizm kompleksinin yaradılması üçün böyük əhəmiyyəti vardır.

Turizm statistikasının mühüm xüsusiyyəti turizm sferasının öyrənilməsinə sistemli yanaşmasıdır. Bu turizm sferasında baş verən proseslərin müxtəlif tərəflərini və turizm fəaliyyətinin əsas növlərini əhatə edən göstəricilər sisteminin işlənilib hazırlanmasını nəzərdə tutur. Ən sadə göstəricilərə turist axınlarının həcmi, turist xərclərinin kəmiyyəti və strukturu, təyinat yerinə gələn turistlərin müddəti, turist sənayesi müəssisələrinin fəaliyyəti (məsələn, hotel müəssisələrinin sayı, onların nömrə fondu, turist firmalarını sayı, hotel fondundan istifadə əmsali və s.) aid etmək olar (14).

Turizm statistikasında turizm sferasının daha mürəkkəb hadisə və prosesləri də qiymətləndirilir. Makroiqtisadi göstəricilərdə turizm sferasının payının qiymətləndirilməsi də çətinlik yaradır. Bu məqsədlə turizm statistikasında turizmdə istehlak tələbinin etibarlılığını yüksək dərəcədə qiymətləndirməyə, onun turizmə aid olan mal və xidmətlər təklif ilə əlaqəsini izləməyə, həmçinin turizm sferası fəaliyyətinin digər növ iqtisadi fəaliyyətlə əlaqələndirməyə imkan verən köməkçi turizm hesabları işlənib hazırlanır. Köməkçi turizm hesabları müxtəlif göstəricilərin uyğunluğunu və qarşılıqlı əlaqəliliyini təmin edir və turizm statistikasına sistemlilik xarakteri verir. Turizm statistikasının göstəricilər sistemini müəyyən edərkən statistik metodlarla öyrənməyə məruz qalan obyektə dərk etmək, həmçinin onun xarakterini və mahiyyətini aşkar etmək lazımdır. Turizm statistikasına çoxlu sayda tədqiqat obyektləri ilə xarakterizə edilir. Onlar iki tipə bölünür. Birinci tip istehlak turist məhsullarını əhatə edir. Onlar fərdi və kollektiv obyektləri təşkil edir.

Fərdi obyekt ayrıca götürülmüş müştəri (turist yaxud ekskursiyaçı) və bütövlükdə həmin fərdlərin məcmusu, həmçinin statistik tədqiqatın məqsədindən asılı olaraq onun ayrı-ayrı kateqoriyalarıdır.

Kollektiv obyekt turist məhsullarının birgə istehlakını həyata keçirən, eyni zamanda bir turist marşrutunda səfəri başa vuran birgə şəxslər qrupudur. Belə obyektlər ailə, qrup turların iştirakçılarıdır. Qruplu tur bir qayda olaraq onun iştirakçılarının maraqlarının ümumiliyi əsasında təşkil edilir. İkinci tip obyektləri turizmlə bağlı mal və xidmətləri istehsal edən müəssisələr, təşkilatlar və idarələr təşkil edir. Onların fəaliyyəti həmin məhsulların həcmi və keyfiyyəti ilə müəyyən edilir. Ayrı-ayrı turizm xidmətlərinin istehsalı və istehlakı və turizm məhsullarının kompleksliyi prosesin qarşılıqlı əlaqədə olan ayrılmaz, bütöv iki tərəfini təşkil edir ki, turizm statistikasında bu iki tərəf paralel öyrənilir edilir.

Turizm statistikasının xüsusiyyətlərindən biri kimi tədqiqat obyektinin çoxluğu bir sıra metodoloji məsələlərin həll edilməsinə diqqətli yanaşmanı, ilk növbədə turizm sferası göstəricilərinin məzmunun, yəni bu və ya digər göstəricilərlə əhatə olunan ünsürlər dairəsinin müəyyən edilməsini tələb edir.

Tədqiqat obyektinin çoxluğu turizm statistikasında təhlil obyektlərinin yeganə təzahür forması deyildir. Difer xüsusiyyət onların çevikliyidir. İqtisadi statistikanın sahələrində məcmu vahidi əraziyə ciddi təhkim edilmiş müəssisələr çıxış edir və həyat tsiklinə uyğun olaraq tədricən və köklü dəyişikliklərə məruz qalmadan inkişaf edir. Turizm statistikasında məcmu vahidinə müəssisələrlə yanaşı əks xarakteristikaya xas turist məhsullarının istehlakçıları da (birinci tip obyektlər) daxildir. Obyektin çevikliyi seçmənin və təhlinin həyata keçirilməsində metodoloji və praktiki problemlər yaradır.

Turizm statistikasının metodiki aparatının növbəti xüsusiyyəti tədqiqat obyektlərinin özünəməxsus xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. Onlar birbaşa kəmiyyətə ifadə edilə bilməyən keyfiyyət əlamətlərinə malikdir. Xidmət istehlakçısı kimi turistlərin davranışı fərqliliyi yalnız obyektiv amillərdən asılı olması ilə deyil, həm də subyektiv amilin fəaliyyəti ilə, yəni düşüncə ilə müəyyən edilir.

Dövlət statistikasının çərçivəsində cari uşot qaydasında əhaliyə göstərilən pullu turist-ekskursiya xidmətlərinin həcmi ölçülür. Turistlərin istehlak seçiminə subyektiv amillərin təsirini ölçmək üçün turizm statistikasının sosioloji metodlara müraciət edir. Deməli, turizm statistikasında kəmiyyət məlumatları ilə yanaşı qeyri-kəmiyyət məlumatlarından da istifadə edilir. İlk informasiyanın xarakteri spesifik statistik metodların - ümumiləşdirici göstəricilər metodlarının (onların kəmiyyət və keyfiyyət xarakteristikasının verilməsi, onlar arasındakı əlaqələrin və dəyişmə meylinin qiymətləndirilməsi) köməyi ilə turizmin statistik təhlilinin həyata keçirilməsini tələb edir.

Turizm sferasındakı təsərrüfat subyektlərindən (turizm statistikasında tədqiqat obyektlərinin ikinci tipi) ilkin məlumatların toplanması digər metodlarla, ilk növbədə turist sənayesinin müəssisə və təşkilatlarının mühasibat və statistik hesabatları, həmçinin registrlərin tərtibi, iqtisadi siyahıyaalmalar, seçmə tədqiqatı və s vasitəsilə həyata keçirilir. Turizm statistikasının bu hissəsi mühasibat uşotu ilə sıx qarşılıqlı əlaqədədir.

Nəhayət, turizm sferasında hadisə və proseslərin statistik xarakteristikasının geniş yayılmış metodu iqtisadi təsnifatlaşdırmaadır. O, ümumi məcmu vahidlərinin

müəyyənləşdirilmiş mühüm əlamətlər əsasında eyninövlü qruplara bölünməsinə nəzərdə tutur. Təsnifatlaşdırma ayrı-ayrı qrupların xüsusi çəkisini hesablamaqla onları kəmiyyətə təsvir etməyə imkan verir. Təsnifatlaşdırma məsələsi bu sahədə Ümumdünya Turizm Təşkilatı əsas sənəd olan “turizm statistikasına üzrə beynəlxalq tövsiyyədə” (IRTS-2008) mühüm yerlərdən birini tutur. Turizm statistikasının nəzəriyyə və təcrübəsində turizmə aid olan iqtisadi fəaliyyət növlərinin təsnifatında yaxud iqtisadi əsası olan səyahət edən şəxslərin təsnifatında geniş tətbiq edilir. Təsnifatlaşdırma məlumatların kodlaşdırmaqla qaydaya salınmasıdır.

Turizm statistikasına vasitəsilə geniş vəzifələr həll edilir. Turizm statistikasının əsas vəzifələrinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- turizm sferasında siyasətin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi, turizmin inkişaf konsepsiyasının, strategiyasının və proqramının işlənilib hazırlanması və onların həyata keçirilməsi tədbirləri ilə əlaqədar geniş məsələlər dairəsi üzrə qərarlar qəbul etmək üçün turist administrasiyasını zəruri məlumatlarla təmin etmək,

- turist sənayesi müəssisələrinin rəhbərlərinə, menecerlərinə makroiqtisadi konyuktura ilə qarşılıqlı əlaqədə turizm bazarının vəziyyəti haqqında məlumatlar təqdim etmək (bu məlumatlar biznesin səmərəli aparılması, xüsusilə investisiya, istehsalın genişləndirilməsi, xidmətin həyata keçirilməsi və s. üçün zəruridir).

- turizm sferasının inkişafının əsas nəticələri və meylləri haqqında geniş ictimaiyyəti, elmi müəssisələri, ayrı-ayrı şəxsləri məlumatlandırmaq,

- turizm sferasında beynəlxalq əməkdaşlığın təşkili ilə bağlı geniş məsələlər dairəsini həll etmək üçün beynəlxalq təşkilatları, xüsusilə Beynəlxalq Turizm Təşkilatını məlumatla təmin etmək (14, 19).

İqtisadi məlumatları toplamaqla, sistemləşdirməklə və təhlil etməklə idarəetmə ehtiyacları üçün məlumatların başlıca təchizatçısı funksiyasını yerinə yetirir. O idarəetmənin (menecmentin) informasiya bazasının formalaşdırılmasının mənbəyi kimi çıxış edir, cəmiyyətin sosial və iqtisadi həyatının ən müxtəlif sahələrində, xüsusilə turizm sferasında işlərin vəziyyətinin müxtəlif kriteriyalarını verir. Turizm sənayesinin müəssisələr üçün bütün statistik informasiya məcmusunun əhəmiyyətini qiymətləndirmək çətinidir. Höteldə, turoperator kampaniyalarında yaxud ekskursiya

bürolarında toplanmış və yaradılmış böyük həcmdə informasiya onsuz yeni turizm xidmətlərini yaratmaq, bazarın vəziyyətini və inkişaf perspektivlərini nəzərə almaqla işləri plalaşdırmaq, keyfiyyəti idarəetmək və s. mümkün olmayan resursdur. Turist müəssisələri nə qədər dolğun informasiyaya malik olarsa, onlar nəzərdə tutulmuş biznes planı yolu üzrə inamlı rəhbərliyi həyata keçirə bilərlər.

1.4.Turizm xidməti bazarının statistik təhlilinin informasiya bazası və onun statistik göstəricilər sistemi

Bütün səviyyələrdə əsaslandırılmış idarəetmə qərarları qəbul etmək üçün informasiyazəruridir və onlar mahiyyətinə görə müxtəlifdir. Turist müəssisələri səviyyəsində ona maddi - texniki bazanın xarakteristikası, müştərilərə texniki xidmətinin təsviri, turizm bazarının cari vəziyyəti haqqında məlumatlar (qiymət, tələbin həcmi), dövriyyə vəsaitlərindən istifadə göstəriciləri, kadr tərkibi haqqında məlumatlar, əmək haqqı fondu və əmək məhsuldarlığı göstəriciləri, plan tapşırığı, rentabellik, maya dəyəri və s. kimi hesablanmış göstəricilərin məcmusu daxildir.

Turizm administrasiyası səviyyəsində idarəetmə qərarları qəbul etmək üçün digər növ informasiya tələb olunur. O işin bütün mərhələlərində vacibdir: turizm bazarının ilkin vəziyyətinin qiymətləndirilməsi, turizm sferasında dövlət siyasətinin işlənilib hazırlanması, idarəetmə fəaliyyətinin monitorinqi və onun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi. Müasir dövrdə turizm haqqında statistik informasiya daha çox gələnlər və olma müddəti statistikasına, həmçinin tədiyə balansının məlumatlarına əsaslanır ki, bu da sosial –iqtisadi hadisə kimi turizm sferası haqqında hərtərəfli təsəvvür vermir və real dövlət siyasəti həyata keçirmək üçün kifayət etmir. Sonuncunun əsasında turizmin inkişafına kompleks yanaşma durmalıdır. Bu növ fəaliyyətin tənzimlənməsi bütöv, vahid və qarşılıqlı əlaqədə həyata keçirilməlidir. Belə yanaşma ümumi iqtisadi vəziyyəti, turizm sferasının inkişafını, turist rəsurslarını, turist məhsullarının istehlakçısı olan ev təsərrüfatlarını, turizm sənayesini, dövlət və digər aşağı inzibati-ərazi səviyyələrində turizm xidmətlərinin xarici ticarətini və s. xarakterizə edən məlumatların olmasını tələb edir. Qeyd etdiyimiz kimi turizm

sferasının mülli (regional) iqtisadiyyatda payı haqqında informasiyada xüsusi çatışmazlıqlar vardır.

Turizm inkişafına proqram-məqsədli yanaşma çərçivəsində digər iqtisadi fəaliyyət növləri ilə kompleks halda turizmin iqtisadi və sosial səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi də vacibdir. Turizmin tənzimlənməsində statistikanın rolu informasiya bazasının formalaşdırılması ilə bitmir. Turizm sferasında baş verən sosial-iqtisadi proseslərin təhlilinin metodoloji əsasında mühüm məsələlərdən biridir. Təsərrüfat subyektləri arasındakı əlaqələrin mürəkkəbləşdiyi və rəqabətin kəskinləşdiyi bazar şəraitində bunun rolu daha da artır. Turist sənayesinin maliyyə-iqtisadi fəaliyyəti nəticələrinə müxtəlif amillərin təsirinin öyrənilməsi, turizm bazarının proqnozlaşdırılması zəruriliyi, qəbul edilən qərarların iqtisadi, sosial, ekoloji və digər nəticələrinin qabaqcadan müəyyənləşdirilməs olduqca vacibdir. Deməli, turizm statistikasını turizm sferasında hadisə və proseslərin təhlilinin informasiya təminatı və metodoloji funksiyasını yerinə yetirərək bu sahədə obyektiv əsaslandırılmış idarəetmə qərarları qəbul etmək üçün elmi fundamet yaradır.

Statistik informasiyanın mövsudluğu turizm fəaliyyətinin səmərəli idarəedilməsinin zəruri şərtidir. İnformasiya resursu ölkədə və xaricdə turizmin vəziyyəti, turizm biznesinin rəqabətqabiliyyətli və s. haqqında təsəvvür yaradır.

Statistik informasiyanın mühüm xarakteristikası onun keyfiyyətidir. İnformasiyanın keyfiyyətinə informasiyanın məzmununun analitik istifadəçilərin müxtəlif qrupları üçün onun istehlak xüsusiyyətinin uyğunluğunu aid etmək olar. İnformasiyanın istehlak xüsusiyyətlərinə - tamlıq, etibarlılıq, dəqiqlik, vaxtlı-vaxtlılıq, əlverişlilik, uyğunluq və tələb aiddir (9,14).

İnformasiyanın tamlığı dedikdə informasiyanın toplanması və işlənməsi prosesində elmi əsasda metodologiyadan istifadə edilməsini, informasiyanı əldə edərkən etik normalara riayət edilməsini nəzərdə tutur.

İnformasiyaya tələb onun əldə edilməsi zəruriliyinin dərəcəsinin qiymətləndirilməsi deməkdir. Başqa sözlə desək, vaxt və dəyər amilləri nəzərə almaqla əldə edilən informasiyanın statistik öyrənmənin məqsədlərinə nə dərəcədə uyğun gəlməsidir.

Etibarlılıq və dəqiqlik statistik müşahidə nəticəsində əldə edilən məlumatların onların obyektiv kəmiyyətindən (etibarlılıq) və orta kəmiyyətdən (dəqiqlik) kənarlaşmasını xarakterizə edən əlamətlərdir. Etibarlılıq və dəqiqlik xəta göstəriciləri ilə ölçülür.

Vaxtlı-vaxtlıq hadisənin həyata keçirilməsi anından onun işlənməsi və nəşr edilməsinə qədər davam edən vaxtla müəyyən edilir və bu dövrdə informasiya aktual olaraq qalır və istifadə üçün tələb ediləndir.

Əlverişlilik informasiya kütləsinin əldə edilməsi imkanlarının, informasiyanın rəsmi yayılmağa hazırlığının xarakteristikasıdır, o cümlədən informasiyanın əldə edilməsi imkanları haqqında istifadəçilərin məlumatlılığıdır.

Uyğunluq göstəricilərin statistik müşahidənin oxşar nəticələri arasındakı məntiqi qarşılıqlı əlaqənin mövcudluğu deməkdir. Uyğun məlumatlar ziddiyətli deyil, müqayisə olunandır və bir-birini tamamlayır.

