

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

FİDAN MÜZƏFFƏRLİ XALİD QIZI

“TURİZMİN MALİYYƏ PLANLAŞMASI”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı:

060803 “Turizm və Otelçilik”

İxtisaslaşma:

Turizm işi

Elmi rəhbər:

i.e.f.d. Nəcəfova K.A

Magistr proqramının rəhbəri:

i.e.n.dos.Qurbanova F.Ə

Kafedra müdiri:

prof. Əlirzayev Ə.Q.

Bakı- 2017

MÜNDƏRICAT

GİRİŞ.....	3
-------------------	----------

I Fəsil. Turizmin inkişafı və planlaşmasının elmi əsasları

1.1.Turizm məhsulu bazarının formalaşması qanunauyğunluqları.....	6
1.2.Turizm fəaliyyətinin təşkili və maddi-texniki bazası.....	14
1.3.Turizmin inkişafının dövlət tənzimlənməsi mexanizmi.....	19

II Fəsil. Turizm xidmətinin iqtisadiyyatda rolu və təsnifləşdirilməsi

2.1. Turizmin inkişafının maliyyə təminatının müasir vəziyyətinin təhlili.....	28
2.2. Turizm xidmətləri bazarının marketinq təhlili və strategiyası.....	36
2.3. Müasir dövrdə turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi və proqnozlaşdırılması.....	46

III Fəsil. Turizm sektorunda müəssisənin məhsul və investisiya strategiyasının təkmilləşdirilməsi

3.1. Azərbaycanda turizmin inkişafı üzrə strateji hədəflər və prioritetlər.....	54
3.2. Turizmin inkişafına maliyyə dəstəyinin genişləndirilməsi istiqamətləri.....	61
3.3. Turizm fəaliyyətinə investisiyaların cəlb olunması perspektivləri.....	70

Nəticə və təkliflər

İstifadə olunan ədəbiyyat

Резюме

G İ R İ Ş

Mövzunun aktuallığı – Hazırda turizmin inkişafı ölkəmizdə iqtisadi potensialın istifadə edilməsi və ölkə iqtisadiyyatının perspektiv inkişafı ilə əlaqədar müəyyənləşdirilmişdir. Turizmin sahəsinin inkişafı əhalinin tələb və sosial məqsədlərindən ötrü istifadə edilir. Turizmin inkişafı ölkənin iqtisadi dirçəlişin dinamikası və bölgələrin sosial iqtisadi inkişaf perspektivləri ilə əlaqədardır. Ölkədə turizmin dirçəlməsi beynəlxalq dünya təcrübəsi və turizmin xarakterləri ilə bağlıdır. Turizm və sosial mədəni servis fəaliyyət növü kimi əhalinin asudə vaxtının yaxşı istifadə edilməsinə, ekskursiya, səyahət və turist marşrutlarının təşkilinə, həmçinin turistlərin başqa xidmət sahələrindən istifadəsinin gücləndirilməsinə imkan yaradır. Turizm xidmətləri başlıca olaraq turist təşkilatlarının fəaliyyətinin nəticəsidir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri – müasir dövrdə turizmin dirçəlməsinin qiymətləndirilməsi problemlərinin həlli istiqamətləri, tənzimlənmə mexanizmləri və təkmilləşdirilməsi yollarından ibarətdir. Beləliklə, Azərbaycanda turizm potensialının bu sahənin inkişafında sosial-iqtisadi rolunun artmasında və işsizlik problemlərinin həll edilməsinə şərait yaradır.

Tədqiqatın predmeti və obyekt - Tədqiqatın predmeti müasir dövrdə turizm resurslarının düzgün istifadə edilməsi və onun obyektiv qiymətləndirilməsi probleminin həlli istiqamətlərinin müəyyən olunması xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Obyektə isə - fərqli turizm şirkətləri və onların təklif etdiyi xidmətlər daxildir.

Elmi yeniliyi - turizmin sosial-iqtisadi inkişafının həlli istiqamətlərinin müəyyən olunması, turizm potensialının və resurslarının təhlil olunması; turizmin inkişafının sosial-iqtisadi yeniliklərinin qiymətləndirilməsi məsələləri əsaslandırılır; turizm və onun fərqli regionlarda inkişafı aspektləri; turizmin inkişafının müasir istiqamətlərindən asılı olaraq nizamlanması, marketinq formaları, turizm potensialının inkişaf etdirilməsi və perspektiv inkişaf yolları verilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası - Dövlət Statistika Komitəsinin statistik göstəriciləri, İqtisadiyyat və sənaye, Mədəniyyət və Turizm nazirliklərinin informasiyaları, Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatları, habelə müəllifin şəxsi

müşahidələrindən təşkil olunmuşdur.

Praktiki əhəmiyyəti - İşin praktiki əhəmiyyəti olduqca əhəmiyyətlidir. Tədqiqatda aparılmış təhlil iqtisadiyyatla turizmin qarşılıqlı münasibətlərini nəzərdən keçirtməyə imkan verir və əldə olunmuş nailiyyətlər, bazar obyektlərinin daha yaxşı fəaliyyət göstərməsi formaları, qarşıda qoyulan problemlər və onların həlli istiqamətlərinə nəzər yetirmək imkanına sahib olmaq mümkündür. Dissertasiya işində mövcud potensialın dəyərləndirilməsi və səmərəliliyin qiymətinin çoxaldılması məqsədilə təkliflər öz əksini tapmışdır.

Dissertasiya işinin strukturu qarşıya qoyulan problemin həllinə uyğun tədqiq edilmişdir. Dissertasiya işi girişdən, üç fəsildən və nəticə-təklifdən ibarətdir. Dissertasiyanın ilk fəsli “Turizmin inkişafı və planlaşmasının elmi əsasları” adlanır. Bu fəsildə turizmin inkişaf amilləri, formaları və xərcləri; turizmin inkişaf göstəriciləri və metodoloji əsasları; Azərbaycanda turizm ehtiyatlarının mövcud vəziyyəti təhlil olunur.

II fəsil: “Turizmin inkişafının əsas istiqamətlərinin araşdırılması və dəyərləndirilməsi” adlanır. Beləki, turizm potensialının təhlili; turizmin inkişafının sosial-iqtisadi nəticələrinin dəyərləndirilməsi; turizm və bölgələrdəki turizm potensialının inkişafının təhlili əsas götürülmüşdür.

III fəsil: “Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri və ölkənin bu sahədəki əsas rolu” adlanır. Turizm qanunları və hüquqi bazasının yaxşılaşdırılması; turizmin inkişaf etdirilməsində biznes və sahibkarlıq sahəsinin yüksəldilməsi; turizmin inkişaf istiqamətləri tələbindən asılı olaraq, Azərbaycan Respublikasının turizm potensialından istifadəsinin əsas başlıca istiqamətləri turizmin sosial-iqtisadi dirçəlişdə rolunun dəyərləndirilməsi və planlaşdırılması və turizmin idarə edilməsinin yaxşılaşdırılması haqqında məlumat verilir.

I FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFI VƏ PLANLAŞMASININ ELMİ ƏSASLARI

1.1. Turizm məhsulu bazarının formalaşması qanunauyğunluqları

Turizm bazarı turizmə aid xidmətlərin alışı və satışını təmin edən, tələb-təklif münasibətlərini əmələ gətirən bir obyektədir. Turizm bazarına sosial və iqtisadi cəhətdən baxılır. Turizm bazarı özünəməxsus hər bir iştirakçısını aydınlaşdırır: turizm məhsulunu ixrac edənlər, onları həmçinin idxal edənlər, rəqiblərini, vasitəçiləri, əlaqələndiricilər, turizm xidmətlərini, bazarın işləmə xüsusiyyətlərini və s. Turizm xidmətlərinin ixracçıları həm hüquqi, həm fiziki şəxs seçilə bilər. Həmin şəxs turizm şirkətinə məxsus məhsulu alıcıya satır və qarşılığında müəyyən edilmiş məbləği alır. İdxalçılar, başqa sözlə bazar prosesinin iştirakçısı turizm xidmətini alaraq qarşılığında pul ödəyir. Turizm xidmətinin satışı iki formada ola bilər: topdan və pərakəndə satış forması.

Turizm bazarının əsas xassələrindən biri, turizm xidmətinin ixracçısı və onun idxalçısı görüşürlər və onlar bir-birini tanıyırlar. Kompleks turizm xidməti xarici vətəndaşların və yerli səyahətçilərin yaşadığı yerlərdə ixrac olunur. Məhsulu istifadə etmək üçün idxal edən səyahətçi onu ixrac edən ölkəyə gəlmədiyi müddətdə, xidmətdən istifadə etmədikdə xidmətdən xəbərsiz olur. Turizm bazarının bu xüsusiyyəti turizm məhsulunun ixracını bir qədər çətinləşdirir. Beləliklə, bu vəziyyətdən çıxmaq məqsədilə turizmdə reklam informasiya münasibətləri əhəmiyyətli rol oynayır.

Turizm bazarı o zaman normal formada çalışır ki, üç vacib şərt yerinə yetirilsin: istehsalçılar bir biri ilə azad şəkildə rəqabətə girə bilsin, turizm məhsulunu ixrac edənlərin hər biri üçün eyni formada şərait qurulsun, alıcıları seçmək məqsədilə imkan şansı verilsin və istehsal olunan xidmətin təhlükəsizliyi təmin edilsin. Turizm xidmətinin ixrac edilməsi müqavilə ilə həyata keçirilir.

Turizm bazarını yaradan tələb və təklif arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin meydana gəlməsidir. Turizm təklifi ilə tələbi arasında əmələ gəlmiş əlaqələr vəhdət təşkil edir.

Bu o mənaya gəlir ki, əgər tələbat təklif əmələ gətirirsə, elə zaman olur ki, təklif özü də tələbata təsir edə bilər.

Turizm xidməti səyahətçilərə göstərilən xidmətlərin vəhdəti və ya kompleksidir. Bura səyahətçilərin daşınması, yerləşdirilməsi, qida xidmətləri məcmusu, ekskursiya, eyni zamanda bələdçi, gid xidmətləri və səfərin məqsədlərindən asılı olaraq verilən başqa xidmətlər aiddir.

Aşağıdakılar turizm xidmətlərinə misal ola bilər:

Nəqliyyat vasitələri: hava nəqliyyatı, su nəqliyyatı, dəmir yolu nəqliyyatı, avtomobil və s.;

Yerləşdirmə vasitələri: mehmanxanalar, motellər, hotellər, qonaq evləri, kempinqlər, istirahət mərkəzləri və s.;

Qida müəssisələri: restoranlar, kafelər, barlar, yerləşmə ərazilərindəki müxtəlif iaşə obyektləri və s.;

Görməli ərazilər: tarixi yerlər, memarlıq abidələri, muzeylər, bədii və rəsm qalereyaları, heyvanxanalar, tematik parklar, istirahət mərkəzləri, dənzi qırağı ərazilər, böyük mağazalar və s.;

Fərqli xidmətlər: əyləncə, istirahət, idman, shopping, rentacar xidmətləri, bank xidmətləri və s.;

Qeyd olunanlardan əlavə, turizm xidmətinin idxalı və ixracı ilə məşğul olan turizm firmalarının, turopertorların işləmə qabiliyyətini də xüsusi olaraq qeyd etməliyik. Belə ki, turizm xidməti səyahətçilərə turizmə aid təşkilatlar tərəfindən irəli sürülən məcmu xidmətlərdir. Bu təşkilatlar vasitəsi ilə turizm xidməti turpaket və turlar formasında hazırlanaraq turistlərə təklif edilir. Həmçinin turizm xidmətinin bir sıra xüsusiyyətləri nəzərə çarpır. Misal olaraq, turistin büdcəsinə uyğun, ona 4 və ya 5 ulduzlu mehmanxana və ya mehmanxana tipli obyektlərdə yerləşdirilməsi təklif edilə bilər.

Turistlərin yerləşdirilməsi üçün istifadəyə verilən müəssisələrə mehmanxanalar, səyahət bazaları, motellər, kempinqlər, qonaq evləri, pansionatlar və s. daxildir. Marşrut vaxtı səyahətçilərin bir gecəlik dayanacaqları üçün səyahət bazalarının və ya turizm şirkətlərinin başçılığı ilə əmələ gələn düşərgələr də yerləşdirmə obyektini kimi

fəaliyyət göstərə bilər. Yerləşdirmə turizmin ən vacib sahələrindəndir. Yerləşdirmə olmasa turizm də olmaz.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) məsləhətlərinə görə səyahətçiləri yerləşdirmə müəssisələrini iki yerə ayırmaq mümkündür: kollektiv və fərdi yerləşdirmə. Turistlərin kollektiv formada yerləşdirilməsi vasitələrinə mehmanxanalar və ona uyğun obyektlər, ixtisaslaşmış obyektlər və kollektiv yerləşdirməyə şəraiti olan başqa obyektlər (istirahət üçün nəzərdə tutulmuş yaşayış yerləri və s.) daxildir. Turistlərin fərdi formada yerləşməsi formalarına şəxsi yaşayış evləri, kirayə verilən otaqlar, şəxsi mülklər fərqli adamlardan və ya operatorlardan icarə edilən yerləşmə müəssisələri, tanış insanlar tərəfindən pulsuz verilən yerləşmə formaları, fərdi formada başqa yerləşmə formaları daxildir.

Bir sıra dövlətlərdə otellərin rahatlıq və keyfiyyət dərəcələri göstərilir. Belə dərəcələr “ulduz” anlayışı ilə ifadə olunur. Mehmanxanaların dərəcələrinin müəyyən olunması, turizm sənayesinin mühim vəzifəsi sayılır. Mehmanxanaların keyfiyyətə görə dərəcələrə bölünməsi haqqında beynəlxalq kriteriyalar var olsa da, əfsuslar olsun ki, hər dövlət bu məsələni özünəməxsus formada həll edir. Mehmanxananın dərəcəsi məsələsində orada qeyd edilən xidmətlərin kompleksi və turist infrastrukturunun inkişaf norması nəzərdə tutulur.

Turizmi istehlak etmək məqsədilə ilk növbədə səyahət etmək vacibdir; Turizm xidmətini tədarük edib saxlamaq mümkün deyil. İcarəyə götürülmüş mehmanxana otaqları istifadə olunmadığı vaxt turizm məhsulu xeyirli olmur, ziyanlı olur; Turizm məhsulu əldə olunmamışdan əvvəl müqayisəsi çətindir; Turizm xidməti yerli əhali və səyahətçilər tərəfindən idxal edilir; Turizm xidmətinin idxalı ilə onun ixracı arasında vaxt və yer fərqi vardır.

Digər xidmətləri idxalçı olduğu, yaşadığı yerdə satın alıb və həmin yerdə istifadə edir. Səyahətçi turizm xidmətini eyni yerdə aldığı təqdirdə yer və vaxt onu tamam başqa yerdə və çox zaman çox müddətdən sonra istifadə olunur.

Tursənaye xidmətinə olan tələbat fərqli amillərlə müəyyən edilir:

İqtisadi amil. Ölkə ərazisində ümumi iqtisadi norma; insanların gəlirləri; məhsul və xidmətlərin dəyərləri və xidmətin dəyəri, inflyasiyanın dərəcəsi və s.

Sosial faktor. Ölkənin ümumi sosial siyasəti, turizmlə bağlı sosial qaydalar, fərqli sosial siyasətlərin təyin olunması; yerli əhalinin yaşayış səviyyəsi; mədəni və estetik zövqün tənzimlənməsi və s.

Demoqrafik amillər. Əhalinin sayı və tərkibi;

Təbii iqlim amili. Havvanın dərəcəsi, günəşli günlərin miqdarı, təbii coğrafi norma, təbii resursların bolluğu (dəniz, çay, meşə, dağ, çəmənlik.);

Milli faktor. Adətlər, ənənələr, əhalinin yaşayış qaydaları və s;

Xüsusi amillər. Kişilərin və qadınların sayı arasındakı fərq, gənclərin sayı, yaşlılar qrupu, müalicə məqsədi ilə yaradılan səyahət qrupları.

Turizm xidmətinə olan tələbat fərqli amillərlə müəyyən edilir:

İqtisadi amil. Dövlətdə vahid iqtisadi vəziyyət; əhalinin qazanc səviyyəsi; məhsul və xidmətlərin dəyərləri və turməhsulun dəyəri, inflyasiyanın dərəcəsi və s.

Sosial amil. Dövlətin ümumi sosial qaydaları (sosial güzəştlər, pensiyalar, fərqli ödənişlər və s.), turizmlə bağlı sosial siyasət (güzəştli və ya təmännəsiz səyahətçi yolaşmaları), fərqli sosial normaların təyin olunması (sosial təminatlar və il.), əhalinin həyat norması; mədəni və estetik zövqün tənzimlənməsi və s.

Demoqrafik amillər. Əhalinin ümumi sayı və tərkibi (struktur, cinsi, yaşı, ailədə neçə nəfər olmaları və tərkibi; şəhər və kənd əhalisinin fərqi);

Təbii-iqlim amili. Havanın dərəcəsi, günəşli günlərin miqdarı, coğrafi mövqe, təbii resursların bolluğu(dəniz, çay,çəmənlik və s.);

Milli-tarixi amil. Adət-ənənələr, milli rəqslər, mətbəx, məişət normaları və s;

Xüsusi və ya spesifik amillər. Kişi və qadınların sayı, gənclərin sayı, yaşlılar qrupu, müalicə üçün yaradılan qruplar və s.

Turizm xidmətinə olan tələbatın əvvəlcədən söylənməsi

Bu bir neçə variantda müəyyən olunur və ümumi xidmət, ayrı ayrı onun hər forması və xidməti üzrə həyata keçirilir.

Proqnozlaşdırma tursənaye üzrə və ya başqa ayrıca turfirma üzrə həyata keçirilir.

Tursənaye üzrə tədqiqatın və proqnozlaşdırma işlərinin aparılması (makrosəviyyə) turizm sahəsinin başqa sözlə dövlət üzrə və regionlar üzrə turməhsula

olacaq tələbatın müəyyən olunması, inkişafı yollarını, yeni növ xidmətlərin və məhsulların aşkarlanması, destinasiya sərhədlərinin təyin edilməsi, daha çox istifadə edilən istirahət növlərinin təyin olunması, yerləşdirmə və nəqliyyat sistemlərinin mükəmməlləşdirilməsi, əyləncə mərkəzlərinin innovasiyalaşdırılması və s. təşkil edir.

Obyekt üzrə həyata keçirilən proqnozlaşdırma cari planlaşdırma və operativ idarə olunmanın yaxşılaşdırılması məqsədilə böyük əhəmiyyət daşıyır.

Tələbat iki amillə ilə müəyyən olunur:

Struktur: beləki, əhali öz gəlirini turizmin hər hansısa bir növünə xərcləməyi düşünür: iri tarixi mədəni ərazilərin səyahətinə, çimərliklərə və ya daxili regional turizm mərkəzlərinə.

Pulun həcmi: insanların turizm məqsədilə ayırdığı pulun miqdarı ulduzlu mehmanxanalara, çadırlarda yerləşməyə və ya kənd evlərinin kirayəsinə kifayət edir.

Dövlətin iqtisadi inkişafı zamanı, insanların maddi vəziyyətinin yaxşılaşması və idxalın artması zamanı turizmin aktivliyi artır və turizm sahəsi inkişaf edir. İqtisadi tənəzzül zamanı isə turizm xidmətinə olan tələbat azalır buda öz növbəsində turizm sahəsinə də öz təsirini bağışlayır.

Ancaq tədqiqatçılar müəyyən edib ki, qərb dövlətlərində iqtisadi tənəzzül turizmə digər sənaye növlərinə nisbətən az təsir göstərir. Yəni, inşaat, avtomobilqayıma, mebel, başqa uzunmüddətli istifadə olunan ixrac predmetləri istehsalı və s. sahələrdə istehsalın səviyyəsi xeyli azalır. Belə olduqda bu zaman turizm xidmətinə olan tələbat bir qədər azalır. Başqa sözlə , bahalı turizm məhsul formalarına tələbat daha çox azalsa da, daha ucuz turizm xidmət formalarına tələbat olduqca çox artır.

Kompleks turizm məhsulu - yerləşdirmə, qidalanma, daşınma, məişət, səyahət, idman və sağlamlıq xidmətlərinin bir vahid altında və proqramda yığılması.

Fərqli turizm məhsulları ibarətdir - yerləşdirmə, qidalanma, həmçinin xüsusi təklif edilən bir proqrama daxil edilməyən nəqliyyat, məişət, idman və sağlamlıq xidmətləri.

Turizm məqsədi ilə təşkil edilən əmtəələr də fərqli xidmət forması kimi hesab olunur: Bunlara daxildir - xəritələr, lüğətlər, çadırlar, döşəklər və başqa turizm və

idman əşyaları, həmçinin turizm suvenir əşyaları.

Beynəlxalq arenada mal formasında təklif edilən turist məhsullarına aşağıdakılar daxildir: turistlərin yerləşdirilməsi ilə əlaqəli xidmətlər. Belə ki, turistlər mehmanxanada, otellərdə, motellərdə, kempinqlərdə və s. abadlaşdırılmış göydələn və villalarda yerləşdirilir; təyinat ölkəsinə kimi səyahətçilərin çatdırılması və həmin dövlətdə onlara yerli daşıma nəqliyyatlarının köməyi ilə xidmətlər verilməsi; restoranlar, kafelər, barlar, pansionatlar kimi istirahət yerlərində turistlərin iasə xidmətlərlə təmin edilməsi; səyahətçilərin mədəni tələbatına istiqamətlənmiş xidmətlər. Bu cür xidmətlərə teatr, muzey, konsert zalları, rəsm qalereyaları, təbiət və tarixi qoruqlara səyahət edilməsi, tarixi və mədəni ərazilərə baxış və festival və idman turnuvalarında iştirak etmək və s. daxildir; səyahətçilərin işgüzar tələbatının qarşılanmasına yönəldilmiş xidmət formaları; ticarət obyektlərinin xidmətləri – suvenirlər, depozitvlər və s. ixracı; sənədlərin qeydiyyatdan keçirilməsi üzrə xidmət növləri.

Turistə ya turizmin hər hansı bir forması üzrə, ya da vahid mecmu xidmətlər üzrə qulluq göstərmək mümkündür.

Tur xidmət bazarında inklyuziv-tur (inclusive tour və yaxud da package tour) növü kimi təklif olunaraq satılır.

Package tour səyahətin elə formasıdır ki, burada alıcıya istirahət əvəzinə nəqliyyat xidmətlərindən əlavə, demək olar ki, hər bir turizm məhsulları təklif edilir. Səyahətçi istirahət əvəzinə nəqliyyat formasını, marşrutu özü təyin edir və özü bunu həyata keçirir.

Tam məcmu məhsullar inklyuziv-turların ixracı qaydası ilə verilir. Inklyuziv-turlar turagent vasitəsi ilə pəkiç-turun irəli sürdüyü xidmətlərdən başqa istirahət əvəzinə çatdırılma xidmətlərinin məsuliyyətini də öz üzərinə götürür. Belə olduqda, nəqliyyat xərclərinin özəl inklyuziv-tarifləri təklif edilir ki, bu da 50%-ə yaxın, bəzən isə daha artıq güzəştlərlə həyata keçirilir.

Inklyuziv-turlar eyni zamanda səyahətçilərin otellərdə yerləşdirilməsi, iasə və başqa məhsulların qiymətini də özündə birləşdirir.

Inklyuziv-turun həm qrup, həm də özəl səyahətçi səfərlərində istifadə edilməsi

planlaşdırılır. Onun quruluşu müəyyən qədər dövlətlərin xarakterik formalarından, turistlərin hansı ölkələrdən gəlməsindən, onların yaş səviyyəsindən, idxaə qabiliyyətindən, təklif edilən məhsulların quruluşundan, formasından və keyfiyyətindən asılı olaraq fərqli formada dəyişilir.

