

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

İSMAYİLOV PƏRVİN BƏHRUZ OĞLU

(MAGİSTRANTIN A.S.A)

**«TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAF PROBLEMLƏRİNİN
HƏLLİNDƏ ROLU»MÖVZUSUNDA**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı “060404 “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: “Turizmin iqtisadiyyatı”

Elmi rəhbər:

i.e.n., dos .Qurbanova F.Ə

Magistr proqramının rəhbəri:

i.e.n.,dos.Namazəliyev Ə. H.

Kafedra müdiri i.e.d.,prof.Əlirzayev Ə.Q.

BAKİ - 2017

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3
FƏSİL I: TURİZMİN İNKİŞAFININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ	
PROBLEMLƏRİ	
1.1.Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və problemləri.....	5
1.2. Turizmin tədqiqinin metodoloji aspektləri.....	13
1.3.Turizmin Azərbaycan Respublikasında seqmentləşməsi və inkişafının potensial imkanları.....	21
FƏSİL II: TURİZMİN İQTİSADI VƏ SOSIAL ROLUNUN ƏSAS	
İSTİQAMƏTLƏRİ	
2.1. Turizmin kiçik sahibkarlıqda rolunun təhlili.....	30
2.2.Turizm və sosial-iqtisadi inkişaf	39
2.3.Xüsusi maraq turizmi və onun sosial iqtisadi inkişaf göstəriciləri	47
FƏSİL III: AZƏRBAYCAN TURİZMİNİN TƏŞKİLİNİN	
TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİMƏSİ	
3.1.Azərbaycan Respublikasının turizm potensialının istifadəsinin perspektiv istiqamətləri.....	56
3.2. Turizmin sosial-iqtisadi inkişafda rolunun qiymətləndirilməsi və planlaşdırılması	63
3.3. Turizmin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi.....	71
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	77
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	79

Giriş

Mövzunun aktuallığı - Müasir dövrdə turizm iqtisadiyyatın mühüm bir sahəsi kimi öz mövqeyini tutmuşdur. Müxtəlif ölkələrin (ÜDM) ümumi daxili məhsulunda əhəmiyyətli bir paya sahib olub, neft hasilatı və maşınqayırma sənayesi ilə rəqabətə girmişdir. O, əhali məşğulluğuna da müsbət təsir edir.

Özünün zəngin milli –mədəni irsi , tarixi abidiləri , meşələri, çimərlikləri ilə öyünən Azərbaycanımızda da orijinal turizm məhsulu yaratmaq olar. Dünyada hər səkkiz işçidən birinin turizm sahəsində işləməsi turizmin çox əmək tutumlu, yüksək əmək haqqı səviyyəsi ilə seçilməsi də onun üstün cəhətlərindən biridir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, respublikamızda turizm yoxsulluğun azaldılmasında, əhali köçlərinin, xüsusən ucqar kəndlərin boşalmasının qarşısının alınmasında güclü bir fəaliyyət sahəsi kimi istifadə oluna bilər.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri - Turizmin inkişafı öz imkanlarını turistlərə təklif olunan turizm məhsullarından götürdüyünü nəzərə alsaq, turizm məhsulunun inkişafı üçün lazım olan tədbirlərin həyata keçirilməsi, eyni zamanda yüksək səviyyəyə çatdırılması əsas tədqiqatlardan biri olmalıdır.

Bu elmi tədqiqatın vəzifələri - turizm məhsulunun inkişafı, yerli turizm məhsullarının satılmasından əldə olunan gəlirlərin, eyni zamanda digər sənaye sahələrinin də inkişafına müsbət təsir göstərmiş olar. Bu da öz növbəsində ölkəmizdə əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına və işsizlik problemlərinin aradan qaldırılmasına yardımçı olar.

Tədqiqatın predmeti və obyektı - Tədqiqatın predmeti müasir şəraitdə turizm sənayesinin tərkib hissəsi kimi turizm məhsulunun əhəmiyyətidir. Obyektı isə - müxtəlif turizm şirkətləri və onların xidmətləridir.

Elmi yeniliyi - turizmin sosial-iqtisadi inkişaf problemlərinin həlli yollarının müəyyən edilməsi: turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti açıqlanır, konseptual inkişaf istiqamətləri əsaslandırılır; turizmin strateji planlaşdırılması; marketing xüsusiyyətləri və turizm potensialının təkmilləşdirilməsi və perspektiv inkişaf istiqamətləri verilir.

Tədqiqatın informasiya bazası- Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, İqtisadiyyat və sənaye, Mədəniyyət və Turizm nazirliklərinin materialları, Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatları, habelə müəllifin şəxsi müşahidələri təşkil edir.

Praktiki əhəmiyyəti- İşin praktiki əhəmiyyəti çox böyükdür. Belə ki, aparılmış təhlil iqtisadiyyatla turizm arasındakı qarşılıqlı əlaqələrə nəzər salmağa imkan yaradır və beləliklə, biz əldə olunmuş nailiyyətlər, bazar subyektlərinin daha səmərəli fəaliyyət göstərməsi imkanları, qarşıda duran problemlər və onların mümkün həlli yollarına nəzər salmaq imkanı qazamış olarıq. Burada mövcud potensialın qiymətləndirilməsi və səmərəliliyin artırılması üçün təkliflər öz əksini tapıb.

Dissertasiya işinin strukturu- qarşıya qoyulan məqsədə uyğun olaraq formalaşdırılmışdır. Dissertasiya işi girişdən, üç fəsildən , 9 yarım fəsildən və nəticədən ibarətdir.

Dissertasiya işinin birinci fəsilində turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və problemləri, turizmin tədqiqinin metodoloji aspektləri turizm məhsulunun tərkibinə daxil olan komponentlər və onların formalaşmasına təsir edən amillər öyrənilir. turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və problemləri, turizmin tədqiqinin metodoloji aspektləri, turizmin Azərbaycan Respublikasında seqmentləşməsi və inkişafının potensial imkanları turizmin Azərbaycan Respublikasında seqmentləşməsi və inkişafının potensial imkanları öyrənilir.

İkinci fəsilində isə turizmin kiçik sahibkarlıqda rolunun təhlili, turizm və sosial-iqtisadi inkişaf, xüsusi maraq turizmi və onun sosial iqtisadi inkişaf göstəricilərindən söhbət açılır.

Üçüncü fəsildə Azərbaycan turizminin təşkilinin təkmilləşdirilməsi məsələlərinə baxılmışdır.

Bu fəsildə Azərbaycan Respublikasının turizm potensialının istifadəsinin perspektiv istiqamətləri, turizmin sosial-iqtisadi inkişafda rolunun qiymətləndirilməsi və planlaşdırılması və turizmin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi haqqında geniş məlumat verilmişdir.