Turizmdə statistik informasiya sahələrarası və sosial-iqtisadi xarakterdədir. Bir tərəfdən turizm özünə iqtisadi fəaliyyətin bir necə növünü daxil edir. Beynəlxalq Turizm Təşkilatının standartlarına uyğun olaraq turizm sferasında əsas növ fəaliyyətə yerləşdirmə vasitələrinin, sərnişin nəqliyyatının, turoperatorlarının, turagentlərin və turist bələdcilərinin fəaliyyəti, qidalanmanın təşkili, mədəniyyət tədbirləri, istirahət və əyləncənin təşkili və s. aiddir. Dövlət statistik informasiya resurslarında turist sənayesinin təşkilatlarının və müəssisələrinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti haqqında informasiya verilir. Belə informasiya dövlət statistika orqanlarının hüquqi və fiziki şəxslərdən yazılı yaxud sorğu yolu ilə əldə etdiyi, həmçinin dövlət idarəetmə hakimiyyəti orqanlarının inzibati məlumatları əsasında formalaşdırılır. Dövlət statistika məlumatları operativ xarakter daşıyır, müəyyən dövr üzrə dinamika sıralarının qurulmasına imkan verir.

Digər tərəfdən səfər xərcləri böyük maliyyə axınları təşkil edən dünya turizm bazarında turizmdən maksimum gəlir əldə etmək üçün ölkələr arasında kəskin rəqabət vardır.

Rəqabət mübarizəsində turist resurslarının artırılması və saxlanması üzrə məqsədəmüvafiq dövlət və biznes siyasəti olan, onları milli iqtisadiyyata əhəmiyyətli

maliyyə axınları cəlb etmək məqsədilə iqtisadi dövriyyəyə cəlb etməyi bacaran ölkələr qazanır. Bu cür siyasətin işlənilib hazırlanması və səmərəli həyata keçirilməsidərin analitik işləri tələb edir. Bununla əlaqədar olaraq BTT, Avrostat, bir sıra ölkələrin statistik və konsalting təşkilatları turizm statistikasının metodoloji problemlərini işıqlandırır və turizmin milli iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsi üzrə dərin statistik tədqiqatlarla məşğul olur. Turizmdə statistik informasiyanın xüsusiyyəti onun əldə edilməsi mənbələrinin müxtəlifliyidir.

Turizm statistikasını milli və beynəlxalq standartlara görə turizmə aid olan iqtisadi fəaliyyət növləri çərçivəsində ictimai hadisələrin kəmiyyət tərəfini öyrənir. Turizm fəaliyyətinin nəticələri statistik göstəricilərin köməyi ilə qiymətləndirilir. Statistik göstərici öyrənilən əlamətin həcmi və kəmiyyət (miqdar) nisbətini xarakterizə edən ədəddir. Statistik göstərici ictimai düşüncənin məhsuludur. Onlar obyektiv varlığa və ictimai həyata aid edilmir, yalnız onun əks etdirilməsidir. Həyat baxımından onlar ikincidir. Göstəricilər insan düşüncəsi ilə formalaşdırılır. Ona görə də onlar həm nisbətən obyektiv məzmunla malik ola bilər, həm də analitikin subyektiv qurması kimi də çıxış edə bilər. Əgər göstəricilər düzgün yaradılıbsa onlar gerçəkliyi daha yaxşı əks etdirə bilər. Qeyd etdiyimiz kimi statistik göstərici hadisənin kəmiyyət tərəfini onun keyfiyyət müəyyənliliyi ilə əks etdirir. Hadisənin kəmiyyət tərəfini dərk etməklə onun keyfiyyət mahiyyəti qiymətləndirilir. Məsələn, xaricdə ölkə vətəndaşlarının turist xərclərinin dinamikası və quruluşuna görə əhalinin ayrı-ayrı qruplarının həyat səviyyəsi haqqında fikir irəli sürmək olar və s. Deməli, statistik göstərici ictimai hadisənin kəmiyyət və keyfiyyət mahiyyətinin vahid ölçüsüdür. Göstəricinin keyfiyyət xarakteristikasına kəmiyyət qiymətləndirilməsi, hesablama metodları, ölçü vahidləri, vaxt və ərazi xüsusiyyətləri verilən əlamətlər aid edilir. Statistik göstəricilərin təşkii sosial-iqtisadi ölçülmə prosesləri ilə sıx bağlıdır. İctimai hadisənin ölçülməsinin hadisənin kəmiyyət tərəfinin dərk edilməsi və sosial-iqtisadi proseslərin mahiyyətinin aşkar edilməsi baxımından mühüm əhəmiyyəti vardır. Ölçülmə dərk etmənin məqsədlərinin müəyyən edilməsindən və tədqiq edilən prosesin keyfiyyət təhlilindən başlanır. Ölçülmənin gedişində dərk etmənin nəticələri mərkəzləşən statistik göstəricilər təşkil edilir.

Statistik göstəricilərin böyük elmi-dərk etmə əhəmiyyəti vardır. Onlar ictimai hadisələrin yalnız kəmiyyət tərəfini xarakterizə etmir, həm də hadisələrin mahiyyətini, inkişaf meyli və qanunauyğunluqlarını aşkar etməyə kömək edir. Statistik göstəricilər əsasında ictimai inkişafın istənilən nəzəriyyəsinə təsdiq edən yaxud inkar edən faktlar fundamenti yaradılır. İctimai inkişafın nəzəri müddəaları faktlarla təsdiq olunmayana qədər fərziyyə olaraq qalır. Deməli, statistik göstəriciyə iki tərəfdən baxmaq olar. Bir tərəfdən statistik göstərici ümumi və fərdin, zərurət və təsadüflüyün, səbəb və nəticənin, hadisə və mahiyyətin dialektik əlaqəsini həyata keçirən elmi abstraksiyadır, digər tərəfdən isə statistik göstərici obyektiv reallığın təhlilinin real və həqiqi vasitəsidir. Statistik göstəricilər mütləq, nisbi və orta göstəricilər ola bilər.

Statistika təcrübəsində turizmin statistik göstəricilər sistemi müxtəlif hesabat formalarında öz əksini tapır. Onlarda əks etdirilən göstəricilər turist fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərini, o cümlədən yerləşdirmə vasitələrinin, turoperatorların, turagent kampaniyaların və s. fəaliyyətini təhlil etməyə imkan verir. Mahiyyət etibarilə hesabat formalarında verilən statistik göstəricilər sistemi təsviridir. Bu cür statistik göstəricilər sistemi məcmunun bir hissəsinin ümumi məcmu (onun hissələri) yaxud digər məcmu ilə müqayisəsinin qiymətləndirmək üçün istiqamət yaxud kriteriya kimi çıxış edir. Hesabat formalarında verilən göstəricilərin tərkibinin təhlili hadisənin ayrı-ayrı tərəflərinin xarakterizə edən göstəricilər qrupundan ibarət olduğunu göstərir. Məsələn, “Kollektiv yerləşdirmənin vasitələrinin fəaliyyəti haqqında məlumatlar “ 1 sayılı hesabat formasında bir qrup göstəricilər maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətini, digər qrup nomrə fondunu, turistlərin yerləşdirilməsini, qidalandırma obyektlərini və s. qiymətləndirir. Hesabat formalarında verilən məlumatlar çoxsəhəli kompleks kimi turizmin bütün fəaliyyətini deyil, onun ayrı-ayrı növlərini izləməyə imkan verir. Turizmdə statistik müşahidənin hesabat forması ilə yanaşı digər təşkilati formaları da, məsələn seçmə müşahidəsi də daxildir.

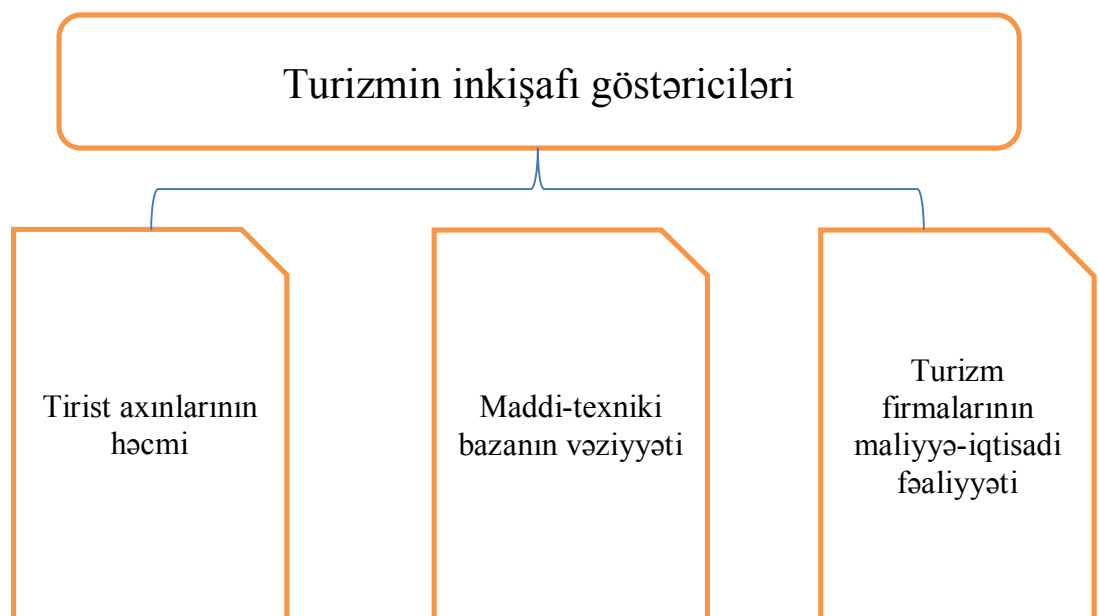
Müşahidənin məqsədinə uyğun olaraq formalaşdırılan statistik göstəricilər sistemi hadisənin öyrənilmə dərinliyindən, əlamətlər arasındakı əlaqənin tədqiqi formalarına, göstəricilərin strukturu və tərkibindən, onların qruplaşdırılmasından asılı

olaraq bir - birindən fərqlənir. Göstəricilər sistemi və onların qurulması metodologiyası milli və beynəlxalq standartlara uyğun olmalıdır.

Göstəricilər sistemində turizm bazarının fəaliyyət nəticələrini xarakterizə edən bəzi göstəriciləri ayırd etmək olar. Turizm sferasında belə göstəricilər turizm xərcləri və turizm istehlakının dəyər ifadəsindən həcmidir. Bunların əsasında bu və ya digər ölkənin dünya turizm bazarında rəqabətqabiliyyətinin səviyyəsi qiymətləndirilir.

Turizm fəaliyyətinin bütün tərəflərinin əks etdirən statistik göstəricilər sistemində misal Ümumdünya Turizm Təşkilatının statistika təcrübəsində istifadə üçün tövsiyyə etdiyini göstərmək olar.

Ümumdünya Ticarət Təşkilatının tövsiyyə etdiyi göstəricilər sistemində 120 dəyər və 40 - dan çox natural göstəricilər daxildir. Bir sıra dəyər göstəriciləri turizmdə istehsal hesabının qurulması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Natural göstəricilər yerləşdirmə vasitələrinin müxtəlif tiplərinin sayını, turizm müəssisələrində məşğul olanların sayını və s. hesablamaqğa imkan verir. ÜTT-nın statistik göstəriciləri qarşılıqlı əlaqədədir və MHS ilə uzlaşdırılmışdır. Ümumiyyətlə turizmin inkişafını xarakterizə edən iqtisadi göstəriciləri aşağıdakı sxemdə vermək olar:



Sxem 1. Turizmin inkişaf göstəriciləri

Ölkədə, idarəetmə orqanlarının, maliyyə instutlarının, elmi və konsaltinq təşkilatlarını informasiya tələbatlarının təhlili əsasında aşağıdakı istiqamətlərdə turizm sferasının informasiya fondu formalaşdırılır:

- turizmin inkişafının əsas göstəriciləri,
- turizm sferasında əmək və əmək haqqı,
- beynəlxalq turist axınları,
- turizm daşımaları,
- yerləşdirmə vasitələri,
- ictimai qidalanma,
- turizm üçün malların istehsalı,
- turizm sferasında pullu xidmətlər,
- turizm xidmətlərinin qiyməti,
- turizm sferasının maliyyəsi,
- turizm sferasında investisiya,
- turizm firmalarının fəaliyyəti,
- turizm resursları,
- beynəlxalq müqayisəlilik.

Beləliklə, qeyd edilənlərdən göründüyü kimi turizmdə müxtəlif planlı hadisələrin mahiyyətini açmaq üçün qurulma metodologiyasına görə fərqlənən çoxsaylı statistik göstəricilərdən istifadə etmək lazımdır. Belə göstəricilərə fərdi, yekun, mütləq, nisbi, natural, dəyər, birsəviyyəli və çoxsəviyyəli strukturu olan orta göstəriciləri aid etmək olar. Statistik məcmuədə verilənlər Ölkədə turizmin inkişafını xarakterizə edən umumi məlumatlardır. Onlar göstərilən dövr ərzində müəyyən proseslərin nəticələrini xarakterizə edir. Milli və regional səviyyədə turizmin inkişaf qanunauyğunluğunu aşkar etmək üçün statistik göstəricilərin uzun dövrü xarakterizə etməsi zəruridir.

FƏSİL 2. AZƏRBAYCANDA TURİZM XİDMƏTİ BAZARININ İQTİSADI-STATİSTİK TƏHLİLİ

2.1. Ölkənin turizm xidməti bazarının inkişafının əsas göstəricilərinin təhlili

Müasir dövrdə bir çox ölkələrdə olduğu kimi ölkəmizdə də turizm sürətlə inkişaf edən sahələrdən birinə çevrilmişdir. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayı 2010-cu ildə 1418 nəfər, 2013-cü ildə 1729 nəfər, 2014-cü ildə isə 1794 nəfər təşkil etmişdir. Araşdırma göstərir ki, dünyada yeddi iş yerindən biri turizm biznesinin payına düşür (28).

Nadir təbii resurslara və tarixi-mədəni dəyərlərə malik Azərbaycanın regional və beynəlxalq səviyyədə turizm sənayesinin inkişafı üçün həyata keçirilməmiş böyük potensiala malikdir. Hazırda ölkənin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri iqtisadi inkişafın xammal yönümündən qeyri-neft sektorunun inkişafı əsasında tədricən diversifikasiyalı yolun keçməkdir ki, bu zaman ən perspektivli sfera turizm qəbul edilmişdir. Hələ 2010-cu ildə Ölkə rəhbərliyi tərəfindən turizmin inkişafının dövlət proqramı qəbul edilmişdir və həyata keçirilən tədbirlər planında turizm statistikasına xüsusi yer verilmişdir. Xüsusilə, turizm sferasında statistik məlumatların toplanması sisteminin və metodologiyasının təkmilləşdirilməsi, onun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, turizm məqsədilə ölkəyə gələn və ölkədən gedənlərin sayı, onların məqsədləri və xərcləri haqqında və s. məlumatları özündə əks etdirən illik statistik məcmuənin formalaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Ölkədə turizm sferasında statistik fəaliyyəti Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, Dövlət Sərhəd Xidməti, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi həyata keçirir.

Turizm potensialının həyata keçirilməsi respublikanı beynəlxalq turizm bazarına müntəzəm surətdə inteqrasiya olunmasına və ölkədə turizmin intensiv inkişafına nail olmağa imkan verir. Bu əhalinin məşğulluğun və gəlirlərin sabit artımını, turizmlə bağlı sahələrin inkişafının stimullaşdırılmasını, milli iqtisadiyyata investisiya axınının artımını təmin edir. Qeyd etdiyimiz kim ölkənin yeni prinsiplər

əsasında uzunmüddətli inkişafı turiz sənayesi dövlət səviyyəsində iqtisadiyyatın prioritet sahələrindən biri olması qəbul edilmişdir.

Bütövlükdə turizm iqtisadiyyat üç müsbət təsir göstərir. Bunlara aiddir:

- xarici valyuta daxilolmalarını təmin edir,
- tədiyə balansı və ümumi ixrac kimi iqtisadi göstəricilərə müsbət təsir göstərir,
- əhalinin məşğulluğunun artmasına kömək edir.

Rəsmi statistika turizmin inkişafını xarakterizə etmək üçün turizm fəaliyyətinin müxtəlif tərəfləri haqqında informasiya toplayır. Ümumiyyətlə turizm statistikasında aşağıdakı anlayışlardan istifadə edilir.

Turizm. Azərbaycan Respublikası əvtəndaşlarının, əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin müvəqqəti olacağı ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərti ilə istirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idrakı (tarix və mədəniyyət sərvətlərindən bəhrələnmə və s.), iş-peşə (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna olmaqla), idman və dini məqsədlərlə daimi yaşayış yerlərindən müvəqqəti getmələri (səyahətləri) turizm adlanır.

Turist. İstirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idrakı (tarix və mədəniyyət sərvətlərindən bəhrələnmə və sair), iş-peşə (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna olmaqla), idman və dini məqsədlərlə getdiyi ölkədə ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərti ilə, 24 saatdan 12 ayadək müddətdə müvəqqəti olan şəxsdir.