Turizm bazarında qiymət amili xüsusi başlıca rol oynayaraq idxalçılarla ixracçıların maraqlarını bərabərləşdirir. Bu səbəbdən də turizm xidmətinin dəyəri turizm bazarının marketing kompleksinin mühim bir hissəsidir.

Ümumiyyətlə qeyd etmək lazımdır ki, turizm sahəsində dəyəri nizamlayan turizm bazarıdır. Ətrafda olan yerləşdirmə müəssisələrinin miqdarının və xidmət formalarının artması ilə əlaqədar olaraq qiymətlər aşağı düşür. Belə olduğu təqdirdə, həmin əraziyə gedən səyahətçi qarşısında seçmə şansı olur, o da təklif edilən yerləşdirmə müəssisələrindən, məhsullardan daha keyfiyyətli və uyğun qiymətlə satılanını seçir. Beləliklə, turizm bazarının qiymətləri rəqabət mühitində nizamlanır. Bundan əlavə, tələbatın dərəcəsi çox olduğu zaman qiymətlərdə artım, tələbatın dərəcəsi aşağı olduğu müddətdə isə qiymətlərdə azalma müşahidə edilir. Bu öz növbəsində, bazar qiymətlərində qeyri stabillik əmələ gətirir.

Dövlət vasitəsilə nəzarət mexanizminin olmadığı mühitdə iqtisadiyyatın xüsusi bölməsinə aid olan yerləşdirmə obyektlərində, turizmdə istifadə olunan nəqliyyat vasitələrində və həmçinin başqa xidmət sahələrində qiymətlər şəxsi sahibkarlar vasitəsilə müəyyənləşdirilir. Bu səbəbdən sahibkarlar dəyərlərin müəyyən edilməsi zamanı bir sıra marketing tədqiqatları həyata keçirirlər. Misal olaraq, yerləşdirmə müəssisələrində qiymətlərin müəyyən edilməsi zamanı ərazinin iqtisadi mövqeyi, xidmət xərcləri, rəqiblərin təklif etdiyi qiymətlər, mənfəət, idxalçıların qiymət qavraması və s. nəzərdə tutulur.

Elə vaxt olur ki, sahibkarlar vasitəsilə təyin olunan qiymətlər inhisarçılıq, iflas və başqa bu cür neqativ hallara səbəb ola bilər. Sonda isə turizm bazarının dirçəlməsi ləngiyir, turistlərin tələbat dərəcəsinə xeyli azalma müşahidə edilir.

1.2.Turizm fəaliyyətinin təşkili və maddi-texniki bazası

Turizmin fəaliyyət göstərməsi – turagentin vaxtı 24 saatdan artıq olmayan və səyahətçilərin yerləşdirilməsi xidmətini nəzərə almayan və turizm xidmətinin yaradılması, həyata keçirilməsi və satışı üzrə fəaliyyət formasıdır.

Hal hazırda Azərbaycanda turizm, habelə beynəlxalq turizm sənayesi diqqət obyektidir. Turizm insan fəaliyyətini özündə cəmləşdirən bir sahə olduğuna görə burada insanların mədəni dialoqunun və onların təhsil almasının da xüsusi ictimai siyasi və mədəni faydası vardır. Turizm yalnız insanların səyahətlərinin təşkil olunmasına onların mənəvi dəyərlərinə xidmət etmir, həmçinin turizm insanların fərqli bilgilərlə məlumatlandırmaq, onların dünyagörüşlərini irəlilətmək funksiyalarını həyata keçirir.

Hal hazırda turizmin təşkil olunması kulturoloji proseslərdən ayrı olaraq təsəvvür etmək düzgün sayılmır. Turizmin təşkil olunması forması istirahət və əyləncənin xüsusi iştirakçıları kimi çıxış edirlər. Tətbiqi kulturologiya elmi bu sahəyə kulturologiyanın iri bir sahəsi və boş vaxt mühitində sosial mədəni inkişafın bir forması kimi yaxınlaşır. Onun tərbiyəvi tərəfləri birbaşa olaraq aşağıdakı göstəricilərdən asılıdır:

- Turist – ekskursiya işinin yolu və nəzəri ideoloji dərəcəsi müasir tələblərə nə səviyyədə cavab verir?
- Səyahət və ekskursiya vaxtı insanların sosial mədəni inkişafının təşkilində istifadə edilən formalar hansı pedaqoji yaxınlaşma və formalarla təmin edilir?
- Belə fəaliyyət nəticəsində kütlələrin əldə etdikləri təzə bilik və bacarıqlar növbəti günlərdə onlara ehtiyacı ola bilərmi?
- Səyahət və ekskursiyalar vaxtı şəxsiyyətin sosial özünü qavrama kollektivçilik fəaliyyətinin yaxşılaşması ictimai aktivliyin artması istedadların üzə çıxarılması hazırkı tələblərə cavab verirmi?

Turizmdə istifadə edilən əmək ləvazimatlarının kompleksi onun maddi texniki bazasının mühim hissəsini əhatə edir.

Turizmin maddi texniki bazası sözünə: turizmə aid tikinti müəssisələri, onların texniki ləvazimatları, nəqliyyat vasitələri və başqa amillər aiddir. Maddi texniki baza vahid formada təşkil edilmiş turizmin dorçəlməsinin mühim hissəsini təşkil edir, belə olduqda, səyahətçilərə vahid kompleks xidmət verilməsi məqsədilə bütün vacib şəraiti əmələ gətirir. Turizmin maddi texniki bazasının daxilinə: turizm şirkətləri, otellər, turist bazaları, iaşə, ticarət, nəqliyyat obyektləri, turist təchizatı və avadanlığının rentə müəssisələri, turist göndərişinin ixrac sahələri, turist klubları və s. aiddir.

Xidmət formalarına görə turizm obyektlərinin aşağıdakı növləri vardır:

- Turistləri hər xidmət sahəsi ilə təmin edən obyektlər (öz otelləri olan turist obyektləri).
- Turizmin təşkil edilməsi məqsədi ilə istifadəyə verilən obyektlər;
- Səyahətçilərin yerləşdirilməsi, ümumiyyətlə yaşaması və gecələməsi üçün istifadəyə verilən obyektlər (otellər, karvansaralar və s.).
- Yeyinti, ərzaq obyektləri (cafelər, barlar).
- Nəqliyyat xidməti obyektləri.

Turistlərə mədəni xidmət müəssisələri (teatrlar, konsert salonları və il.) və ekskursiya məhsullarını təmin edən obyektlər.

Maddi texniki bazaya məxsus olan müəssisələr mülkiyyət formasına görə özəl (turist təsərrüfat subyektlərinin şəxsi mülkü) və bu subyektin başqa subyekt (misal olaraq, şəhər tabeliyində olan otellərdə yerlərin icra edilməsi) və fərdi şəxslərdən icarəyə götürdüyü (villalar, evlər) müəssisələrdir.

Turizmin müəyyən bir regiondakı maddi-texniki bazası, sayına və keyfiyyətinə görə səyahətçilərin tələbatına uyğun olmalıdır.

Azərbaycanın turizm ön görüşü həm ölkə daxilindəki inkişaf və həm də beynəlxalq arenada öz sözünü söyləməsi üçün böyük potensialı mövcuddur. Zəngin təbii sərvətləri, qədim adət ənənələri və memarlıq abidələri özünə xas mentaliteti faydalı ictimai coğrafi ərazisi, dəniz sahili zonaları turizmin yaxşılaşdırılmasında böyük əhəmiyyət daşıyır. Belə olduqda hamını belə bir sual düşündürəcək. Belə gözəl təbii sərvətlər ilə zəngin olan ölkəni inkişaf etmiş turist dövlətinə çevirmək

üçün nə çatışmır? İlk olaraq Azərbaycanın bu sahədə yaxşı siyasəti, strategiyasının olması vacibdir. Məlumdur məsələdir ki, turizm milli maraqların və sosial iqtisadi inkişafın vacib istiqamətlərindən biri sayılır. Azərbaycan vətəndaşlarının hər biri əmin olmalıdır ki, turizm hər bir şəxsin sosial-iqtisadi problemlərinə çıxış yolu tapmağa qadirdir. Turizm eyni zamanda cəmiyyətdə baş verən polyarizasiya-qütbləşmə və təbəqələşmə məsələsinin də qarşısını ala bilmə bacarığına sahibdir. Bu sahə milli gəlirin əhali arasında bərabər bölünməsinədə müəyyən şərait yaradır. Aydın məsələdir ki, turizm iqtisadiyyatla qarşılıqlı əlaqədədir.

İlk olaraq turizmin infrastrukturunu yaradılmalı və formalaşdırılmalıdır. Bu iqtisadiyyatın digər sahələrinin də inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə xüsusi rol oynayır. Ölkənin turizmin idarə olunmasında getdiyi istiqamət turizmin bazar münasibətləri şəraitində özünü maliyyələşdirə bilməsi üçün şərait yaradır. Bunun həyata keçirilməsi üçün ölkə özünün fərqli ölkə və yerli icra hakimiyyəti orqanlarının turizm sahəsinə müdaxilə etmədən turagentlərin (turagent – turların yığcam formada satılması, turizm xidmətinin formalaşdırılması, həyata keçirilməsi və satışı ilə məşğul olan qurumdur) miqdarının artmasına imkan yaradır. Turagent və turoperatorların (Turagentlik – turizm və ekskursiya göndərişlərinin ixracı, həmçinin turizm-ekskursiya işinin təşkil olunması üzrə informasiya, iaşə, marketinq, reklam və s. başqa xidmətlər verilməsi ilə məşğul olan qurumdur) hüquqları qanunla mühafizə edilir. Azərbaycan dövləti ölkədə turizmi dirçəltmək üçün mühim layihələr işləyib hazırlayır.

Əlbəttə, yaxşı və düzgün turizm siyasətinin yaradılması, formalaşdırılması və bunun uğurlu formada həyata keçirilməsi elə də asan iş deyildir. Ona görə ki, bu məsələdə ölkənin təkcə turizm resurslarının və potensialının yaxşı olması heç də hər şeyi həll etməyə kifayət deyil. Bəs qədər turizm resurslarına sahib olan ölkəmizin dünyada turizm ölkəsi kimi tanınması məqsədi ilə turizm sənayesində dövlət siyasəti beynəlxalq normalara uyğun olmalıdır. Bu sahəni inkişaf etdirmək məqsədi ilə siyasi iqtisadi və sosial mədəni şəraitin təkcə son illərdə əmələ gəldiyini nəzərə alsaq, yaxın gələcəkdə Azərbaycanda turizmin perspektivlərinə müsbət baxmaq mümkündür. Milli turist siyasətinin mühim mahiyyəti ölkə ərazisində turist bazarının yaranmasıdır. Bazara çıxarılan məhsul orqinal və rəqabətə davamlı olmalıdır. Otel və nəqliyyat

qiymətləri səyahətçilərin büdcəsinə və zövqünə uyğun olan turist xidmətinin dəyərinə daxildir. Burada turist xidmətini əmələ gətirmək istəyi və təşəbbüsü bölgələrdə meydana gəlir. Risk alaraq təşəbbüs göstərən insanlar öz büdcəsini sərf edərək turist obyekti açır, idxalçıların şəraitini nəzərə alaraq turist xidməti əmələ gətirir. Xidmət və məhsulu münasib qiymətlərlə satır, gəlir əldə edir və əldə etdiyi gəlirin bir hissəsini təkrar öz obyekti üçün genişləndirmək üçün xərcləyir.

Kütləvi turizmin sürətli inkişafı bütün dünyada turizm sektorunun və xalq təsərrüfatının digər sahələrinin, təlim, elm və mədəniyyətin, təhsil sisteminin bir biri ilə yanaşı inkişafına şərait yaratmışdır. Yaxşı maddi-texniki bazaya sahib olan turizm sektoru bir çox şəxsi iş imkanları ilə təmin etməklə xalq təsərrüfatı kompleksinin qeyd etmək olar ki, hər sahə ilə qarşılıqlı əlaqədə iş aparır. Turizm sənayesi səyahətçinin istifadə etdiyi böyük xidmət sahələrini cəmləşdirən təsərrüfat məcmusudur.

Turizm sənayesinin maddi-texniki bazasını, sosial infrastruktur sistemini beynəlxalq standartlar dərəcəsində təşkil etmək üçün bu sektorun maliyyə təminatı hər gün daha da yaxşılaşdırılır.

Azərbaycanda turizmin təşkili ölkədə mövcud olan qurumlar, kompaniyalar, Turizm Nazirliyi və dini təşkilatlar tərəfindən tənzimlənir. Bu təşkilatların investisiya qoyuluşu baxımından şəraitləri qənaət bəxş səviyyədə deyil, onlar gəlmə və başqa turizm sektorunun inkişafını nizamlamaya şərait yaradan maddi-texniki baza, ehtiyac duyulan infrastruktur şəbəkəsini meydana gətirməyə qadir deyillər. Yerli turizm şirkətləri, qurumları və firmaları demək olar ki, getmə turizminə xidmət edir, turist xidmətlərini həyata keçirir və qrup halında turlar təşkil edir.

1.3.Turizmin inkişafının dövlət tənzimlənməsi mexanizmi.

Turizm sahəsində dövlət siyasətin əsas hissəsi turizmin hüquqi bazası və sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimləməsindən ibarətdir. Günümüzdə respublikamıza gəlir gətirən və əhalinin yaşayış səviyyəsini yaxşılaşdıran iqtisadi sahələrin inkişafı Azərbaycanın əsas maraqlandığı məsələlərdəndir. Dövlətin köməyi olmadan hər hansı bir sahənin inkişaf etməsi mümkün olmur. Eyni zamanda turizmin inkişafına da respublikamızda dəstək verilir. Beynəlxalq təcrübəni bilmədən turizmin inkişafına nail olunması yollarını düzgün təyin etmək, onun inkişaf etməsinə nail olmaq mümkün deyildir. Fərqli ölkələrin təcrübəsinə nəzər saldıqda görürük ki, bir çox ölkələrdə turizmin inkişafının dövlət proqramı hazırlanır, vergilərdə güzəştlər olunur, sərhəd-gömrük xidmətləri asanlaşdırılır. Ölkə büdcəsindən turizmin inkişafı üçün xərc ayrılır, özəl turist müəssisələrinə az faizlərlə kreditlər verilir. Bu güzəştlər sayəsində turizm sahəsinin maddi-texniki bazası təkmilləşdirilir. Respublikamız da beynəlxalq təcrübədən yararlanaraq turizm infrastrukturunun inkişaf etməsi üçün əksər hallarda investisiya siyasətindən istifadə edir. Respublikamız da icraedici və qanunverici dövlət qurumlarının, ən çox da Turizm nazirliyinin istiqamətini kommersiya orqanlarının birgə səyindən yararlanmaqla, turizm infrastrukturunun inkişafını müasir şərtlər səviyyəsində qurmağa cəlb edir.

Amma hələ də respublikamızda beynəlxalq səviyyədə istifadə olunan metodlardan ölkəmizdə turizmin inkişafında istifadə olunması üçün çox az işlər görülür. Təəssüflə qeyd etmək ki,, investorların hüquqlarının müdafiəsinə təminat verən investisiya siyasətinin gündəmdə olan problemləri ilə bağlı bir çox hüquqi sənədlər hazırlanmamışdır. Bu da öz növbəsində turizmin inkişafının ləngiməsinə səbəb olur. Bu cür halların qarşısının alınması üçün dövlət səviyyəsində aşağıdakı işlərin görülməsi təklif olunur: -dövlət turizm müəssisələri üçün güzəştli vergi verməlidir; -turizm müəssisələri və qurumları sərhəd vergilərindən və əlavə vergidən azad edilməlidir; -dövlət turizm müəssisələrinə güzəştli kreditlər ayırmalıdır; -turizm sənayesinə görə xarici ölkədən gətirilən texnika və ləvazimatlar sərhəd vergilərindən kənar edilməlidir; -korporativ vergilərə güzəştlər olunmalıdır.

Bu yönümlü siyasətin sayəsində turizm dövlətin köməyi nəticəsində həm turizm sürətlə inkişaf edər, həmçinin də sakinlərin maddi-iqtisadi durumu xeyli yaxşılaşar. Bunun nəticəsində əhalinin milli gəliri yüksələr, ölkəyə valyuta kütləsinin axımı sürətlənər, çoxlu sayda insanların məşğulluğu təmin olunar. Respublikamızda 1999-cu ilin iyunun 4-də «Turizm haqqında» qanun layihəsi qəbul olunmuşdur. Həmçinin, prezident İlham Əliyev 2002- 2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair 27 avqust 2002-ci ildə hazırladığı sərəncamla regionlarda turizm sektorunun tərəqqisi haqqında proqram imzalamışdır. Bu proqramla turizmin inkişafı üçün bir çox dövlət tədbirlərinin reallaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Proqramda turizmin əhəmiyyəti qeyd olunmuş, onun inkişafı üçün konkret yollar göstərilmişdir.

Respublikamızda turizm sahəsinin rifahı mövzusu yalnız siyasi və iqtisadi əhəmiyyətə malik deyildir. Mürəkkəb məkanda yerləşən respublikamızın dünyaya daha gerçək şəkildə tanıtılmasına da zərurət vardır. Azərbaycan Respublikasına məxsus olan əraziləri işğal etmək arzusunda olan Ermənistan qarşı əks istiqamətdə təbliğat işləri aparmaq və ölkəmiz haqqında gerçəklikləri dünya ölkələrinə bildirmək üçün turizmə dair münasibətlərin böyük əhəmiyyəti vardır. Biz bilirik ki, səyahət üçün gələn xarici turistlərin əksər hissəsi öz ölkəsinin tanınmış və yaxud yüksək intellektə malik olan vətəndaşlardır. Biz həmin turistlərə ölkəmizin tarixi və mədəniyyəti haqqında və onun mənəvi dəyərləri barədə geniş informasiyalar verməklə respublikamızı bütün dünyaya tanıtmış oluruq. Bu turistlərdən çoxu öz ölkələrinə geri döndükdən sonra gördükləri və eşitdikləri barədə ictimaiyyətə informasiyalar verir, kütləvi informasiya vasitələrinə informasiya verirlər. Bu gerçəklikləri göz önünə alaraq respublikamız turizmin sistemli şəkildə inkişafına nail olmağa çalışır. Turizmin global xarakter daşması müasir dövrdə əsas reallıqdır. Turizmin inkişafına böyük önəm verən ölkələr dünyanı bütöv şəkildə qəbul edir, hər bir ölkədə sülh və əmin-amanlığın qorunmasına səylə işləyirlər. Ona görə ki ölkələrarasındakı mübahisələr, münaqişələr, müharibələr, terror aktları turizmin tərəqqisinə maneçilik yaradan əsas göstəricilərdir. Bu amilləri nəzərə alaraq respublikamız özünə aid turizm siyasətini ermənilərin terror aktlarının ifşa edilməsi əsasında qurmalı, Ermənistanın həyata keçirdiyi terrorçuluq siyasətini dünya

ictimaiyyətinin diqqətinə çatdırılmalıdır.

Biz bilirik ki, Azərbaycan Avropa və Asiyanın qovşağında yerləşir. Bu coğrafi mühit ölkəmizin böyük turizm potensialına sahib olduğunu təsdiqləyir. Azərbaycanın iqlimi, füsunkar təbii-coğrafi şəraiti bütün il ərzində xaricdən turist qəbul etmək üçün şərait yaradır. Ölkəmizin müxtəlif bölgələri nadir memarlıq abidələri ilə zəngindir. Qobustan qayaüstü rəsmlərini görmək arzusunda olan çoxlu turistlər mövcuddur. Orta daş, yeni daş və ən yeni daş dövrləri barədə maraqlı informasiya mənbəyi hesab olunan həmin mükəmməl tarixi abidənin ad-sanı əksər dünya ölkələrinə yayılmışdır. Qədim insanların yaşadığı yerləri görüb, onlarla tanış olmaq çox insan üçün maraq kəsb edir. 18-ci yüzilliyin möhtəşəm sənət əsəri və incisi hesab olunan, özünəməxsus memarlıq quruluşuna sahib Şəki xan sarayı, eyni zamanda Şəkidə mövcud olan gözəl qüllələr, qalalar və abidələr, Şəkinin füsunkar təbiəti və s. turistlərin marağını Şəkiyə cəlb edən əsas faktorlardır.

Kəlbəcərin isti suyu, Şuşa və Laçının sərin bulaqları və füsunkar dağları və meşələri ermənilər tərəfindən işğal olunmuşdur. Zaman gələcək bu ərazilərimiz erməni işğalından azad olunacaq və beynəlxalq turizm marşrutuna daxil ediləcəkdir. Sovet dövründə Respublikamızda çoxlu turizm obyektləri yaradılmış və müalicəvi əhəmiyyətə malik olan istirahət müəssisələri və s. tikilmişdir.

1980-ci ildə respublikamızın rəhbəri olan Heydər Əliyevin səyi nəticəsində Xəzər sahillərində çoxlu kurort zonaları tikilmişdir. Həmçinin müxtəlif əmək qurumlarının işçilərinin istirahət etmələrinin təmin olunması üçün fərqli məkanlarda yerləşən istirahət və əyləncə zonaları yaradılmışdır. Belə ki, bu məqsədlə Abşeronun şimal hissələrində kurort-rekreasiya məqsədi ilə binalar inşa olunmuşdur. Amma Ermənistanın Azərbaycana təcavüz etməsi ilə qaçqınlar ordusu yaranmış və onların əksər hissəsi Mərdəkan, Bilgəh, Pırşağı, Zaqulba və digər ərazilərdə inşa edilmiş pansionatlarda məskunlaşmışlar. Hal-hazırda qaçqınların, məcburi köçkünlərin öz vətənlərinə yaxın ərazilərdə yerləşdirilməsi məqsədilə dövlət miqyasında işlər görülür. Son dövrlərdə respublikanın neft fondunun vəsaiti hesabına Ağdam, Bərdə, Füzuli və digər bölgələrdə qaçqınların, məcburi köçkünlərin məskunlaşması üçün bütün lazımi şəraitə malik şəhərciklər salınmışdır. 2006-cı ildə Azərbaycan həmin

işin bütöv şəkildə təşkil olunması üçün fərqli tikinti şirkətləri ilə kontraktlar imzalamışdır. Planlaşdırılmış olan bu iş bitdikdən bir qədər sonra Abşeronda yerləşən sanatoriyalar və istirahət mərkəzləri boşaldılaraq təzədən əvvəlki kimi turizm məqsədilə istifadə olunacaqdır.

Qeyd olunmalıdır ki, 2002-ci il tarixində təsdiq olunmuş turizmlə bağlı dövlət proqramında yerli və xarici istehlakçıların turizm xidmətlərinin təşkil olunmasına görə bir çox əməli işlərin görülməsi planlaşdırılmışdır. Proqramda həmçinin aşağıda qeyd sadalanan məsələlərin həllinin vacibliyi qeyd olunmuşdur:

- turizm sahəsində dövlətin siyasətini reallaşdırmaq və bu sahənin müsbət xüsusiyyətlərinin inkişafını təmin edən zəruri bazaların təşkil olunması;

- respublikada turizmin proporsional inkişafının təmin olunması;

- turizm biznesində əldə edilmiş mütərəqqi təcrübəyə əsasən müstəqil Azərbaycan Respublikasının strateji marağına cavab verən müasir xidmət sisteminin inkişaf etdirilməsi;

- turizm biznesinin yaradılması və idarə edilməsi istiqamətlərinin müəyyən olunması

- turizm sahəsindən əldə edilən vəsaitin artırılması və bu vəsaitin ölkə büdcəsinə və şəxsi büdcəyə daxil olunması;

- turizm sənayesində xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, onun beynəlxalq standartlara uyğun təşkili;

- respublikamızın turizm şirkətlərinin beynəlxalq səviyyəli tur proqramlarda iştirakı üçün əlverişli imkan yaradılması.