FƏSİL I: TURİZMIN İNKİŞAFININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ PROBLEMLƏRİ

1.1.Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və problemləri

Turizm ölkənin sosial-iqtisadi və intensiv inkişafında əsas prioritet istiqamətlərdən biridir. [<http://diskurs.az/category/turizm/>]

Regionlarda turizmin inkişafı həmin regionların və respublikanın sosial-iqtisadi inkişafının tərkib hissəsi olmaqla daxili, xüsusi və mərkəzləşdirilmiş resurslara əsaslanır. Eyni zamanda, regionun iqtisadi inkişafında, yoxsulluq səviyyəsinin azaldılmasında və ölkə büdcəsinin vergi daxilolmalarının artmasında mühüm rol oynayır. Turizm sferası iqtisadi inkişafı ilə paralel formalaşır və inkişaf edir. Xarakterik xüsusiyyətlərinə görə yerli özünüidarəetmə orqanları turizm sektorunun inkişafında mühüm həmiyyət kəsb edir.

Tədqiqat işində öncə Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti, onun sosial-iqtisadi mahiyyəti, rolu və problemləri tədqiq ediləcək.

Məlum olduğu kimi, hal-hazırda ölkə iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun inkişafına xüsusi yer verilir.İndiki şəraitdə Respublikamızda ölkə iqtisadiyyatının diversifikasiya baxımından turizm əsas sahələrdən biri hesab edilir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında qeyri-neft sektorunun, o cümlədən turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirilir: «Konsepsiya çərçivəsində turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, beynəlxalq standartlara uyğun turizmin xidmət sferasının genişləndirilməsi, sağlam rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və ümumi daxili məhsulda payının artırılması istiqamətində tədbirlər nəzərdə tutulur. Turizmin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə bu sahə üçün qanunvericilik və standartlar təkmilləşdiriləcək, Xəzərin turizm potensialından tam şəkildə istifadəsi üçün mühüm tədbirlər görülməli, bölgələrdə turizm fəaliyyəti stimullaşdırılacaq, informasiya təbliğat işi gücləndiriləcək, milli, tarixi-mədəni, sosial-iqtisadi və

təbii xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla turizmin digər növləri müvafiq turizm marşrutları yaradılmaqla təşviq ediləcəkdir.

Turizmin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının sosial və iqtisadi cəhətdən inkişafı ilə nəticələnir.[7, səh 11]

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və inksafının son nəticələri sosial problemlərin həlli- yeni iş yerlərinin açılması, regionlarda infrastrukturun genişlənməsi, turizm potensialından istifadə edilməsi üçün mühüm rol oynayır, regionlarda əhalinin məşgullugu üçün şərait yaradır, kənd turizminin inksafına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı və sənaye məhsullarının alıcısı artır, gəlirlər çoxalır, nəqliyyat və infrastruktur sahələri genişlənir.

Turizm sferası müasir dünyanın global əhəmiyyətli sosial-iqtisadi əlaqələrini tənzimləyən, ölkələr və xalqlar arasında qarşılıqlı, sıx münasibətlər yaradan, biznes maraqlarını genişləndirən bir sahədir.

Dünyada turizm xidmətinin inkişafına dövlətlər və sivilizasiyalar səviyyəsində böyük maraq göstərilir. Bu baxımdan da, müasir şəraitdə beynəlxalq maliyyə qurumları və təşkilatları turizmin inkişafına öz maraq və diqqətlərini artırırlar. Turizm sferası əmək tutumlu sahə olub, kiçik və orta sahibkarlığın(KOS) inkişafı üçün perspektivlər açır.

Turizmin sosial-iqtisadi inkişafından danışarkən onun infrastrukturunu xüsusi qeyd etmək lazımdır. Bu sahənin infrastrukturunu onun sənayesinin fəal iştirakı və turizm resurslarından səmərəli istifadə olunmasını zəruri edir, eyni zamanda məcmuu şərtlər kimi nəzərdə tutulur. Yəni turizmin infrastrukturunu – turizm məhsulunun istehsalının kompleks, sistemli təşkili, yaxud mehmanxana və digər yerləşdirmə-yerdəyişmə, nəqliyyat xidmətlərinin, ictimai iaşə, əyləncə obyektləri və vasitələrinin, tanış olma, idrakı, iş-peşə, sağlamlaşdırma, idman və digər təyinatlı obyektlərin, turoperator və turagent fəaliyyətini həyata keçirən ixtisaslaşdırılmış müəssisə və təşkilatların,eyni zamanda ekskursiya və bələdçi, bələdçi-tərcüməçi xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur.

Turizmin fəaliyyəti onun məhsulu ilə ölçülür. İl ərzində gəlmə və getmə turistlərin sayı turizm fəaliyyətini planlaşdırır. Turizm fəaliyyəti, mövsümü və məhsulun növü üzrə planlaşdırılır.

Turizm sahələrarası fəaliyyət növüdür. Onun kənd təsərrüfatı, sənaye potensialı əhali və dövlət mexanizmləri ilə idarə edilməsi, sahələr arasındakı əlaqəsini formalaşdırır.

Turizm iqtisadi və sosial sahədir, onun inksafı iqtisadi inksaf deməkdir. İqtisadi potensial, təbii sərvət və kommersiya maraqları turizmin inkisafını zəruriləşdirir. Turizmin inksafı iş yerlərinin açılması, kənd əhalisinin məşgulluğu və sosial infrastrukturun inksafına şərait yaradır.

İqtisadiyyatın strukturunda turizmin rolunun artırılması vəzifəsinə dövlət siyasəti kimi baxılır. Turizm sferasının inkişafında onun inkişaf modellərindən istifadə edilir.

Turizmin inkisaf modellərinin vəzifəsi - kompleks qarşılıqlı əlaqədə olan sahə, ərazi funksional məqsəd və vəzifələr kəsb edir. Onun təsviri, perspektivliliyi konseptual inkisaf, resuslar və texnologiyalar hesabına bas verir. Sahələrin turizmə təsirini qiymətləndirmək üçün onun modeli, girişi, çıxışı və əlaqələri riyazi funksional modellərlə təsvir olunur.

Turizmin inkisafının modelləri kompleks, sistemli, ərazi, sahə və sahələrarası səbəb - nəticə əlaqələri ilə ifadə olunur. Onun təhlili və idarə olunması üçün riyazi üsullardan istifadə edilir. Məqsəd - məhdud resuslar və maksimum gəlirlər əldə etməkdir.

$G = X_1 Y_1$ - riyazi modeldir.