Tur. Konkret müddətdə konkret marşrut üzrə fərdi və ya qrup halında səfərdən ibarət olan, turizm məhsulunun vauzer şəklində satılan formasıdır.

Turizm yollayışı blankı. Ciddi hesabatlı blank olub, proqramla nəzərdə tutulmuş xidmətlərin ödənildiyini təsdiq edən sənəddir.

Turizm məhsulu. Turistlərə göstərilən xidmətlər kompleksi (turistlərin yerləşdirilməsi, daşınması, yeməyi üzrə xidmətlər kompleksi, ekskursiya, həmçinin bələdzi (bələdzi-tərcüməzi) xidmətləri və səfərin məqsədlərindən asılı olmayaraq göstərilən digər xidmətlər).

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr. Nömrələrinin sayı müəyyən minimum sayından çox olan, vahid rəhbərliyə malik, nömrələrində gündəlik yataqların səliqəyə salınması və sanitar qovşağının yığışdırılması daxil edilməklə,

turistlərə müəyyən xidmətlər göstərilən, xidmətlərin və mövcud olan avadanlıqların səviyyəsinə əsasən qrup və kateqoriyalara qruplaşdırılan müəssisələr aiddir.

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin kateqoriya nişanı. Müəssisələrin müəyyən kateqoriyaya aid edilməsi attestasiya məlumatına uyğun olaraq istehlakçıya və digər maraqlı tərəflərə zətdırmaq üçün səkkizguşəli sərbəst ölkədə sayı birdən beşə qədər olan ulduzlar dəsti ilə ifadə olunur.

Nömrə fondu. Yerləşdirmə obyektlərində nömrələrin ümumi sayı nəzərdə tutulur. Yerləşdirmə obyektlərində turistlərin müvəqqəti qalması üçün lazımi mebeli, avadanlığı və inventarı olan bir və ya bir neçə otağı olan nömrə adlanır.

Gecələmələr. Nömrə və yerlərin bronlaşdırılmasını daxil etməklə, il ərzində istifadə olunmuş daimi və müvəqqəti yerlərin sayını əks etdirir və mehmanxanada gecələyənlərin qeydiyyat kitabı əsasında təyin edilir. Bu göstərici “il ərzində təqdim edilən çarpayı - sutka” göstəricisi ilə eyni olub hesabat ili ərzində təqdim edilən çarpayıların sayını əks etdirir.

Mehmanxanaların yüklənməsinin orta əmsalı (K) hesabat dövründə gecələmələrin orta birgünlük sayının birdəfəlik tutuma nisbəti kimi hesablanır.

Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı. İl ərzində yollayışla və yollayışsız gələn şəxslərin mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilməsidir. Yerləşdirilmiş şəxslər mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə əsərlərin məqsədlərinə, müddətinə və nəqliyyat vasitələrinə görə təsnifləşir.

İaşə dövryyəsi- iaşə şəbəkələri vasitəsi ilə kulinariya məhsulları, xörəklər, yarımfabrikatlar, həmçinin aşbazlıq emalından keçməmiş digər əmtəələrin əhaliyə satışını əks etdirir.

Fiziki həcm indeksləri - göstəricilərin real həcmənin dəyişməsinə xarakterizə edir. Hesabat dövründəki göstəricinin baza dövrünün qiymətləri ilə həcmənin baza dövrü üzrə faktiki göstəriciyə faizlə nisbəti kimi hesablanır (31).

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün bütün imkanlar, o cümlədən əlverişli coğrafi vəziyyət, zəngin maddi-tarixi dəyərlər, rəngarəng mənzərələr, ucuz əmək ehtiyatları və s. vardır. Ötən dövr ərzində Ölkənin turizm sənayesinin inkişafına

müsbət dinamika xas olmuşdur ki, bu da bir sıra problemlərin həll edilməsində müəyyən rol oynamışdır (Cədvəl 1).

Cədvəl 1

2008-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında turizm
müəssisələrinin əsas göstəriciləri

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Müəssisələrin sayı	123	124	126	141	170	197	218
İşçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə), nəfər	1174	1393	1418	1541	1730	1729	1 794
ondan:							
turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin sayı, nəfər	749	1136	1159	1279	1473	1 515	1 567
Müəssisələrin əldə etdiyi gəlir, min manat	17120,5	17839,6	19065,3	22634,8	27121,5	29600,9	31 107,1
ondan:							
turizm fəaliyyətindən	12987,6	14013,6	14755,5	17804,7	21597,1	24823,6	26 031,0
Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclər, min manat	15612,1	16907,9	17811,3	20662,1	23540,8	25292,5	27 018,1
ondan:							
turizm fəaliyyətindən	11909,5	13220,7	13805,7	16065,6	18903,1	21818,2	25 708,6
Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının sayı, ədəd	27055	28509	34121	42583	62866	65448	66 233
o cümlədən:							
ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd	2517	3259	3385	4045	5121	7078	6 990
ölkədən kənarda	20843	21776	27030	34254	52378	53 771	54 900

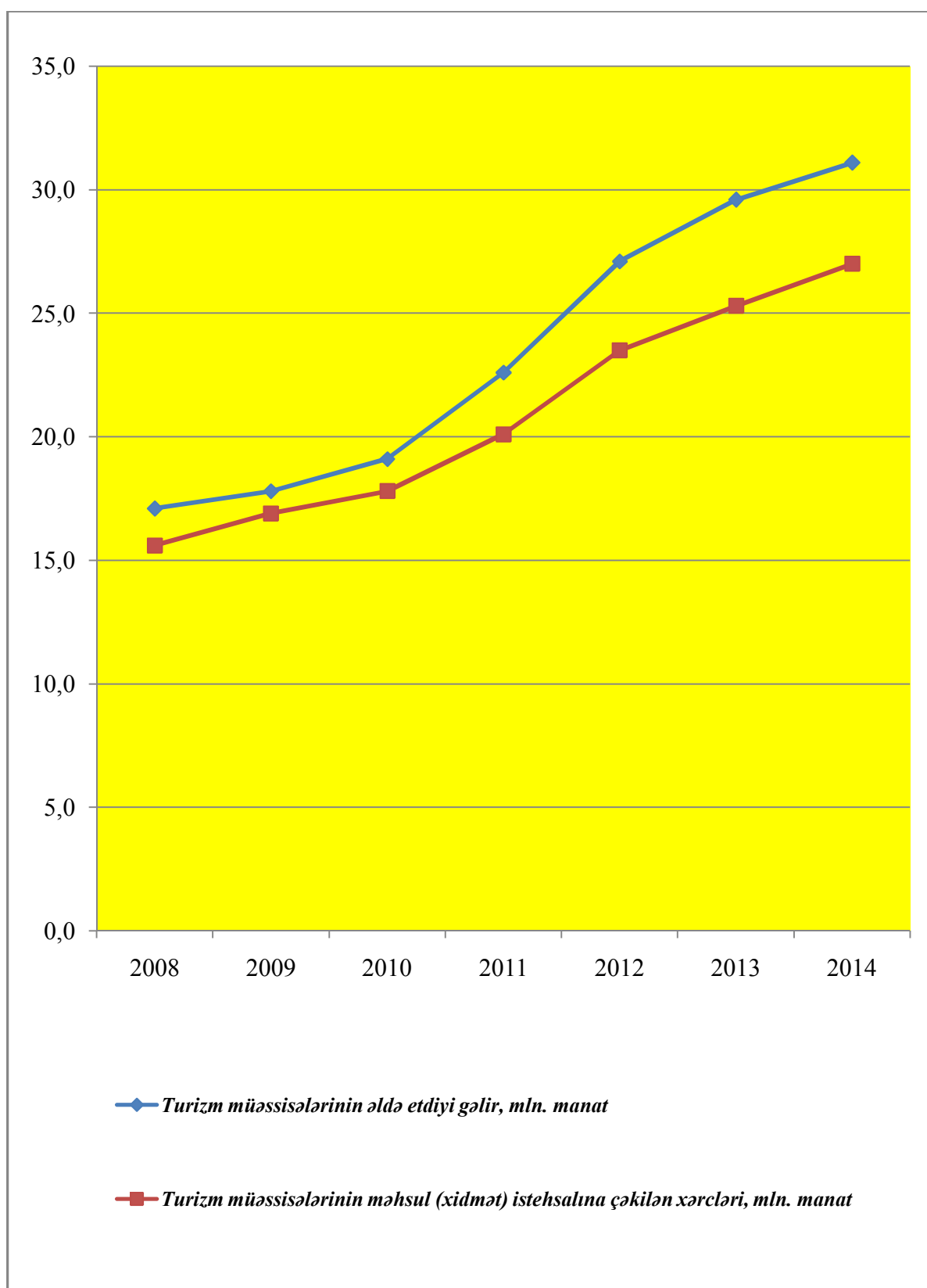
səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd							
Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətən- daşlarına, ədəd	3695	3474	3706	4284	5367	4 599	4 343
Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının dəyəri, min manat	11148,9	15071,7	25848,7	29316,6	40693,2	42892,3	44 820,3
o cümlədən:							
ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, min manat	1099,5	1291,8	1708,4	2021,1	3147,4	2747,9	2 764,0
ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaş- larına, min manat	8112,2	12039,8	19750,2	22583,4	33652,3	36991,0	39 708,5
Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaş- larına, min manat	1937,2	1740,2	4390,2	4712,1	3893,4	3153,4	2 347,8
Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər	59607	59700	69923	83620	101431	91 961	92 305

Cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi 2008-2014-cü illərdə ölkədə turist müəssisələrinin sayı davamlı olaraq artmışdır. Belə ki, 2008-ci ildə turist müəssisələrinin sayı 123 vahid olmuşdursa, 2010-cı ildə 126, 2013-cü ildə 197, 2014-cü ildə isə 218 vahid təşkil etmişdir. 2008-ci illə müqayisədə 2014-cü ildə turist müəssisələrinin sayı 77.2%, 2013-cü illə müqayisədə isə 10.7% artmışdır.

Turizm sektorunun inkişafı əhalinin məşğulluğuna və gəlirlərinə mühüm təsir göstərir. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə 2010-cu ildə ölkədə məğul əhalinin sayı 4329.1 min. nəfər, 2014-cü ildə isə 4602.9 min nəfər təşkil etmiş, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların sayı isə müvafiq olaraq 46.9 və 55.7 min nəfər olmuşdur. Deməli, 2010-cu ildə iqtisadi fəaliyyətin növləri üzrə ümumi məşğul olanların 1.1%-i, 2014-cü ildə isə 1.2%-i turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların payına düşmüşdür.

Turizm fəaliyyətini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirdir. 1 saylı cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi bu dövrdə turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir artmışdır. Belə ki, 2010-cu ildə turizm müəssisələrin əldə etdiyi gəlirin həcmi təxminən 19.1 mln. manat, 2013-cü ildə 29.6 mln manat, 2014-cü ildə isə 31.1. mln. manat təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə turizm müəssisələrinin gəlirləri 62.8%, 2013-cü illə müqayisədə isə 5.1% artmışdır. Turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirin bu dəyişiklikləri qarşılığında turist müəssisələrinin məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dəyişməsi müvafiq olaraq 51.7% və 6.7% təşkil etmişdir. Ümumiyyətlə, 2008-2014-cü illərdə Azərbaycanda turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirin və məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dinamikasını 1 saylı xətti qrafik daha əyani göstərir (Şəkil 1).

Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının sayının dinamikasındakı dəyişikliklər turist axınının intensivliyi haqqında ümumi təsəvvür yaradır. Təhlil edilən dövrdə ölkənin turizm sektorunun bu göstəricisinə də davamlı artım xas olmuşdur. Belə ki, 2008-ci ildə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayı 27055 ədəd, 2010-cu ildə 34121 ədəd, 2013-cü ildə 65448 ədəd, 2014-cü ildə isə 66233 ədəd təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayı 94.1%, 2013-cü illə müqayisədə isə 1.2% artmışdır. Göründüyü kimi son illərlə müqayisədə göstəriciyə kiçik artım xas olmuşdur.



Şəkil 1. 2008-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir və məhsul (xidmət) istehsalına çəkdiyi xərclərin dinamikası.

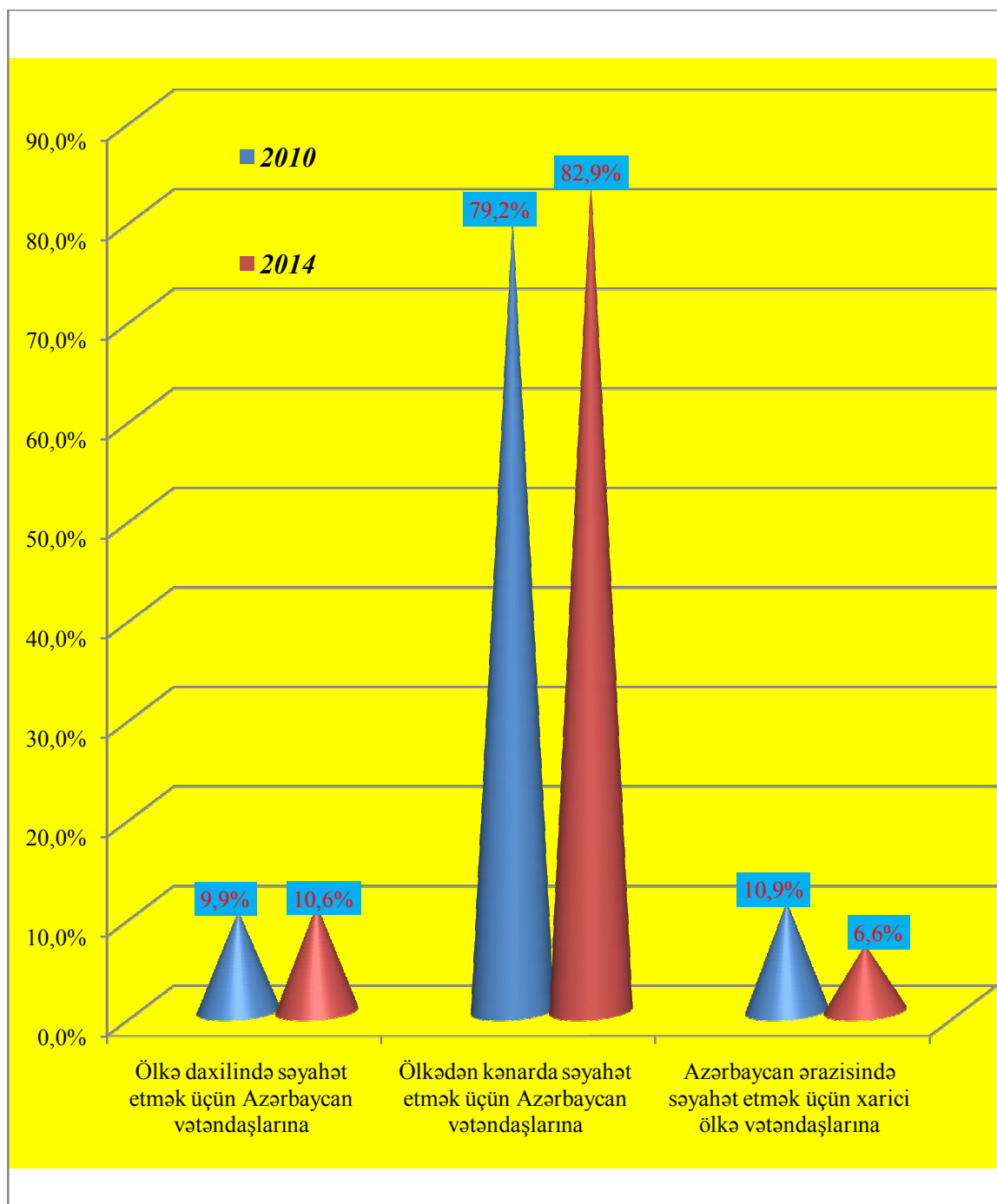
Əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayında ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayında da əhəmiyyətli dəyişikliklər müşahidə edilir. 2010-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 3385 ədəd, 2013-cü ildə 7078 ədəd, 2014-cü ildə isə 6990 ədəd təşkil etmişdir. 2010-cu ilə nisbətən 2014-cü ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı təxminən 2.0 dəfə atdığı halda, 2013-cü ilə müqayisədə isə əksinə 1.2% azalmışdır.

Təhlil edilən dövrdə ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı müvafiq olaraq təxminən 2.0 dəfə və 2.1% artmışdır.