Turizm sənayesinə turistlərin sosial və həmçinin mədəni fəaliyyətinin vacib sferalarından biri olaraqdan dövlət tərəfindən yüksək şəkildə qiymət verilir. Dövlət tərəfindən sosial inkişafın müdafiəsi Konstitusiyanın 16-cı maddəsində aydın şəkildə təsvir olunmuşdur. Konstitusiyasının 16-cı maddəsində aşağıdakılar qeyd olunur:

- 1.Azərbaycan öz xalqının və insanların maddi rifahının artırılmasının, onun sosial müdafiəsinin və yüksək həyat səviyyəsinin qayğısına qalır.

- 2.Dövlətimiz təhsil, mədəniyyət, səhiyyə, incəsənət, elm və digər sahələrin tərəqqisinə köməklik edir, təbiət, xalqımızın tarixi, maddi və mədəni sərvətlərini

qoruyur. Qeyd edək ki, mədəniyyətin, eləcə də maddi və mənəvi sərvətlərin qorunması turizm obyektlərinin də qorunması kimi anlaşılmalıdır. Həmçinin ölkəmizin müxtəlif bölgələrində yerləşən tarix və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi məsələsinə də ölkəmizin qanununda yer ayrılmışdır. Bununla bağlı konstituisiyanın 77-ci bəndində qeyd olunmuşdur ki, tarixi-memarlıq və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi hər bir vətəndaşın borcudur. Qeyd edilən bu və ya digər maddələr turizm sahəsinin ölkəmiz ərazisində inkişafına öz müsbət təsirini göstərir. Respublikada turizmin inkişaf etdirilməsi barədəki dövlət qanununda turizm sferasının inkişaf etməsinə təminat verən maddi texniki bazanın yaradılmasına, turizm biznesinin proporsional inkişafının təmin olunmasına, müasir tələblərə cavab verə bilən sistemin inkişaf etdirilməsinə və s. Turizmin inkişaf istiqamətlərinin genişləndirilməsinə xüsusi önəm verilir. Bütün sadalananları nəzərə alaraq dövlət qanunu qeyd olunan vəzifələrin reallaşdırılmasını başlıca hədəf kimi nəzərdə saxlayır:

1. Turizmin hər cəhətdən tərəqqisi üçün bütün sahibkarlıq növlərinə müxtəlif imkanlar yaratmaq;
2. Turistlərə xidmət göstərən turizm müəssisələrini təzədən yaratmaq, onu beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq;
3. Azərbaycanın dünya bazarında və ölkənin turizm bazarında rəqabətə davamlılıq bacarığını genişləndirmək;
4. Turizmin inkişafı üçün daha məqsədəuyğun və sərfəli üsullardan istifadə etmək.

Nəzərdə saxlamalıyıq ki, 1990-cı illərin əvvəllərində sahibkarlığa vəsait qoyulmasının formalaşdırılması üçün spesifik fond yaranması barədə əmr verilmişdir. Amma bu fond 1993-cü ilin ortalarından fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Respublikanın nazirlər kabinetinin qərarı ilə biznesmenlərə, işgüzar adamlara yardım üçün ölkə büdcəsindən ayrıca vəsait götürülməsi barədə əsasnamə qəbul olunaraq təsdiq olunmuşdur. 1990-cı illərin sonunda biznesmenlərə yardım göstərilməsi məqsədilə çoxlu sayda proyektə imza atılmış, 1999-cu ildə bu layihələrə 8-i də əlavə edilmişdir.

Bununla da, 21 layihəyə Milli Fond tərəfindən yardım olunması məsələsi

barədə razılığa gəlinmişdir. Razılaşmaya əsasən Respublikanın Maliyyə Nazirliyi tərəfindən 600000 manat dəyərində yardım ayrılmışdır. Amma bu yardımlara baxmayaraq ölkəmizdə turizmin tərəqqisinə müsbət təsir göstərən mühüm dövlət sənədi ölkəmizin turizm haqqında dövlət proqramı olmuşdur. Həmin proqramda turizmin tərəqqisinə nail olmaq məqsədi ilə həm dövlət qurumları, həmçinin də şəxsi şirkətlər qarşısında dəqiq öhdəliklər qoyulmuşdur. Turizm qanununda qeyd olunan vəzifələrə əsasən əlaqəli olan bütün qurumlara turizm ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadə edə bilmək, bu sahədə fəaliyyət göstərən hər bir sahibkarlıq növü ilə məşğul olan insanların sayını qaldırmaq, güclü rəqabətə dözə biləcək turizm zonaları yaratmaq göstərişi verilib. Bununla belə turizm infrastrukturunu genişləndirmək, onun maddi-texniki bazasını möhkəmləndirmək vəzifələri bir məqsəd kimi qarşıya qoyulmuşdur. Həmçinin, turizmin hər zaman ölkə səviyyəsində tənzim olunmasının vacibliyi qeyd edilən qanun layihəsində məxsusi olaraq yazılmışdır.

Günümüzdə Azərbaycanda turizmin maddi-texniki bazasının genişləndirilməsində və onun infrastrukturunun inkişafında Azərbaycan Respublikası Həmkarlar Konfederasiyasının da böyük rolu vardır. Bu vacib vəzifədə Həmkarlar Konfederasiyasının sədri Səttar Mehbalıyevin əməyi xüsusi qeyd olunmalıdır. Günümüzdə turizm biznesində ölkə siyasətin ardı kimi 2010-2014-cü illəri əhatə edən ölkə turizminin tərəqqisi barədə dövlət proqramı qəbul edilmişdir.

2010-2014-cü illəri əhatə edən ölkə turizminin tərəqqisi barədə dövlət proqramının həyata keçirilməsi ilə əlaqədar Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetində (ATMU) Elmi Şuranın iclası təşkil olunmuşdur. İclasda çıxış edən ATMU-nun rektoru Cəfər Cəfərov turizmlə bağlı dövlət proqramının əhəmiyyətini qeyd etmiş, onun həyata keçirilməsinin ölkəmizdə turizm sektorunun formalaşmasına hər tərəfli təkan verəcəyini qeyd etmişdir. Bu proqramda qeyd edilmiş problemlərin uğurlu şəkildə həll olunması respublikamızda turizm sənayesinin və infrastrukturunun möhkəmlənməsinə, dövlət və bələdiyyə orqanlarının öz fəaliyyətlərini daha da gücləndirməsinə imkan yaradacaq. Bu layihədə turizm sahəsinin coğrafiyasını və mövcud mühafizə olunan obyektlərdən istifadə barədə hüquqların müəyyən olunması, turizmə yararlı bölgələrin hüquqi yolla tənzim

olunması, nəzarətin təşkili metodlarının formalaşdırılması vəzifə qarşıya qoyulmuşdur».

Respublikamızda turizm sənayesində dövlət siyasəti yeni bir pilləyə qədəm qoyub. Bu sahədə dövlətin həyata keçirdiyi siyasət turizmin inkişafına geniş imkan yaradır. Azərbaycanda turizm sənayesi böyük sürətlə inkişaf edir. Ölkəmiz getdikcə dünya turistləri üçün cəlbedici məkan rolu oynayır. Ölkəmizə gələn turistlərə yüksək standartlı xidmətlər göstərilməsi isə bir çox faktorlardan asılı olaraq dəyişir. Bu cəhətdən turizm-ekskursiya işinin təşkil olunmasında bələdçilərin, bələdçi-tərcüməçilərin xidmətini xüsusi vurğulamaq lazımdır. Təbii-coğrafi aspektinə görə əlverişli yerdə yerləşən respublikamızda turizm çox perspektivli və yüksək potensiala malik bir sahədir. Dövlətimizin turizmə diqqət göstərməsi və qayğısı bu sahənin gələcəkdə inkişafına şərait yaradır. Dövlət büdcəsinin 2025-ci, 2030-cu illərə qədər turizm sənayesinin hesabına artırılması nəzərdə tutulduğunu qeyd edə bilərik. Həmçinin qeyd edək ki, respublikamızda turizm sənayesində dövlətin siyasəti turizm sənayesinin gələcək dövrlərdə tərəqqisi üçün əsas prioritetləri müəyyənləşdirir.

Respublika Prezidenti cənab İlham Əliyevin reallaşdırdığı məqsədyönlü turizm siyasətinin nəticəsində son illərdə respublikamızda bir çox beynəlxalq konfrans və festivallar təşkil olunur. Xalqımızın milli mədəni dəyərlərinin mühafizəsi, təbliğ olunması, gələcək nəsillərə çatdırılması həmişə diqqət önündədir. Prezident cənab İlham Əliyevin məqsədəuyğun və uzaqgörən siyasətinin nəticəsi olaraq ölkəmiz dünyanın mədəniyyətlərarası dialoq mərkəzlərindən biri olmuşdur və xalqımızın çoxillik tolerant, mehriban şəkildə birlikdə yaşama mədəniyyəti dünya ölkələri arasında münasibətlərin tənzim olunmasında və formalaşmasında nümunə kimi göstərilir. Son zamanlarda Bakıda Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun təşkil olunmasının ənənə şəklini alması bunu bir daha sübut edir. Bu cür Forumların təşkilində əsas məqsəd xalqları, sivilizasiyalarının bir araya gətirilməsindən ibarətdir. Prezident İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi «Əsrlər boyu bütün mədəniyyətlərin, dinlərin və etnik qrupların nümayəndəlikləri respublikamızda bir ailə kimi yaşamışlar. Bu, bizim üçün böyük sərvətdir. Azərbaycan kimi ölkələrin nümunəsi göstərir ki, multikulturalizm mövcuddur və biz müsbət meylləri daha da

stimullaşdırmalıyıq».

Bu gün mədəniyyət sahəsinin inkişaf etməsi müxtəlif şəkillərdə özünü göstərir. Çünki getdikcə mədəniyyət müəssisələrinin sayı artır və onların əsaslı təmiri genişlənir, əhalinin istirahət etməsi üçün əlverişli şərait yaradılır, mədəniyyət və incəsənət sahəsində istedadların aşkar olunması, mədəni irsimizin mühafizəsi və gələcək nəsillərə çatdırılması üçün geniş miqyasda tədbirlər təşkil olunur. Son dövrlərdə 25 dövlət teatrının, 219 muzeyin, 35 rəsm qalereyasının, 3161 kitabxana-informasiya sahəsinin, 100-dən çox mədəniyyət mərkəzlərinin maddi-texniki bazası müasir tələblərə müvafiq qurulub. Bölgələrimizdə Heydər Əliyev Mərkəzləri tikilmişdir. Artıq Azərbaycan mədəniyyətinin daha geniş auditoriyalarda təbliğ olunmasına xidmət göstərən genişmiqyasda layihələr təşkil olunur.

II FƏSİL. TURİZM XİDMƏTİNİN İQTİSADİYYATDA ROLU VƏ TƏSNİFLƏŞDİRİLMƏSİ

2.1. Turizmin inkişafının maliyyə təminatının müasir vəziyyətinin təhlili

Turizm biznesi respublikanın sosial-iqtisadi və intensiv şəkildə inkişaf etməsində əsas prioritet sahələrdən biridir.

Regionlarda turizm sənayesinin inkişaf etməsi bölgələrimizin, həmçinin respublikamızın sosial, siyasi, iqtisadi tərəqqisinin bir parçası olmaqla bir çox turizm ehtiyatlarına əsaslanır. Turizm biznesi iqtisadi inkişafı birgə inkişaf edir və böyüyür. Turizm sənayesi bütün dünya ölkələri və bölgələrində ona qoyulan xərc baxımından dəyəri aşağı olan və inkişafı dəstəkləyən sahələrdən biridir. Eyni zamanda turizm sahəsi vacibdir ki, bölgə üzrə inkişaf etdirilsin. Bu cür xüsusiyyətlərinə görə ölkədəki yerli idarəetmə orqanları turizm sahəsinin tərəqqisində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqatda əvvəlcə Azərbaycanda turizm sferasının mövcud durumu, bələdiyyə orqanlarının turizmdə əhəmiyyəti və turizmə dəstək olmasında üzləşdiyi maddi problemlər tədqiq olunacaq.

Son zamanlarda Azərbaycanın iqtisadi vəziyyətində bildiyimiz kimi neftdən başqa digər sektorların çiçəklənməsinə məxsusi diqqət ayrılır. Turizm iqtisadiyyatın mühüm sahələrindən biridir. Turizmin formalaşdırılması məqsədiylə həmin sahəyə aid qanun layihələri, normalar və standartlar inkişaf etdiriləcək, Xəzərin turizm imkanlarının bütöv şəkildə istifadəsi məqsədilə vacib tədbirlər düşünüləcək, regionlarda turizmə dair fəaliyyət növləri stimullaşdırılacaq, informasiya və təbliğat işləri artırılacaq, tarixi-mədəni, təbii, milli, sosial, siyasi-iqtisadi cəhətlər nəzərdə saxlanılmaqla turizmin fərqli növləri uyğun turizm xətti, marşrutları yaradılaraq yoxlanılacaqdır.

Respublikamızın turizm sənayesində dövlət siyasətinin əsas normaları 1999-cu ildə qəbul olunmuş turizm haqqında qanunda, ölkəmizin regionlarının 2014 – 2018-ci illəri əhatə edən inkişaf dövlət proqramında, həmçinin 2007–2017-ci illərdə heyata keçirilməsi nəzərdə tutulan proqramında da əksini tapıb. Azərbaycanda qanunvericilik

çərçivəsində müəyyən olunmuş turizm sahəsi fəaliyyətinin əsas mahiyyəti və normaları sakinlərin səyahətə tələbatlarını təmin etmək, yaşadığı ölkədə, hər hansı xarici ölkədə rahat səyahət etməsinə imkan yaratmaq, ətraf aləmin qorunması üçün ölçülər götürmək, turizm sferasında təhsil alma, maarif istiqamətində dəstək olmaqdadır. Yerli əhali üçün yeni-yeni iş yerlərinin yaradılması, ölkədaxili gəlirlərim, qazancların çoxalması, ölkələrarası münasibətlərin genişlənməsi, tarixi-memarlıq abidələrinin, turist obyektlərinin mühafizəsi və s. kimi tədbirlər sayəsində ölkənin ümumi tərəqqisinə, yerli əhalinin rifahının artırılmasına imkan yaradır.

Turizm sosial və həmçinin iqtisadi tərəqqidə çox vacib əhəmiyyət kəsb edir. Yəni, regional turizm ümumi daxili məhsulun artmasına, yerli əhali üçün yeni iş yerlərinin yaradılmasına, bölgənin iqtisadi imkanlarının əlverişli istifadəsi ilə həm dövlət büdcəsinin, həm də yerli büdcənin inkişafına təsir göstərir. Yerli büdcə daxili vergilər, mərkəzi ölkə büdcəsinə daxil olan vəsait sayəsində formalaşır. Yerli büdcələrdə əsas məqsəd ərazilərin sosial iqtisadi inkişafının təmin olunmasından ibarətdir.

Turizm yerli əhəmiyyətə malik olduğu üçün müraciət etdiyimiz ədəbiyyatda, qaydalarda beynəlxalq turizm ifadəsi qarşımıza çıxacaq. Regionların hazırki durumu, imkanı, tərəqqi edə bilən sferalar, həmin regionlarda yerləşən insanların tələbatının müəyyən edilməsi, bölgələrdə yaşayan insanlara, həmçinin də səfər etməyi arzulayan turistlərə əla xidmət edilməsini təmin edə biləcək münasib qurumlara misal olaraq yerli özünü idarəetmə orqanlarını söyləyə bilərik. Ona görə ki yerli özünü idarəetmə orqanları işlədikləri region ilə bağlı düzgün informasiyaya malikdirlər. Məhz bu səbəbdən də bələdiyyələr turizm sahəsinin inkişafında ciddi məsuliyyət daşıyır.

Beynəlxalq turizmin tərəqqisi baxımından yerli özünü idarəetmə orqanları bəzi önəmli öhdəliklər yerinə yetirir. Bu kimi öhdəliklər içərisində ən başlıca məsələ olaraq turizm infrastrukturunun yaradılması turizm aspektində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu o deməkdir ki, bölgədə nəqliyyat servisi, bölgənin su, işıq təchizatının uyğun hala gətirib çıxarılması, yolların işıqlanması ilə əlaqəli fəaliyyətin reallaşdırılması yerli idarəetmə orqanlarının vacib öhdəliklərindəndir. Həmçinin, bölgənin sonrakı dövrlərdə nə cür işlədilməsi ilə bağlı layihələrin işlənməsi də yerli idarəetmə orqanları tərəfindən

həll olunacaq əhəmiyyətli öhdəlikdir. Layihələrin hazırlanması deyən zaman bölgənin stratejik durumu, insanların adət-ənənələrə bağlılığı, mədəniyyəti, digər yerli faktorların nəzərdə saxlanılaraq turizm sahəsi üçün regionun planlaşdırılması düşünülür. Belə tipli planlaşma regionlar üzrə fərqlilik yaradır, ona görə ki, hər regionun unikal tarixi adət-ənənələri, innovativ yanaşma üsulları var.

Turizm sahəsində, həmçinin digər sferalarda lokal məsələlərin həlli aspektindən çox mühüm orqanın yerli idarəetmə orqanları olmasına baxmayaraq, ən çox da turizm sferasında öhdəliklərini özəl sahələrə həvalə edən formada üzə çıxır. Bunun mühüm səbəbi isə yerli idarəetmə orqanlarının maddi problemidir. Bələdiyyələr, yəni yerli idarəetmə orqanları bu öhdəlikləri reallaşdırmaq üçün maddi gücə sahib olmalıdır. Hal-hazırda özünü idarəetmənin maliyyə sisteminin əsasını: Yerli idarəetmənin orqanları mülkü; Lokal idarənin maliyyə mənbəyi, başqa maliyyə ehtiyatları; Ölkə sahibliyində olan bələdiyyələrin istifadəsinə verilmiş mülk, insanların tələblərinin qarşılanmasına xidmət göstərən qaydada göstərilən digər mülk təşkil etməkdədir. Vergi və ödənişlər haqqında Azərbaycan Respublikası tərəfindən qəbul olunmuş qanunda lokal ödəmələrin tərtib olunması ilə bağlı IX bənddə turizm sferası və bələdiyyə finansı ilə əlaqəli qeyd olunmuşdur: Bələdiyyə idarələri ərazisində otellər, kurort və sanatoriya, həmçinin turizm sahəsi xidməti göstərən insanlardan alınan ödəmələr. Bu ödəmə hər kəs üçün gün ərzində 1,1 AZN-dən çox olmayaraq müəyyən olunur.

Həmçinin, bələdiyyələrin öhdəliklərini həyata keçirmələri üçün büdcə yaranmasında ölkə yardımları xüsusi yerə malikdir. Bu kimi yardımlar maliyyənin balanslaşmasında, həmçinin də bölgənin iqtisadi-sosial tərəqqisində, insanlara keyfiyyətli xidmət edilməsində vacib rola malikdir. Ölkə büdcədən şəxsi büdcələrə məqsədli və məqsədsizkeçidlər verilə bilər. Qəbul olunmuş qaydaya görə pul yardımları şəxsi büdcəyə onun xərclərini və gəlirlərini tənzim etmək məqsədilə qarşılıqsız olaraq verilir. Ölkə büdcədən şəxsi büdcələrə ayrılmış pul yardımlarının miqdarı bir il müddətində təxminən 3,5 milyon AZN miqdarında olur. Ölkəmizdə bələdiyyə orqanlarının maddi potensialının artmasında pul yardımlarının önəmi çoxdur. Bir çox dünya ölkələrində bu tipli yardımlar verilməkdədir. Fərqli-fərqli

dövlətlərdə ölkə yardımının, dotasiyaların bələdiyyə orqanlarının vahid büdcə qazanclarında payı 50-60 faiz arasındır. Norveç, İsveç, Estoniya və digər ölkələrdə də bu indikator 50 faizdən yüksəkdir. Bizim respublikamızda isə dövlət büdcəsindən ayrılan pul yardımı yerli idarəetmə orqanlarının vahid büdcəsinin 7-8 %-ini təşkil etməkdədir. Yuxarıda qeyd olunduğu ki, ölkəmizdə yerli idarə orqanlarına ölkə dotasiyalarının edilməsi heç də effektiv metod deyil. Ümumən bələdiyyə orqanlarının iş prinsiplərinin təşkilində vacib faktor olan maliyyə mövzularında bir çox problemlər var. Bütün bunlar həm praktikada, həmçinin də nəzəri konseptual qaydalarda özünü büruzə verir. Amma nəzərə almalıyıq ki, ölkəmizdə bu qurumun yaşı azdır, bir çox problemləli məsələlərin mövcud olması təbii haldır. Hazırkı problemlərin həll olunması üçün, sabit və davamlı tərəqqi üçün bir çox mərhələlər keçilmişdir ki, onların da arasında büdcə sistemi barədə Respublika qanununda göstərilən 2 dəyişik bəndləri misal çəkə bilərik. Dəyişikliklərin hər ikisi yerli orqanların büdcəsinin artırılması məqsədi daşdığına görə çox mühümdür. İlk dəyişiklik büdcə sistemi barədə qanun layihəsinin otuz ikinci maddəsində edilmişdir. Bu kimi dəyişiklikdən əvvəl də yerli idarəetmə orqanlarına ölkə tərəfindən maddi dəstəyin edilməsi ilə əlaqəli bəndlər vardı. Ancaq çox da aydın qeyd edilməmişdi. Büdcə sistemi barədə qanunda pul yardımlarının ayrılmasının dəqiq mexanizminin mövcud olmaması səbəbindən praktikada müəyyən problemləli hallarla üzləşirdi. Hal-hazırdakı qanunvericilik sisteminin yaratdığı dotasiya potensialından bir çox yerli idarəetmə orqanı yararlanıb.

Demək olar ki, dəqiq vaxt da daxil olmaqla dotasiyanın verilməsi qaydası ortaya qoyulmuşdur. 2-ci dəyişiklik də yerli qurumlara ayrılan subvensiyaların həcmi müəyyən edilməsi ilə əlaqəlidir. Yəni, edilən dəyişikliyə kimi maddi durumundan, ölçüsündən asılı olmayaraq hər bir bələdiyyə orqanına bir-birlərindən çox da fərqli olmayan subvensiyalar ayrılır. Doğrudur, qanunvericilik sistemində subvensiyaların yüksək səviyyəsi hesablanan zaman yerli əhali sayı, dövlətin maliyyə potensialının yaranmasında onun çəkisi və başqa faktorların da nəzərdə saxlanılması qeyd edilirdi. Amma real həyatda qanun layihəsinin həmin tələbi diqqətə alınmırdı. Dotasiyanın yüksək səviyyəsinin deyil, aşağı səviyyəsinin hesablanması üçün dəqiq prioritetlər

müəyyən edilmişdir. Bu prioritetlər bələdiyyə ərazisində yerləşən insanların sayı, ölkə büdcəsinin formalaşmasında onun xüsusi çəkisi, bələdiyyə orqanlarının gəlirləri, xərcləri, bələdiyyə sisteminə daxil edilən məntəqələrin sərhəddə, cəbhə bölgəsində, dağlıq ərazilərdə yerləşməsi, yerli sakinlərin yaşayış həddi, nəzərdə saxlanılan iqtisadi, siyasi və sosial projektlərdir. Olunan dəyişiklik bəndlər bələdiyyə qurumlarına ayrılmış subvensiyanın miqdarının artımı turizm sferasının və başqa xidmət səviyyəsinin, insanların yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşmasına səbəb olur.