Makroiqtisadi turizm modeli - onun iqtisadi artımda və sosial inkisafda yerini və rolunu təsvir edir. Makro səviyyəli problemlərin həllində turizmin perspektivi və inksafı üçün təşkilati iqtisadi vəzifələr müəyyənləşdirir, turizmin Azərbaycanda xüsusiyyətləri açılır, onun meylləri, əsas parametrləri turistlərin, sayının artırılması yolları müəyyənləşir.

Turizmin dövlət siyasəti qanunvericilik bazasında əsas parametrləri ilə proqnozlaşdırılır.

Turizmin modelinin xüsusiyyətləri - onun coğrafi iqlimi, təbii sərvətlərlə bağlılığı xüsusi maraq turizmi, təhsil, səhiyyə, və kənd turizminin əsas əlamətləri ilə müəyyənləşir. Mövsümi turizm, təhsil turizmi, sosial risklərlə bağlıdır. Turizm insanlarla onların həyat səviyyəsi və motivi ilə ölçülür.

Turizmin regional modeli isə regional inksaf məqsədinə və onun resuslarına söykənən modeldir. Əsas məqsəd turizmin region əhalisinin həyat səviyyəsini yüksəltmək, onun ölkə iqtisadiyyatında payını artırmaq və resusların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinə təsir etməkdir. Ona görə də regionaların dövlət tənzimləməsi siyasəti inksaf modelinin əsas nəzəri metodoloji hissəsidir.

Region modeli - turizmin tətbiqi, regionun gəlirləri və xərclərini, infrastrukturunu yaratmaga yönəlir.

Turizmin sahə modeli - turizmin ayrı-ayrı növləri və funksional təyinatını daha da intensivləşdirmək, sahənin xalis gəlirlərini artırmaq, onun ümumi daxili məhsulda payını yüksəltmək və regionlarda yerləşməsinin əlverişli variantını hazırlamaq, resursların istifadəsinin həm də bölgüsünün optimal variantlarını verməkdir.

Turizmdə xidmətlərin təşkili istirahət və əyləncənin ən vacib formalarından biri kimi sosial-iqtisadi, mədəni-siyasi və kulturoloji funksiyaların yerinə yetirilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Onu da qeyd edək ki, xüsusi turizm infrastrukturuna da turizm infrastrukturunun tərkib hissəsidir. Bura turizmdə xidmət göstərən nəqliyyat vasitələri turistlərin yerləşdirilməsində xidmət göstərən müəssisələr, əyləncə müəssisələri, kurortlar, konfrans və biznes mərkəzləri və digər xidmət göstərən müəssisələr daxildir. Qidalanma xidmətləri göstərən müəssisələr və mehmanxanalar turizm infrastrukturuna aid deyildir. Çünki, bu cür müəssisələr yardımçı xarakter daşmır, birbaşa turizmin əsas funksiyasını ifadə edirlər.

Turizm xidməti mahiyyət etibarilə digər sahələrdən fərqlənir, həm də xidmətin inkişaf istiqaməti kimi xeyli üstünlüklərə malikdir və bunlar aşağıdakılardır:

- Turizm xidmətlərinə qoyulan kapital qısa müddət ərzində öz bəhrəsini verir, həm də qoyulan sərmayə geniş dövr etmə qabiliyyətinə malikdir. İqtisadi baxımdan turizmin cəlbediciliyi xidmət sahələrinin durmadan yüksəlməsinə qoyulan vəsaitin az bir müddətdə özünü doğrultması və gəlirin konvertasiyası mümkün olan valyuta şəklində alınmasıdır.

- Turizm xidməti insanların tələbatına cavab verən, istirahətini təmin edən, sağlamlığını qoruyan və onu yüksək mədəniyyətə cəlb edən amildir. Turizm insanpərvərlik xüsusiyyətinə malik olub, insanın mədəni irsini qoruyub saxlayır. Turizm tarixi-mədəni abidələrin qorunub saxlanmasına və təmirinə xeyli miqdarda vəsait ayırır, yolların bərpasına, kəndlərin və şəhərlərin abadlaşdırılmasına küllü miqdarda kapital qoyuluşuna məcbur edir.

Müasir inkişaf mərhələsində turizm sahəsində xidmətlərin çoxu avtomatlaşdırılır, yeni texnologiyalar tətbiq olunur. Amma buna baxmayaraq, turizm xidmət sahəsi ən çox işçi işə qəbul edən sahədir. Bir nəfər xarici turistə doqquz nəfərlik iş yeri tələb olunur. Bu da onu göstərir ki, turizm xidmət sahəsi olaraq, işsizlik probleminin həllinə yönəlmiş bir sahədir. ÜTT-nin məlumatına görə dünyada beynəlxalq turizm sənayesi üzrə 300 mln. iş yeri fəaliyyət göstərir ki, onun da çoxu turizm xidmət sahəsinin payına düşür.

- turizmin xidmət sahəsinin üstün cəhətlərindən biri də odur ki, az sərmayə ilə də bu sahənin biznesinə başlamaq olar. Yəni, turizm sferasının xidmətlərinə durmadan ehtiyac artır. Bu da onunla bağlıdır ki, turizm yüksək rentabelliyi olan sahədir. Turistlərin sayına nisbətən turizmdən götürülən mənfəət iki dəfə çoxdur. Elə bu mənfəətin də çox hissəsi turizm xidmət sahəsinin payına düşür.

- digər məhsulların ixracatına nisbətən turizm mallarının ixracatında üstün cəhət nəzərə çarpır. Belə ki, əlavə xərclər çəkərək turizm məhsulu alıcıya çatdırılmır. Turist məhsulunun ixracatında turist özü gəlir, turist məhsulundan istifadə edir, mal alır, istirahət edir və öz vəsaitini xərcləyir;

- yüksək səviyyədə təşkil edilmiş turizm xidmətləri ölkənin mədəniyyətinin beynəlxalq aləmdə tanınmasına və sevilməsinə xidmət edir.

Onu da qeyd edək ki, turizm xidmətinin düzgün təşkil olunmaması öz mənfəəti təsirini göstərə bilər. Yəni, turizm sferasının xidməti iqtisadiyyata o vaxt müsbət təsir göstərir ki, turizm iqtisadiyyatın digər sahələri ilə əlaqəli, ətraflı inkişaf etsin. Belə olmayan halda, ölkənin xidmətlər ölkəsinə çevrilməsi ehtimalı yaranır. Digər tərəfdən turizm xidməti iqtisadi baxımdan o zaman səmərəli olur ki, başqa sosial iqtisadi komplekslərlə bərabər inkişaf etsin. Turizm xidmətinin təşkili ən çox biznes fəaliyyətini qiymətləndirməklə, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqələndirilir.