2010-cu ilə müqayisədə 2014-cü ildə Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 17.2% artmış, 2013-cü ilə müqayisədə isə 5.6% azalmışdır. Təhlildən göründüyü kimi son illərlə müqayisədə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayında azalma müşahidə edilmişdir.

1 sayılı cədvəlin məlumatları əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının quruluşunda daha yüksək xüsusi çəkiyə ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayının malik olduğunu göstərir. Belə ki, 2010-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının ümumi sayının 9.9%-ə, ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 79.2%-ə və Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı isə 10.9%-ə bərabər olmuşdur. 2014-cü ildə isə bu göstəricilər müvafiq olaraq 10.6%, 82.9% və 6.6% olmuşdur. 2010 və 2014-cü

illərdə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının quruluşundakə dəyişikliyi 2 sayılı sütunlu qrafik daha əyani göstərir (şəkil 2).



Şəkil. 2. 2010 və 2014-cü illərdə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının quruluşu, %

Beləliklə, hesablamaların nəticələri ölkədə əhaliyə satılmış turizm yollayış blanklarının böyük bir hissəsi ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilmişdir və əlbəttə ki, bu da müsbət meyl kimi dəyərləndirilə bilməz.

Turizmin inkişafının əsas göstəricilərindən biri onun maddi - texniki bazası, xüsusilə yerləşdimə vasitələrinin fəaliyyətidir. Turistlərin yerləşdirilməsində mühmanxana və mahmanxana tipli müəssisələr mühüm rol oynayır. Son illərdə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin inkişafında müsbət meyllər xeyli güclənmişdir (cədvəl 2).

Cədvəl 2

2011-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında mehmanxana və
mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri

	2011	2012	2013	2014
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	508	514	530	535
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı- cəmi, nəfər	510162	624924	666348	672 345
o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	252175	252807	270887	279 555
xarici vətəndaşlar	257987	372117	395461	392 790
İstirahət, əyləncə məqsədi ilə	172797	225646	226464	237 506
o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	124150	125079	137538	171 539
xarici vətəndaşlar	48647	100567	88926	65 967
İşgüzar məqsədi ilə	185094	247304	232796	206 234
o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	60830	74298	73756	45 004
xarici vətəndaşlar	124264	173006	159040	161 230
Müalicə məqsədi ilə	27533	15145	45060	70 981
o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	19408	8468	13555	33 922
xarici vətəndaşlar	8125	6677	31505	37 059
Digər turizm məqsədilə	40242	32863	42617	35 922
o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	17682	11206	9449	12 801
xarici vətəndaşlar	22560	21657	33168	23 121
Digər məqsədlə	84496	103966	119411	121 702

o cümlədən:				
ölkə vətəndaşları	30105	33756	36589	16 289
xarici vətəndaşlar	54391	70210	82822	105 413
İşçilərin sayı, nəfər	6198	7321	8 259	9 009
Büdcəyə ödənilmiş ƏDV və digər vergilər, min manatla	27966,5	18058,8	29951,3	28 201,5

Belə ki, 2011-2014-cü ildə ölkədə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı davamlı olaraq artmışdır. 2010-cu ilə nisbətən bu tipli müəssisələrin sayı 5.3%, 2013-cü illə müqayisədə 0.9% artmışdır. Təhlil edilən dövrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı 510.2 min nəfərdən, 672.3 min nəfərə yüksəlmişdir. Bu o deməkdir ki, mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilən şəxslərin sayı 2010-cu ilə nisbətən 2014-cü ildə 31.8% artmışdır. 2014-cü ildə yerləşdirilmiş şəxslərin 41.6%-i ölkə vətəndaşları, 58.4%-i isə xarici vətəndaşlar təşkil etmişdir.

2014-cü ildə yerləşdirilmiş 672345 nəfər şəxsin 237506 nəfəri (35.3%) istirahət, əyləncə məqsədilə, 206234 nəfəri (30.7%) işgüzar məqsədilə, 70981 nəfəri (10.6%) müalicə məqsədi ilə, 35922 (5.3%) digər turizm məqsədilə və 121702 nəfəri (18.1%) isə digər məqsədlə gəlmişdir. Deməli, yerləşdirilən turistlərin tərkibində istirahət, yəhləncə və işgüzar məqsədlərlə gələnələr daha çox təşkil etmişdir.

Bu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə işləyənlərin sayı təxminən 9 min nəfər, büdcəyə ödənilən vergilər isə 28.2 mln. manat olmuşdur. Büdcə gəlirlərinin ümumi məbləğinə nisbətəndə bu göstəricinin qiyməti çox azdır (29,31).

Beləliklə, araşdırmadan görünür ki, ölkədə turizmin inkişafını xarakterizə edən göstəricilərin dinamikasında davamlı olaraq artım müşahidə edilmişdir. Perspektivdə Ölkənin turizm potensialından daha yüksək səviyyədə istifadə edilməsinə istiqamətlənmiş işlərin sürətləndirilməsi və genişləndirilməsi bu göstəricilərin daha da artmasıba müsbət təsir göstərə bilər. Bunun üçün turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması, turizm sahəsində sahibkarlığın dəstəkləndirilməsi, turizm əhəmiyyətli obyektlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi, turizm bazarının statistik təhlili

və s. sahəsində işlərin təkmilləşdirilməsi və inkişafı olduqca vacibdir. Fikrimizcə, qeyd olunan problemlərin həlli Azərbaycanı dünyanın qabaqcıl turizm mərkəzlərindən birini çevirməklə, ölkənin iqtisadi inkişafına güclü təkan verə bilər.

2.2. Ölkədə turizmin inkişafının regional diferensiasiyasının statistik təhlili

Bu gün turizmin inkişaf potensialı haqqında danışmaq aktualdır və müasir turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatında ən yüksək gəlirli sahələrindən biri kimi çıxış edir. Ona görə də ölkənin büdcə gəlirlərində turizmdən daxil olan gəlirlərin payının yüksəldilməsi olduqca vacibdir.

Turizmin yerinə yetirdiyi funksiyaların genişliyi makro və mikro səviyyədə sosial-iqtisadi artımın stimullaşdırılmasının səmərəli vasitəsi kimi onda istifadə edilməsinə imkan verir. Turizmin funksiyası ilk növbədə konkret regionun ərazisində özünü büruzə və onun inkişaf imkanları regionun şəraiti ilə müəyyən olunur. Ona görə də sosial-iqtisadi inkişafın vasitəsi kimi turizmə regional baxımdan yanaşmaq xüsusilə aktualdır. Bu cür yanaşma turizmin inkişaf şəraitinin xarakterinə görə regionları əhəmiyyətli diferensiasiyaya malik olan ölkəmiz üçün xüsusilə vacibdir.

Turizmin inkişaf səviyyəsinə görə regionların diferensiasiyası onların inkişafını xarakterizə edən əsas statistik göstəriciləri nəzərə almaqla həyata keçirilir. Belə mühüm göstəricilər gələn turistlərin sayı, turist firmalarının fəaliyyətindən gəlir, yerləşdirmə obyektlərinin istismarından gəlir, sanatoriyaların, pansionatların, istirahət evlərinin sayı və s. ola bilər. Turizmin inkişaf səviyyəsinə görə ölkə regionlarının diferensiasiyası turist sahələrinin fəaliyyətində regional fərqlərin dərəcəsinin qiymətləndirilməsi köməyi ilə həyata keçirilir və hər bir qrupun xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla turizmin inkişaf strategiyasının işlənib hazırlanması üçün ümumi xarakteristikalarına görə bir - birinə yaxın regionlar qrupunu formalaşdırmağa imkan verir. Deməli, öz xarakterinə görə turizm konkret resurslarla, coğrafi amillərlə, regional xüsusiyyətlərlə bağlıdır və təbii, sosial və iqtisadi amilləri ilə, tarixi-mədəni xüsusiyyətləri ilə və s. fərqlənən regionlara malik ölkənin rəqabət qabiliyyətliyini yük-

səltmək üçün regional baxımdan turizmin formalşması və inkişafının təhlili məqsəddə uyğundur. Ölkənin regionlarında turizmin inkişafına diqqət yetirilməsi bütövlükdə ölkənin turist cəlbəediciliyinin yüksəldilməsinə nail olmaq olar. Son dövrlərdə ölkədə turizmin inkişafı ilə bağlı həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində turizm sektorunun regional inkişafı yeni meylərin formalaşmasına gətirib çıxarmışdır (cədvəl). Rəsmi statistikanın məlumatları 2009-2014-cü illərdə iqtisadi rayonlar üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının sayının dinamikasında davamlı artımın olduğunu göstərir. Belə ki, 2009-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə iqtisadi rayonlar üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının ümumi sayı təxminən 2.3 dəfə, 2012-ci illə müqayisədə 5.2%, 2013-cü illə müqayisədə isə 1.2% artmışdır. Bundan başqa əhaliyə

Cədvəl 3

2009-2014-cü illərdə iqtisadi rayonlar üzrə əhaliyə satılmış turizm yollayışı
blanklarının sayı

İqtisadi rayonlar	Cəmi blankların sayı, vahid					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ölkə üzrə cəmi	28509	34121	42583	62866	65 448	66 233
Bakı şəhəri	27590	31212	39407	59294	61709	62 430
Abşeron iqtisadi rayonu	46	97	94	201	124	120
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	-	-	-	-	48	60
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	800	-	-	-	-	-
Aran iqtisadi rayonu	43	49	9	33	82	68
Naxçıvan iqtisadi rayonu	30	2763	3073	3338	3485	3 555

Satılmış turizm yollayışı blanklarının iqtisadi rayonlar üzrə bölgüsündə də müəyyən meyllər formalaşmışdır. 2009 - cu ildə satılmış turizm yollayışı blanklarının 96.8%, 2014-cü ildə isə 94.3% Bakı şəhərinin, 0.2% - i müvafiq olaraq Abşeron və Aran iqtisadi rayonlarının, 5.4% - isə Naxçıvan iqtisadi rayonun payına düşmüşdür. Deməli, satılmış turizm yollayışı blanklarının böyük bir hissəsinin Bakı şəhərində

mərkəzləşməsi digər iqtisadi rayonların turizm potensialından lazımı qədər istifadə edilmədiyini deməyə əsas verir.

Məlumdur ki, ölkə vətəndaşları həm ölkə daxilində, həm də ölkə xaricində müxtəlif turizm məqsədləri üçün səfər edirlər. Rəsmi statistikanın məlumatları təhlil edilən dövrdə ölkə vətəndaşlarının əsasın xarici ölkələrə turizm məqsədləri üçün səfər etmələrinə üstünlük vermişlər (Cədvəl 4). Belə ki, 2009-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı 3259 vahid, 2013-cü ildə 7078 vahid, 2014-cü ildə isə 6990 vahid olmuşdur. 2009-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı mütləq ifadədə 3731 vahid, yaxud 14.4% artmış, 2013-cü illə müqayisədə isə əksinə 88 vahid, yaxud 1.2% azalmışdır.

Cədvəl 4

2009-2014-cü illərdə iqtisadi rayonlar üzrə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayı

İqtisadi rayonlar	Yollayış blankları satılmışdır, vahid					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ölkə üzrə cəmi	3259	3385	4045	5121	7078	6 990
Bakı şəhəri	2370	2192	2661	3577	5561	5 434
Abşeron iqtisadi rayonu	46	97	94	201	94	90
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	800	-	-	-	-	-
Aran iqtisadi rayonu	43	49	9	33	44	56
Naxçıvan iqtisadi rayonu	-	1 047	1281	1310	1379	1 410

Bu göstərici üzrə də regionlar arasında kəskin fərq müşahidə edilmişdir. Belə ki, ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayının böyük hissəsi Bakı şəhərinin payına düşmüşdür. 2009-cu ildə ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına verilən turizm yollayış blanklarının sayında Bakı şəhərinin xüsusi çəkisi 72.7%, Abşeron iqtisadi

rayon 1.4%, Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu 24.5%, Aran iqtisadi rayonu 1.3%, təşkil etmişdir. 2014-cü ildə bu göstərici müvafiq olaraq Bakı şəhəri 77.7%, Abşeron iqtisadi rayonu 1.3%, Aran iqtisadi rayonu 0.8%, Naxçıvan iqtisadi rayonu 20.2% olmuşdur.

Təhlil edilən dövrdə xarici ölkələrə səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının ümumi sayı 2010cu ildə 27030 vahid olmuşdur və bunun 25314 vahidi, yəni 93.7%-i Bakı şəhərinin, 1716 vahidi, yəni 6.3%-i Naxçıvan iqtisadi rayonunun payına düşmüşdür. 2014-cü ildə satılmış yollayış blanklarının sayı 54900 vahid olmuş və bunun 52653 vahidi, yəni 95.9%-i Bakı şəhərinin, 0.1%-i müvafiq olaraq Abşeron və Cəncə - Qazax iqtisadi rayonlarının, 3.9% - i isə Naxçıvan iqtisadi rayonunun payına düşmüşdür.

2010-cu ildə Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının ölkə üzrə ümumi sayı 3706 vahid, 2013-cü ilə 4599 vahid, 2014-cü ildə isə 4343 vahid olmuşdur və bunun hamısı Bakı şəhərinin payına düşmüşdür.

2014-cü ildə iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin ümumi sayı 672345 vahid olmuşdur və bunun 432491 vahidi (64.3%) Bakı şəhərinin, 6411 vahidi (1%) Abşeron iqtisadi rayonun, 46697 vahidi (6.9%) Gəncə-Qazax iqtisadi rayonun, 32077 vahidi (4.8%) Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonun, 18088 vahidi (2.7%) Lənkəran iqtisadi rayonun, 42060 vahidi (6.3%) Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonun, 19298 vahidi (2.9%) Aran iqtisadi rayonun, 530 vahidi (0.1%) Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonun, 14619 vahidi (2.2%) Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonun və 60074 vahidi (8.9%) Naxçıvan iqtisadi rayonun payına düşmüşdür.

Cədvəl 5

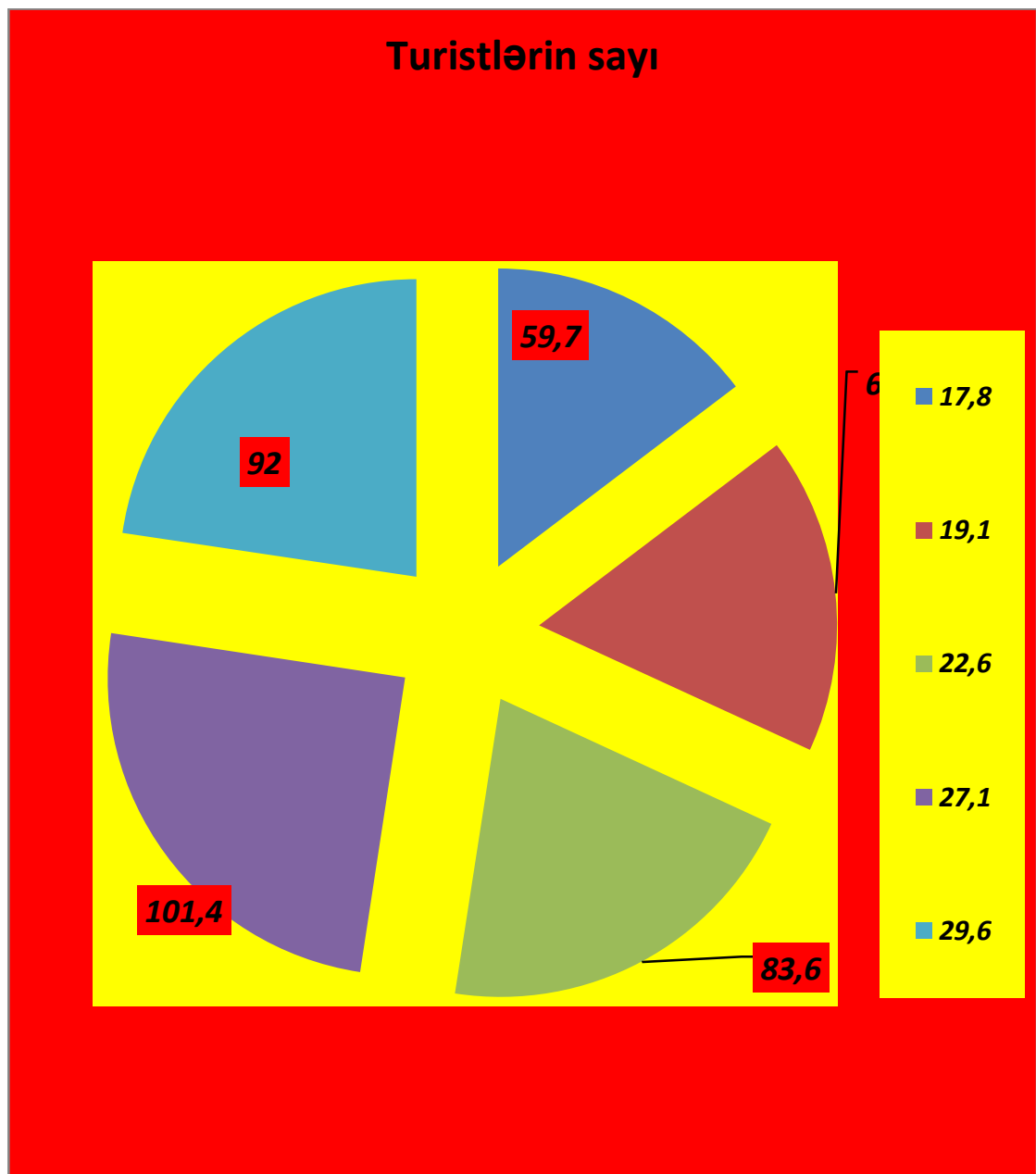
2014-cü ildə iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin
məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, nəfər