Yerli idarəetmə qurumlarının maliyyə mənbəyinin özəyini təşkil edən büdcə əlaqələri ilə birlikdə bələdiyyələrin kreditlə olan münasibətləri də vacib əhəmiyyət daşıyır. Yerli idarəetmə qurumları maliyyəsinin özəyini təşkil edən büdcə əlaqələri ilə birgə bələdiyyə qurumlarının kreditlə bağlı əlaqələri də çox böyük önəm daşıyır. Bu mövzu həm bələdiyyələr haqqında qanunda, həmçinin də Avropa Xartiyasında da müzakirə olunmuşdur. Yəni, yerli özünü idarəyə aid Avropa xartiyasının IX maddəsi, I və həmçinin IV bəndləri tələbi əsasında, yerli özünü idarə orqanları natural iqtisadi politika içərisində lazımı qədər maliyyə imkanlarına sahib olmaq ilə birlikdə, onlara əsaslanan maliyyə sistemi yetəri qədər fərqli, həmçinin aktiv olur.

Yerli özünüidarə orqanları ilə əlaqəli qeyd edilən problemli məsələlərin yaranması səbəbini direkt olaraq qanunvericiliklə bağlı olduğunu düşünmək düzgün deyildir. Ona görə ki yerli qurumlar ilə bağlı qanun layihələrində maliyyə problemləri adətən öz mənasını tapıb. Ancaq maliyyə məsələsinin vacibliyini qeyd edərək yerli qurumların öhdəliyinə düşən öhdəlikləri yerinə yetirməməsi qəbul edilməz haldır. Turizm sahəsinin tərəqqisi yerli orqanların üzləşdiyi maliyyə xarakterli problemlərin də azalmasına səbəb olacaqdır. Turizm sahəsi formalaşdıqca regionlarda hal-hazırda mühüm problemlərdən olan işsizlik yox olacaq, insanların yaşayış səviyyəsi artıqna görə vergi ödənişi üçün maraq çoxalacaq, ən vacibi isə regionların tərəqqisi ilə ölkə inkişafa doğru getdikcə yerli özünü idarə orqanları demokratiyanın mühüm tezisi olaraq daima diqqət mərkəzində qalacaq.

Bələdiyyələrin turizmi dəstəkləməsində qarşılaşdığı növbəti bir problemli hal yararlı kadrların çatışmamasıdır. Kadrların çatışmazlığı deyən zaman ölkədə bu sahəyə aid mövzular tədris edilmədiyi, və ya təhsil ilə əlaqəli problemli məsələlər yox, məhz

bələdiyyə orqanlarında yaxud da ki, bölgələrdə turizm sferası üzrə əmək haqqı ekspertlərin maraq dairəsinə uyğun gəlmədiyi nəzərdə tutulur.

Turizm günümüzdə ölkənin iqtisadi mühitində, həmçinin beynəlxalq arenada tanıtılma və təbliğat işlərində vacib rolu vardır. Ölkəmizdə də turizmin tərəqqisi səbəbilə vacib addımlar atılıb ki həmin sırada: Azərbaycanda 2011-cu ilin turizm ili elan olunması; Ölkəmizdə turizmin inkişafı üzrə 2008-ci il, 2016-cı illər üçün dövlət qanunu; Ölkəmizin regionlarının iqtisadi və sosial tərəqqisi (2014-cü və 2018-ci illər üzrə) dövlət proqramı; Ölkəmizin 2010–dən başlayaraq 2014-cü ilə qədər dövrü üçün turizm sahəsinin inkişafına aid dövlət qanununu qeyd etmək olar.

Turizm sferası regional xarakterli olduğuna görə onun inkişaf etməsində bələdiyyələrin əhəmiyyəti əvəzolunmazdır. Ən çox da, infrastrukturunu əhatə edən layihələrin reallaşdırılması, insanların adət-ənənələrə, həmçinin regionun turizm imkanlarına münasib turizmin planlanması kimi vacib vəzifələri bölgəyə çox yaxşı bələd olan qurum olaraq bələdiyyə orqanlarının payına düşür. Amma bələdiyyə qurumları bu öhdəlikləri yerinə yetirərkən bəzi problemlərlə rastlaşırlar və onun ən mühümü maliyyə məsələsidir. Turizmlə, həmçinin başqa sahələr ilə bağlı bələdiyyə orqanlarının öz xidmətlərini effektiv şəkildə reallaşdırma bilməyi üçün beynəlxalq standartlara uyğun bələdiyyələrin sisteminin təmin olunması məqsədi ilə qanun layihələrində bəzi əlavə və dəyişikliyə ehtiyac duyulur. Xüsusi olaraq kredit-maliyyə münasibətlərlə bağlı bələdiyyələrin kredit ala bilmə meyarlarının, qaytarılma müddətinin, qaytarma şərtinin layihədə öz əksini tapması probleminin həll olunması bizim tərəfdən təklif edilir. Həmçinin, islahatların, yeniliklərin, dəyişik bəndlərin, praktiki-nəzəri təkliflərin edilməsi üçün bələdiyyə qurumlarında peşəkar kadrlara hər zaman ehtiyac duyulub.

Turizm sənaye sahəsində işləyən insanların sərf etdiyi əməyə sosial-iqtisadi aspektdən ədalətli şəkildə qiymət verilməsi bütün müəssisələr üçün mühümdür. Turizm müəssisədə işləyən şəxs gördüyü iş qarşılığında kifayət qədər ədalətli qiymətləndirilsə, bu zaman həmin şəxs bu sahə üzrə karyera qurmaq məsələsində marağı və həvəsi olacaq, bu sahədə daha böyük uğurlara çatmaq üçün, özünü daha da yararlı etmək üçün biliyini, təcrübəsini çoxaltmaqda həvəsli olacaq. Bu cür işçi qrupu

ilə hər bir turizm şirkəti müştərilərinə çox yüksək səviyyədə xidmət göstərərək müştərilərin məmnuniyyətini əldə edə bilər, beləliklə nəticə etibarilə şirkətə müştəriləri cəlb etməklə, onların sayını daha da artırmaqla öz gəlir və mənfəətlərini də çoxalda bilər. Müəssisə direktorları öz fəaliyyət dairəsində şirkətdə çalışan insanların əmək haqqının müəyyənləşdirilməsinə çox böyük diqqət və zaman ayırmalıdır. Və həmçinin, bələdiyyə orqanları da həmin problemin həll olunması üçün bələdiyyə qurumlarına xüsusi olaraq bu sahə üzrə peşəkarlaşan kadrların cəlb olunması məqsədi ilə motivasiya edici planqurmanın hazır edilməsi bizim tərəfdən təklif edilir.

Bildiyimiz kimi, kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, yüngül və yeyinti sənayesi, turizm sferası, kimya, rabitə-ünsiyyət əlaqə vasitələri, həmçinin digər sektorlar, bunlar hamısı qeyri-neft sektoru sahələrindəndir. Yuxarıda sadalanan hər bir sahə neftdən asılı olmağın azalmasında vacib rol oynayır. Bunların içində neftdən fərqli bir sahə kimi turizm sektorunu da xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır. Hal-hazırda Azərbaycanda turizm sferasının inkişaf yoluna qoyulması üçün xeyli işlər görülməkdədir. Bu səbəbdən ölkəmizin başçısı cənab prezidentimiz göstərişi ilə müxtəlif mövzularda sərəncamlar və fərmanlar verilmişdir.

Respublikamızda turizm imkanları hədsiz yüksək səviyyədədir. Ölkəmizi xarici turistlər üçün çox maraqlı və fərqli bir turizm zonasına çevirməyinin əsas səbəbi yerləşdiyimiz əlverişli təbii-coğrafi, həmçinin də global aləmdə tutduğu mövqedədir.

Ölkəmiz turizm sahəsinin tərəqqisi yolunda önəmli işlər görülməkdədir. Məhz bu səbəbdən, turizm sahəsinin inkişaf edilməsi məqsədilə peşəkarların mövcud olmağı da mühüm amillərdən biridir. Haz-hazırda turizm sahəsi üzrə peşəkar mütəxəssislərin sayının artırılmasına ehtiyac və tələbat vardır. Bu tələbatı nəzərə alaraq ölkəmizin rəhbəri tərəfindən müstəqil universitet olan Azərbaycan Turizm İnstitutunun (ATİ) yaranmasına qərar verildi. Ölkə başçısının tapşırığına əsasən 2006-cı il, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti yaradıldı. Turizm sahəsinin özü vacib dərəcədə insanlar ilə çalışmaq məsələsi olduğuna görə bu sahədə kadr potensialı da hədsiz mühümdür. Ona görə ki, bu sferada xidmət sənayesi, işlərin təşkil olunması mövzuları və s. mühüm amillər vardır.

Turizm sahəsinin modern idarə olunma modeli çox sadə və aktiv olmalıdır.

Turizmin ölçüləri aşağıdakılar sayılır.

- Turizm sferasında idarə etmə işinin effektiv olmasının təmin olunması;
- Bu sahə müəssisələrinin və qurumlarının idarə olunması sayəsində rəqabətədavamlı olmasının təmin olunması.

İnkişafda olan dünya ölkələrinin turizm sahəsinin inkişaf etməsinə çoxalan maraq dairəsi Azərbaycan dövlətinin təmsilində də özünü göstərir. Turizm sektorunun maddi və həmçinin texniki bazasını, infrastruktura sxeminin dünya standartları çərçivəsində təşkil olunması üçün bu sferanın maliyyə mənbəyi daha da yaxşılaşdırılmaqdadır. Turizmə qoyulan investisiya təchizatının daha da təkmilləşdirilməsi dövlət büdcəsi, sahibkar qurumların kapitalı, ortaq turizm müəssisələrinin yaranması, həmçinin respublika ya cəlb olunan xarici investisiyalardan istifadə olunması əsasında yerinə yetirilir. Ölkə Prezidenti tərəfindən imzalanan sərəncam ilə 2010cu və 2014-cü illər ərzində turizm sahəsinin inkişaf etməsinə dair dövlət proqramı tərtib olunmuşdur.

Bu proqramın təsdiq edilməsində başlıca hədəf, ölkəmizdə yüksək ekoloji, sosial və eyni zamanda iqtisadi tələbləri ödəyən modern turizm sferası xidmət sahələrinin təkmilləşdirilməsi, turizm sektorunu dövlət iqtisadiyyatının mühüm inkişaf qaynaqlarından birinə çevrilməsi təmin etmək, qeyri-neft sektorları içərisində turizm sektorunun qazanc gətirən bir sahə olaraq inkişaf etməsi, bu sahə üzrə çox keyfiyyətli xidmət sahəsinin yaranması, həmçinin uzunömürlü tərəqqi üçün şərait yaradılmasıdır. Bu səbəbdən də ölkəmizdə bu sahə üzrə elə aktiv siyasət yürədülür ki, bu isə öz növbəsində istehlak prosesində yeni-yeni təbii resursların cəlb olunmasına imkan yaradır. Başqa aspektdən də yanaşsaq, xarici kapitalın cəlb edilməsi və iqtisadi periodda istifadə edilməsi vaxtları biri-biri ilə elə tənzimlənməlidir ki, cəlb olunan vəsait nəzərdə tutulan xeyri verə bilsin. Turizmin xarici kapital qoyuluşuna respublika bölgələrinin inkişaf dərəcəsini, onların infrastrukturunun durumu nəzərə alınmaqla yanaşmaq vacibdir.

İnkişaf etmiş ölkələrin çoxunda bu problemlə məsələnin həllində xarici və ortaq sahibkarlıq potensialından geniş şəkildə istifadə edilir ki, bu da öz növbəsində turizm sferasının təkmilləşdirilməsi faktoru kimi çıxış etməkdədir. Araşdırmalar onu göstərir ki, beynəlxalq turizmin tərəqqisinə yönələn daxili və xarici kapital hesabına turizm

sferasını təbii ehtiyatlardan birinə çevrilməsi üçün güclü potensial vardır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının daxil etdiyi məlumatlara əsasən, hər hansı bir turistin səyahət etməsi üçün lazımlı orta maliyyə xərcləri əsasında bir il ərzində 1,5 milyon turist qəbul edən Azərbaycanda 4,5 milyard \$-a yaxın ümumi qazanc qazanmaq mümkündür. Belə hesab olunur ki, ölkəmizin sahib olduğu təbii turizm ehtiyatlarından, turizmin məqsədinə görə növlərindən səmərəli qaydada istifadə edilməsi ilə ölkə büdcəsinin gəlirinin yaranmasının önəmli mənbələrinə çevrilə bilər. Bunun həll olunması üçün ekoturizm, həmçinin kənd turizminin investisiya təchizatı əsaslı qaydada inkişaf etdirilməlidir.

Ölkəmizdə Xaçmaz, Gəncə, Şəki, Qazax, Quba, Zaqatala bölgələrində kənd turizmi, Lənkəran, Astara, Quba, Xaçmaz, Abşeron regionlarında isə təbiət turizminin inkişaf etməsi üçün geniş potensial qaynaqları var. Başlıca vəzifə o sayılır ki, bu kimi turizm ehtiyatlarını təsərrüfat sahəsinə daxil etməklə ondan sərfəli şəkildə istifadə edilsin. Bu problemli məsələnin həll olunması ancaq dövlət büdcəsi hesabına yox, başqa maliyyə vəsaitlərindən də istifadəyə əsaslanmalı olan bir məsələdir. Turizm sferası fəaliyyət prosesində investisiya təminatının yaxşılaşdırılması məqsədilə sahibkarlıq fərqli növlərindən istifadə olunması iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğundur.

2.2. Turizm xidmətləri bazarının marketing təhlili və strategiyası

Gəlirlərin artırılması, məhsullara və xidmətlərə olan tələbatın yaradılması prosesinin gücləndirilməsi üzrə planlaşdırma, qurum, əlaqələndirmə, yoxlama, audit və fəaliyyətin canlandırılması ilə əlaqəli olan fəaliyyət sahələrindən biri də marketingin idarə olunmasıdır. Turizm sahəsində marketingin idarə olunması – qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatılması, bazarın potensialının və turizmlə əlaqəli şirkətlərin ehtiyatlarının müəyyələşdirilməsi, turizm müəssisəsinin qarşıya qoyduğu məqsədlərə çatması üçün vacib olan marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsi və layihələşdirilməsidir. Buna görə də marketingin idarə olunmasına yalnız marketing şöbəsi ilə məhdudiyyət qoyulmamalı və müəssisə həddində aparılmalı, müəssisənin başlıca vəzifələri ilə uzlaşan olmalıdır.

Bir çox Avropa ölkələrində turizm marketinginin anlayışları bazarın çevrilməsi ilə yanaşı olaraq formalaşmışdır. Bu anlayışlara detaylı olaraq nəzər yetirək: - XX əsrin ortaları – «istehsala istiqamətlənmiş müəssisə» mərhələsi. Həmin pillədə bazar təklif olunmuş məhsulu əldə etməyə razı idi, satış üçün hər hansı çatışmazlıq yox idi, tələb təklifdən daha yüksək idi. Turoperatorlar hansısa bölgələrə turlar üzrə servis paketləri ortaya qoyurdular, daha çox daxili turizm növü inkişafda idi, beynəlxalq turlar isə daxili turizmlə müqayisədə daha az təklif edilirdi; - XX əsrin 2-ci yarısı – «maliyyələşdirmə və təşkilati cəhətdən yenidən qurulmağa yönəlmiş müəssisə» pilləsi. Kütləvi şəkildə alışın və satışın inkişaf etdirilməsi. «Konveyer» istehsalı ilə məşğul olmaq üçün önəmli olan səyahətlərin sayına nail olmaq üçün kapital və uyğun təşkilati qurumların yaradılmasına ciddi ehtiyac yaranıb. Həmin pillədə turizm şirkətləri yaranmağa qədəm qoydu; -XX əsrin 80-ci illəri – «bazara istiqamətlənmiş müəssisə» pilləsi. İstehsalçı bazarından istehlakçıya giriş, təklifin tələbi üstələməsi, marketingin vacibliyinin inkişafı. Turoperatorların arasında rəqabətin artması müşahidə edilir. -XX əsrin 80-ci illərinin sonu – 90-cı illərinin əvvəli – bazar mühitində uğurlar qazanmaq üçün istehlakçıların istəklərinin aşkarlanması və uyğun məhsullarda reallaşdırılması düşüncəsinin yayıldığı zaman mərhələsidir. Həmin

pillədə isə düşünülürdü ki, bazara istiqamətlilik təzə məhsulun və xidmətin istehsal olunması mərhələsindən başlanmalıdır, satışla əlaqəli fərqli tədbirlərin həyata keçirilməsi isə – marketingin bazara təsir göstərmək üçün istifadə etdiyi vasitələrdəndir. - modern mərhələ – «marketingə istiqamətlənmiş olan müəssisənin» mərhələsi. Turizm müəssisəsinin ümumi fəaliyyəti, hər bir funksiyası bazarın tələbatına uyğunlaşmalı və bazarın idarə olunmasına istiqamətlənməlidir. Həmçinin, müəssisə öz məqsəd bazarlarına fəal şəkildə təsir etməli və tələbi yaratmalıdır. Turizm müəssisələri sosial-iqtisadi mühitə və ətraf mühitə qarşı öz öhdəliklərini anlamalıdırlar. Belə ki, modern marketing – turizm şirkətinin bazar rəftarının bir strategiyasıdır, onun başlıca hədəfi isə - bazar tələbatlarının araşdırılması və analiz olunması, ictimaiyyət və ekoloji mühitin tələbatlarının nəzərə alınması ilə bazarda davranış taktikasının hazırlanmasıdır. Turizmdə marketing anlayışının başlıca təsəvvürü xidmətlərə və turist məhsullarına olan tələbatın yaranmasıdır. Bütün dərəcələrdə qəbul olunmuş qərarlar bu tələbatların qarşılanmasına riayət etməlidir. Turizm şirkəti hansı turist malını, hansı dərəcədə və keyfiyyətlə, hansı həcmdə hazırlaya biləcəyini deyil, ancaq müştərinin ehtiyacına münasib məhsul hasil etməlidir. Marketing anlayışının ən vacib ideyası məhz budur. Azərbaycanda yerləşən bəzi turizm müəssisələri bu konsepsiya ilə razılaşmadan təmtəraqlı və hədsiz bahalı turist məhsulu istehsal edir və daha sonra təəccüblənirlər ki, nə səbəbə bu məhsulu sata bilməkdə çətinlik çəkirlər. Yerli turistlər çox az, yeganə hallarda bahalı məhsulu işlədirlər. Başqa ölkədən olan turistlərə isə bu məhsul kifayət etmir, onların zövqü və maraq dairəsini ilə üst-üstə düşmür. Buna görə də bəzi az sayda turizm şirkətləri yüksək gəlirlə çalışa bilmirlər. Turizmdə marketingin konsepsiyasına aşağıdakılar aid edilir:

- müştərilərin tələbatlarının və istəklərinin müəyyən olunması;
- bazarda mövcud olan məhsullar müştərilərin tələbatlarına və istəklərinə uyğun hazır edilməli;
- qiymətlərin müəyyən olunması alıcıların büdcəsinə münasib və istehsalçıya lazımı qədər gəlir qazandırılmalıdır;
- alıcının məhsulu əldə etməsi maksimum sərfəli və rahat olmalıdır;

-turizm müəssisəsi tələb yaratmağı qarşısına hədəf qoyaraq turizm bazarına fəal təsir vasitələrini tapmalıdır.

Qeyd olunan istiqamətlərin hamısı ayrı-ayrılıqda önəmlidir. Yalnız onların birlikdə tətbiq olunması daha yaxşı nəticələr əldə etməyə kömək edir və bu da turizmin marketing konsepsiyasını reallaşdırır. Turist müəssisəsi hansı ki, marketing konsepsiyasını reallaşdırır, alıcıların tələblərini yaxşıca öyrənir və rəqibləri ilə müqayisədə daha yüksək səviyyədə fəaliyyət göstərir, yaxşı nailiyyətlər əldə edir. Müştərinin tələbatı, maraq dairəsi ön pillədə durur və vacibdir və bu marketing konsepsiyasının mühüm şərtlərindəndir. Marketingin yaranması bazar fəaliyyətinin (alış-satış) formalaşması və rəqabətin güclənməsi ilə əlaqədardır. Bu kimi amillər formalaşmış bazar münasibətləri fəaliyyətinin daha da inkişaf etdirilməsini hədəfə qoyurdu. Vaxt keçdikcə marketing öz görüntüsünü dəyişirdi. İlk pillədə marketing istehlak fəaliyyətini diqqətdə saxlayırdı. İqtisadiyyatın yüksələn xətlə inkişaf etdiyi bir vaxtda marketingin ilk təsviri münasib sayıla bilməz. Marketing məhsulların bazara istiqamətlənməsi, müştərilərə sərfəli mühit yaradılması və idarəetmə məsələsində fəaliyyətin vacib parçasına çevrilir. Bu da marketingin modern anlayışının yaranmasına şərait yaratdı. Marketing konsepsiyasına uyğun olaraq turizm şirkətinin bütün fəaliyyəti bazarın durumuna müntəzəm olaraq nəzarət etmək, daimi alıcıların təklifləri, tələbatları ilə həmişə maraqlanmaq və sonrakı dövrdə də yarana biləcək fərqlilikləri nəzərə almaqdır. Bu gün ekspertlər marketingi idarəetmənin bazar mühitinə yönəldilməsini bərpa edən aktiv sistem kimi görürlər. Marketing turizmdə müxtəlif dövlətlərin biznesmenlərinin komanda şəklində yaradıcılığının bəhrəsidir. Marketing, həmçinin, müəyyən bir zaman ərzində inkişafdadır. İntensiv bazar fəaliyyətinin hər bir pilləsində turizmdə ticari fəaliyyətə özünəməxsus münasibət yaranmışdır. İlk öncə turizm mallarının istehsal elementləri formalaşmışdır. Turizm sahəsində professionallaşmış müəssisələr, qurumlar və idarələr heç bir fəaliyyətdən yayınmırlar. Təcrübi olaraq onların hamısı marketinglə məşğuldurlar. Eyni zamanda qeyd etməliyik ki, turizm şirkətləri, turizm agentlikləri, qidalanma müəssisələri olan restoranlar, kafelər, barlar, nəqliyyat vasitələri və ya turizmlə məşğul olan təşkilatların həyata keçirdikləri marketingin məzmunu uyğun

deyildir. Turizm şirkəti müştəriləri razı salmaq yolu ilə mənfəətini çoxaltmağa cəhd edir, milli, regional və beynəlxalq qurumlar isə özlərini qiymətli etməyə və ixtisaslarının əhəmiyyətini nümayiş etdirməyə cəhd edirlər. Bunlar hamısı turizm sferasında marketinqin aşağıda göstərilən faktorlarını ayırd etməyə imkan yaradır. Turizmlə məşğul olan qurumların marketinqi (turoperatorlar və turizm agentlikləri).

Sosial turizm müəssisələrinin marketinqi (otellər, motellər, nəqliyyat vasitələri, kempinqlər, sanatoriyalar, pansionatlar, qonaq evləri və s.).

Turizm təşkilatlarının marketinqi alıcının potensialı və tələbatını uyğunlaşdıran bir fəaliyyət prosesidir. Həmin uyğunlaşmanın yekunu turistlərə xidmətlərin yaradılması, tələbatın qarşılanması və şirkətin qazanca nail olmasıdır. Turizm məhsulları istehsalçılarının marketinqi xidmətlər nümayiş etdirilməsinin təşkil edilməsi məqsədilə tələb və təklifin kompleks qaydada mənimsənilməsi sistemi kimi baxılır. Sonrakı 2 mərhələ turizmdə qeyri-ticari səviyyəni göstərir. Turizm sferasında istehsalçıların marağına aid olan ictimai rəyi yaradır və dəstəyini əsirgəmir. Bu, marketinqin idarə olunması mənasını verir.