Turizmin sosial - iqtisadi mahiyyətinə gəldikdə deyə bilərik ki, ona xalq təsərrüfatı kompleksi kimi baxılır və dünya biznesində aparıcı sahə olması kimi qiymətləndirilir. Başqa sahələrlə müqayisədə turizm xidmət sahəsində əvvəl də dediyimiz kimi qoyulan vəsait az bir vaxtda özünü doğruldur və bu da büdcə gəlirlərində öz əksini tapır. Turizm xidməti dünyada perspektivli iqtisadi inkişaf vasitələrindən biridir. Ölkəyə küllü miqdarda valyuta axını ilə səciyyələnir. Həm də turizm xidməti beynəlxalq əmtəə dövriyyəsində “görünməz, duyulmaz ixrac” adlanır. Turizm xidmətinin iqtisadi baxımdan üstün cəhətlərindən biri onun çox hissəsinin minimum məsrəflərlə və bir qayda olaraq milli valyutadan istifadə etməklə istehsalıdır və bu da onun iqtisadi səmərəliliyini əks etdirir. Məlumdur ki, turizm xidmətinin iqtisadi mahiyyəti, onun ölkənin iqtisadiyyatındakı xüsusi çəkisi və təsir gücü ilə hesablanır.

İndi isə müəssisələrin gəlir potensialını əks etdirən cədvələ nəzər salaq:

Cədvəl 1. 1.

Turizm müəssisələrin gəlir göstəriciləri

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir, min man.	17839,6	19065,3	22634,8	27121,5	29600,9	31107,1	36482,2
ondan turizm fəaliyyətindən	14013,6	14755,5	17804,7	21597,1	24823,6	26031,1	35079,6

<http://www.stat.gov.az/source/tourism/-2016>

Turizm müəssisələrinin gəlir göstəricilərinin öz əksini tapmış bu cədvəldə 2009-cu - 2015-ci illər ərzində olan göstəricilər əks etdirilmişdir. Cədvəldən göründüyü kimi turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlirdə turizmin xidmətindən götürülən gəlirlər yüksək faizlər təşkil edir. Belə ki, 2010-cu ilin göstəricisinə nəzər saldıqda, 2015-ci ildə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlir 2010-cu ildən ardıcıl artımını müşahidə edilməklə 19065,3min manat təşkil etmişdirsə və bunun 14755,2 min manatı turizm xidmətlərindən əldə edilən gəlirlər olmuşdursa, belə nəticəyə gəlmək olar ki, ölkə iqtisadiyyatında turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi mənfəətin 83%-i turizm xidmət sahələrindən əldə edilən gəlir hesabına formalaşır, hansı ki, ondan qabaqkı ən yaxın göstərici 76% təşkil etmişdir.

Turizmin xidmətləri iqtisadi mahiyyətlə paralel sosial mahiyyətə də malikdir. Yəni, turizmin xidmətlərinin inkişaf istiqamətləri aşağıdakı sosial nəticələri üzə çıxarır:

1. Turizm sferasının xidmətlərinin inkişafı əhalinin məşğulluğunu təmin edir;
2. Turizmin xidmətlərinin inkişafına təkan verən infrastruktur sahələrinin inkişafı digər sahələrin də inkişafına müsbət təsir göstərir;
3. Ekoloji problemlərin həlli məsələlərini, ətraf mühitin mühafizəsi tədbirləri inkişaf etdirir;
4. Turistlərlə təmasda olmaq əhalinin həyat səviyyəsini, rifah halını, dünyagörüşünü, təhsil və mədəni səviyyəsini artırır.

Yuxarıda göstərilənlərdən əsas amil kimi məşğulluq problemi göstərilir. İndiki şəraitdə bir çox ölkələrdə işsizliyin qarşısını ala bilən turist sənayesinin bütün sahələri ilə əlaqəsi olan bazası yaradılmışdı. Onu da qeyd edək ki, göstərilən xidmətlərin 35%-i beynəlxalq turizm vasitəsilə reallaşdırılır. Dünyanın əmək qabiliyyətli əhalisinin 8,1%-i turizmin xidmət sahəsi və onunla bağlı iqtisadi sahələrdə məşğuldur.

Turizmin xidmət sahəsinin inkişafı insan resurslarını turistlərə xidmət etmək məqsədilə işlə təmin edir, müxtəlif məhsulların və xidmətlərin istifadəsinə, istehsalına səbəb olur. Bunların hamısı müəssisələr tərəfindən həyata keçirilir və insanları işlə təmin edən turizm xidmət sahəsinə aşağıdakı müəssisələr aid edilirdir:

- Turistlərin yerləşdirilməsində xidmət göstərən müəssisələr: mehmanxanalar, motellər, otellər, apartamentlər və onların tərkibində olan restoranlar, yeməxanalar, kafelər, barlar və s. daxildir;
- Turizmin idarəetmə orqanları, elmi-tədqiqat və təhsil müəssisələri;
- Turist firmaları-turoperatorlar və turagentliklər, turist dövlət və ictimai təşkilatları, assosiasiyalar, klublar, birləşmələr və s.;
- Nəqliyyat təşkilatları.

Qeyd etmək lazımdır ki, turistlərə digər müəssisələr də xidmət göstərir. Onlara yerli nəqliyyat, mağazalar, kommunikasiya avtomobil apartament icarə müəssisələri, muzeylər, teatr və konsert zalları, pul dəyişmə məntəqələri və s. daxildir. Eyni zamanda turizm yol infrastrukturunun yəni, aeroportların, limanların inşası və modernləşməsi, şəhər və kəndlərin abadlaşdırılmasını tarixi və arxitektura abidələrinin qorunmasını həm də bərpasını tələb edir. Başqa tərəfdən turizm ərzaq, sənaye və başqa sahələrin inkişafına da təsir edir.

Turizmin inkişafı xeyli kapital qoyuluşu hesabına infrastrukturunun inkişaf etdirilməsini də tələb edir ki, bu da yenə çoxlu iş yerlərinin açılmasına gətirib çıxarır. Beləliklə, turizmin inkişafı iş yerlərinin açılmasına imkan yaradır və işsizlik kimi sosial-iqtisadi problemin həllinə kömək edir.

Turizm xidmətinin təşkili sosial mahiyyət etibararı ilə ekoloji vəziyyətin yüksəlməsinə də xidmət edir. Belə ki, turizm xidmətinin inkişafı zəif inkişaf etmiş regionlarda ətraf mühitin mühafizəsi, inkişaf etmiş regionlarda isə tarixi – mədəniyyət memarlıq obyektlərinə qayğı göstərmək, tikililərin sayının azaldılması kimi məsələlərin həllinə istiqamətlənmişdir.

Turizm sektorunun inkişafı sosial-iqtisadi mahiyyət etibarilə, xidmət sahələrinin standartlara uyğun təşkilindən xeyli asılıdır.