İqtisadi rayonlar	Cəmi	məqsədlər üzrə		
		turizm	o cümlədən	digər

		məqsə- di ilə	istirahət əyləncə turizmi	işgüzar turizm	müa- licə turizm	digər turizm məqsədilə	məq- sədlə
Ölkə üzrə - cəmi	672 345	550 643	237 506	206 234	70 981	35 922	121 702
Bakı şəhəri	432 491	324 858	113 844	160 837	36 240	13 937	107 633
Abşeron iqtisadi rayonu	6 411	6 377	6 377	-	-	-	34
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	46 697	42 914	3 827	10 796	28 217	74	3 783
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	32 077	27 868	19 712	4 387	34	3 735	4 209
Lənkəran iqtisadi rayonu	18 088	17 667	9 629	6 702	293	1 043	421
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	42 060	41 879	36 424	3 757	553	1 145	181
Aran iqtisadi rayonu	19 298	14 622	8 030	4 908	-	1 684	4 676
Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonu	530	-	-	-	-	-	530
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	14 619	14 384	12 529	1 855	-	-	235
Naxçıvan iqtisadi rayonu	60 074	60 074	27 134	12 992	5 644	14 304	-

5 sayılı cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi iqtisadi rayonlar üzrə səfərlərin məqsədlərinə görə turistlərin yerləşdirilməsinin sayında turizm məqsədləri üçün

gələnlərin payı üstünlük təşkil edir. Belə ki, 672345 vahid yerləşdirilmiş şəxslərin 550643 vahidi, yəni 81.9%-i turizm məqsədləri üçün yerləşdirilmişdir ki, bunların içərisində də daha çox istirahət əyləncə turizmi (237506, 43.1%) və işgüzar turizm (206234, 37.5%) təşkil etmişdir. Turizm məqsədləri üçün yerləşdirilən şəxslər Bakı şəhərinə (324858, 59%), Gəncə-Qzax iqtisadi rayonuna (46697, 8.5%), Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonuna (32077, 5.8%), Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonuna (42060, 7.6%) və Naxçıvan iqtisadi rayonuna (60074, 10.9%) üstünlük vermişdir (29,31). 2014-cü ildə səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayının bölgüsünü 2 sayılı sektorlu qrafik daha əyani göstərir (şəkil 2).



Şəkil 3. 2014-cü ildə ölkədə səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayının bölgüsü, %

2009-2014-cü illərdə Ölkənin iqtisadi rayonları üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmində və dinamikasında xeyli artım olmuşdur. Bu da iqtisadiyyatın rentabelli sahələrindən olan turizmin perspektiv sahələrdən olduğunu göstərir. Belə ki, 2010 - cu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmi 97 mln. manat, 2013-cü ildə 171.3 mln. manat, 2014-cü ildə isə 181.0 mln. manat təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin həcmi 86.6%, 2013-cü illə müqayisədə isə 5.7% artmışdır. Bu dövrdə əldə edilən gəlirlərin böyük hissəsi Bakı şəhərində cəmləşmiş mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin payına düşmüşdür. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə 2010-cu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin ümumi həcmi 81.2 mln. manatı, yəni 83.5%-i, 2014-cü ildə isə 150.2 mln. manatı 83.0%-i Bakı şəhərinin, qalan təxminən 16 mln. manat, (2014-cü il 31 mln. manat) yəni 17%-i 9 iqtisadi rayonun (Abşeron, Gəncə-Qazax, Şəki-Zaqatala, Lənkəran, Quba-Xaçmaz, Aran, Yuxarı Qarabağ, Dağlıq Şirvan və Naxçıvan iqtisadi rayonlarının) payına düşmüşdür.

Beləliklə, araşdırma göstərir ki, ölkədə turizm sektorunun inkişafının regional diferensiasiyası sahəsində formalaşmış hazırkı meyl ölkənin turizm potensialından tam istifadə edilməməsini göstərir. Əlbəttə ki, bunun çoxsaylı səbəbləri vardır. Regionda turizm sisteminin səmərəli fəaliyyəti onun inkişafına məsuliyyətli olan strukturların fəaliyyətinin palnlaşdırmadan, tənzimləmədən və əlaqələndirmədən mümkün deyildir. Bu regional səviyyədə turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının kompleks mexanizminin işlənilib hazırlanmasını şərtləndirir. Regional turizmin inkişafı şərtlərinin aşkar edilməsi və qruplaşdırılması stimullaşdırma mexanizminə təsir edən spesifik amillərin müəyyən edilməsidir. Bunlara aşağıdakıları aid etmək olar:

-resurs potensialının istifadə edilməsinin qiymətləndirilməsi və monitorinqi sisteminin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi.

- turizmin inkişafını stimullaşdıran həqiqi iqtisadi mexanizm,
- təşkilati mexanizmin inkişafı,
- regionda turizmin inkişafının proqram-məqsədli idarəedilməsi sisteminin formalaşdırılması əsasında turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının inzibati mexanizminin səmərəliliyi və s.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, regionda turizmin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmi onun daxili şəraiti olmadan qurula bilməz. Eyni zamanda regionda turizmin inkişafının stimullaşdırılması mexanizminin məqsədmüvafiq tədbirlər məcmusu (turizmin inkişafının rəqabətqabiliyyətlilik proqramını mövcudluğunun təmin edilməsi, turist potensialından istifadənin səmərəliliyi, turizm sənayesinə investisiya axınının stimullaşdırılması, regionun bazara irəliləməsi, regionda turizmin inkişafının seçilmiş proqramlarının həyata keçirilməsinin təmin edilməsi və s.) vasitəsilə həyata keçirilməsi zəruridir.

2.3. Turizmin inkişafının iqtisadi inkişafa təsirinin statistik qiymətləndirilməsi

Turizmin uşurlu inkişafı onun iqtisadiyyata həm birbaşa, həm də dolay təsirinin iqtisadi əhəmiyyətinin aydın mənzərəsi ilə bağlıdır. Bu və ya digər dəqiqlik dərəcəsi ilə turizmin birbaşa iqtisadiyyata təsiri mövcud Milli Hesablar çərçivəsində dəyərləndirilir. Turizmin iqtisadiyyata dolay təsiri ölkə təcrübəsində qiymətləndirilmir.

Müasir dövrdə turizmin əhəmiyyətinin artması bu sferanın iqtisadiyyata təsiri ilə şərtlənir. Turizm əhalinin məşğulluğunun, gəlirlərinin mühüm mənbəyi, dövlətin xarici siyasətinin həyata keçirilməsinə kömək edən və iqtisadiyyatın diversifikasiyasının zəruri amilidir.

Turizm kompleksinin inkişafı üzrə səmərəli tədbirlərin qəbul edilməsi, regional inkişaf strategiyasının və planlarının işlənib hazırlanması, səmərəli idarəetmə və investisiya qərarlarının qəbul edilməsi üçün turizm sənayesinin regionun və bütövlükdə

ölkənin inkişafında payının (turizmin Regional Ümumi Daxili Məhsulda, məşğulluqda, investisiyada, büdcə gəlirlərində xüsusi çəkisi) qiymətləndirilməsi vacibdir.

Turizm sənayesinin iqtisadi inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsinin müxtəlif metodikası mövcuddur. Bunlardan ən geniş yayılmışı aşağıdakılardır:

1) Turizmdən daxil olan gəlirlərin hesablanması. Ölkədə turizmin iqtisadi səmərəliliyi turizmin aşağıdakı sahələrə təsirini təsvir edən obyektiv ekspert qiymətləndirmə və analitik məlumatlar əsasında müəyyən edilir.

- birbaşa regionun turist firmalarının rentabelliği və gəlirliliği,
- ölkə və regional büdcəyə turizmdən vergi daxilolmaları,
- ölkədə və regionda turizmin infrastruktur obyektlərinin inkişafı,
- multiplikativ səmərə vasitəsilə iqtisadiyyatın digər istehsal sahələrinə turizmin dolayı təsiri,
- turizmin əhalinin məşğulluğuna təsiri.

Deməli, turizmdən daxilolan ümumi gəlirlə dedikdə ölkədə və regionda turizm fəaliyyətinin inkişafından əldə edilən birbaşa yaxud dolayı və pul yaxud qeyri-pul mənfəətinin dəyər ifadəsində məcmusu başa düşülür. Hesablama metodikası özünə iki istiqaməti- ölkə və region iqtisadiyyatına turizmin birbaşa və dolayı təsirinin qiymətləndirilməsini daxil edir.

2) turizmin multiplikativ səmərəsinin və onun regional iqtisadiyyatının digər sektorlarına təsirinin qiymətləndirilməsi. Multiplikativ səmərənin tam hesablanması təkamilə metodikası mövcud deyildir və bütün səmərənin tam nəzərə alınmaması imkansızlığı bağlıdır: birincisi, iqtisadiyyatın ayrı-ayrı segmentləri arasındakı əlaqələr haqqında obyektiv informasiyanın olmaması, ikincisi, region iqtisadiyyatının bir-birinə yaxın sektorlarının qeyri-müəyyən reaksiyası (məsələn, məhsula tələbin artımı idxal hesabına qarşılanı bilər), üçüncüsü, səmərənin bir hissəsi planlaşdırma dairəsindən kənarda təzahür edir.

Araşdırma göstərir ki, qeyd edilən metodika turizm sənayesinin iqtisadiyyatda payının kifayət qədər tam qiymətləndirmə imkanlarına malik deyildir. Multiplikativ metodan istifadə edilməsi real qarşılıqlı əlaqələrin sadələşdirilməsini tələb edir.

Bunlarla yanaşı statistika təcrübəsində turizmin iqtisadiyyatda rolunu qiymətləndirməyə imkan verən turizmin köməkçi hesablarından da istifadə edilir. Onların köməyi ilə qiymətləndirilir:

- turizmin ÜDM-da payı,
- turizmin iqtisadiyyatın digər sektorları arasında yeri,
- turizmin inkişafı ilə əlaqəli olan iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında iş yerlərinin sayı,
- turizmə yönəldilən investisiyanın həcmi,
- turizm sənayesində bütçəyə vergi daxilolmaları ,
- turist istehlakı,
- turizmin tədiyə balansına təsiri,
- turizm sənayesində çalışan insan resursları və s.

Turizmin köməkçi hesabları turizmin sahəsinin iqtisadi çəkisini real qiymətləndirməyə imkan verir. Turist xidmətlərinin həcmi nəqliyyatın, ticarət sferasının, mədəniyyət müəssisələri şəbəkələrinin , tikinti, kənd təsərrüfatı və s. sahələrinin inkişafına təsir göstərir. Turizmin köməkçi hesabları hər bir sahənin turizmdən asılı olan daxili tərkib hissələrini və onların iqtisadi səmərəliliyini aşkar edir (14, 18).

Ehtimallı yanaşma daha mürəkkəbdir. İqtisadi - statistik modellər iqtisadi proseslərin ehtimallıq xarakterini nəzərə alır, hesablama proseslərini avtomatlaşdırmağa imkan verir və ehtimallı yanaşma (ekonometrika) tədqiq edilən prosesi tez və səmərəli modelləşdirməyə imkan verir. Ekonometrika iqtisadi hadisə və proseslərin qarşılıqlı əlaqələrinin kəmiyyət ifadəsini verir. Ekonometrik yanaşmalardan biri korrelyasiya təhlilidir və onun vasitəsilə turizmin iqtisadi inkişafa təsirini qiymətləndirmək mümkündür.

Korrelyasiya təhlilini aparmaq üçün turizmin və iqtisadiyyatın inkişafını xarakterizə edən göstəricilər (Ümumi Daxili Məhsul, Regional Ümumi Daxili Məhsul, gedən turist axınları, gələn turist axınları, mehmanxana müəssisələrində yerləşdirilən şəxslərin sayı və s.) seçilməli və öyrənilməlidir.

Obyektiv dünyanın ümumi qanunlarından biri hadisələr arasındakı əlaqə və asılılıqdır. Ona görə də müxtəlif hadisələri tədqiq edərkən həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət göstəriciləri arasındakı əlaqə və asılılıqları öyrənmək zərurəti yaranır.

Statistik qanunauyğunluqların aşkar edilməsi statistikanın mühüm vəzifəsidir. Əlaqə və asılılıqların xarakterini və gücünü bilməklə sosial-iqtisadi proseslərin idarə edilməsi və onların perspektiv inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi xeyli asanlaşır. Bu bazar iqtisadiyyatı şəraitində xüsusi aktuallığ kəsb edir. Belə ki, makro və mikro səviyyədə sosial-iqtisadi hadisələr arasındakı əlaqə və asılılıqların qanunauyğunluğunu və mexanizmini aşkar etməklə daha uğurlu biznes fəaliyyətini formalaşdırmaq mümkündür.

Statistika sosial-iqtisadi hadisələr arasındakı səbəb-nəticə asılılığını öyrənərək onların inkişaf trayektoriyasını müəyyən əminlik dərəcəsi ilə müəyyənləşdirir. Onu da qeyd etmək səbəb öz-özlüyündə nəticəni müəyyən etmir, o, səbəbin fəaliyyətinə yol açan şəraitdən də asılıdır.

Müxtəlif hadisələr və onların əlamətləri arasında olan iki tip əlaqəni - funksional və statistik (stoxostik) fərqləndirmək olar.

Real ictimai həyatda determinant sistem haqqında informasiyanın tam olmaması qeyri-müəyyənlik yaradır və ona görə də sistemə ehtimallı yanaşılır və bununla da əlamətlər arasındakı əlaqə stoxostik olur. Stoxostik əlaqələrin xarakterik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onlar məcmunun ayrı-ayrı vahidlərində deyil, bütün məcmuda təzahür edir..

Korrelyasiya əlaqəsi stoxostik əlaqələrin xüsusi növüdür. Korrelyasiya əlaqəsi qarşılıqlı əlaqələri yalnız təsadüfi kəmiyyətlə xarakterizə olunan hadisələrdə mövcuddur. Belə əlaqələrdə nəticə əlamətinin təsadüfi kəmiyyətinin orta qiyməti (riyazi gözləməsi) x - in, yaxud digər təsadüfi kəmiyyətin dəyişməsindən asılı olaraq qanunauyğun dəyişir. Ümumi şəkildə qarşılıqlı əlaqələrin öyrənilməsi sahəsində statistikanın vəzifələri yalnız onların mövcudluğunun, istiqamət və gücünün kəmiyyətə qiymətləndirilməsi deyil, həm də nəticəyə faktor əlamətlərinin təsirinin formalarının müəyyənləşdirilməsidir.

Korrelyasiya təhlilinin vəzifələri dəyişən əlamətlər arasındakı əlaqələrin sıxlığının ölçülməsi, məlum olmayan səbəb əlaqələrinin müəyyən edilməsi, nəticə əlamətinə daha böyük təsir göstərən amillərin qiymətləndirilməsindən ibarətdir.

Regressiya təhlilinin vəzifələri modelin tiplərinin seçilməsi, asılı olmayan dəyişənlərin təsir dərəcəsini müəyyənləşdirməkdən, asılı dəyişənin qiymətlərinin hesablanmasıdan ibarətdir.

Qeyd edilən vəzifələrin həlli bunlardan kompleks istifadə edilməsini zəruri edir.

Kütləvi müşahidələr və təsadüfi amillərin fəaliyyəti şəraitində əlaqələrin tədqiqi bir qayda olaraq iqtisadi-statistik modellərin köməyi ilə həyata keçirilir. Geniş mənada model hər hansı bir obyektin, prosesin şərti oxşarıdır. Model modelləşdirilən obyektin yaxud prosesin mühüm xüsusiyyətlərini əks etdirən komponentlərin məntiqi yaxud riyazi təsviridir. Bunun vasitəsilə öyrənilən obyektin və yaxud prosesin dəyişməsinin əsas qanunauyğunluğu müəyyən edilir.