Bir çox təşkilatlar turizm sferası tərəfindən marketinqə daxil edilmişlər. Bu halda müştərilərin, turizm şirkətlərinin və cəmiyyətin marağını nəzərə alaraq bir-birlərini təkrar etməmək üçün tədbirlərin şaquli idarə olunması məsələsi meydana gəlir. Turizm sferasında ölkə, yerli idarə etmə müəssisələrinin öhdəliyi məqsədmüvafiq marketə proqnoz verilməsi və inkişaf olunması, bazarın tərəqqi istiqamətində işlənməsi, bazarın tərəqqi tendensiylərinin öyrənilməsi məqsədmüvafiq turist qruplarının müəyyən olunması və s. təşkil etməkdədir. Turizm şirkətlərinin də öz növbəsində mühüm vəzifəsi bazarın potensialının öyrənilməsində, inkişaf yönümlü bazarın müəyyənləşdirilməsində, turist məhsullarının hazırlanmasında, milli, regional və beynəlxalq səviyyələrdə turizm marketinqində qatılmaqdır.

Turizm məhsulları və xidmətləri konsepsiyasına geniş şəkildə nəzər yetirək. Turizmdə xidmətlər iki qrupa ayrılır: - əsas olanlar – əsas xidmətlər mövcud olmadan səfər etmək mümkünsüzdür. (yerləşmə, qidalanma, turistlərin daşınması); - əlavə xidmətlər – səyahətin məhsuldarlığını yüksəldən xidmətlər (suvenirlərin hazırlanması

və satışa qoyulması, turistləri müəyyən avadanlıqlarla (məsələn, idman qurğuları) təmin etmə, dəniz sahili çimərliklərin yaradılması, tarixi-memarlıq və mədəniyyət abidələrin restavasiyası və s.).

Turizm məhsullarının yaradılması zamanı əsas və əlavə turizm məhsullarından istifadə olunur. Əsas məhsullara – suvenirləri, təbliğat, sorğu və məlumat xarakterli materiallar (yol xəritələri, bukletlər, sorğu kitabçaları, jurnallar və s.), turistlərə lazımlı avadanlıqlar, istirahət üçün vasitələri və s. aid etmək mümkündür. Əlavə təyinatlı məhsullara isə tur zamanı turistlərin əldə etdiyi məhsullar (məsələn, geyim, aksesuarlar, qida və digərləri) aiddir. Turlar turizm bazarındakı əsas istehlak məhsulları və xidmətləridir. Onlar turistlərin istəyindən, maraq dairəsindən, tələbatından, motivasiyasından və səfərlərin məqsədindən asılı olaraq bu cür təsnifləşdirilə bilər: -müalicə məqsədli turlar; -rekreasiya (bərpaedici) turlar; - elmi turlar; - idman turları; - shopping turları; - dərkətmə turları; - işgüzar turlar; - dini turlar; - etnik; - ekoloji turlar; - kənd turları; - kombinə edilmiş turlar; - və s. turlar.

Turlar təşkil edilmə amillərinə görə 2 hissəyə ayırmaq olar: - fərdi turlar – turun turistin istəyinə və ehtiyacına münasib olaraq təşkil edilməsi deməkdir; - kompleks turlar – turizmlə məşğul olan şirkətlər tərəfindən hazırlanır və turist xidmətlərin toplusu mənasını verir. Turlar təşkilati xüsusiyyətlərinə görə aşağıdakı növlərə ayrılır:

- təşkil olunmuş turlar;
- özfəaliyyət turları.

Turistlərə təklif olunan xidmət formasını nəzərə alaraq turları aşağıdakı növlərdə ayırırlar:

- tam pansion;
- yarımpansion;
- səhər yeməyi.

Turlar getdiyi yola görə (marşruta xəttinə görə) isə aşağıdakı formalarda olur:

- xətti turlar;
- dairəvi turlar.

Turistlərin daşınmasında istifadə olunan nəqliyyat vasitələrin formalarına uyğun

olaraq turlar 2 yerə - piyada və nəqliyyat turlarına bölünürlər. Turizm bazarında fəaliyyət göstərmək üçün, ilk öncə, yüksək keyfiyyətli turizm məhsulu və xidməti lazımdır. Bu cür məhsulu istehsal etmək və satışa buraxmaq üçün məhsul taktikasının olması vacibdir. Turizm müəssisələrinin başlıca strategiyasında məhsul strategiyası mühüm yerlərdən birini tutur. Məhsul strategiyasının vacib məqsədi məhsulun bazar tələbatına uyğun növ strukturunun ən uyğun vəziyyətə gətirilməsidir. Bu cür taktikanın mövcud olmaması təklifin strukturunun dəyişkən olmasına səbəb olur. Belə vəziyyətlərdə qəbul olunan turizm marketinqi ilə bağlı qərarları elmi qaydalara deyil, daxili hissiyata uyğun gəlir, bu da, müəssisənin mənafeələrini uzun bir müddət təchiz edə bilmir.

Yaxşı təşkil olunmuş turizm məhsulu taktikası turist məhsulunun istehsalını daha yaxşı hala gətirir və şərait yaradır ki, nə vaxtsa bu sahə üzrə qəbul edilmiş qərarlara zəruri korreksiyalar edilsin. Məhsul taktikasının hazırlanması məhsulun sonrakı istifadəsini düşünməli və onun strukturunu optimallaşdırmağa şərait yaratmalıdır. Məhsul taktikası yeni-yeni məhsulların yaradılmasına imkan yaradır. Turizm məhsulu və xidməti fərqli və mürəkkəb amillərin birləşməsindən əmələ gəlir.

- Turistləri səyahət etməyə vadar edən təbii-coğrafi şərait, təbii ehtiyarlar, tarixi-memarlıq və mədəni abidələr;
- Hotellər, motellər, qidalanma müəssisələri, istirahət zonaları, turlara getmək fikrinə gəlməkdə təsir göstərməsələr də, onlar olmadan tur da mümkün deyildir;
- Turistlərin daşınmasında istifadə olunan nəqliyyat növləri turistlərə ilk növbədə maddi cəhətdən maraqlıdır. Buraya turməhsulun keyfiyyəti və informasiya vasitələri də daxildir. Turist məhsulunu qiymətləndirəndə aşağıdakılara diqqət yetirməliyik- həmin məhsuldan kim istifadə edəcək və məhsulu kim alacaq? Həmin suala cavab tapdıqdan sonra, yəni məhsulun kimə lazım olduğunu aşkarladıqdan sonra, bu şəxs müştəriyə çevrilir.

Marketinqin əsas vəzifəsi də turistlərə lazımlı məhsulları və xidmətləri lazım olan zaman, lazım olan məkanda və lazım olan keyfiyyətdə (büdcəyə uyğun olması da vacibdir) təşkil etməsidir. Turizm müəssisələri hazırladığı məhsulların alıcılıq gücünü diqqətli şəkildə mənimsəməlidirlər. Daha çox turməhsulun üstünlükləri

diqqətdə saxlanmalıdırlar. Turməhsulun mövqeyinin möhkəmləndirilməsi, müştərilərin davranışına uyğun hərəkət etməyi və onu diqqətlə izləməyi tələb edir. Bu cür hərəkət rəqabət baxımından turizm şirkətinə öz məhsulunun mövqeyini daha davamlı etmək və onun xoş görüntüsünü yaratmaq üçün yeni imkanlar yaradır.

Strateji marketing planlaşmasının mahiyyəti – müəyyən bir məqsədə yönəlmiş marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsi;

- marketing sahəsində qərarların və fəaliyyətin koordinasiyası;
- turizm şirkətinin çoxillik məqsədlərinə nail olmasına ziyanlı olan qazancın artırılması təşəbbüsünün qarşısının alınması;
- turizm şirkətində yerli və xarici mühitdə olan yeniliklərin nəzərdə saxlanılması;
- rəhbərliyə resursların bölüşdürülməsində prioritetləri müəyyənləşdirməyə, dəqiq hədəfləri təyin edib bütün cəhdlərini onu əldə etməsinə yönəlmək potensialının yaranması;
- kollektivin qazancların çoxaldılması, karyera həyatının mükəmməlləşməsi, prestij ilə təltiflənməsi və s.;
- dəqiq hədəfləri əldə etməsinə yönəlmiş fəal marketing planlaşmasının işlənməsinin əsaslandırılması;

Bazarda satışda olan mal-materialla yanaşı, təzə turizm məhsulunun hazırlanmasının çox önəmi vardır. Bunla bağlı, hər şeydən öncə müştərilər gözlənti içərisindədilər. Təzə xidmət və məhsullar insanları hər zaman fərəhləndirir. Bu səbəbdən də, insanların maraq dairəsi daima fərqli olur, dəyişir, ən son texnoloji vasitələr və ən təzə imkanlar yeni xidmətlərin formalaşmasına ehtiyac yaranır.

Təzə xidməti və təzə məhsulu yaradıb bazara çıxarmaq çox çətin məsələdir, böyük risk tələb edir (18 – 20 %). O, çox yüksək sənətkarlıq, bacarıq və səbirlik tələb edir. Xidmətlərdə innovativlik sənətkarlıq fəaliyyətidir və özlüyündə ticari mənada artıq dəyərləndirilir. Bunların vacib səbəblərindən bəziləri alıcıların tələblərinin düzgün dəyərləndirilməsi, bazarda satışın miqdarının düzgün müəyyənləşdirilməməsi, satış zamanı buraxılan yalnışlıqlar, nəticələrə nəzarət üçün münasib imkanın yaradılması, təbliğatın-tanıtımın düzgün təşkil olunmaması,

rəqiblərə ciddi əhəmiyyət verilməməsi və s. ola bilər.

Turizm sferası turizm şirkətlərinin struktur prinsipi onun hədəfləri və hərəkət taktikası ilə müəyyələşdirilir. Hədəf turizm şirkətlərinin sonrakı mərhələdə istənilən şəraitdə imicin yaradılmasıdır. Hədəflərə əsasən mühüm strateji anlayışların əks edildiyi şirkətin idarə edilməsi siyasəti işlənir. Strategiya məqsədə nail olmaq üsulu və məqsədə nail olmaq üçün resurslardan hansı qaydada istifadə edilməsi anlayışıdır. Turizm şirkətinin rəsmi adından, fəaliyyətinin unikal mahiyyətindən, məhsul və xidmətlər bazarının şəraitindən asılı şəkildə turizm sferası qurumlarının hədəfləri üç yerə ayrılır: sosial, siyasi, iqtisadi, və. Turizm sahəsi ekspertlərinin fikrincə idarəetmə hədəflərinin konkretləşdirilməsi mümkündür. Aşağıdakıları diqqət etmək lazımdır: – nəqliyyat vasitələrinin qazancılıq və mötəbərliyini inkişaf etdirmək; – turizm zonalarının təchizatının düzəldilməsi; – passiv mövsümdə yerləşmə və qidalanma müəssisələrinin işinin qazancılığını çoxaltmaq; – turizm sferasında tutulmuş yerlərin sayının artırılması; – fərqli fəsilərdə aktiv qiymət siyasəti reallaşdırmaq; – turizm məhsullarının fərqliliyi ilə alıcıların cəlb edilməsi; – qeyri-sabit turist tələblərinə görə təklif edilən xidmətlərin uzlaşdırılması; – təbliğat işini sərfəli inkişaf yoluna qoymaq. Turizm sahəsi qurumlarının hədəflərinin xarakterik xüsusiyyətləri iqtisadi-siyasi baxımdan maksimum gəlir, yeni alıcı segmentlərinin aşkar edilməsi, xidmət və məhsul satılması sisteminin düzəldilməsi, bazar münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi, turist sayının ardıcıl şəkildə artırılması və turizmin inkişaf olunması, rəqabətə davamlı olmağının çoxaldılmasıdır.

Turizm şirkətinin əsas məqsədi, onun imicinin formalaşdırılması və ad-sanının yaxşılaşdırılmasıdır, iqtisadi baxımdan isə, bir qədər az qazancı olan insanlar üçün uyğun turist malının inkişafını əldə etməkdir. Hədəfə nail olmaq üçün inzibati, strateji və aktiv məsələlərin həll olunmasını tələb edir. Turizm müəssisəsinin hədəflərinə çatmasına təsir göstərən faktorlar bunlardır: strategiyanın düzgün seçilməsi; yaxşı təşkil olunmuş sistem; hədəfə nail olunması; yaxşı təşkil olunmuş strukturun fəaliyyət göstərməsi. İstehsal olunacaq xidmət və məhsulun seçilməsi, turizm məhsulunun satıla biləcək istehlakçısını seçmək də taktika ilə bağlı məsələlərə aid edirlər. Yəni, hotel kompleksinin taktiki hədəfi, məsələn, kurort xidmətinə və turistlərin qəbul

edilməsinə və onlara xidmət göstərilməsinə yönəldilə bilər.

Hədəfə çatmaqla əlaqəli olan bütün məsələlər qarşılıqlı şəkildə əlaqədərdir. Turizm şirkətinin strateji seçimi, onun aktivliyi bir çox tələblər ortaya qoyur. Struktur anlayışı ətraflı mənada sistemə daxil olan elementlər və onlar arasında dəyişməz əlaqələrin toplusudur. Məhz bu səbəbdən də, firmada strukturun miqdarı hədsiz çoxdur və onlar qarşılıqlı şəkildə əlaqədərirlər. Turizm müəssisəsinin quruluşu – qurumun unikal quruluşudur və ona əsasən idarə edilir. Bu cür təşkil olunmuş sistemə hakimiyyət və rabitə elementləri də daxildir ki, firma daxilində onlarla informasiya vasitələri sayəsində ötürülür. Yekun olaraq, hər bir şirkətin strukturu hər bir işçi heyəti üzvünə tapşırılmış öhdəliklərin əksidir.

2.3. Müasir dövrdə turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi və proqnozlaşdırılması.

İnsanı yer üzündə bütün digər canlılardan fərqləndirən, onun fundamental keyfiyyətlərindən biri də - onun fəaliyyətinin, addımlarının, obyektlərinin və ətrafının, maraq dairəsinin, düşüncə xüsusiyyətinin, obrazını əvvəlcədən yaratmaq xüsusiyyətləridir. İnsanlar yalnız digər insanlarla qarşılıqlı fəaliyyətdə, münasibətdə, ictimaiyyətin hər hansı özəklərində yaşayıb-yaratdığından və inkişaf etdiyindən bir qədər zaman keçdikdən sonra ictimaiyyətin, iqtisadiyyatın və onların quruluşunun sonrakı şəraitinin əvvəlcədən görülməsi və ona plan qurulması funksiyasını daima inkişaf etdirmək mümkün və mühüm olmuşdur. Zaman onu sübuta yetirir ki, uzaqgörmə, proqnozlaşdırma çox əsrlər əvvəl yaranmışdır. Çox qədim dövrlərdə xalqların başçıları gələcək barədə proqnozlar verirlər və onuplanlaşdırırdılar. İqtisadi cəhətdən uzaqgörənliklə və planlama ilə demək olar ki, feodal təsərrüfatları məşğul olurdular. Ancaq bu sahədə dəyişməz mövqe və hazırda istifadə etdiyimiz məhsullarla müqayisə edilən inkişafda olan kateqoriyaları nəzərə alaraq kapitalist münasibətlərinin ağalığı zamanı yaranmışdı.

Elmi-praktiki və təcrübi sahədə ictimaiyyətdə sosial-siyasi proseslərə proqnozlar verilməsi, planlanması və tənzimlənməsi proseslərinin yoxlanılmasında yüksək inkişaf edən anlayışa əsaslanır. Ancaq eyni anlayışlar, konsepsiyalar nadir olmayaraq fərqli situasiyalara tətbiq edilir, digər baxımdan da mahiyyət etibarilə oxşar proseslər hərdən fərqli terminlərin köməkliyi ilə müəyyələşdirilirlər. Dilin istifadə olunmasının təzadlı xüsusiyyətləri, müddəaların tez-tez dəyişilməsi halları və s. ilə qarşılaşmalı oluruq. Narahatçılıq həm də öncədən görənliyin bütün dövrünə rəy bildirərək işlədilən sözlərin çoxluğundan və onların fəaliyyət proqramının həyata keçirilməsi zamanı yaranır. Bu səbəbdən də verilmiş dərslik daxilində qabaqcadan baza konsepsiyalar haqqında şərtlənmək çox mühümdür. İlk öncə qeyd etməliyik ki, strateji cəhətdən planlaşdırma və proqnozlaşma məsələlərinin analiz olunacağına tətbiq edərək vacib obyekt, burada bütün dünya birliyi ölçüsündə öz aralarında qarşılıqsız şəkildə fəaliyyət göstərən böyük miqyaslı siyasi-iqtisadi prinsiplərdir. Analizin özündə əlbəttə ki, ölkənin iqtisadi-siyasi quruluşu, onun beynəlxalq

tendensiyalar anlayışında dəyişimlərinin mövcud xətləri vardır. Hər bir ölkənin siyasi-iqtisadi quruluşunda analiz mərkəzinə onun sahələrini, bölgələrini, fərqli təsərrüfat strukturlarını təşkil edən quruluşu tamliq kimi onun milli iqtisadi vəziyyəti nəzərə alınır. Hər bir təsərrüfat sisteminin dayanmadan progress qanunları üzrə yaşamadığını, innovativliyin əsasının qoyulmasını və inkişafını, yüksələn, sabit progressin, süqutun və krizisin təbii fazasından keçməsi qaydasını inkişafın proqnozunun verilməsində və taktiki planlaşmada nəzərə almaq lazımdır.

Proqnoz sözü daxilində sözün ümumi mənasında obyektin sonrakı dövrdə mümkün şəraiti haqqında, onun progressinin başqa yolları haqqında rəsmi əsaslandırılmış anlayışlar toplusu kimi anlaşılır. Proqnozların işlənilib hazırlanması prosesinə müvafiq olaraq proqnozlaşdırma deyilir. Proqnozlaşdırma sözü əvəzinə lazımı qədər tez-tez istifadə edilən “uzaqgörənlik” sözündən də istifadə olunur. Əlbəttə ki, uzaqgörənlik gələcəyin gözlənilməsi ilə bağlı vəziyyətlər dairəsinin başlıca xarakteridir. Uzaqgörənlik ümumi şəkildə üç formada verilir–təxmin, uzaqgörənlik, planqurmadır. Fərziyyə uzaqgörənliyin həyata keçirilməsinin, gələcəklə bağlı informasiyaların instinktlərə və nəzəri strukturlara istinadən fərziyyələr qanunuyla irəli sürülən tədqiqat prinsipinə daxildir.

Turizm xidmətinə olan tələbə proqnoz qoyulması mühüm məsələdir. Bu bir çox versiyada müəyyənləşdirilir və ümumi turizm məhsulu, ayrı-ayrılıqda hər bir növü və xidməti çərçivəsində yerinə yetirilir. Proqnozlaşdırma turizm sferası üzrə və hər hansı ayrıca turizm firması üzrə həyata keçirilir. Turizm sənayesi ilə bağlı tədqiqat işləri və makrosəviyyədə proqnoz edilmə - turizm sənayesinin ümumiyyətlə ölkə və həmin ölkənin bölgələri üzrə turist məhsuluna olan tələbin müəyyənləşdirilməsi, tərəqqi profilini, yeni istifadəyə verilmiş turizm məhsullarının və turist xidmətlərinin təyin edilməsi, məkan hədlərinin təyin edilməsi, üstünlük verilən səyahət formalarının müəyyənləşdirilməsi, gecələmə və turistlərin daşınması yollarının daha da təkmilləşdirilməsi, istirahət-əyləncə zonalarının yeniləri ilə əvəz olunması və s.-ni əhatə edir. Turizm firması üzrə həyata keçirilən proqnozlaşdırma planlama və fəal idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Proqnozlaşdırma prosesi zaman baxımından üç qismə bölünür:

1.Qısamüddətə proqnoz verilməsi-Günlük, aylıq, illik, rüblük, 2.Ortamüddətə proqnoz verilməsi-Bu proqnozlaşdırma bir ildən üç il müddətə qədər nəzərdə tutulur. Əsas məqsədi - turməhsulun tərəqqi yollarını əsaslandırmaqdır. 3.Uzunmüddətə proqnoz verilməsi- Bu proqnozlaşdırma üç ildən çox müddətə nəzərdə tutulur. Turizm sənayesinin proqress profilini, tələb quruluşunda nisbəti müəyyənləşdirir, tərəqqi yolunu müəyyən edir. Tələbat iki amil ilə simvolizə edilir: pulun miqdarı və struktur.

Struktur insanların öz pullarını hansı turizm sferasına xərcləmək niyyətində olduğunu göstərir: böyük tarixi-memarlıq və mədəni abidələrə səyahətə, dəniz sahillərinə, çimərliklərə və ya daxili turizm zonalarına.

Pulun miqdarı- insanların turizmə sərf etdiyi pulun miqdarı 1-2-3-4-5 ulduzlu mehmanxanalara, düşərgələrdə qalmağa və kənd yerlərindəki evlərə kifayət edir. Ölkənin iqtisadi cəhətdən inkişafı zamanı, insanların maddi durumunun yaxşı olması və alıcılıq bacarığının çoxalması dövründə turizmin intensiv şəkildə inkişafı çoxalır və turizm sahəsi inkişafa doğru gedir. İqtisadi böhran zamanı isə turməhsula tələb azalır, bu da turizm sferasına öz təsirini gec və ya tez göstərir.

Ümumən, menecer qruplarının turizmin düzgün təşkil olunmasında danılmaz rolu vardır. Həmişə olduğu kimi gid-bələdçi qrupları da menecer qruplarının daxilində çalışırlar. Gid-bələdçi qrupları ekspertlərin hazırladığı mal-materiallarla tanış olur, marşrutlara əsasən özlərini mütəmadi olaraq təkmilləşdirirlər. Bu məsələdə ixtisaslaşmış menecerlər də onlara yaxından köməklik göstərilir. Bələdçi qruplarının hazırlanmasına marşrutlara əsasən baxış keçirilir və onlara müvafiq peşəkarlıq aəviyyələri bağışlayırlar.

İqtisadçı qruplar isə ümumdünya turizm sahəsində baş verən siyasi məlumatları informasiya sistemə daxil edir, turizm işinin elmi-iqtisadi tərəflərinin isə əvvəlcədən proqnozunu verir, dəqiqləşdirilmiş iqtisadi informasiyaların analizini aparır. Bu cür analizə əsasən turizmin uzunmüddətli və yaxınmüddətli iqtisadi prestijlərini işləyir.

Qeyd edilən hissələrə və bölmələrə diqqət etdikdə turizm müəssisələrinin və şirkətlərinin lazımı qədər böyük quruluşa malik olduğunu görə bilərik. Belə böyük

strukturun tam bir orqanizm kimi idarəetmə məsuliyyəti isə qurumun baş direktorunun üstünə düşür. Bu cür çox istiqamətli bir quruluşu idarə olunması məqsədilə təşkilatın başçısı liderə xas olan bütün xüsusiyyətləri özündə birləşdirməlidir. Hər bir lider rəhbərliyin fərqli formalarını işlətməyi bacarmalıdır. Belə liderlik formaları adətən avtoritar və demokratik nöbvələrindən ibarətdir.

Fəaliyyət göstərən istənilən sahədə perspektiv olmadan yaşamaq asan deyil, inkişaf məhz uzaqgörən siyasətə əsaslanmalıdır. Yeni yaradılan modellər gələcəkdəki proqnozların hesablanmasına, həmçinin mühüm məqsədləri müəyyənləşdirməyə, onun reala çevrilməsinə köməklik edir.

Turizm sferasının hər cəhətdən təhlil olunması, nəticənin tətbiq edilməsi ilə əlaqəli edilən təkliflər və proqnozlar turizm sahəsinin tərəqqi taktikasının və iqtisadiyyat vəziyyətində onun mütəmadi proqressinin təyin edilməsinin tərkib hissəsini təşkil etməkdədir.

Tədqiqatlar onu sübut edir ki, tarixi- mədəni və əlverişli coğrafi və təbii iqlim şəraitinə malik olan ölkəmizdə turizm sektoru əhəmiyyətli inkişaf yollarına doğru istiqamətlənir. Demək olar ki, burada məqsədinə görə turizmin formalarının tərəqqisi üçün geniş potensial vardır.