Əgər xidmət sahələri dünya standartlarına uyğun şəkildə təşkil olunmazsa, o ölkədə və yaxud ərazidə turizmin dinamik inkişafını təşkil etmək mümkünsüzdür. İnfrastrukturların düzgün təşkil olunmaması antireklam xarakter daşıyır. Əhalinin həyat səviyyəsi də turizmin inkişafına təsir edən amillərdəndir. İnfrastrukturun səviyyəli təşkili və xidmətin reallaşması üçün aşağıdakı funksiyalar nəzərdə tutulur:

- Turizm obyekti haqqında potensial turistlərə informasiyanın çatdırılması və onlarda perspektiv səfərlərə ilkin motivlərin yaradılması;
- turistlərin mövcud obyektlərə olduqca təhlükəsiz və rahat şəkildə çatdırılması məqsədilə komfortlu şəraitin yaradılması;
- bu şərtlərin hamısının təmin etməklə, turistlərin öz ölkələrinə müsbət təəssüratla, təhlükəsiz yola salınmasını təmin etmək;
- turizmin yerli əhali üçün yeni iş yerləri açılmasında rolu, standartlara uyğun xidmətin təşkili nəticəsində daha da yüksək gəlirlər əldə edilməsinə şərait yaratmaq.

Yuxarıda qeyd olunan problemlərin həll edilməsi Azərbaycanı dünyanın qabaqcıl turizm ölkələrindən birinə çevirməklə yanaşı ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına güclü təkan verə bilər.[20, səh.296.]

1.2. Turizmin tədqiqinin metodoloji aspektləri

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun sahə funksional vəzifələri, bu sahənin tədqiqi sahələrini və uyğun metodoloji aspektləri xüsusiləşdirir. Turizm obyektinin əsas məqsədi və onun perspektiv əhəmiyyəti, bu sahənin tənzimlənməsi və idarə olunmasında nəzəri metodoloji və uyğun tədqiqat sferasını formalaşdırır. [7,səh.197.]

Turizmin əsas vəzifəsi, onun ölkədə formalaşma xüsusiyyətləri ilə yanaşı tədqiqinin metodoloji aspektləri, həm də tədqiqi xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Yəni turizmin konseptual əsasları, onun inkişaf istiqamətləri, idarə edilməsinin məqsədli proqramlarının işlənilib hazırlanması və təşkili mexanizmləri tədqiqatın metodoloji əsasını təşkil edir. Çoxşaxəli sistem kimi turizmin daxili, xarici və əsas resurs təminatındakı əvəzolunma imkanları, onun planlaşdırılması və təşkili xüsusiyyətlərini dünya təcrübəsinin tətbiqi problemlərini yaradır. Turizmin çoxşaxəli və çox funksiyalı cəhətləri onun obyekt- kompleks və sistemli tədqiqat obyektı olmasına gətirib çıxarır.

Turizm əmtəə və xidmətin təyinatına görə onun istehlakçı motivinə, eyni zamanda xarakterinə görə fərqlənir. Turizm sferasında əmtəə ticarətinin yeni və daha riskliliyi ortaya çıxır, transformasiya prosesi və yeni aspektlər kəsb edir. Turizm bazarı, turizm potensialı, turizm məhsulu və turistlərin sosial-iqtisadi göstəricilərinə görə təsnifatı, bütün ölkələrdə turist fəaliyyətinin təşkili və onun idarə edilməsinin əsas cəhətlərini təşkil edir. Turizm xidmətinin əsas cəhətləri, onun mikroiqtisadi və mikrosəviyyəli aspektlərini və təşkili, idarə olunması mexanizmlərini formalaşdırır. Turizm sferasının makroiqtisadi problemləri, bu sahənin tədqiqində coğrafi, əmək və məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi və istifadəsi mexanizmlərini formalaşdırır.

Turizm sferasının obyektı insan resursları və insan amilinin formalaşmasında sosial-iqtisadi amillər və idarəetmə mexanizmləri özünü əks etdirir. Turist statusuna malik olmaq tələbat sisteminin əsas hissəsidir. Turistin tələbatı maddi və mənəvi tələbatlar sistemi ilə idarə edilir. Turist olmaq ölkə iqtisadiyyatının göstəricisidir, onun inkişafının strategiyasıdır.

Turizmin makroiqtisadi tədqiqi ölkənin iqtisadiyyatında rolu, əsas göstəriciləri və dünya turizm sistemində inkişafı ilə müəyyənləşir. Turizm sferasında makroiqtisadi təhlil nəticəsində ümumi daxili məhsulun istehsalı, əmək ehtiyatlarından istifadə və digər sahələrin inkişafında turizmin sosial-iqtisadi rolu öz əksini tapır. Ölkədə iqtisadiyyatın transformasiya modeli, turizmin inkişafı ilə əlaqəli sahələrin strukturu və ərazinin kompleks inkişaf istiqamətlərinə baxılır.

Turizmin resurs potensialı, planlaşması və idarə olunması prinsiplərini eyni zamanda transformasiya modelini formalaşdırır. Turizmin inkişaf modeli makroiqtisadi nisbətləri çərçivəsində həll olunur. Bunu aşağıdakı sxemdən daha aydın görmək olar:

Sxem 1.1



Turizmin inkişafının makromodeli və əsasları

Göründüyü kimi bu sxemdə turizmin inkişafının dünya ictimai əmək bölgüsündə rolu və yerinə görə iştiraki, vəzifə və əsas vəzifələrinin tərtibinə yanaşmanın metodoloji əsaslarını əhatə edir. Turizm konsepsiyası, onun idarə edilməsi və təşkilinin nəzəri-metodoloji əsasıdır. Sosial- iqtisadi maraqlar, meyarlar üzərində qurulan turizm xidməti hər ölkədə özünün iqtisadi, sosial, gəlir və rihaf problemlərinə yönəldilən meyarlar üzərində təşkil olunur. Turizm sferasının konseptual əsasını ölkə iqtisadiyyatının strukturu, beynəlxalq əlaqələri, dövlətçilik, təcrübəsi və təbii şəraiti təsir etməklə multiplikasiya effektini nəzərə alır və reallaşdırılır.

Turist fəaliyyəti insan faktoru (turistlər) və çoxsahəli strukturlardan asılıdır. Turizm sferası elmi cəhətdən çoxplanlı və çoxsahəli parametrlərlə xarakterizə olunur. (1-7)

Turizm fəaliyyətinin nəticəsi kimi maddi və sosial nemətlər makro və n mikrosəviyyəli idarəetmə obyektinin əsasını təşkil edir. Turizm məhsulunun istehlak xüsusiyyətləri, onun istehsalı kimi maddi-mənəvi sahələr və onların infrastrukturu ilə təsnifatlaşdırır. Hər bir maddi sahə özü turizmin məhsulunun istehsal faktoru kimi çıxış edir. Yəni, turizmin fəaliyyətinin ierarxiya quruluşlu istehsal və istehlak faktorlarının məcmuu kimi kompleks modellər sistemi ilə ifadə etmək olar.