Model keyfiyyətə eyninövlü kütləvi hadisələr üçün hesablanmış göstəricilərə əsaslanır. Funksional eynilik şəklində ifadə edilən modeldən verilmiş kəmiyyətlər dəsti üzrə modelləşdirilən göstəricinin orta qiymətinin hesablanması və ona ayrı-ayrı amillərin təsir dərəcəsini aşkar edilməsi üçün istifadə edilir.

Modelə daxil edilən amillərin sayına görə bir və çoxamilli modellər fərqləndirilir.

Regressiya modelindən praktiki istifadə üçün onun adekvatlığı, yəni faktiki statistik məlumatlara uyğunluğu çox vacibdir. Korrelyasiya və regressiya təhlili adətən kiçik həcmli məcmu üçün həyata keçirilir. Ona görə də regressiya və korrelyasiya göstəricilərinin, yəni regressiya modelinin parametirləri, korrelyasiya və determinasiya əmsalları təsadüfi amillərin fəaliyyəti ilə təhrif oluna bilər. Bu göstəricilərin baş məcmu üçün xarakterik olduğunu, yəni təsadüfi amillərin nəticəsi olmadığını subut etmək üçün qurulmuş statistik modellərin adekvatlığının yoxlanılması zəruridir.

Bütün statistik göstəricilər kimi korrelyasiya əmsalı da seçmə məlumatlar əsasında hesablanı bilər. Bu halda korrelyasiya əmsalının xətası hesablanılmalıdır (12,17).

Əlaqələrin təhlilində diqqət yetirilən məsələlərdən biri də əhəmiyyətlik səviyyəsidir. Bu statistik fərziyyənin (bu və ya digər bölgü qanunu haqqında fərziyyənin doğru olmadığı ehtimalıdır) uyğunluğunun yoxlanmasıdır. Korrelyasiya nisbətinin xətası və əhəmiyyətliyi oxşar qaydada müəyyən edilir.

Korrelyasiya əmsalının xətasının və əhəmiyyətliyinin müəyyən edilməsi zəruriliyi haqqında qeyd edilənlər seçmə məlumatları əsasında formalaşdırılmış reqressiya modelinin parametrlərinə də aid etmək olar.

Ümumiyyətlə, reqressiya-korrelyasiya təhlili bir neçə ardıcıl mərhələlərlə həyata keçirilir. Bu mərhələlərə aşağıdakıları aid etmək olar.

Birinci mərhələni məlumatların toplanması təşkil edir. Məlumdur ki, hər hansı bir hesablamanı və təhlili həyata keçirmək üçün ilk növbədə zəruri məlumatları toplamaq lazımdır. Əhalinin həyat səviyyəsinin cari vəziyyətini və onun yüksəldilməsi istiqamətlərinin statistik təhlil etmək üçün zəruri məlumatlar Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları və seçmə tədqiqatı əsasında əldə edilən məlumatlar çıxış edir.

İkinci mərhələdə asılılığını aşkar etmək istəydiyimiz dəyişənlər sırası vaxt etibarilə müqayisəyə gətirilir. Bu onunla şərtlənir ki, birincisi, vizual müqayisə müavafiq düzəlişlərin aparılmasına şərait yaradır, ikincisi trend uyğun əlaqə modelinin seçilməsinə kömək edir.

Üçüncü mərhələdə kənarlaşma qrafikinə qurulması həyata keçirilir. İlk növbədə nəticə və amil əlamətinin orta qiyməti hesablanır və qrafik təsvirdə onların kəsişdiyi nöqtə tapılır. Bundan sonra faktiki məlumatlar həmin orta səviyələrin kəsişmə nöqtəsindən keçən reqressiya xəttinin ətrafında necə yerləşdiyi öyrənilir.

Dördüncü mərhələ reqressiya xəttinin qiymətləndirilməsi nəzərdə tutur. Bunun üçün ən kiçik kvadratlar üsulundan istifadə edilir. Buzaman əsas prinsip reqressiya modeli üzrə hesablanmış göstəricilərlə faktiki göstəricilər arasındakı fərqi kvadratlarının cəmi minimum olmasıdır. Reqressiya modelinin parametrləri standart qayda əsasında qiymətləndirilir və daha sonra nəzəri model formalaşdırılır.

Beşinci mərhələdə reqressiya modeli əsasında hesablanmış məlumatların və faktiki məlumatlarla müqayisə edilməsi həyata keçirilir. Bu zaman nəzəri model əsasında nəticə əlamətinin hesablanmış göstəricilərin faktiki göstəricilərə nə qədər yaxın və yaxud uzaq olduğu öyrənilir. Hesablanmış göstəricilərin faktiki göstəricilərdən kənarlaşması faktı nəticə əlamətinə öyrənilən amil əlamətindən başqa digər amillərin də təsir göstərdiyini deməyə əsas verir.

Altıncı mərhələ reqressiya modelinin parametrlərin şərh edilməsi ilə bağlıdır. Parametrin müsbət olması əlamətlərin eyni istiqamətdə dəyişməsinə göstərir.

Növbəti məsələ nəticə əlamətinin nəzəri səviyyəsinin, yəni model əsasında hesablanmış qiymətləri nə qədər informasiyalı yaxud dəqiq olmasıdır. Bu suala cavab vermək üçün reqressiya modelinin qiymətləndirilməsi həyata keçirilir. Sadə xətti reqressiya təhlilində iki statistik göstəricini hesablamaqla həmin məsələ cavablandırılır. Bu statistik göstəricilərdən biri qiymətləndirmənin orta kvadratik xətasıdır, ikincisi, reqressiya əmsalının orta kvadratik xətası, üçüncüsü isə determinasiya əmsalıdır. Qiymətləndirmənin orta kvadratik xətası təsadüfi kəmiyyətin normal bölgüsünün parametridir və eksperiment aparılan nöqtələrin qiymətləndirilən reqressiya xəttindən kənarlaşmanı xarakterizə edir. Başqa sözlə desək, qiymətləndirmənin orta kvadratik xətası statistik əminliyin müxtəlif dərəcələrində reqressiya modeli əsasında nəticə əlamətinin müəyyənlik intervalıdır. Reqressiya əmsalının orta kvadratik xətası reqressiya əmsalının etibarlılıq ölçüsü kimi çıxış edir. Determinasiya əmsalı reqressiya modelinin asılı dəyişənlərin variasiyasını nə qədər yaxşı təsvir etdiyini göstərən statistik göstəricidir. Bu göstərici asılı və asılı olmayan dəyişənlər arasındakı qarşılıqlı asılılığın riyazi ifadəsidir və onun dərəcəsini xarakterizə edir. Determinasiya əmsalının statistik mənasını şərh etmək üçün ümumi variasiya, izah edilə bilən və izah edilə bilməyən variasiyalar qiymətləndirilir.

Nəhayət, sonuncu mərhələdə hipotezlərin yoxlanması prosesi aparılır. Qeyd etdiyimiz kimi, nəzəri modelin nəticələri ilə müşahidə edilən kəmiyyətlər arasında kənarlaşma vardır. Reqressiya təhlili asılı olmayan dəyişənin qiymətlərindəki sapmaların məlum olmayan kənarlaşmalar qrupundan təsadüfi

seçilənlərdən ibarət olması fərziyyəsinə əsaslanaraq həyata keçirilir. Bu zaman amil əlamətinin mövcud hər bir qiyməti üçün kənarlaşmaların bölgüsü haqqında üç əsas fərziyyə qəbul edilir.

1. Onların bölgüsü normaldır;
2. Orta qiymətə və sifira nisbətən onların bölgüsü təsadüfidir;

3. Hər bir bölgü eyni dispersiyaya və orta kvadratik kənarlaşmaya malikdir. Bu fərziyyə amil əlamətinin bütün qiymətləri üçün eyni olan qiymətləndirmənin orta kvadratik xətasını hesablamaq üçün lazımdır. Əgər bu fərziyyə doğru deyilsə onda reqressiya xəttinin bir nöqtəsində orta kvadratik xəta digər nöqtədə orta kvadratik xətdən fərqlənəcəkdir. Əgər bu fərziyyələrdən hər hansı biri yerinə yetirilməzsə reqressiya təhlilinin qanunauyğunluğu şübhə altında olar. Bu qeyd edilənlərdən görünür ki, reqressiya - korrelyasiya metodu hadisə və proseslər arasındakı səbəb-nəticə asılılığının öyrənilməsində geniş imkanlara malikdir (17,20).

İqtisadiyyatın diversifikasiyasında mühüm rol oynayan turizmin dinamik inkişafının təmin edilməsi onun potensialından tam istifadəni zəruri edir. Məlumdur ki, turizm müəssisələrinin gəlirlərinin həcmi çoxsaylı amillərdən, xüsusilə turistlərin sayından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bu göstəricilər arasındakı əlaqələrin müəyyənləşdirilməsi iqtisadi və sosial proqnozların həyata keçirilməsi prosesində önəmli məsələlərdən hesab edilir. Bunlar arasındakı əlaqənin xarakterini və səviyyəsini öyrənmək üçün bir amilli reqressiya modelini quraq. Turizm müəssisələrinin turistlərin sayından, ÜDM asılılığının reqressiya modelini qurmaq üçün zəruri məlumatları 6 saylı cədvəldə əks olunmuşdur (Cədvəl 6).

Cədvəl 6.

2009-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasında turizm müəssisələrinin gəlirlərinin həcmi, turistlərin sayı və ÜDM

İllər	Turist müəssisələrinin gəlirləri, mln. manat	Turistlərin sayı, min nəfər	ÜDM, mln. manat
2009	17.8	59.7	35601.5
2010	19.1	69.9	42465.0

2011	22.6	83.6	52082.0
2012	27.1	101.4	54743.7
2013	29.6	92.0	58182.0
2014	31.1	92.3	58977.8
Yekun	147.3	498.9	302052

Turizm müəssisələrinin gəlirləri ilə turistlərin sayı arasındakı əlaqəni xarakterizə edən göstəricilərin hesablanması Microsoft Exceldə həyata keçirilmiş və onun nəticələr aşağıdakı kimi olmuşdur.

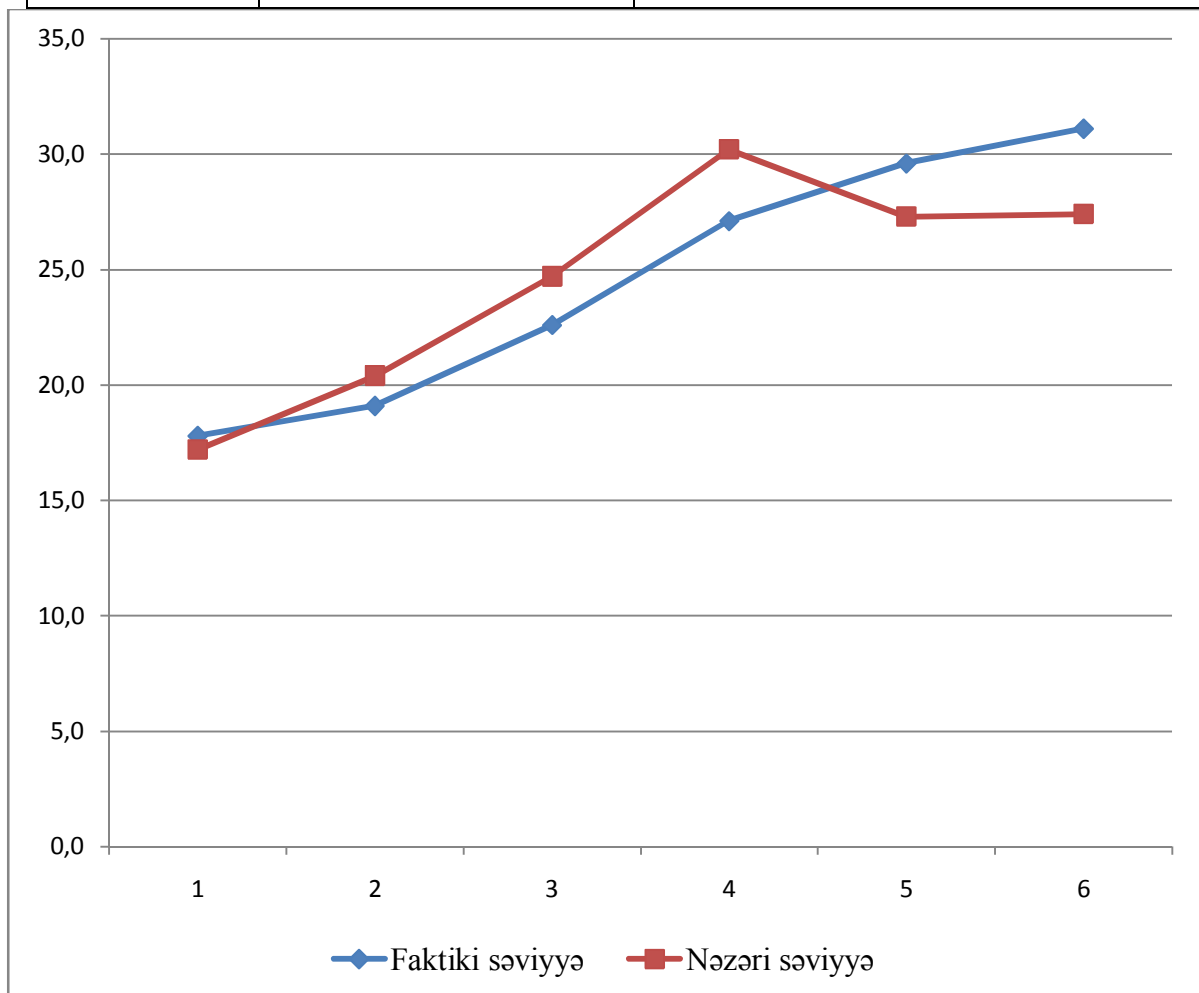
Turist müəssisələrinin gəlirlərinin faktiki və nəzəri səviyyələri 5 sayılı qrafikdə verilmişdir. Model əsasında hesablanmış nəzəri səviyyələrin cəmi faktiki səviyyələrin cəminə bərabərdir.

SUMMARY OUTPUT	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,878287926
R Square	0,771389681
Adjusted R Square	0,714237101
Standard Error	2,966490937
Observations	6

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	118,7747261	118,7747261	13,49702293	0,021319233
Residual	4	35,20027392	8,800068481		
Total	5	153,975			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	-1,38620671	7,16284316	0,193527442	0,855976
X Variable 1	0,311920706	0,084903425	3,673829464	0,021319

RESIDUAL OUTPUT		
<i>Observation</i>	<i>Predicted Y</i>	<i>Residuals</i>
1	17,23545944	0,564540558
2	20,41705064	-1,317050644
3	24,69036432	-2,090364318
4	30,24255289	-3,142552886
5	27,31049825	2,289501751
6	27,40407446	3,695925539
	147,3	



Şək.3. Turizm müəssisələrinin gəlirlərinin faktiki və nəzəri səviyyələri.

Turist axınına təsir edən amillərdən biri də əhəlinin gəlirlərinin artması və əhəlinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsidir. Makrosəviyyədə iqtisadi inkişafı və

əhalinin rifahını ümumiləşdirilmiş şəkildə özündə əks etdirən göstərici ÜDM-dür. Ona görə regressiya-korrelyasiya təhlilində bu iki amilin də əlaqəsi araşdırılmış və müvafiq göstəricilər Exceldə hesablanmışdır. Nəticələr aşağıdakı kimi olmuşdur.