Etibarlı mənbələrin verdiyi proqnozlar da bütün dünya ölkələrində turizm sahəsinin gələcəkdəki inkişafını təsdiqləyir. Ölkədəki iqtisadi və siyasi tərəqqi və dünyadakı əhalinin gəlirlərinin artması, uluslararası politika yönümlü, iqtisadi-sosial, mədəni integrasiya turizm bazarı resurslarına - otelçilik, nəqliyyat vasitələri, həmçinin ticari infrastruktura olan tələbin yüksəlməsinə səbəb olur.

Turizm sferasında ölkənin apardığı siyasətin mühüm hədəfi Azərbaycanda turizmin daha çox proqressə vadar edilməsinə imkan yaratmaq, xarici turizm bazarına transfer edilmək, beynəlxalq münasibətlərin artırılmasına, genişləndirilməsinə yardım etmək, daxili turizm növünün rəqabətə davamlı olmasını artırmaq, dünyada ölkənin tarixi, milli, mədəni və mənəvi irsinin təbliğ edilməsi və müştərilərə edilən xidmətlərin keyfiyyətini ümumdünya standartları dərəcəsinə qaldırmaqdan ibarət olur.

Turist bazarının tədqiqi sahəsi üzrə:

- turizm sferasında milli marketoloji strategiyanın hazır edilməsi, həmçinin həmin strategiyaya müvafiq olaraq bir illik marketoloji planların tərtib olunub reallaşdırılması;

- turistik zonaların dəyərləndirilməsi, şəhər və rayonlarda bu sahə üzrə inkişaf sxemlərinin həyata keçirilməsi, siyasi, iqtisadi və ekoloji amillərlə sıx əlaqədə olan bütöv turizm siyasətinin strateji yönünün müəyyənləşdirilməsi;

- daxili turizm sferasının təhlil edilməsi və onunla bağlı proqnozlar verilməsi, iqtisadi və riyazi modellərin işlənilib həyata keçirilməsi;

- turizm sahəsinə proqnozlar verilməsi və planlanmasında statistik uçot sisteminin əsaslı sürətdə təkmilləşdirilməsi, statistik mənbə və formaların beynəlxalq standartlara müvafiq hazırlanması;

- turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına təsirini, həm də ümumi daxili məhsulun yaradılmasında turizm sferasına düşən payı hesablamağa qadir olan statistik rəqəmlər sisteminin işlənilib hazırlanması.

Turizm bazarının proqnozlaşdırılması respublikada turizmin inkişafının məqsəd funksiyasını fəza və yaxud konkret rəqəmlə ifadə etməklə, həmin inkişafı təmin edən resurs tələbatının dəyişməsinə nəzərə almaqla aparılır. Qeyd edək ki, onun natural, pul və əmək ehtiyatları kimi proqnozunun verilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb etməklə yanaşı, müəyyən çətinlikləri də vardır. Hər bir yaxın sahənin meydana gəlməsi qeyri-müəyyən nəticələrə gətirib çıxarır. O cümlədən, ənənəvi formalaşmış əmək bölgüsü sistemi, iqtisadi potensialın və ekoloji mühitin formalaşmasına gətirib çıxarır. Beləliklə, xarici turizmin səmərəsi ilə onun sosial-iqtisadi nəticələri arasında yaranan inkişaf meyillərini tənzimləmək üçün, ölkə parlamenti uyğun qərarlar və tədbirlər üçün proqramlar hazırlayır. Hər bir kompleks məqsədli proqram, turizm ilə bağlı yaranan məsələlərin həlli üçün tədbirləri əhatə edir. Turizm strateji məqsəd olmaqla onun proqnozlaşdırılması, maddi resurslardan daha çox infrastruktur və mədəni resurslardan asılıdır.

Gələcək barədə vacib məsələləri öncədən görməyə çalışılması və perspektiv tərəqqiyə proqnoz verilməsi hər zaman cəmiyyəti düşündürən məsələlərdən olmuşdur. Müasir şəraitdə cəmiyyətin mümkün inkişaf nəqşələrinin 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 obyektiv 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 məqsədəmüvafiq fəaliyyət haqqında informasiyadan istifadə etməklə həmin problemin şəxsən həll edilməsidir. Deməli, proqnozlaşdırma probleminə iki aspekt fərqləndirilir: Bunlardan biri nəzəridərkətmə və digəri isə əldə edilən bilikləri əsasında idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi imkanları ilə əlaqədar idarəetmədir. Tədqiq edilən proseslərin gedişinə təsirin xarakterindən və konkretlik dərəcəsindən 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 proqnozun daha yüksək müəyyənliyi vardır və ona görə ki, o yalnız keyfiyyət deyil, həm də kəmiyyət parametirlərinə 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 proqnozun tədqiq edilən obyektlərlə əlaqəsi ciddi, birmənalı deyildir. Proqnoz ehtimallı xarakter daşıyır.

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.

III FƏSİL. TURİZM SEKTORUNDA MÜƏSSISƏNİN MƏHSUL VƏ İNVESTİSIYA STRATEGİYASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ.

3.1. Azərbaycanla turizmin inkişafı üzrə strateji hədəflər və prioritetlər

Respublikamız dəniz-çimərlik turizmi ilə birlikdə, digər turizm növləri olan (müalicəvi, tibbi turizm, termal turizm, qış idman dağ turizmi, təbiət turizmi, ekoturizm, yayla, çöl və eko turizm, konqres, işgüzar, biznes turizmi və sərgi, yarmarka turizmi, gəmi turizmi, qolf turizm növü və s.) kimi turizm formaları cəhətindən də unikal potensiala malikdir. Bununla birlikdə, bu potensial səmərəli şəkildə istifadə olunmaqdadır.

Azərbaycan turizmlə bağlı taktikalar və fəaliyyət planlaması, ölkəmizin təbii, mədəni, tarixi və coğrafi dəyərlərini qoruma, istifadə etmə tarazlığı içində istifadə və turizm alternativlərini inkişaf etdirərək ölkəmizin turizmdən alacağı payı artırmağı qarşısına hədəf qoymuşdur.

Turizm ehtiyatlarının planlaşdırılması yerinə inkişaf aksları ərzində turizm dəhlizləri, turizm bölgələri, turizm şəhərləri və ekoturizm bölgələri meydana gətirəcək şəkildə ələ alınması, bu dəyərlərin təqdimatı və istifadə meyarlarının təyin olunması baxımından daha doğru bir yanaşma olaraq görülməkdədir. Beləcə, turizm potensialı olan bölgələrin digər alternativ turizm növləri ilə əlaqəsi artırılacaqdır.

Bu iş ilə inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulan turizm inkişaf aksları üzərində turizm sərmayəsi etməyi planlaşdıran investorlar; sahil turizmi və ya digər alternativ turizm növlərindən də faydalananaraq bu sahələrdə sərmayə etmə fərsəti tapa biləcəklər. Eyni zamanda planlaşdırma, təsis və turizm sərmayəsi üçün dövlət tərəfindən verilən digər təşviq də bu əhatədə yararlanı biləcəkdir.

Azərbaycan turizm strategiyası ölkəmizin hər tərəfində genişlənmiş vəziyyətdə olan müalicəvi, tibbi, termal, qış-dağ idman turizmi, mədəni cəhətdən önəmli yer və yerləşmələrin ayrı-ayrı əldə edilməsindən daha çox onların bir-biriylə inteqrasiyası sayəsində daha cazibəli və möhkəm alternativ çatma

nöqtələri və marşrutları yaradılacaq. Güclü bir turizm marşrutu və regional çatma nöqtəsi yaradılması ilə bu bölgələr içində zəif qalan yerləşmələrin mədəniyyət, əlsənətləri, yemə-içmə müəssisələri və yerləşmə imkanları ilə güclənmələrinə də təmin edilmiş olacaq. Turizm sektoru, tanıtım və marketinq mərhələlərində də gəlişi nöqtələri əsasında tək əldən təşkil edilərək, yerli investisiya, tanıtım və marketinq imkanlarının bir bütün halında qiymətləndirilməsi və tarazlanması mümkün ola biləcək.

Təbliğat və marketinq sahələrində reklam kampaniyaları, markalaşma və imicin əhəmiyyətinin vacibliyi, təhsil sahəsində, turizm sektorundakı təhsilin ölçülə nəticələr ehtiva etməsi, sektorda iştirak edən aktyorların davamlı təhsillə xüsusiyyətlərinin yaxşılaşdırılması və turizm təhsilinin xüsusiyyət və hal olaraq üst miqyaslı qərarlar səviyyəsində istiqamətləndirilməsində Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi fəal rol oynayır. Turizm növlərinin fərqləndirilməsizamanı önümüzdəki dövrdə, əvvəlcə inkişaf etdirilməsi planlaşdırılan turizm növləri (səhiyyə və müalicəvi turizm, qış turizmi, qolf turizmi, dəniz turizmi, ekoturizm və kənd turizmi, konqres və sərgi turizmi) ayrı-ayrı qiymətləndirilməkdədir. Bir bölgənin turizm regionu və ya turizm mərkəzi elan edilə bilməsi üçün əvvəlcə bölgədə bir turizm inkişaf planı yaradılmalı, yaradılacaq plan kontekstində hədəf kütlənin təyin olunması, təbii-mədəni cazibədarlığa sahib sahələrdə turizm fəaliyyəti və investisiya baxımından cazibədar bölgələrin təsbit edilməsi vacibdir. Turizm önümüzdəki dövrlərdə də regional bərabərsizliklərin aradan qaldırılması, yoxsulluğun mübarizə və məşğulluq imkanlarının inkişaf etdirilməsi mövzusunda güclü bir planlaşdırma və tətbiqi vasitəsi olaraq istifadə ediləcəkdir. Bu məzmununda fərqli təşkilatlar tərəfindən qoyulacaq investisiyaların bir-birləri ilə ardıcıl olması təmin ediləcək.

Turizm fəaliyyətinin milli və regional səviyyədə inkişaf edə bilməsi üçün gərək xüsusi təşkilatlar tərəfindən milli inkişaf planlarında makro siyasətlərin inkişaf etdirilir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən sektorla əlaqədar inkişaf etdirilən planlara uyğun olaraq prioritetli bölgələr və sahələrin müəyyən edilməsi və bu sahələr üçün lazımlı infrastruktur sərmayələrinin

əlaqədar qurum və təşkilatların investisiya proqramlarına daxil olması ilə gerçəkləşiriləcəkdir. Bu bölgələrdə, layihə sahəsi alt bölgələrə ayrılmaqda və bu surətləplanlaması edilməkdə və investorların öz layihələrini meydana gətirməsi nəzərdə tutulub. Mədəniyyət və Turizm Qoruma və İnkişaf Bölgələri yalnız bir sərhəd təyin etmə əməliyyatı olmayıb eyni zamanda söz mövzusu sərhədlər içində ediləcək planlaşdırma, təsis kimi əməliyyatların dəəvvəlcədən müəyyən hədəflər və qanunlar istiqamətində istifadə edilməsidir. İxtisaslaşmış turizm sahələrində, turizm obyektlərinin hazırlanması prioritet verən işlər həyata keçiriləcəkdir.

Beləcə, investisiyaların inkişaf etdirilməsində xidmət keyfiyyətinin qısa və orta vəd edəyaxşılaşmasına imkan təmin ediləcək. Strateji planlaşdırma modelləri, maliyyə alternativləri və qanuni dayaqaları ilə bir bütün olan; tətbiqin qarşısında olan və tələbi təşkilatlandıran; ictimai və texniki infrastrukturu tamamiləcəmiyyətə yükləməyən, istifadə və yararlananlara da yükü paylaşdıran; keyfiyyətli və yaxşı təşkil edilmiş turizm məskənlərinin meydana gəlməsini təmin edən; davamlılıq, müxtəliflik anlayışı içərisində təbii qaynaqları ekoloji və iqtisadi səmərəliliyi prinsipi çərçivəsindəqoruyan və istifadə elastik və strateji planlaşdırma yanaşması təmin ediləcək.

Fiziki planlar, yazılı hesabat və təməl inkişaf təsbit edildiyi an səmahanmeydana gələcək. Yalnız ərazi istifadəsinə bağlı deyil, ətraf mühit, məşğulluq, ictimai xidmətlər və təşkilatlanma kimi bütün elementləri ilə bağlı strateji qərarları da istehsal edəcək.

Turizm sektorunun müvəffəqiyyəti təsirli bir rəhbərlik təşkilatının təmin edilməsi iləmümkündür. Bu məzmununda sektorda həm sahə rəhbərliyində, həm də təşkilati rəhbərlikdə təsirli bir təşkilatlanma yaradılacaq.

Turizm sektoruna dinamizm qazandırmaq və beynəlxalq böhranlardan ən aşağı səviyyədətəsirlənməsini bacarmaq üçün turizmdə yeni tendensiyaların meydana gəlməsinə ehtiyac duyulmaqdadır. Bu tendensiyalar ictimai, xüsusi sektor və qeyri-hökumət təşkilatları arasında əməkdaşlıq istiqamətində qurulacaqdır. Bu təşkilati strukturlarda xüsusi sektorun gözləmələri

istiqamətində, cəmiyyətin və xüsusi sektor birliklərinin makro siyasətlərinə əməkdaşlıq əhəmiyyət veriləcək.

Araşdırma anlayışı turizm, rəqabət, əməkdaşlıq və yeni məhsulların araşdırılması çərçivəsində qəbul edilməkdədir. Müəssisə miqyasında məhsul canlandırması, personal xüsusiyyətinin artırılması, əməkdaşlığın araşdırılması və yeniliklərin araşdırılmasına istiqamətli işlər turizm sektorunda təşviq ediləcək. Bu nöqtədə ictimai, xüsusi sektor, QHT və universitetlərlə əməkdaşlıq mexanizmləri qurulacaq. Müəssisələr bu məlumatları öz strukturlarında qiymətləndirərək və ya məsləhət xidmətlərindən faydalanaraq yeniliklər edə biləcəklər. Müəssisələrin dəyişən və inkişaf edən turizm tələbinə paralel olaraq milli inkişafa sosial-iqtisadi töhfə təmin edə bilmələri üçün obyektiv meyar əsasında vəeksperlər qiymətləndirməsi ediləcək şəkildə biznes və çatış nöqtələri əsasında milli turizm mükafatları veriləcək.

Təbliğat fəaliyyətində məsələlər müəyyənləşdirilərək, bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrdə; bazara xas olan elementlər, alıcı qruplarının maraq dairəsi və arzuları, demoqrafik struktur və opponent dövlətlərin vəziyyəti araşdırılması, etibarlı və etibarlı məlumatlar toplanması, təhlil edilməsi, şərh iş üsulu izlenecekdir.

Aparılan təhlillərin, analizlərin həll edilməsi və rəydən sonra bazardakı zəif və güclü tərəfləri, fürsətlər, risklər və təhdidlər aşkar ediləcək, turizm sahəsində yarışabilmək və bazar payını əldən buraxmamaq üçün imicin sabitliyi prosesi təmin olunacaqdır. İctimaiyyətlə münasibətləri yaxşılaşdırmaq üçün vasitələri təsirli istifadəsi ilkin mərhələyə çıxarılacaqdır. Yeni təqdimat strategiyalarını ictimai əlaqələr (PR) fəaliyyətlərinə ağırlıq veriləcək. Dövlət və özəl sektor əməkdaşlıq, ən son texnologiyaların istifadə olunması və brendləşmə təmin olunacaqdır. Turizmdə təzə məlumatlar və rabitə texnologiyalarına uyğunlaşma təmin edilməsi və müştəriylə əlaqənin daha çox bu istiqamətdə edilməsinə ağırlıq veriləcək. Təqdimatdan, məhsul satışa çıxarmağa, məlumatlandırmağa qədər internetin geniş bir yelpikdə istifadə edilməsi təmin ediləcək. Dünyadakı insanların dəyişilməsinə paralel şəkildə 3-cü yaş qrupuna uyğun planlama və

təbliğata önəm veriləcək. Tanıtımlarda kütləvi təqdimatdan çox, özəlləşdirməni gedilərək bazara çıxarılacaq hədəf məhsullar müəyyən edilir.

Gəliş nöqtələrində markalaşmağa gediləcək, ölkə markalaşması yanında çatm nöqtəsi markalaşması təmin ediləcək və təqdimatda çatma nöqtələrinə ayrı yer verilməsi təmin ediləcək. Təqdimatda beynəlxalq təşkilatlara iştirak və ev sahipliyyəsinin sıx olaraq istifadə edilməsinə əhəmiyyət veriləcək.

Xidmət keyfiyyətinin və standartının inkişaf etdirilməsi, davamlı inkişafı, müştəri və çalışan məmnuniyyətini, katılımcılığı ön planda tutan bir rəhbərlik anlayışını gətirəcək. Beləcə keyfiyyət tətbiqlərinin davamlılığının təmin edilməsi müəssisələrin xidmət standartını və məhsuldarlığını artıracaq, rəqabət gücü və marketing baxımından da müəssisələrə böyük faydalar təmin edəcək. İnkişafa açıq bir keyfiyyət sistemi ilə xidmətlər yaxşılaşdırılmalıdır. Beləliklə, məhsuldarlıq artacaq, mövcud qaynaqlar optimal istifadə ediləcək və işin səhsiz edilməsi ilə xidmət xərci düşəcək və vaxta qənaət ediləcəkdir. Keyfiyyət tətbiqi ilə xidmətdə sürət, fəaliyyət və məhsuldarlıq təmin etmənin yanında işçilərin və müştərilərin iştirakı və əməkdaşlıq söz mövzusu olacaq. Xidmət göstərilməsində müəssisənin və fərdin məqsədləri arasında tarazlıq təmin etmək üzrə, keyfiyyətin inkişaf etdirilməsində, davamlı təhsil, koordinasiya və motivasiya ilə işçi qüvvəsinin və rəhbərliyin fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi təmin ediləcək.

Turizm sektorunda müəssisələrin, peşə və xidmət birliklərinin, yerli rəhbərliklərin və digər qurum və təşkilatların ümumi keyfiyyət rəhbərliyi mövzusunda məlumatlandırılmağı və müvəffəqiyyətli tətbiqlərin ictimaiyyətə təqdimatı təmin ediləcək. Artan rəqabət şərtləri göz önünə alınaraq keyfiyyət mövzusunda şüur inkişaf etdirilərək tələb yaradılacaq və xidmətlər zəncirindəki keyfiyyət standartları artırılaraq yayılacaq. Turizmin mövsümlük və coğrafi bölgüsü yaxşılaşdırmaq və xarici bazarlarda dəyişən istehlakçı seçimləri göz önünə alınaraq yeni potensial sahələr yaratmaq məqsədiylə alternativ turizm imkanları ilə əlaqədar planlaşdırma fəaliyyətləri davam edəcəkdir. Alternativ turizm imkanları yaradılaraq tələbin artırılmasını təmin etmək və daxili turizmi inkişaf etdirmək məqsədiylə sektorun mevsimsellik xüsusiyyətini dəyişdirməyə

istiqamətli qanuni-inzibati tənzimləmələr ediləcək, təbii, tarixi və ictimai ətrafı qoruyan və davamlı edən, müqayisəli rəqabət üstünlüyünə uyğun turizm növləri ön plana çıxarılaçaq. Xidmət keyfiyyətini artırmaq üçün peşə ixtisas belgelendirilməsi sisteminə keçiləcəkdir. Mövcud turistik bölgələrdə və yeni inkişaf bölgələrində fiziki tutum istifadəsində daşıma tutumu ölçülməsi keçiriləcəkdir.

Keyfiyyət anlayışı turizmin hər sahəsində və hər pilləsinə tətbiq. Turizm sektorundakı keyfiyyəti artırmaq üçün peşə təhsil desteklənəcəkdir. Davamlı inkişaf və ətraf qorumasına istiqamətli işlər ediləcək və turizmlə əlaqədar təşkilat və şəxslər arasında informasiya və təcrübə mübadiləsi təmin ediləcək. Mədəni irsin qorunması və turizm içindəki əhəmiyyəti ilə vacibliyi aydın qiymətləndirilməsinə istiqamətli ediləcək işlərə yerli rəhbərliklərin və qeyri-hökumət təşkilatlarının daxil edilməsi təmin ediləcək.

Turizmin sıx olaraq konumlandığı mərkəzlərdə xidmətin keyfiyyətini ölçmək və təqib etmək üçün ortaq metod və ölçü vasitələrinə qərar veriləcək və bunların istifadəsi yayılacaq. Yerləşdirmə müəssisələrinin belgelendirilməsində fərqliliklər aradan qaldırılaraq tək bir sistem qurulacaqdır.

Beynəlxalq standartlara uyğunlaşma təmin ediləcək və bu standartların qorunaraq, davamlılığını təmin edəcək mexanizmlər, rəqabət qaydaları çərçivəsində, qeyri-hökumət təşkilatları vasitəçiliyi ilə inkişaf etdiriləcək.

İnfrastruktur və üst sərmayələri fiziki planlara uyğun olaraq həyata keçiriləcəkdir. Bu məqsədlə investisiya açılması uyğun görülən sahələrdə əvvəlcə fiziki planlaşdırma işləri tamamlanaraq qüvvəyə qoyulacaq.

Xüsusi sektorun alternativ yerləşməyə istiqamətli çöl turizm müəssisələri, xüsusi xüsusiyyətli obyektlər və pansion kimi yerləşmə modulları qurması desteklənəcəkdir. Turizm gəlirlərinin hesabında turizm peyk uçuşu sisteminə keçiləcəkdir. Təbii və tarixi ətraf mühitin qorunmasında Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, və onla əlaqədar qurumlar ilə əməkdaşlıq edərək ətraf mühitə istiqamətli təhdid xüsusiyyətindəki hər cür hərəkətin qarşısının alınması üçün müdaxilə, mühakimə etmə və sanksiyaların tətbiqi sürət və fəaliyyəti

artırılacaqdır.

Azərbaycan Turizm strategiyasının bütün ölçüləriylə bir tamlıq içərisində həyata keçirilərək hədəflərinə çatma bilməsi üçün, ictimai qurum və təşkilatları, iş dünyası, qeyri-hökumət təşkilatları başda olmaq üzrə bütün cəmiyyətin strategiyanı mənimsəyərək ortaq hədəflər istiqamətində uyğun bir şəkildə hərəkət etməsi əhəmiyyət kəsb edir. Bu uyğunlaşmanın ən üst səviyyədə təmin edilməsi üçün və siyasi və inzibati liderlik, qərar alma, proqramlaşdırma, tətbiq, koordinasiya və nəzarət səviyyəsində təsirli, sanksiya gücü yüksək, şəffaf və hesab verə bilən bir prosesin reallaşdırılması məqsəd qoyulmaqdadır. Maraqlı tərəflərin, səlahiyyət və məsuliyyətləri, idarəçilik prinsipləri çərçivəsində təyin olunaraq, aktiv əməkdaşlıq və qarşılıqlı şəkildə çalışılacaq bir mühit yaradılacaq. Bu çərçivədə, strategiyanın həyata keçirilməsində təşkilati quruluşlanma modeli, təşkilatlararası və təşkilat içi səviyyədəki aktyorların rol və məsuliyyətləri aşağıdakı şəkildə çağırılır.

3.2. Turizmin inkişafına maliyyə dəstəyinin genişləndirilməsi istiqamətləri

Hər bir ölkədə turizm sənayesi bir çox köməkçi proqramlar tərəfindən dəstəklənir. Bu proqramlar turizm sənayesinin davamlı, dözümlü olmasına, daha da inkişaf etməsinə yönəlir. Turizmin mənfəəti iqtisadi, sosial, mədəni və bir çox istiqamətdə olur. Turizmin ölkə iqtisadiyyatında böyük rolu olduğu kimi, iqtisadiyyatında turizmin inkişafında, əhatə dairəsinin genişlənməsində mühüm rolu vardır.