Turizmə olan tələbat sahənin tədqiqinin nəzəri və metodoloji əsaslarını əhatə edir. Belə ki, xalis sahə kimi turizm məhsulu, iqtisadi artım, əhali məşğulluğu və istehlak resurslarının artması və onun strukturunu formalaşdırır. Turizm xidmətlərinə olan tələbat hər zaman struktur dəyişməsi, maddi tələbatın ödənilməsi ilə mənəvi tələbat kimi formalaşır və ayrı-ayrı əhali qrupları üçün müxtəlif modifikasiya üstünlükləri kimi ifadə olunur. Əhalinin tələbatı maddi nemətlərlə təminat artdıqca keyfiyyət baxımından yeni struktura kəsb edir. Beləliklə, strukturlaşma sistemində əhali tələbatının mənəvi dəyərləri prioritetlər kimi formalaşır.

Mikroiqtisadi cəhətdən turizm məqsəd və təşkilati formanın xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Turizm sferasının təşkili region, sahə və funksional təyinatları və resurslarına görə xarakterizə edilir.

Tədqiqat obyekti kimi turizm “xalis sahə” strukturuna yox, kənd təsərrüfatı, ekoloji amil və müxtəlif resursların təminat səviyyəsi ilə formalaşır.

Turizm tələbatı prioritet xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif əhali qrupu və regionlar ilə səciyyələnir. Onun yerləşməsi və inkişafı səviyyəsi və əhalinin tələbatlarının ödənilmə dərəcəsinə görə ölçülür. Turizm tələbatı çörək, geyim tələbatı kimi qəbul edilə bilməz. Onun tələbatı mənfəət əldə etmək və daha yüksək həyat şəraitlərinin yaradılmasına yönəldilən tələbat kimi özünü əks etdirir.

Turizm sahəsinin istehlak bazarı əhali təminatının səviyyəsi və dövlətin resurs potensialı ilə formalaşır. Dövlət gəlirlərinin bölgüsü və yenidən bölgüsü insanların gəlirlərinin və istehlak davranışının əsas istiqamətini formalaşdırır. Turizm motivi iqtisadi əsaslarla formalaşır və transformasiya olunur. Əsas xarakterik cəhət əhali gəlirləri və xərclərinin dəyişmə dinamikası və strukturu turizmə ehtiyacı olanların və turistlərin motivini formalaşdırır. Ölkə turizminin səyi sahibkarlıq gəlirlərinin mənbəyi olmaqla, çəkilən xərclər və əldə olunan mənfəətlə inkişaf edir. Bu da, turizmin dövlət, əhali (turistlərin) sosial-iqtisadi və davranış modelinə uyğun təşkili metodologiyasını hazırlamağa şərait yaradır.

Turizdə qərar qəbulu turist bazarının xüsusiyyət və dinamikası ilə bağlıdır. Turizm bazarı turizmə olan tələbi, təklifi və turizm bazar tipli idarəetmə mexanizmləri vasitəsilə formalaşır. Bazar tipli inkişaf modeli kimi, turizm məhsulunun formalaşması strategiyası, marketinq təşkili, qiyməti və bazarda tələbə uyğun segmentləşmə metodikası tədqiqat obyekti kimi çıxış edir. Turizm bazarının formalaşma faktorları və turistlərin xarakteristikasına uyğun bazar segmentləşməsi bütövlükdə turizm bazarının makro və mikrosəviyyəli problemlərini həll etmiş olur.

Beləliklə, bazarın əsas aşağıdakı aspektləri təhlil edilib, qiymətləndirilir:

- turizm bazarına görə turizmin məhsulunun həcmi , onun marketinq tədqiqı, planlaşması;
- turistlərin turizmdən istifadəsinin iqtisadi, demoqrafik, məşğulluq və sosial parametrlərinə uyğun klassifikasiyası və istehlak davranışı modelinin tərtib edilməsi;
- turizmin məhsuldar qüvvə kimi ərazi və funksional istiqamətlərinin yerləşməsi və biznes fəaliyyəti olaraq təsərrüfat fəaliyyəti, hüquqi və təşkilati əsaslarının yaradılması;
- Qara dəniz iqtisadi əməkdaşlığı çərçivəsində dövlətlərin turizm sahəsinin inkişafına yönəldilən hüquqi - iqtisadi bazasının təhlili və ehtiyatlarının müəyyənəlməsi;

- Türkiyə Cumhuriyyəti, və digər Qara dəniz , Avropa birliklərinin assosiativ gücü və təşkili formalarının təkmilləşməsi yolu ilə bölgədə turizm fəaliyyətinin genişlənməsi;
- turizmin inkişafında Avropa birlikləri və Qaradəniz əməkdaşlığı arasında təşkilati- idarəçilik məsələlərin qarşılıqlı əlaqələrin və vəzifələrin hüquqi-təşkilati bazasının genişlənməsi.

Turizmin tədqiqinin ölkənin xüsusiyyətləri onun cari və gələcək potensialını qiymətləndirməklə perspektiv tədbirlərin və islahatların hazırlanması istiqamətlərini əhatə edir. Beynəlxalq əməkdaşlıq forması kimi turizmin inkişafı ixrac siyasətinin formalaşmasının əsasını təşkil edir. İxracat potensialı resursların olması ilə artır. Təbii potensial xammal və xidmət olaraq ixrac kimi istifadə olunur. Yeraltı sərvətlərdən istifadə, emal sənayesi əhalinin məşğulluğu və onun gətirdiyi gəlir hesabına turist olmaq arzusunda olanların imkanlarını artırır, eyni zamanda təbii sərvətlərin istifadəsi rekreasiya turizminin genişlənməsi, turizm və gəlmə turizminin çoxalması üçün əsas rol oynayır. Turizmin müasir prioritetliyi, qloballaşan və mövcud təbii sərvətlər şəraitində daha yeni prizmadan inkişaf edir. Məsələn, Qaradəniz hövzəsi Türkiyə iqtisadi əlaqələrin münbit şəraiti və kompleks infrastrukturuna gəlmə turizminin artımına səbəb olur. İndiki şəraitdə bu ölkələrdə ən çox istirahət, təhsil və sağlamlıq turizmi üçün təbii-coğrafi şərait və potensial mövcuddur. Bu potensialdan səmərəli istifadə etmək üçün xarici investisiyaların cəlb edilməsi imkanlarını artırır.