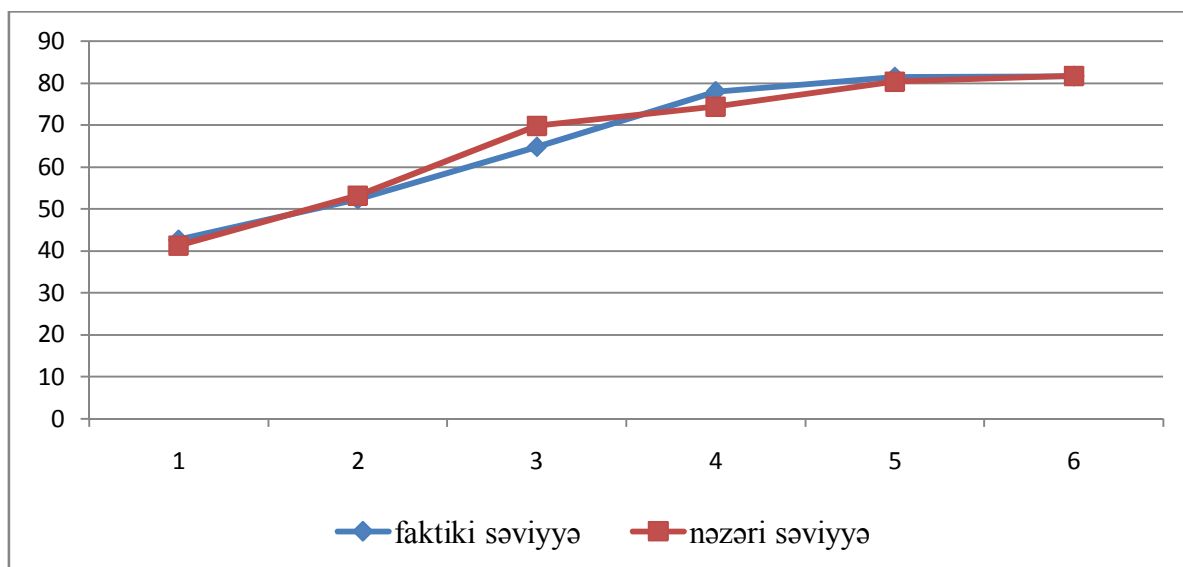
SUMMARY OUTPUT	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,984437965
R Square	0,969118107
Adjusted R Square	0,961397633
Standard Error	3,231638018
Observations	6

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	1310,926	1310,926	125,5257371	0,000361381
Residual	4	41,77394	10,44348		
Total	5	1352,7			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	-20,31526212	7,886624792	-2,575913354	0,061593
X Variable 1	0,001730469	0,000154453	11,2038269	0,000361

RESIDUAL OUTPUT		
<i>Observation</i>	<i>Predicted Y</i>	<i>Residuals</i>
1	41,29202413	1,407975871
2	53,16909698	-0,869096982

3	69,81101577	-5,011015774
4	74,41700467	3,582995326
5	80,36687567	1,033124329
6	81,74398277	-0,143982771



Şək.4. Turistlərin sayının faktiki və nəzəri səviyyələri

Beləliklə, reqressiya-korrelyasiya təhlili turizmin inkişaf göstəriciləri ilə digər sosial-iqtisadi göstəricilər arasında qarşılıqlı əlaqənin olduğunu subut edir. Belə ki, alınmış nəticələrə görə turist axınları ilə ÜDM və turist müəssisələrinin gəlirləri arasında müsbət əlaqə (0.87, 0.98) vardır. Bunu səbəbi əhalinin gəlirlərin və həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ilə onların çevikliyinin artmasıdır. Deməli, reqressiya-korrelyasiya təhlili səbəb-nəticə əlaqələrini aşkar etmək üçün göstəricilər qrupunun tədqiqinin mühüm vasitələrindən biridir. Tədqiqat üçün ən mühüm göstərici ÜDM. Ona görə ki, o əhalinin gəlirləri ilə bağlıdır və vətəndaşların çevikliyi onların maliyyə vəziyyətindən asılıdır.

2.4. Turizm xidməti bazarının əsas göstəricilərinin modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması

Gələcəyi qabaqcadan görməyə cəhd edilməsi və perspektiv inkişafın proqnozlaşdırılması həmişə cəmiyyəti düşündürmüşdür. Müasir şəraitdə cəmiyyətin mümkün inkişaf nəqsədlərinin müəyyən edilməsi, cari, qısa və uzunmüddətli planların ən mümkün və iqtisadi baxımdan səmərəli variantının aşkar edilməsi, sosial-iqtisadi siyasətin əsas istiqamətlərinin əsaslandırılması və s. üçün proqnozlaşdırma zəruridir. Ona görə də proqnozlaşdırma ictimai inkişafın taktika və strategiyasının formalaşdırılmasının həlledici elmi amillərindən biridir. Deməli, müasir təsərrüfatşılıq şəraiti “proqnozlaşdırma cəbhəsinin” maksimum genişləndirilməsini, proqnozların işlənilib hazırlanması metodologiyasının təkmilləşdirilməsini tələb edir. İctimai inkişaf proseslərinin proqnozlaşdırma səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, cəmiyyətdə həmin proseslərin planlaşdırılması və idarəedilməsi bir o qədər səmərəli olar.

Proqnozlaşdırma dedikdə gələcəkdə obyektin mümkün vəziyyəti, onun həyata keçirilməsinin alternativ yolları və müddəti haqqında elmi əsaslandırılmış fikir başa düşülür. Proqnozun işlənməsi prosesinə proqnozlaşdırma deyilir.

Proqnozlaşdırma cəmiyyət həyatının bütün sahələrində nəzəriyyə və təcrübə arasında mühüm əlaqələndirici həlqədir. O iki müxtəlif konkretləşdirmə müstəvisinə malikdir: qabaqcadan xəbər vermə və qabaqcadan göstərmədir. Qabaqcadan xəbər vermə mümkün yaxud arzuolunan perspektivi, vəziyyəti, gələcək problemin həll edilməsini təsvirini nəzərdə tutur. Qabaqcadan göstərmə gələcək məqsədamüvafiq fəaliyyət haqqında informasiyadan istifadə etməklə həmin problemin şəxsən həll edilməsidir. Deməli, proqnozlaşdırma probleminə iki aspekt fərqləndirilir: Bunlardan biri nəzərdərkətmə və digəri isə əldə edilən bilikləri əsasında idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi imkanları ilə əlaqədar idarəetmədir.

Tədqiq edilən proseslərin gedişinə təsirin xarakterindən və konkretlik dərəcəsiindən asılı olaraq qabaqcadan görmənin üç forması fərqləndirilir: fərziyyə, proqnoz və plan. Fərziyyə ümumi nəzəriyyə səviyyəsində elmi qabaqcadangörməni xarakterizə edir. Bu o deməkdir ki, fərziyyənin qurulmasının ilkin bazasını nəzəriyyə

və onun əsasında tədqiq edilən obyektlərin aşkar edilən inkişaf qanunauyğunluqları və fəaliyyətinin səbəb-nəticə əlaqələri təşkil edir. Fərziyyə səviyyəsində onların davranışının ümumi qanunauyğunluğunu ifadə edən keyfiyyət xarakteristikası verilir.

Fərziyyə ilə müqayisədə proqnoz daha yüksək müəyyənliyi vardır və ona görə ki, o yalnız keyfiyyət deyil, həm də kəmiyyət parametrlərinə əsaslanır, yəni obyektin gələcək vəziyyətini kəmiyyətcə xarakterizə etməyə imkan verir. Proqnoz konkret tətbiqi nəzəriyyə səviyyəsində qabaqcadangörməni ifadə edir. Deməli, proqnoz fərziyyədən az qeyri-müəyyənlik dərəcəsi və çox etibarlılığı ilə fərqlənir. Eyni zamanada proqnoz tədqiq edilən obyektlərlə əlaqəsi ciddi, birmənalı deyildir. Proqnoz ehtimallı xarakter daşıyır (11,15).

Turizm müasir iqtisadiyyatın mühüm sferalarından biridir və onun digər sektorlarının, o cümlədən mehmanxana təsərrüfatı, tikinti, nəqliyyat və kommunikasiya, kənd təsərrüfatı, pərakəndə ticarət və s. əlverişli təsir göstərir və onların inkişafının hərəkətverici qüvvəsidir. Beynəlxalq turistlərin sayı durmadan artır. Belə ki, 1950-ci ildə beynəlxalq turistlərin sayı 25 mln. nəfər idisə, 2013-cü ildə artıq 1087 mln. nəfərə yüksəlmişdir)

Turizmin proqnozlaşdırılmasının turizm bazarının inkişafı və idarəedilməsində mühüm əhəmiyyəti vardır. Proqnoz göstəricilərdən turizmin inkişafının dövlət proqramının işlənilib hazırlanmasında və həyata keçirilməsində, bazarın gələcək tələblərinə müvafiq kadrların hazırlanmasının planlaşdırılmasında və s. geniş istifadə edilir. Turizmin inkişafının düzgün proqnozlaşdırılması təşkilatların işinin səmərəliliyinin artırılmasına imkan verir, iqtisadiyyatı gücləndirir və mənfəətin artımını təmin edir.

Müasir dövrdə 150-dən çox proqnozlaşdırma metodunun olduğu iqtisadi ədəbiyyatda göstərilir. Lakin təcrübədə əsasən 15-20 metoddan istifadə edilir.

Turizm sferasında proqnozlaşdırmanın metodikasına dair elmi yazılarda D.K.Frentlinqin (25), X.Sonqun və S.F.Uit (26) və K.F.Vonqun (27) işləri mühüm yer tutur.

Proqnozlaşdırmada dəyişənlərin seçilməsi konkret təhlilin məqsədlərindən asılı olaraq dəyişir. Dünya təcrübəsində turizm sferasının proqnozlaşdırılmasında ən çox istifadə edilən göstəricilərə aşağıdakılar aiddir:

1.Endogen (asılı) dəyişənlər.

- gələnlərin ümumi sayı,
- beynəlxal gəlmələrin sayı,
- milli gələnlərin sayı,
- turizmin ÜDM-da payı,
- keçirilən gecələmələrin sayı,
- həyata keçirilən ekskursiyaların sayı,
- sənişin axını,
- yerləşdimə vasitələrinin yüklənməsi,
- turist xərcləri.

2.Ekzogen

- makroiqtisadi göstəricilər,
- demoqrafik göstəricilər,
- siyasi amillər,
- vaxt,
- iqlim,
- qiymət,
- turizim yığışmaları/ vergilər.

Turizmdə proqnozlaşdırmanın müxtəlif yanaşmaları (riyazi hesablamalara əsaslanan kəmiyyət, müxtəlif növ ekspert qiymətləndirmələrinə əsaslanan keyfiyyət metodları) tətbiq edilir (2,3).

Proqnozlaşdırma təcrübəsində universallığı ilə fərqlənən zaman sıralarının modelləşdirilməsindən geniş istifadə edilir. Zaman sıralarının modelləşdirilməsinin iki qrupu - statistik və struktur - bir-birindən fərqləndirilir. Statistik modellərə reqressiya modelləri, avtoreqraessiya modelləri, eksponensial hamarlaşdırma modeli və s aiddir.

Məlumdur ki, turizm sənayesi müəssisələrinin gəlirlərinin artmasına təsir edən endogen amillərdən biri turist axınıdır. Ona görə də turistlərin sayının proqnoz göstəricisinin turist firmalarının işinin təşkili, turizmlə əlaqəli sahələrin inkişafı və s. ilə bağlı məsələləri həll edərkən mühüm əhəmiyyəti vardır. Trend modeli əsasında ölkədə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayını proqnozlaşdırmaq üçün zəruri məlumatlar 7 sayılı cədvəldə verilmişdir (Cədvəl 2.7).

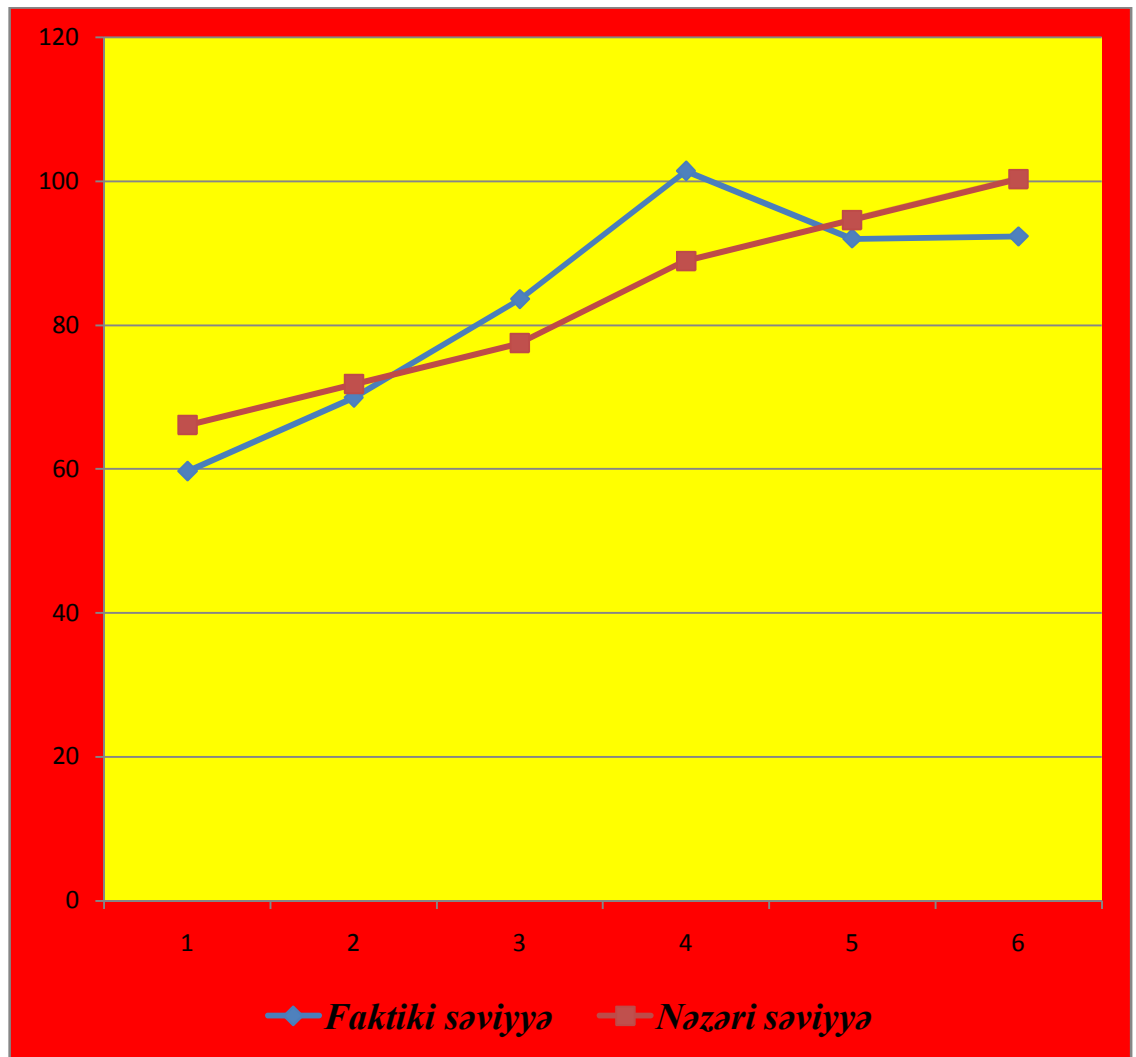
Bu məlumatlar əsasında trend modelinin parametirlərini hesablayaq. Belə ki,

$$a_0 = \frac{\sum y}{n} = \frac{498.9}{6} = 83.2, \quad a_1 = \frac{\sum yt}{\sum t^2} = \frac{159.8}{28} = 5.7 \quad \text{təşkil edər.}$$

Deməli, 2009-2014-cü illər üzrə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının trend modeli $\hat{y}_t = 83.2 + 5.7 \cdot t$ olacaqdır. Bu modeldəki reqressiya əmsalı 6 il ərzində qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının mütləq ifadədə orta sayını xarakterizə edir.

Faktiki səviyyələrin cəminin nəzəri səviyyələrin cəminə 0.3 min. nəfər kənarlaşma ilə bərabər olması ($\sum \hat{y}_t \approx 499.2$) trend modelinin zaman sıralarını düzgün əks etdirdiyini göstərir.

Faktiki və nəzəri səviyyələr 1 sayılı xətti qrafikdə təsvir edilmişdir (Şəkill 5).



Şəkil.5 Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının faktiki və nəzəri səviyyələri.

Qurulmuş trend modeli əsasında 2015 və 2016 - cı illər üzrə Bank of Bakunun xalis mənfəətinin gözlənilən həcmi, müvafiq olaraq $\hat{y}_{15} = 33.6$ mln. manat və $\hat{y}_{16} = 40$ mln. manat təşkil edəcəkdir.

Təcrübədə proqnozlaşdırılan hadisənin nəticələrinin intervallı quymətləndirilməsinə xüsusi fikir verilir. Fasilənin sərhəddini müəyyənləşdirmək üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edirlər:

$$\hat{y}_t \pm t_{\alpha} S_{\hat{y}_t}$$

Burada, t_{α} - Styudent bölgüsünün etibarlılıq əmsalını,

$S_{\hat{y}_t}$ - $(n - m)$ sərbəstlik dərəcəsinin sayı ilə düzəliş edilmiş trenddən qalıqların orta kvadratik kənarlaşmasını,

n - dinamika sıralarının səviyyələrinin sayını,

m - adekvat trend modelinin parametirlərinin sayını göstərir.

t -nin müvafiq qiymətləri əsasında trend modeli üzrə hər bir dövrə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının nəzəri səviyyələri hesablanmış və 7 sayılı cədvəlin 6-cı sütununda verilmişdir.