Turizm demək olar ki, ən çox gəlir gətirən sahələrə, sürətlə və geniş şəkildə progress edən iqtisadi sahəyə çevrilmişdir. Turizm sferası hal-hazırda bütün dünya üzrə ümumi məhsulun 9 %-ini, ixracın isə 6 %-ini təşkil edir. Turizm sahəsinin mütəmadi olaraq inkişaf etdirilməsi və genişləndirilməsi bu sahəni sosial-iqtisadi inkişafda əsas aparıcı qüvvəyə çevirib. Bu zaman yeni iş yerləri açılır, turizmlə əlaqəli təşkilatlar və infrastruktur qurulur.

Ölkəmiz daxilində turizm növlərinin diversifikasiyası, bölgələrimizin tərəqqisi üçün bu sahə mühüm əhəmiyyət daşıyır. Turizmlə bağlı ölkəmizin rəqabət potensialı yüksəkdir. Təbii resurslarımız, 9 iqlim qurşağımız, çox zəngin tarixi və mədəni irsimiz cazibədar turizm xidməti və məhsulu yaradılması üçün önəmli zəmindir. Həmçinin bununla yanaşı, ölkəmiz turizm sferasının progressini iqtisadiyyatın neftdən kənar sahələri üzrə prestij gətirəcək profil elan etmişdir.

2000-ci ildən günümüzdə qədər ölkəmizdə turizmin inkişafı ilə əlaqəli görülən tədbirlər, islahatlar, qəbul olunan dövlət səviyyəli proqramlar, hüquqi bazarın yaxşılaşdırılması bunu dəfələrlə sübut edir. Bu kimi tədbirlərin sayəsində respublikamızda turizm sahəsi yeni bir pilləyə qədəm qoymuşdur, Azərbaycan bütün dünyada yeni və fərqli bir turizm destinasiyası kimi tanınmağa başlamışdır, xarici turizm sferasına transfer illər keçdikcə daha da geniş formada təmin edilir.

Ölkəmizin ali qanunlarında turizmin inkişaf istiqaməti öz əksini tapmışdır. Milli Məclisdə 1999-cu ildə Turizm haqqında ali qanun layihəsi qəbul edilmişdir. Heydər Əliyev 27.07.1999-cu il tarixində "Turizm haqqında Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq olunması" barədə sərəncam

imzalamışdır. Bu layihə Azərbaycan ərazisində turizm sferasının əsaslarının bərpa olunmasına istiqamətlənmiş dövlət tənzimlənməsi siyasətinin əsas məsələlərini, turizmin əsas prioritetlərini müəyyən etdi, bu sektorda əlaqələri düzəldərək, iqtisadi-sosial tərəqqini təchiz edən metodlardan biri kimi turizm resurslarından sərfəli istifadə edilməsi qanunlarını müəyyələşdirdi.

2001-ci il 25 sentyabr tarixində Cənubi Koreya ölkəsinin paytaxt şəhəri Seulda Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) XIV Baş Assambleyasında Azərbaycan həmin beynəlxalq turizm qurumuna (ÜTT) üzv seçildi. Ölkəmiz üçün əvəzolunmaz şanslardan olan bu yenilik öz növbəsində, Azərbaycana turizm sahəsi üzrə məsləhətlər verilməsinə və praktiki və nəzəri köməklik göstərilməsinə şərait yaratdı.

Birinci dəfə olaraq 2001-ci il tarixində respublikamızı bütöv genişliyi, açıq-aydınlığı ilə tanıdan, təbliğ edən "Welcome to Land of fire Azerbaijan" adında spesifik format hazırlanmışdır və Ümumdünya Turizm Təşkilatı-nın Böyük Assambleyasına təhvil verilmişdir. Həmçinin bununla bərabər, formatın "Turizm of Azerbaijan" adında internet saytı açılmışdır. 2002-ci ildə paytaxtımız Bakıda ilk dəfə olaraq Avropa ölkələrinin turizm müəssisələrinin qatılımı ilə beynəlxalq sərgi təşkil edildi, bu addım da beynəlxalq təşkilatın dayaqını əldə etdi. Azərbaycan Respublikasının prezidenti ulu öndər Heydər Əliyev Azərbaycanın ilk beynəlxalq turizm sərgisinin qonaqlarına təbriknamə oxuyarkən sərgi açılışında necə qürurlandığımızı və fərəh hissləri keçirdiyimizi başa salmaq heç də asan deyil. Belə ki, vətənimiz bütün dünya miqyasında turizm destinasiyası kimi qəbul edilmiş, tanınmağa başlamışdı.

Ölkəmiz ərazisində turizmi inkişaf yoluna qoymaq və turizm resurslarından sərfəli işlətmək məqsədi ilə Prezidentin 27.08.2002-ci il tarixli fərmanı ilə "2002-2005-ci illər ərzində Azərbaycanda turizmin tərəqqisinə aid dövlət proqramı" təsdiq olunmuşdur.

Demək olar ki, 21-ci yüzilliyin əvvəllərində paytaxt Bakıda, digər əzəmətli şəhərlərimiz olan Sumqayıt şəhərində, Naxçıvanda, Gəncə şəhərində və ölkəmizin başqa görməli-gəzməli şəhərlərində xarici turistləri qəbul edə bilmə

potensialına malik modern mehmanxanalar, hotellər fəaliyyədədirlər. Ölkəmizin bir çox bölgələrini əhatələyən 150-dən çox turizm şirkəti xarici qonaqların qəbul edilməsi və yerli əhalinin də köməyi ilə turizm xidməti ilə məşğul olurlar, 150 otel kompleksi rəsmi şəkildə qeydiyyatdan keçmiş və Nazirlik tərəfindən lisenziya almışdır. Qeydiyyatdan keçmiş həmin otellərdə otaq saylarının miqdarı 6000-dən çoxdur. Turizmə xeyli yararlı və əlverişli olan bölgələrdə modern üsullarla müalicəvi, tibbi və istirahət zonaları istifadəyə verilmişdir.

Hazırkı dövrdə ölkəmizdə turizm iqtisadi yüksəliş xətti üzrə tərəqqi prosesindədir. Azərbaycana 2008-ci ildə gəlmiş xarici turistlərin sayı 1.300.000 nəfəri ötmüşdür. Artıq 8-ci beynəlxalq turizmlə bağlı sərgi aprel ayı, 2009-cu ildə Bakı şəhərində H.Əliyev adına İdman və Konsert Kompleksində keçirilmişdir. Sözügedən sərgiyə Avropa, Asiya qitələri üzrə 20 ölkədən 78 turizm firması qatılmışdır.

2008-2019-cu illər üzrə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişaf etməsi ilə bağlı dövlət proqramı ölkəmizdə gələcəkdə kurort-sanatoriya sahələrin planlı şəkildə tərəqqisinə və sərfəli istifadəsinə şərait yaramışdır.

Turizmin tərəqqisinə sadəcə olaraq səfərlərə çıxanların miqdarının çoxalması kimi baxmaq düzgün deyildir. Xidmət sferasında ən böyük hissələrdən birini turizm təşkil edir. Bu o deməkdir ki, insanların yaşam səviyyəsi yaxşılaşdıqca, millətlərarası əlaqələr çoxşaxəli xarakter əldə etdikcə transfer əlaqələri genişlənməsi, insanlar üçün turizm tarixi vacibliyə çevrilib. Bu proseslər çoxaldıqca qanunauyğun olaraq həmin sferaya xidmət göstərən xüsusi firmalar meydana gəlir, turizm xidmətləri və məhsulları yaranır. Yeni-yeni sənaye sahələrinə və xidmət sferalarına ehtiyac çoxalır. Nəticədə planlı olaraq turizmin tərəqqisi deyildikdə, ilkin mərhələdə turizm sektorunun proqressi nəzərə alınır. Burda hər formada nəqliyyat vasitələrinin, hotel aqronomiyasının, ictimai qidalanma mərkəzlərinin, hansısa əyləncə, gəzinti təyinatı olan obyektlərin, idman-sağlamlıq komplekslərinin, ekskursiya xidmətləri göstərən təşkilatlar və s.-nin toplusu nəzərdə saxlanılır.

Beynəlxalq turizm kompleksində və yaxud qeyri-neft sektoru olan turizmdə

otel təsərrüfatı mühüm yerlərdən birini tutmaqdadır. Olduğu kimi qeyd etməliyə ki, bir çox situasiyalarda turist sayının qədəri məhz turizm sferasının bu hissəsinin miqdarından asılı şəkildə fəaliyyət göstərir. Nümunə üçün deyək ki, Məkkəyə minlərlə ziyarətçinin getməsi üçün yüzlərlə hotel mövcud olmasını tələb olunur. Yəni, hotel təsərrüfatı bütünlükdə turizmin iqtisadi-siyai təhlilində də başlıca yerlərdən birini tutur.

Aydın məsələdir ki, turistlərin yerləşmə müəssisələrində gecələməsi üçün nəzərdə tutulan mehmanxana kompleksləri hərhalda bir neçə xüsusiyyətlərə görə seçilirlər. Nümunə üçün, turistlərin gecələməsi zamanı nəzərdə saxlanılan otellər, motellər, turizm bazarları, pansionlar öz komfortuna görə, neçə otaqların sayına görə, gəlir potensialına, dizaynının quruluşuna və digər keyfiyyətlərinə görə fərqli olurlar.

Sadələn bu cəhətlərinə görə otellər beş kateqoriyaya bölünürlər və ya beş ulduzlu olurlar. Ulduzlar mehmanxananın xidmət səviyyəsinə əsasən verilir. Motel adlandırılan yerləşmə vasitələri dörd ulduzlu, turizm bazaları, bəzi xüsusi yaşayış tikililəri üç dərəcəyə bölünür.

Dünyanın başlıca turizm zonalarından olan Qərbi Avropa ölkəsi Fransada kifayət qədər geniş hotel, kompleksi şəbəkəsi fəaliyyət göstərir. Aşağıdakılar:

- 1 ulduzdan 4 ulduzadək statusa malik hotellər;
- 1 ulduzdan 4 ulduzadək statusa malik qonaq evləri və lagerlər;
- qəsəbələrdə yaradılan kiçik taxta evlər, yəni kotteclər, taxtadan hazırlanmış kənd evləri, istirahət düşərgələri və başqaları.

Uzunmüddətli hotel biznesi sferasında oturaqlı turizm təcrübəsinə malik olan ölkələrdən İsveçrədə 3000 hotel birliyi fəaliyyətdədir. İngiltərədə hotel təsərrüfatının təsnifləşdirilməsi 1 ulduzdan 5 ulduzadək ulduz (tac) sistemində əsasən fəaliyyət göstərilir. Burada hotellər, motellər, pansionatlar, kempinqlər, qonaq evləri və yaxud kənd evləri, isti-rahət zonaları, taxta evlər-kotteclər və başqa tikililər seçilirlər.

Bilirik ki, hər növdə xidmətlər də həmin qaydaya uyğun formada həyata keçirilməkdədir. Belçika, Niderland, Lüksemburq kimi dövlətlərdə hotel

sisteminin təsnifləşdirilməsi həmin ərazilərdə qidalanma müəssisələrinin, kafelərin, restoranların olması, avtonəqliyyat yollarına yaxın olması, yerləşmə vasitəsi ilə və qida ilə təmin olunma səviyyəsi və başqa cəhətlərə əsasən təyin olunur, bu da Benilux mahmanxana təsnifatı adlandırılır. Həmçinin burda da 1 ulduzdan 5 ulduzadək dərəcə sistemi vardır. Bütün bu qaydalarla birlikdə turizm xidmət göstərən qidalanma, daşınma sistemləri, nəqliyyat qurğularının sayının çoxaldılması da turizm sferasında vacib rol oynayır.

XX əsrdə də insanların yaşam tərzində dəyişiklik və inkişaf əldə etdikcə turizmə olan diqqət, dəyər, rəğbət xeyli çoxalmışdır. Daha çox Avropa ölkələrində son zamanlar qısa müddətə fəaliyyət göstərən turizm inkişafdadır. Müşətrilərin maddi gücünə, büdcəsinə və maraq dairələrinə müvafiq iri miqdarda istirahət potensialı vardır. Təbii ki, hər hansı bir qrup turistlər dəniz sahilində istirahəti seçən zaman digər bir qrup isə tarixi və qədimi bölgələrin gəzintisinə önəm verir, yaxud da digər bir qrup da dəniz sahilində və səssiz bir istirahətə üstünlük verir, başqa bir qrup də əyləne biləcəyi məkanda, hər hansı fəaliyyətlə məşğul ola biləcəyi iri şəhərlərə, meqapolislərə, həmçinin turizm zonalarına əhəmiyyət verməkdədir. Axır zamanlarda turistlərin sayının çoxalması turizm sənayesinə cəlb edilən maliyyə, maddi, əmək ehtiyatlarının miqdarı o qədər çoxalmışdır ki, bu da öz növbəsində ərazinin maliyyə durumunun quruluşuna, siyasi-iqtisadi münasibətlərə təsir etməyə başlayıb.

Hər bir ölkə hansı ki, turizmi inkişaf etdirmək istəyir, turizm sahəsindən maksimum gəlir qazanmağa cəhd edir. Turizmin maddi cəhətdən effektiv olması turist müəssisələrinin hansı səviyyədə gəlir qazanmasından, turistlərə göstərilən xidmətin dərəcəsindən, turizmin ölkə səviyyəsində təşkil olunmasından çox asılıdır. Xarici turist marketi bu sferada maddi fəaliyyətin təsirliliyinin artırılmasını tələb edir. Xarici turist bazarının göstərdiyi fəaliyyətdə maddi effektivliyini dövlətin tərəqqi pilləsində təkliflə tələbin münasibəti kimi hesab etmək olar. Effektivliyin müəyyən edilməsində dövlətin xarici və daxili siyasəti vacib rola malikdir. İqtisadi cəhətdən gəlirliliyin hesablanıb göstəriləmsində 2 mühüm metod vardır:

- Xarici turizm yolu ilə beynəlxalq valyuta mübadiləsinin xərclərinin təsirliliyinə nəzər salınması yaxud da, xarici turizmin beynəlxalq vasitə kimi araşdırılması;

- Xarici turizmin ölkə ərazisində mənfəətin yaranmasında böyük rolu olan təsərrüfat növü olaraq qəbul olunması. Biz xarici turizm sferasını beynəlxalq ticarətə yardım edən bir vasitə kimi qiymətləndirsək o zaman turizmin maddi cəhətdən gəlirliliyinin haqq-hesab edilməsi bütöv formada ixracata hesab edilir. Belə hesab etsək ki, dövlət həmçinin turistlərə göstəriləcək xidmətləri istehsal edir bu halda həmin metodun istifadə olunması heç də səmərəli deyil, bu sektoru tam şəkildə ehtiva etmir.

Ölkə ərazisində turizmin tərəqqisi sayəsində hər bir dövlət beynəlxalq valyuta mübadiləsində yüksək qazanca nail olur. Dövlətin turist xidmət idxal etməsi ilə bağlı professionallaşması, sahənin təsnifatlaşdırılmasına müvafiq şəkildə bölünməsi idxal israflını minimuma endirir, və bu özü-özlüyündə xidmət növlərinin dəyərinin minimuma enməsinə gətirib çıxarır. Bu da dövlət tənzimlənməsi sahəsində təsirlilik yaranmağına səbəb olur. Hər bir ölkədə xarici turizmin proqressi təsirliliyinin müəyyən edilməsi ödənişlər balansına əsaslanaraq kalkulyasiya edilir. Bu halda da fəal turizm növü ilə passiv turizm nəzərdə saxlanılır.

Turizm sektorunun inkişaf etməsi ancaq coğrafi potensialla kifayətlənmir, eyni zamanda iqtisadiyyatın başqa növlərinin tərəqqisi, maddi təsirlilik qazanmaq üçün rəlaşdırılan addımlarla müəyyən olunur. İnkişaf ən çox maddi zəmanət dərəcəsi, həmçinin demoqrafik anlama da təyin olunur. Ölkədə turizmin proqressi yolunda yerli olmayan turistlərə xidmətin lazımı səviyyədə yüksək təşkil edilməsi və idarə olunması, insanların beynəlxalq və daxili turizm növlərinin inkişafına şərait yaranması nəzərdə saxlanılır. Turizm xidmətlərində edilən xərclər əvəzi tez gələn, gəlirlilik səviyyəsi çox, tərəqqisi yüksələn xətlə gedən, turist xidməti potensialının yüksək olmasına görə beynəlxalq iqtisadiyyatda kapital mübadiləsini müəyyən edən sfəralardan biri olaraq yüksək səviyyədə rəqabətə davamlılıq bacarığına malikdir. Ölkədəki tərəqqi

dərəcəsiindən asılı olan faktorlardan biri də turizmin inkişafı, həmçinin paylanması və bu sahə özünü maliyyələşdirə bilən və qazanc gətirə bilən bir sferadır. Azərbaycan Respublikasında turizmə bölgələrimizin iqtisadi tərəqqisinə yol göstərən qüvvə kimi, ümumi daxili məhsulun çoxalma hissəsi baxılır və dövlət səviyyəsində turizmlə bağlı inkişaf proqramlarında göstərilir.

Ölkəmiz iqtisadi tərəqqi artımına görə və göstəricilərinə görə bütün dünya ərazisində lider bir ölkəyə çevrilib. Neftdən ölkəmizə daxil olan bütün gəlirlər Azərbaycanda pulun, kütləsin bir neçə illər ərzində dəfələrlə artmasına səbəb olmuşdur. Neftin bizə qazandırdığı gəlirlərin səmərəli şəkildə istifadə olunması gələcək dövrlərdə Azərbaycanı hədsiz qüdrətli bir dövlətə çevirə biləcəkdir. Əlbəttə ki, bunu əldə etməkdən ötrü neftdən başqa digər sektorların inkişafı da həmçinin çox böyük önəm daşıyır. Bu da bizim qarşımızda mühüm, ciddi, həm də həllinin çox vacib olduğu mövzuları qoyur. Hər birimizin bildiyi kimi artıq dünya ölkələrində çox qeyri-adi və maraqlı bir meyl mövcuddur. Yəni ki, neftdən savayı digər sektorlarda info. texnologiyalar və kommunikasiya sferası və turizm sektoru öz xüsusi çəkisini çoxaltmaqdadır. Həmçinin bir çox ölkələrdə turizm sektoru yalnız qeyri-neft sektorunda yox, ümumiyyətlə ölkədəki ümumi daxili məhsulda lider statistikaya malikdir. Turizm qazanc gətirən bir sahədir. Belə bir sadə cümlənin realda çox çətin bir izaha ehtiyacı vardır. Yəni ki, əgər hər hansı bir ərazidə resurs potensialı varsa, oraya qoyulası vəsait, məbləğ artıqlaması ilə fayda gətirəcəkdir, gəlir əldə etməyə faydası olacaqdır. Burada təbii ki, yalnızca təbii sərvətlər və həmçinin resurs təminatı nəzərdə tutulmayıbdır. Turizm sferasında da ixtisaslı peşəkar kadrların saylarının çoxluq təşkil etməsi, həm də kapital axınının təmin edilməsi iqtisadiyyatın başqa növlərində də olduğu kimi vacibdir. Hal-hazırda respublikamızda neftdən başqa kənar sektorlarda turizmi önəm daşıyan sahələrdən birinə yönəltmək çox vacib mövzudur. Bunu əldə etdikdən sonra isə, vacib məsələlərdən biri turizmin inkişafının davamlı olmasının tənzimlənməsidir. Bu istiqamətdə turizm xidməti məhsulunun formalaşması, həmçinin onun qiymətinin düzgün təyin olunması inkişafı təmin edən vacib məsələdir. Ona görə ki, məhsulu bazara çıxaran zaman onun

keyfiyyəti ilə qiyməti bir-biri ilə uyğunluq təşkil etməlidir. Əgər respublikamızda turizm xidmətinin və məhsulunun keyfiyyəti artsa, həmin vaxt qiymət dinamikasında və göstəricisində dəyişikliyin olması proqnoz edilir. İnkişaf edən dövlətlərin praktikası onu göstərir turizm sənayesi ölkə iqtisadiyyatına təsir edən effektiv sferadır. Turizm sənayesi ölkə maddiyyatının, ölkə büdcəsinin yaranmasında, ticarətin inkişafında vacib əhəmiyyətə malikdir. Ancaq turizmin mühüm rolu bunla kifayətlənmir. Bu sahənin inkişaf etməsi ölkə ərazisində, bölgələrdə işsizliyin qarşısının alır, demək olar ki, ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən hər bir sahəyə müsbət təsir edir, həmin sahələrin progressində mühüm rol oynayır. Nəzərdə saxlasaq ki, ölkə ərazisində yeni-yeni iş yerlərinin açılışı, bu səbəbdən də insanların böyük bir qisminin işlə təmin edilməsi prioritet məsələdir, deməli turizm sferası bu yöndə çox mühüm rol oynamağa qadirdir. Hər hansı adi kiçik bir turizm qurumunda da hətta azı 9-12 nəfər işləyə bilər. Bu sayda işçi qeyd olunduğu kimi xırda turizm müəssisələri üçün xarakterik cəhətdir. Böyük və orta turizm müəssisələrində isə hərdən işçilərin sayı 160-210 nəfərə qədər də ola bilər. Hal-hazırda ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən istirahət və turizm komplekslərində, mehmanxanalarda minlərlə, yüzlərlə işçi xidmət göstərir.

Turizm sahəsindən əldə olunan gəlirlər və həmin gəlirlərin mütənasib şəkildə paylanması, turizmin inkişaf etməsinə maneçilik edən maliyyə məsələlərinin həll olunması, turizmdə maaş qaydasının düzgün şəkildə qurulması və tənzim olunması, turizm xidməti və məhsulunun hesaba alınması, turizm sahəsində investisiya mövzuları və ümumiyyətlə turizm sahəsinin ölkələrin iqtisadi mühitindəki maddi və maliyyə əhəmiyyətli məsələlərinin təhlil olunması turizm sferasının maddi məsələlərinin nəzəri əsasını təşkil etməkdədir.

Turizmə maliyyə dəstəyi dövlət tərəfindən və özəl qurumlar tərəfindən edilir. Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi də görməli-gəzməli, turizm potensialına malik olan yerlərə maliyyə dəstəyi verməkdədir.

Ölkəmizdə turizm sahəsi üzrə məşğul olmaq istəyində olan şəxslər üçün ölkə tərəfindən lazımi şəraitin yaranması turizmin tərəqqisinə müsbət təsir

göstərən əsas amillərdən biridir. Dövlət fəaliyyət göstərən hər bir sahəyə öz qayğısını müxtəlif formalarda, ölçülərdə göstərə bilər. Bunlardan ən vacibi kimi dövlət ölkə ərazisində turizm sahəsi ilə məşğul olmaq istəyənlərə maddi yardım göstərə bilər. Belə tipli dəstək şərti şəkildə yardım adlandırılır, əslində isə burada dövlət sahibkarlar ilə güzəştli formada şərtlər daxilində kreditlər ayırmalıdır, həmçinin yeni turizm fəaliyyətinə başlayan iqtisadi qurumlara öz vergi siyasətində vacib mövzuları nəzərdə saxlamalıdır.

3.3. Turizm fəaliyyətinə investisiyaların cəlb olunması perspektivləri

Dövlətin nəzarətedici rolunu regional və turizm maraqlarının qarşılaşmasında həll yoluna qoyur. Nəzarətedici istiqamətlər istehlak, bazaraçıxarma, bölgü və bölgələrdə istehsal sferasına yönəldilir. Məhsul istehsalının çoxalması üsulu ilə ölkə qazanclarına aid olan vergi sistemini çoxaltmaq və bölgədə insanların qazancını artırmaq hədəfini qarşısına qoymuşdu. Bazar qaydalarına müvafiq məşğuliyyət formaları istehsal metodu ilə yaranır. İnfrastruktur məsələlərini həll yoluna qoyan amillərdən biri də istehsalın tərəqqisidir. Daha dəqiq desək, turizmin tərəqqisi bölgələrdə aqronomiyanın, təbii resursların, həyət təsərrüfatının, yerləşmə müəssisələri tikintisini inkişaf etməsinə təsir göstərir, ölkə büdcəsi köməyi ilə və ya kredit almaq-vermək metodu ilə birbaşa olaraq bu kimi sferaların tərəqqisinə müsbət təsir göstərir, onların maddi mənbələrinin qurğularla təchiz edilməsinə kömək edir onu təşkil edir.