Onu da qeyd edək ki, turizmin tədqiqinin regional xüsusiyyətləri, onun hər hansı bir ölkədə genişlənməsi imkanlarını artırmaq proqramları ilə baş verir. İlk növbədə xarici investisiyaların, onların turizmə yönəldilməsinin təşviqi yolları axtarılır. Turizm konsepsiyası, onun resursları və proqnozları tədqiqatın kompleks xarakterini müəyyən edir. Konseptual yanaşma turizmin iqtisadiyyatda rolunu, sosial səmərəsini və potensial yanaşmanı əhatə edir.

Turizmin konsepsiyası bütün ölkələrdə potensialı olan şəraitə uyğun məqsəd, istiqamət, resur və onların istifadə edilməsi yollarını, mexanizmlərini cəmləşdirir. Bu konsepsiya aşağıdakı kimi tərtib olunur:

- turizmin sosial-iqtisadi rolu və onun genişləndirilməsi, əhali məşğulluğunda, xidmət istehlakında rolunun yüksəldilməsində əldə olunan səmərə;
- turizm məhsulunun əsas artım istiqamətləri, onun əsas növü və regional xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla təşkil olunması problemlərinin həlli, resurs və investisiya təminatının işlənilib, həyata keçirilməsi;
- turizmin sahələrarası effekti, təsirini nəzərə almaqla kənd təsərrüfatı, ekoloji mühit və turizm sənayesi kimi əsas istiqamətlərinin inkişafı;
- kənd turizminin, regionların, ev təsərrüfatların, ailə məşğulluğunun artmasında rolunun tənzimlənməsi mexanizmlərinin işlənilib hazırlanması;
- turizmin ixracatı yönlü islahatlar proqramının işlənilib hazırlanması və gələnə turistlərin marağına görə islahatlar proqramının tərtib edilməsi;
- daxili turizmi inkişaf etməsi, əhəlinin rifahının yüksəldilməsi, stimullar sisteminin təşkili, firma və təşkilatların turist motivinə müdaxiləsinin iqtisadi əsaslarının yaradılması;
- turizmin sahibkarlıq fəaliyyətinin və sağlam rəqabət şəraitində işgüzar siyasətinin strateji planlaşması;

Konseptual yanaşma turizmin inkişafı və onun strateji struktur siyasətin tərkib hissəsi kimi qiymətləndirilir.

Turizmin konsepsiyası proqnozlar ilə öz dinamikasını təzahür etdirir, struktur siyasətin və tənzimlənmənin əsas istiqaməti kimi formalaşır. Regional iqtisadi islahatlar və inkişaf amili kimi turizm potensialı və məhsulu qiymətləndirilir.

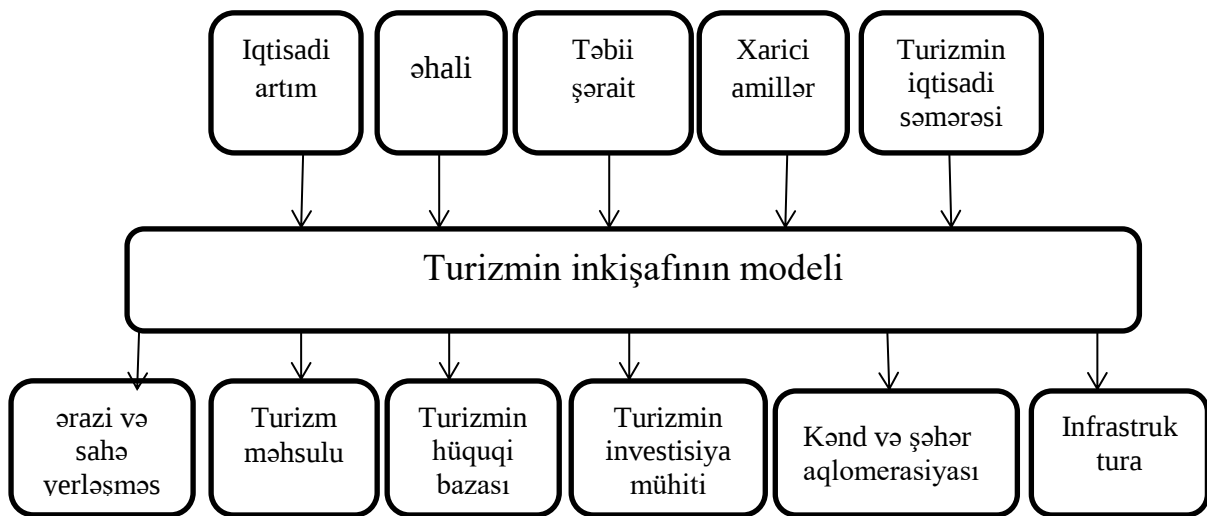
Turizmin tədqiqinin konseptual əsasları onun modelini formalaşdırır. Daxili və xarici turizmin inkişafında xüsusi rol oynayan resursları əsaslandırır. Turizm modeli sistemli və sahələrarası idarəetmə obyektidir və aşağıdakı amilləri özündə belə əks etdirir:

- sosial-iqtisadi şərait və təbii-coğrafi resurslar;
- turizmə olan tələbat və onun məhsulunun marketinq strukturu;
- turizmin inkişafı və sosial - iqtisadi effekti, onun son nəticələri;
- turizmin sahə və ərazi strukturunun təkmilləşməsi və yeni tipli təsərrüfat fəaliyyəti olaraq idarə edilməsi strukturunun əsas istiqamətləri;

- turizmdə marketinq planlaşması, bazar tipli inkişaf modelinə uyğun məhsul və xidmətlərin istehsal strukturunun strateji planlaşdırılması;
- turizmin sistemli təsviri, kompleks təşkili və idarəedilməsi meyar və göstəricilərinin əsasları.

Turizmin tədqiqinin sahə və ərazi problemləri ölkənin sosial - iqtisadi inkişaf istiqamətləri ilə qarşılıqlı əlaqədə öyrənilir. Turizm insan eyni zamanda təbii sərvətlərlə bağlı bir fəaliyyət dairəsidir. İnsanın demoqrafik xüsusiyyətləri, tələbatı, sosial - iqtisadi parametrləri turizmin motivində insan faktorunun təsirini qiymətləndirir. Turist olmaq arzusu mövcud şərait və transformasiya nəticəsində formalaşır. Ölkə iqtisadiyyatının siyasi və coğrafi vəziyyəti, resurs potensialı, insanların təbii artımı, həyat səviyyəsi, həyat keyfiyyəti turizmin labüdlüyü, onun çox amilli funksiyasının çoxfəzalı sistem olaraq tədqiqinə səbəb olur:

Sxem 1.2.



Turizm modelinin əsas parametrləri

Turizm modeli turizm bazarının formalaşması və reallaşması yolu ilə mümkün olur.