Cədvəl 7

2009-2014-cü illərdə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı
trend modeli əsasında hamarlaşdırılması

İllər	Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, min nəfər	t	t^2	yt	$\hat{y}_t$	$y_t - \hat{y}_t$	$(y_t - \hat{y}_t)^2$
2009	59.7	-3	9	-179.1	66,1	-6,4	40,96
2010	69.9	-2	4	-139.8	71,8	-1,9	3,61
2011	83.6	-1	1	-83.6	77,5	6,1	37,21
2012	101.4	+1	1	101.4	88,9	12,5	156,25
2013	92.0	+2	4	184.0	94,6	-2,6	6,76
2014	92.3	+3	9	276.9	100,3	-8	64
Yekun	$\sum y = 498.9$	-	$\sum t^2 = 28$	$\sum yt = 159.8$	$\sum \hat{y}_t = 499.2$	-	$\sum (y_t - \hat{y}_t)^2 = 308.79$

Qalıqların orta kvadratik kənarlaşmasının hesablanması aşağıdakı düsturla həyata keçirilir.

$$S_{\hat{y}_t} = \sqrt{\frac{\sum (y_t - \hat{y}_t)^2}{(n - m)}}$$

Proqnozlaşdırılan hadisənin fasiləsinin ehtimallı sərhədləri:

$$(\tilde{y}_t - t_{\alpha} S_{\hat{y}_t}) \leq y_{\text{proq.}} \leq (\tilde{y}_t + t_{\alpha} S_{\hat{y}_t})$$

Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının proqnoz göstəricilərinin etibarlılıq intervalının sərhədlərini müəyyənləşdirmək üçün ilk növbədə qalıqların orta kvadratik uzaqlaşmasını hesablayaq. $n = 6$, $m = 2$ olduğundan, sərbəstlik dərəcəsinin 4 qiyməti üçün Styudentin bölgü cədvəlindən etibarlılıq əmsalının qiyməti $t_{\alpha} = 2.78$ olacaqdır. Buradan,

$$S_{\bar{y}_t} = \sqrt{\frac{\sum (y_i - \hat{y}_t)^2}{(n - m)}} = 8.77 \text{ alarıq.}$$

2015 və 2016-cı illər üçün qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının proqnozlaşdırılan kəmiyyətinin sərhədləri müvafiq olaraq,

$$64.5 \leq y_{\text{proq.}} \leq 113.5, \quad 70.2 \leq y_{\text{proq.}} \leq 118.9 \text{ təşkil edəcəkdir.}$$

Deməli, 0.95 ehtimalla təsdiq etmək olar ki, 2015-ci ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı 64.5 min nəfərlə in nəfər, 2016-cı ildə isə 70,2 min nəfərlə 118,9 min nəfər arasında tərəddüd edəcəkdir.

Beləliklə, turizm sferasında proqnozlaşdırma metodunu düzgün seçmək üçün ilk növbədə hansı resursların (iqtisadi, praktiki, insan) əlverişli olduğuna əsaslanmaq lazımdır. Ona görə ki, onlar proqnozlaşdırmanın ilk mərhələsində metodikanın seçilməsini məhdudlaşdırı bilər. Eyni zamanda metodikanın güclü və zəif tərəfləri haqqında məlumatlara və modelin qurulmasının müvafiq baza tələblərinə əməl edilməsi, müxtəlif proqnozlaşdırma metodlarını qiymətləndirərkən etibarlılıq, sadəlik və dəqiqlik kimi kəmiyyət kriteriyaların və s. nəzərə alınması vacibdir.

NƏTİCƏ

Tədqiqat işində Ölkəni turizm sektorunun cari vəziyyəti statistik təhlil edilmiş, nəzəri və praktiki əhəmiyyəti olan aşağıdakı nəticələr formalaşdırılmışdır.

- iqtisadiyyatın gəlirli və dinamik inkişaf edən sahəsi kimi turizmin inkişafının üstünlüyünə Ölkəyə pul axınlarının, o cümlədən xarici valyutanındaxilolmasının artması, vergi daxilolmalarının artması, ümumi daxili məhsulun artması, yeni iş yerlərinin açılması, həm turistlərin, həm də yerli əhalinin istifadə etdiyi istirahət infrastrukturunun inkişafı və s., mənfi nəticələrinə isə yerli mal və xidmətlərin istehsalı, təbii rəsurslardan və daşınmaz əmlakdan istifadə sahəsində rəqabətin artması, turizmdə xaricə pulun axması, turizmin səbəb olduğu ekoloji və sosial problemlər, əgər regionda turizm sahəsinə prioritetlik verilərsə iqtisadiyyatın digər sahələrinin kifayət qədər inkişaf etməməsini və s. aid etmək olar.

- sürətlə inkişaf edən və qloballaşan müasir dünyada turizm sənayesi ən dinamika, dünya təsərrüfatının ən rentabelli sahələrdən biridir. Turizm sənayesinin inkişafı əsasında turizm axınlarının payının artması, resurs təminatı ilə onlardan istifadə dərəcəsi arasındakı disproporsiyanın azalması, milli turist məhsullarının təbliğ edilməsi, milli turizmin dövlət dəstəklənməsi. və s. kimi mühüm cəhətlər formalaşır. Turizmin inkişafı bütövlükdə cəmiyyətdə formalaşan kompleks şərtlərdən və onları müəyyən edən amillərdən asılıdır. Turizm bazarının inkişaf amilləri ilk növbədə, cəmiyyətdə transformasiya, qloballaşma, turizm iqtisadiyyatında informasilaşma proseslərinin güclənməsi, əmək resurslarına yeni tələblərlə, mədəniyyətlərarası əlaqələrlə, həmçinin turizm bazarında yeni istehlakçı qruplarının ortaya çıxması ilə əlaqədardır,

- turizmdə müxtəlif planlı hadisələrin mahiyyətini açmaq üçün qurulma metodologiyasına görə fərqlənən çoxsaylı statistik göstəricilərdən istifadə etmək lazımdır. Belə göstəricilərə fərdi, yekun, mütləq, nisbi, natural, dəyər, bir səviyyəli və çoxsəviyyəli strukturu olan orta göstəriciləri aid etmək olar. Statistik məcmuədə verilənlər Ölkədə turizmin inkişafını xarakterizə edən ümumi məlumatlardır. Onlar göstərilən dövr ərzində müəyyən proseslərin nəticələrini xarakterizə edir. Milli və

regional səviyyədə turizmin inkişaf qanunauyğunluğunu aşkar etmək üçün statistik göstəricilərin uzun dövrü xarakterizə etməsi vacibdir,

- araşdırmadan ölkədə turizmin inkişafını xarakterizə edən göstəricilərin dinamikasında davamlı olaraq artım müşahidə edildiyini göstərir. Perspektivdə Ölkənin turizm potensialından daha yüksək səviyyədə istifadə edilməsinə istiqamətlənmiş işlərin sürətləndirilməsi və genişləndirilməsi bu göstəricilərin daha da artmasında müsbət təsir göstərə bilər. Bunun üçün turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması, turizm sahəsində sahibkarlığın dəstəkləndirilməsi, turizm əhəmiyyətli obyektlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi, turizm bazarının statistik təhlili və s. sahəsində işlərin təkmilləşdirilməsi və inkişafı olduqca vacibdir. Fikrimizcə, qeyd olunan problemlərin həlli Azərbaycanı dünyanın qabaqcıl turizm mərkəzlərindən birini çevirməklə, ölkənin iqtisadi inkişafına güclü təkan verə bilər.

-2008-2014-cü illərdə ölkədə turist müəssisələrinin sayı davamlı olaraq artmışdır. Belə ki, 2008-ci ildə turist müəssisələrinin sayı 123 vahid olmuşdursa, 2010-cı ildə 126, 2013-cü ildə 197, 2014-cü ildə isə 218 vahid təşkil etmişdir. 2008-ci illə müqayisədə 2014-cü ildə turist müəssisələrinin sayı 77.2%, 2013-cü illə müqayisədə isə 10.7% artmışdır. Turizm sektorunun inkişafı əhalinin məşğulluğuna və gəlirlərinə mühüm təsir göstərir. Rəsmi statistikanın məlumatlarına görə 2010-cu ildə ölkədə məğul əhalinin sayı 4329.1 min. nəfər, 2014-cü ildə isə 4602.9 min nəfər təşkil etmiş, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların sayı isə müvafiq olaraq 46.9 və 55.7 min nəfər olmuşdur. Deməli, 2010-cu ildə iqtisadi fəaliyyətin növləri üzrə ümumi məşğul olanların 1.1%-i, 2014-cü ildə isə 1.2%-i turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşədə məşğul olanların payına düşmüşdür,

-turizm fəaliyyətini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirdir. 2010-cu ildə turizm müəssisələrin əldə etdiyi gəlirin həcmi təxminən 19.1 mln. manat, 2013-cü ildə 29.6 mln manat, 2014-cü ildə isə 31.1. mln. manat təşkil etmişdir. 2010-cu illə müqayisədə 2014-cü ildə turizm müəssisələrinin gəlirləri 62.8%, 2013-cü illə müqayisədə isə 5.1% artmışdır. Turist müəssisələrinin əldə etdiyi gəlirin bu dəyişiklikləri qarşılığında turist müəssisələrinin məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin dəyişməsi müvafiq olaraq 51.7% və

6.7% təşkil etmişdir. 2011-2014-cü ildə ölkədə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı davamlı olaraq artmışdır. 2010-cu ilə nisbətən bu tipli müəssisələrin sayı 5.3%, 2013-cü illə müqayisədə 0.9% artmışdır. Təhlil edilən dövrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı 510.2 min nəfərdən, 672.3 min nəfərə yüksəlmişdir. Bu o deməkdir ki, mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilən şəxslərin sayı 2010-cu ilə nisbətən 2014-cü ildə 31.8% artmışdır. 2014-cü ildə yerləşdirilmiş şəxslərin 41.6%-i ölkə vətəndaşları, 58.4%-i isə xarici vətəndaşlar təşkil etmişdir.

-2014-cü ildə yerləşdirilmiş 672345 nəfər şəxsin 237506 nəfəri (35.3%) istirahət, əyləncə məqsədilə, 206234 nəfəri (30.7%) işgüzar məqsədilə, 70981 nəfəri (10.6%) müalicə məqsədi ilə, 35922 (5.3%) digər turizm məqsədilə və 121702 nəfəri (18.1%) isə digər məqsədlə gəlmişdir. Deməli, yerləşdirilən turistlərin tərkibində istirahət, əyləncə və işgüzar məqsədlərlə gələnlər daha çox təşkil etmişdir. Bu ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə işləyənlərin sayı təxminən 9 min nəfər, büdcəyə ödənilən vergilər isə 28.2 mln. manat olmuşdur. Büdcə gəlirlərinin ümumi məbləğinə nisbətəndə bu göstəricinin qiyməti çox azdır.

-araşdırma ölkədə turizm sektorunun inkişafının regional diferensiasiyası sahəsində formalaşmış hazırkı meyl ölkənin turizm potensialından tam istifadə edilmədiyini göstərir. Əlbəttə ki, bunun çoxsaylı səbəbləri vardır. Regionda turizm sisteminin səmərəli fəaliyyəti onun inkişafına məsuliyyətli olan strukturların fəaliyyətini tənzimləmədən və əlaqələndirmədən mümkün deyildir. Bu regional səviyyədə turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının kompleks mexanizminin işlənilməsi hazırlanmasını şərtləndirir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, regionda turizmin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmi onun daxili şəraiti olmadan qurula bilməz. Eyni zamanda regionda turizmin inkişafının stimullaşdırılması mexanizminin məqsədmüvafiq tədbirlər məcmusu (turizmin inkişafının rəqabətqabiliyyətlik proqramını mövcudluğunun təmin edilməsi, turist potensialından istifadənin səmərəliliyi, turizm sənayesinə investisiya axınının stimullaşdırılması, regionun bazara irəliləməsi, regionda turizmin inkişafının seçilmiş proqramlarının həyata keçirilməsinin təmin edilməsi və s.) vasitəsilə həyata keçirilməsi zəruridir.

- reqressiya-korrelyasiya təhlili turizmin inkişaf göstəriciləri ilə digər sosial-iqtisadi göstəricilər arasında qarşılıqlı əlaqənin olduğunu subut edir. Belə ki, alınmış nəticələrə görə turist axınları ilə ÜDM və turist müəssisələrinin gəlirləri arasında müsbət əlaqə (0.87, 0.98) vardır. Bunu səbəbi əhalinin gəlirlərin və həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ilə onların çevikliyinin artmasıdır. Deməli, reqressiya-korrelyasiya təhlili səbəb-nəticə əlaqələrini aşkar etmək üçün göstəricilər qrupunun tədqiqinin mühüm vasitələrindən biridir. Tədqiqat üçün ən mühüm göstərici ÜDM. Ona görə ki, o əhalinin gəlirləri ilə bağlıdır və vətəndaşların çevikliyi onların maliyyə vəziyyətindən asılıdır.

- turizm sferasında proqnozlaşdırma metodunu düzgün seçmək üçün ilk növbədə hansı resursların (iqtisadi, praktiki, insan) əlverişli olduğuna əsaslanmaq lazımdır. Ona görə ki, onlar proqnozlaşdırmanın ilk mərhələsində metodikanın seçilməsini məhdudlaşdırı bilər. Eyni zamanda metodikanın güclü və zəif tərəfləri haqqında məlumatlara və modelin qurulmasının müvafiq baza tələblərinə əməl edilməsi, müxtəlif proqnozlaşdırma metodlarını qiymətləndirərkən etibarlılıq, sadəlik və dəqiqlik kimi kəmiyyət kriteriyaların və s. nəzərə alınması vacibdir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1.	“Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu, 4 iyun, 1999
2.	Афанасьев В.Н., Юзбашев М.М. Анализ временных рядов и прогнозирование. - М: Изд-во: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010
3.	Арженовский С.В., Молчанов И.Н. Статистические методы прогнозирования, Учебное пособие, 2001
4.	Балабанов И.Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб.пособие. М., 2003.
5.	Буйленко В. Ф., Туризм: учебник, М, 2012
6.	Геец, В. М. Отраслевое прогнозирование: методический и организационный аспекты / В. М. Геец. - Киев: Наукова думка, 2009
7.	Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2013
8.	Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003
9.	Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014
10.	Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2012
11.	Лапыгин, Ю. Н. Экономическое прогнозирование: учеб. пособие / Ю. Н. Лапыгин, В. Е. Крылов, А. П. Чернявский; под ред. Ю. Н. Лапыгина. - М.: Эксмо, 2009
12.	Холод Н.И. Экономико-математические методы и модели. - М., 2003
13.	Уемов, А. И. Логические основы метода моделирования / А.И. Уемов.- М.: Рипол Классик, 2013
14.	Статистика туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014

15.	Тихонов. Э.Е. Методы прогнозирования в условиях рынка: учебное пособие. - Невинномысск, 2006
16.	Шишкин А.И. Основные объекты туристской инфраструктуры и их характеристика по центрам туристской активности Карелии // Территория и планирование. № 3(21) , 2009
17.	Шмойлова Р.А.Теория статистики, Издатель: Финансы и статистика, 2012
18.	Экономическая статистика: Учебник.-3-е изд. Перераб.и. доп. / Под ред. проф. Ю.Н.Иванова-М: ИНФРА-М, 2010
19.	Яковлева А.В.Экономическая статистика (карманный формат), Издатель: Риор, 2005
20.	Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма Учебное пособие. - М.: Издательство РДЛ, 2004
21.	Yaqubov S.M. Sadıqov M.M., Əliyev Ə.İ. 1990-2000-ci illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatı: inkişaf meyli, strategiyası və problemləri, Bakı, 2001
22.	Yaqubov S.M., Məmmədov A.C. Sosial - iqtisadi statistika. Dərslik. Bakı, 2011
23.	Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri–F.İ.Qurbanov,Bakı-2007
24.	Turizmin əsasları – İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva, Bakı-2007
25.	Frechtling, D. C. Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies / D. C. Frechtling. - London: Butterworth-Heinemann, 2001
26.	X.Sonq və S.F.Witt (Song, H. Tourism Demand Modelling and Forecasting / H. Song, S. F. Witt. - New York: Routledge, 2011
27.	K.F. Vonq (Wong, K. F. Tourism Forecasting and Marketing / K. F. Wong, H. Song. - New York: Routledge, 2012.
28..	UNWTO Tourism Highlights: 2014 edition [Electronic resource] // United Nations World Tourism Organization, .2014
29.	Azərbaycanın statistik göstəriciləri, ARDSK, Bakı, 2015
30.	http://www.mct.gov.az/
31.	http://www.stat.gov.az/