Dövlət büdcəsindən ildə 10.000.000 AZN-ə qədər vəsait kiçik və orta sahibkarlar üçün ayrılmaqdadır. Burda məqsəd sahibkarlara kömək etməkdir. Bununla da dövlət vergi formaları ilə regionlarda yaşayan yerli əhalinin fərdi qazanclarının yaranmasına köməklik edir. Sosial yardım bölgələrdə yaşayan kasıb ailələrin miqdarı, onların hər adama düşən mənfəətin dərəcəsi ilə dəyərləndirilir. Hər adama düşən qazanc dərəcəsi ən az miqdardan aşağıdırsa, bu səviyyəni minimum həddə çatdırmaq üçün dövlət xüsusi vəsaitlər ayırmaqdadır. Bölgənin başqa önəmli prioritet sahəsi, rolu ölkə üçün həmin bölgədə təbii ehtiyatların istifadə olunmasına imkan yaradır. İnvestisiya planları, proqramları, fondu məhz bu məqsədlə yaradılmışdır. Fondun başlıca hədəfə investisiyaya dair proqramlar təşkil etməkdir. Ölkəmiz ərazisində sonuncu üç il ərzində investisiyaya aid fond formalaşmışdır. İnvestisiya fondunun mühüm məqsədi investisiya sferalarının, həmçinin, turizmin proqressinə köməklik etməkdir. Bu fondun idarə olunma bazası ölkədə fəaliyyət göstərən qazancın, mənfəətin yüksək olmasıdır. Beynəlxalq turizm formasının idarəsi beynəlxalq səviyyədə məkan,

həmçinin firma dərəcəsində baş verir. Beynəlxalq səviyyədə turizm menecmenti üçün qavrayışlı profillər işlənir, turizmdə sahibkarlığa təkan verən maddi mənbələr müəyyənləşdirilir, turizmdə millətlərarası münasibətlər və dövlət daxilindəki investisiyaya aid mənbələr araşdırılır. Turizmin tərəqqisində yerli qurumların, təşkilatların, bələdiyyələrin, nazirlik kimi ümdə qurumun vəzifələrini müəyyənləşdirən qanun layihələri nazirlər kabinetinin tərəfindən şərait və normalar tətbiq olunmaqdadır. Turizm sferasının təhlükəsizliyi, turistlərin qidalanma, həmçinin məişət mühitinin yaxşılaşdırılmasına görə həyata keçirilmiş rejim, həmçinin mühafizə, rüsum, təhlükəsizlik məsələləri global mərhələdə həll olur.

Turizm sahəsinin idarə olunması dövlət səviyyəsində dövlətə xas mexanizmlər və beynəlxalq həddə tələblərə uyğun olaraq qəbul edilmiş qanun proqramları, müqavilələrdən, anlaşmalardan istifadə edilir. Turizm sektorunun inkişaf etməsinin kompleks yanaşılma metodologiyası bu sahəylə bilavasitə bağlı olan başqa sahələrin, həmçinin tikintinin, sənayenin, ekoloji layihələrin, kənd təsərrüfatının, regionların, mənzil şəraitinin yaxşılaşması naminə aidiyyəti üzrə qurumlar tərəfindən infrastruktur proyektləri hazırlanılır. Demək olar ki, hər bir bölgədə bol məhsul verən qüvvələrin yerləşdirilməsi üçün tələbin genişləndirilməsi məqsədi ilə ölkə rəhbərliyi investisiya və kapital layihələri işləyib hazırlayır. Turizm sektorunun tərəqqisinin, onun bölgə təminatının başlıca istiqaməti daxili və xarici investisiyanın cəlb edilməsinə yaradılmış şəraitdir. Buna görə də respublikamızda sahibkarlıq mühiti, kapital fondu və bölgələrin sosial-iqtisadi tərəqqisi üçün ayrılmış dövlət vəsaiti turizm sahəsinin ölkə siyasətinin formalaşmasına kömək edir. Təbii ehtiyatlara dayanan sahibkarlıq bu təbii ehtiyatların hasilatı üçün kənara qoyulan vəsaiti tələb etməkdədir.

Gəlirin böyük bir payı vergi, gömrük və ödənişlər metodu ilə ölkənin büdcəsinə, eyni zamanda şəxsi büdcəyə daxildir, başqa bir payı maaş xərclərini, daha başqa hissəsi də yenilik, maddi baza, mehmanxana fəaliyyəti, infrastruktur tikililərinin qurulmasına istiqamətlənir. Turizm sferasında ilk mərhələdəki fəaliyyət növünə görə tikililərin, yolların təchizatı mühüm deyildir, çünki

bölgədə uzun müddət əmələ gəlmiş komplekslərdən istifadə olunması metodu ilə idarə etmək olar. Bu səbəbdən də sahibkarlıq dövlət tərəfindən xüsusi icazə aldığında ətrafındakı infrastrukturdan, imkanlardan istifadə etmə üsullarını qarşıya qoyur, kirayə ödənişini müəyyənləşdirir, eyni zamanda müvafiq olaraq bu yöndə gəlir-xərclərini təyin edir.

Turizm ölkədə mövcud olan təbii resurslardan, tarixi-memarlıq komplekslərindən, abidələrdən çox asılıdır. Əlbəttə ki, bu şəraitdən həm turizm məqsədi ilə istifadə edilir, həmçinin başqa hədəflər üçün də səmərəlidir. Turizm sahibkarları içərisində maliyyə baxımından başlıca istək prinsipi oxşar xərclərdə fərqli gəlirlər qazınmaq bacarığı inkişaf edir. Bunla birlikdə dotasiyaların verilməsi yaxud da uzun müddətə tikili infrastrukturu ilə bağlı projelərə qoyulan pul vəsaitlərinə kredit verilməsi sahibkarlıq sahəsinə meyli formalaşdırır və öz spesifik vəsaitlərini buraya istiqamətləndirməyə vadar edir. Bütün sahibkarlar öz spesifik vəsaitləri ilə birlikdə başqa vasitələrdən, başqa dotasiyaların pul yardımından turizm sferasına cəlb olunmasına şərait yaradır.

Əlbəttə ki, bunun kimi aqronomiya münasibətləri, əsl qanunlar, kontraktlar və qazancların səmərəli ayrılması məqsədilə təmin edilir.

Səviyyəsi dövlət düşən əgər gəlir tələbat, aşağıdırsa qaldırmaq minimumuna adambaşına bu ehtiyac səviyyəni vasitələr minimumundan üçün ayırır. Prioritet istifadəsinə digər əsas, dövlət fəaliyyəti funksiyası üçün regionun regionda resursların həmin yaratmaqdır şərait. Məhz bu səbəblə proqramlar, fondların əsası qoyulmuşdur. Proqramın başlıca vəzifəsi investisiya planlar təşkil olunmasıdır. Respublikamız ərazisində axırıncı üç il çərçivəsində fondlar yaranmışdır. Fondun ən başlıca məqsədi turizmin adi olduğu sahələrin, həmçinin turizm sferasının proqressinə köməklik göstərməkdir. İnvestisiya fondunun planlama mənşəyi ölkə ərazisində mövcud olan qazancın yüksək olmasıdır.

Turizm sektorunun genişlənməsi üsulu kimi xarici səyahətçilərin artması, regional və həmçinin daxili turizm sahəsinin inkişaf etməsi, ən çox təbii ehtiyatlara əsaslanan, həmçinin bütün mənşələr hesabına kapital yönümlü turist fəaliyyətini genişləndirmək, ölkədə turizmin inkişafına xidmət edən prioritet

istiqamətdi. Ölkənin sosial və iqtisadi istiqamətinin, regionların hərtərəfli inkişafının modern şəraitdə sahibkarlıq, integrasiya fəaliyyətinin əsas yönü olaraq turizm xidmətinin artması, turizm sektorunun iqtisadi artmada əhəmiyyətinin yüksəldilməsi və iqtisadi inkişafda mövqeyinin müəyyən olunması əsas istiqamət kimi vaciblik daşıyır.

Turizm sahəsi üzrə əldə etdiyimiz gəlirlər, bu qazancın proporsional formada bölünməsi, turizmin tərəqqisinə maneçilik törədən maliyyə mövzularının həll edilməsi, turizmdə maaş sisteminin düzgün formada yaradılması və tənzim edilməsi, turizm məhsulunun dəyərinin hesablanması və turizm sferasının dövlətlərin iqtisadi sistemindəki maddi və maliyyə yönümlü məsələlərin təhlil edilməsi turizmin maliyyə mövzusunun əsasını təşkil edib.

Ölkə iqtisadiyyatının mühüm tərkib hissəsi hesab olunan turizm sferasına daxil edilən qurumların da az bir müddət ərzində öz maliyyə sistemində dünyada qəbul edilən beynəlxalq standartların tətbiq olunması turizm sahəsinin gələcəkdəki uzunmüddətli inkişafı cəhətdən mühüm önəm kəsb etməkdədir. Bu kimi standartların tətbiq edilməsi, həmçinin maliyyə hesabatlarının belə standartlar üzrə qeyd edilməsinin bir çox üstün xüsusiyyətləri var. Xüsusilə də Azərbaycana son vaxtlar yönəldilən kapital və investisiyaların artması çərçivəsində turizm tərəfindən böyük imkanları olan regionlarda yerləşmiş, bir o qədər də yüksək şəkildə fəaliyyətdə olmayan turistik obyektlərə beynəlxalq maliyyə axınının istiqamətlənməsinə imkan yarana bilərdi. Doğrudur, hal-hazırda ölkəmiz ərazisində turizm sferasına daha artıq yerli kapital yatırılmaqdadır, həmin investisiyalar da ən çox paytaxt şəhər olan Bakıda, ona yaxın olan ərazilərdə həyata keçirilməkdədir. Eyni zamanda, yatırılmış investisiyalar böyük etibarilə yeni-yeni turizm şirkətlərinin, qurumlarının, obyektlərinin tikilişi, inşası ilə əlaqəlidir. Demək olar ki, fəaliyyətdə olan obyektlərin bərpa olunmasına az hallarda investisiya yönəlir. İstənilən zaman ölkə ərazisində fəaliyyətdə olan müəssisələrdə və təşkilatlarda mühasibat və uçot sahələrində kütləvi qaydada beynəlxalq standartların əməl olunması turizm sferası üçün də çox yararlı olacaq.

Turizm məhsulunun, xidmətinin dəyərinin hesaba alınması, ona ümumi

bazara uyğun gələn qiymətin təyin edilməsi, onun bu qiymətlə uzlaşdırılması turizm fəaliyyətinin vacib tərkib hissəsini təşkil etməkdədir. Xidmət sferasının öz spesifik cəhətlərini özündə birləşdirən turizm sferası mürəkkəb qiymət yaratma prosesinə malik sahədir. Yekun mərhələdə müştəriyə paket halında çatdırılan turizm xidməti məhsulu özü-özlüyündə bir çox fərqli pillələrdən ibarətdir. Bu pillələr üzrə olan məhsulların və xidmətlərin qiymətinin formalaşması müxtəlif mühitlərdə baş verir. İlk nəzərdən sadə görünən bu mərhələ əslində özlüyündə çətin prosesləri əhatə etməkdədir. Yüksək gəlirli fəaliyyət göstərməyi planlayan hər hansı bir qurum üçün bazara təklif olunan turizm xidməti məhsulunun qiymətinin hesaba alınması mühüm rol kəsb edəcəkdir. Məsələn, paytaxt Bakının mərkəzində 4 ulduzlu hansısa butik otel üçün qiymətin təyin olunması zamanı rəhbər şəxs bir çox məsələləri nəzərdə saxlamalıdır ki, onun fəaliyyəti gəlir gətirən olsun. Adətən bu cür otel şəbəkələrində işçi kollektivi 12-15 nəfər təşkil edir, əgər hal-hazırda otel biznesində olan yüksək əməkhaqqı ilə hesablasa, burda işçi heyətinin bir aylıq maaşı təxminən 2000 (iki min) manat təşkil edəcək. Əlbəttə ki, ən çox nəzərə alınması an bu tipli butik otelin icarəyə verilməsi və yaxud da şəxsi mülk olub-olmadığı ilə əlaqəlidir. Kirayə qiymətini ümumi qiymətləri nəzərə almaqla 4500 manat götürə bilərik. Amma əgər otel şəxsi bir mal-mülkdürsə bu halda yatırılan kapitalın da nəzərə alınması mühümdür. Burda da əsas iki istiqamətə uyğun olaraq bu hesablama nəzərə alınmalıdır. İlk olaraq onu deyək ki, şəxsi mülkün yaxud da mehmanxananın bir tikili kimi alınması mümkündür və onun aksiyalaşdırılması aparıla bilər. Sonrakı və daha geniş yayılan forma da otel şəbəkəsinin əvvəldən başlanaraq inşa edilməsi, həmçinin onun inventarlar ilə təmin edilməsidir. Hər bir hallarda obyektə yönələn investisiya 2 mənbə vasitəsilə götürülür. İnvestisiya verən şəxsin özünün özəl maddi mənbəyi, yaxud da banklardan və başqa kredit verən şirkətlərdən əldə etdiyi pul məbləği olur. Hal-hazırda göstərilən nümunədə obyekt icarəyə götürülmüşdür və buraya kirayəyə götürən fiziki şəxsin tərəfindən mehmanxanaya edilən bütün investisiya kirayə haqqından çıxarılır.

Hər bir iqtisadi sahənin inkişafı və sonrakı illər üçün stabil tərəqqinin təmin

olunması baxımından həmin sahəyə yönələn investisiyanın böyük əhəmiyyəti var. Bütün dünyada turizmi inkişaf edən ölkələrin praktikasını onu göstərir ki, turizm sferasına qoyulan investisiya az bir vaxt ərzində özünü doğruldur, turizm xidmətinə hər il qlobal məkanda artan tələb bu sənaye sahəsinin stabil inkişafına təminat verməkdədir. Turizm sənaye sahəsi digər sosial və iqtisadi sahələrlə bilavasitə bağlı olduğuna görə bu sahəyə yönələn investisiya yalnız turizmin tərəqqisi üçün yox, həmçinin ölkənin iqtisadi-sosial inkişafı üçün öz pozitiv nəticələrini verə bilər. Həmçinin, digər sferaların inkişafı da turizmin tərəqqi prosesini sürətləndirir. Respublikamızda son vaxtlar yol sisteminin əsaslı şəkildə bərpa edilməsi və təzə yolların hazırlanması ölkəmizdə turizm sektoru üçün demək olar ki, müsbət nəticə verir. Həmin bir sahəyə yönələn investisiyanın səmərə verməyi həmin bölgədə münasib və əlverişli investisiya şəraiti ilə əlaqədardır. Turizm sferasının maliyyə problemlərində investisiyanın idarə edilməsinin sərfəli olması hər nə qədər idarə edən şəxslərdən asılı olsa da, bir o qədər də ölkənin qanunvericilik sistemində olan qanunların dəqiqliyindən, səlisliyindən, yararlılığından, mükəmməlliyindən və ölkənin hər bir idarəetmə mexanizmasının dəqiqliyindən asılı olmaqdadır. Bu cür olan təqdirdə qabaqcadan doğru proqnoz edilərək reallaşdırılan investisiya layihələri öz bəhrəsini verəcək, bu da yekun olaraq ölkədə ərazisindəki beynəlxalq normalarla və standartlarla uzlaşan turizm obyektlərinin miqdarının çoxalmasına gətirib çıxaracaq. Bu hal da turizm sahəsinin tərəqqisinin nəticəsi kimi ölkəyə gələn xarici turistlərin sayının çoxalmasına səbəb olur.

Bütün bu yazılanları yekun şəkildə şərh etsək, bizə aydın olar ki, həm bütün dünyada, həm də Azərbaycanda turizm sektorunun maliyyə məsələləri dünya iqtisadi mühitində cərəyan edən sosial-iqtisadi proseslər ilə bilavasitə bağlıdır. Əgər praktiki baxımdan bu özlüyündə təbii prosesləri, iqtisadi-siyasi qanunları, əhatə edəcəksə, nəzəri aspektdən turizm sahəsi qlobal aləm iqtisadiyyatının mühüm tərkibi olaraq burada baş tutan hal və hadisələri özündə ehtiva edir. Hər bir yön özü-özlüyündə turizmin fərqli maliyyə məsələlərini əhatə etdiyinə görə burada nəzəri baxımdan toxunulan məsələlərin çox geniş şəkildə izahını verməyə

şərait olacaq.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqat işinin əsas məzmunu, qoyulan məsələlərin təhlili metodları və həlli yolları müvafiq olaraq nəzəri-metodoloji və praktiki məsələlər üçün konkret nəticələr əldə olunmasını və təkliflər formasında təkmilləşmə istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizm bazarı üzrə münasibətlər regional və funksional vəzifələri həyata keçirərək yeni təsərrüfatçılıq fəaliyyəti, maddi istehsal və istehlak sferasının müvafiq integrasiya elementi kimi müəyyən edilir. Turizm öz mahiyyətinə görə sosial-iqtisadi, eləcə də, sahə fəaliyyəti kimi mürəkkəb çoxsahəli və çox istiqamətli nəticələrinə görə fərqlənən bir prosesdir. Turizmin inkişafı dinamik, müxtəlif amillər və sosial-iqtisadi, regional əhəmiyyət kəsb edən göstəricilər və istiqamətlər üzərində qurulur. Respublikamızda son zamanlar yüksək iqtisadi inkişaf, neft sənayesindən daxil olan gəlirlər, sosial infrastruktur, eləcə də, ictimai-iaşə obyektlərinin inkişaf etdirilməsi və təkmilləşdirilməsi, ölkədə olan dinamik inkişaf istiqamətləri turizm sahəsində mövcud potensial kimi turizmin zəruriliyini və obyektivliyini şərtləndirir.

Turizm bazarının məhsulu və bu məhsulun ümumi daxili məhsulda yeri, region üzrə sosial inkişaf rolu ilə müəyyən edilir. Turizm məhsulu il ərzində turist sahələri və onların infrastruktur bazasının ümumi həcmi, yerli və xarici əhaliyə göstərilən xidmətin həcmi, onun strukturunun səmərəliliyi ilə ölçülür.

Tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, Respublikada turizmin inkişafının səciyyəvi xüsusiyyətləri və meylləri vardır. Bu xüsusiyyətlərə aşağıdakılar aiddir:

- Turizm potensialının iqtisadi vəziyyətinin, eləcə də təbii potensialın əlverişli olması, turizmin respublikada islahatlar üzrə başlıca rola malik olması;

- Regionlarda turizmin inkişafı üçün vacib məqsədlərin və müvafiq resursların təsnifatı ilə regionlarda sosial-iqtisadi inkişafın təmin edilməsi;

- Turizmin inkişafında xarici ölkələrin investisiya qoyuluşlarını və əhalinin xüsusi vəsaitlərinin turizm sahəsinə cəlb edilməsinə stimül yaradılması;

Turizmin inkişafı coğrafi-iqtisadi və təşkilati amillər daxil olmaqla onların təhlili və proqnozunun müvafiq spesifik istiqamətlərini yaradır. Elmi-texniki imkanlar, motivləşdirmə eləcə də, müxtəlif növ sahibkarlıq formalarının inkişaf etdirilməsi tədbirləri ilə turizm potensialından müvafiq qaydada istifadə etmək olar.

Turizmin inkişafında resurs potensialının formalaşmasında əsas mexanizmlər dövlət, əhali və sahibkarların fəaliyyətinin gəlirləri, onların istifadəsi ilə müəyyən edilir. Respublika üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi, təkmilləşdirilməsi və stimullaşdırılması məqsədi ilə turizmin kapital yönümlü istiqamətləri, eləcə də, məşğuliyyət sahələrinin yeni istiqamətləri yaranır.

Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının inkişafının mühüm sahələri regionlar, həmçinin turizm növləri üzrə ümumilikdə aşağıdakı kimi təsnif edilə bilər:

Dağ turizminin inkişafı, idman və istirahət məqsədi ilə bir neçə günlük səyahətlərin təşkil edilməsi;

Gəncə, Naxçıvan, cənub rayonları, Bakı şəhərində yerli əhali üçün dini turizmin inkişaf etdirilməsi;

1.İşgüzar səfərlər, tarixi abidələrlə tanışlıq məqsədilə turizm infrastrukturu obyektlərinin, eləcə də tarixi-mədəniyyət abidələrinin qorunması, istifadəsi və inkişaf etdirilməsi;

2.Müalicə və sanatoriya-kurort istiqamətli turizm sahələrinin, həmin istiqamətli müəssisə və obyektlərin inşası, onların inkişaf etdirilməsi və bu yolla daha çox turist qəbulunun reallaşdırılması;

3.Regionlarda yeni-yeni iş yerlərinin açılması, yeni turizm obyektlərinin inşası, buraya ixtisaslı və peşəkar işçi heyətinin cəlb olunması, qeyd olunan sahibkarlara və həmin müəssisələrə dövlət dəstəyinin verilməsi, maliyyələşdirmə, kredit vermə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi ilə bu sahədə mühüm inkişafa nail olunması.

Azərbaycanda turizm bazarının rayonlar, bölgələr üzrə inkişafının

sürətləndirilməsi istiqamətində qeyd edilən müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsini təklif etmək olar:

Xidmət sahəsində, xarici turistlərin ölkəyə gələrkən rəsmiyyətçilik, sənədləşmə, göndəriş və s. kimi proseslərin daha sadə yolla həyata keçirilməsi üçün kompleks servis xidmətlərinin təsis edilməsi məqsədəuyğundur.

1.Rayonlarda turizm obyektlərinin həm keyfiyyət, həm xidmət, eləcə də digər cəhətlərdən beynəlxalq standartlara cavab verməsi üçün bu istiqamətdə tədbirlə planı hazırlanmalı və işlər görülməlidir;

2.Mühüm infrastruktur, yollar, xidmət məntəqələri, bank filiallarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi istiqamətində daha çevik tədbirlər görülməlidir;

3.Mövcud turizm marşrutları üzərində olan yollarda olan müvəqqəti istirahət obyektlərində keyfiyyət, xidmət səviyyəsi təkmilləşdirilməlidir;

4.Mümkün olduğu dərəcədə turizm bazası sferasında mütəxəssislərin, peşəkar işçilərin digər keyfiyyətlərlə yanaşı, mükəmməl dil bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi, bu barədə mühüm addımlar aparılması zəruri hesab edilərək müntəzəm şəkildə turizm obyektlərində, otel və digər müəssisələrdə mövcud personal üçün hazırlıq kursları, seminarların keçirilməsi, onların həmin sahədə sertifikatlaşdırılması planları nəzərdə tutulmalı və həyata keçirilməlidir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyatlar

- 1. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu.**
2. “Turizmin menecmenti”. Bahadur Bilalov. Bakı-2005, Mütərcim Nəşriyyatı
3. “Turizm”. Siyavuş Yeganlı, Emin Hacıyev, Bakı-2006
4. “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi”. Bahadur Bilalov, Bakı-2006
5. “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi”. Bahadur Bilalov, Bakı-2006
6. “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi”. Ə.Q.Əlirzayev
7. “Turizmin əsasları”. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva. Bakı, 2007.
8. “Xidmət sahələrinin kommersiyası”. İradə Vəliyeva.
9. İnternet mənbələri:
10. www.diskurs.az
11. www.turizm.az
12. www.stat.gov.az.