Əhəlinin turizmə olan tələbatı onun həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, istehlakında maddi tələbatın ödənilməsi dərəcəsinin dəyər və miqdarca normalara qalxması isə xidmətin artması ilə tənzimlənir. Əyər gəlirlərin ΔD qədər transformasiyası onun maddi nemətlərə olan tələbatının ödənilmə dərəcəsinə Δy -

qədər artırsa, onda Δy -un tələbat səviyyəsinə qalxması, xidmət xərclərinin Δx - transformasiyasına səbəb ola bilər.

Turizmin mikroiktisadi modelinin üzərinə, onun struktur siyasətin tərkib hissəsi kimi və istehsal, bölgü sistemində transformasiya etmək vəzifəsi düşür. Bu baxımdan turizmin məqsədi onun respublika iqtisadiyyatının konseptual vəzifələrini yerinə yetirə bilən və tədricən, həmin məqsədlərin reallaşmasında sahə və ərazi argumenti rolunu oynayan sahə kimi baxılması ilə ölçülür.

Regionların potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi, region resurslarının istehsal və xidmət sferasında dövriyyə səmərəsini və onun emal dərinliyini artırmaq məqsədilə mövcud integrasiya səmərəsində istifadə edilir, həmçinin respublikada artan iqtisadi dirçəlişin nəticələrini daimləşdirmək üçün məhz yerli resurslar, o cümlədən əmək, əhali, təbii və coğrafi amillərin üstünlüyü əhəmiyyət kəsb edir. Odur ki, qlobal idarəetmə niyyətilə regionların resurs potensialı kimi məskunlaşma vəzifəsini, yeni iş yerlərinin açılması və əhalinin miqrasiyasının qarşısını almaq üçün turizm resurslarından daha çox istifadəsi vəzifələri meydana çıxır. Bu baxımdan proqnozlaşdırmaq məqsədilə uzunmüddətli hər bir il üçün ümumi daxili məhsulun artımının turizm dövriyyəsində istifadəsi və hər vəsaitin hesabına mənimsəmə dövründən ictimai artımının dinamikasını planlaşdırmaq kompensasiya prinsipinə uyğun artmalıdır.

Regionlarda turizmin inkişaf proqnozlarının, sosial tələbatın ödənilməsi meylləri əsas istiqamət olmaqla istehsal və bölgü prinsiplərində öz əksini tapır.

Makroiqtisadi tənzimləmə modeli turizmin resurs potensialının həcmi, strukturunu həm də istifadə mexanizmini müəyyənləşdirir.

1.3. Turizmin Azərbaycan Respublikasında seqmentləşməsi və inkişafının potensial imkanları

Turizmin seqmentləşdirilməsi onun məqsədlərinin təmin edən resursların xarakterinə və turizm məhsulunun məsrəf strukturuna görə aparılır. Ona görə də

turizm məhsulunun əldə edilməsində resursların dəyişməsi halları proqramlaşdırılmalıdır.[12,səh.161]

Turizmin Azərbaycan Respublikasında inkişafı və onun təminatı üçün : turizm sektorunun inkişafının makrosəviyyədə təmin edilməsində resurs proqramlarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi; sahənin inkişafı üçün regionların inkişaf proqramlarının hazırlayıb, tətbiq etmək;sosial yönümlü sahə kimi yüksək səviyyədə maliyyə-kredit və vergi güzəştlərini tətbiq etmək; sahənin kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırmaqidxal-ixrac siyasətində əməkdaşlıq əlaqələrinin formalaşdırılması; investisiya fondunun yaradılması;infrastrukturunu, sosial xidmət sahəsini;turistlərin təminatı üçün pullu xidmət sahəsini artırmaq və digər bu kimi problemlərin dayanıqlı və persprktivli inkişaf istiqamətlərinihəyata keçirilməsi zəruridir.

Azərbaycan Respublikasının turizm sənayesini beynəlxalq səviyyəyə çatdırmaq üçün ölkəmizdə bütün imkanlar vardır, sonradan görülcək işlər də insanların fəaliyyətindən və bu işdə qazanacağı uğurlarından asılıdır.

Bu gün turizm xidmətləri bazarında turizm məhsulunun formalaşmasında iştirak edən müəssislərdən:

- sosial xidmət;
- istehsal,
- muzeylər,
- iaşə obyektləri,
- reklam,
- -nəqliyyat şirkətləri, turoperator,
- turagentliklər və s. göstərmək olar.

Ölkənin bir çox fəaliyyət kompleksinin inkişaf istiqamətlərini müəyyən edən planlar işlənilib hazırlanır, həyata keçirilir ki, bunlara: gəlmə turistlərin qarşılanması, yerləşdirilməsi, onlara gəzintiyə çıxmaq üçün planlaşdırılmış fəaliyyət növlərini xüsusi qeyd etmək lazımdır.

Yeni tikilib istifadəyə verilmiş hava və dəniz limanları, dəniz, hava, minik avtomobilləri və atobuslardan istifadə proseslərinin baş verməsi inkişaf

elementlərindən biri hesab olunur. Bununla paralel olaraq turizmin inkişafı ölkə regionlarının da inkişafına səbəb olur. Külli miqdarda iş yerlərinin açılmasında və nəticədə ölkənin sosial- iqtisadi inkişafında öz əksini tapır.

Turizm xidmətləri bazarı – insanların istirahəti, asudə vaxtının səmərəli keçirməsi və ya sağlamlaşdırıcı xidmətlərə olan ehtiyaclarının ödənilməsi sahəsidir. Geniş mənada turizm bazarı dedikdə ayrı-ayrı proseslərin baş verdiyi ərazi və şərait başa düşülür (turlar, alqı-satqı xidmətləri və turist üçün əmtəələr) [7. s.48-52].

Milli turizm bazarının formalaşması bir çox amillərin təsiri ilə baş verir. Bunlara daxili və xarici amillər aiddir.

Daxili amillərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- sosial-iqtisadi inkişafın səviyyəsi;
- sosial-siyasi vəziyyət;
- iqtisadiyyatın inkişafının tarixi amilləri;
- istehsal sahələrinin inkişafı səviyyəsi;
- nəqliyyatın və nəqliyyat şəbəkəsinin inkişafı səviyyəsi;
- demoqrafik vəziyyət və əhalinin strukturu;
- miqrasiya prosesləri;
- əhalinin həyat şəraiti və həyat səviyyəsi.

Xarici amillərə isə aşağıdakılar aiddir:

- dövlətin iqtisadi və siyasi sabilliyi;
- dövlətin beynəlxalq təşkilatlarda iştirak etməsi;
- beynəlxalq əlaqələrin xarakteri.

Qeyd edək ki, səyahətin məqsədindən asılı olaraq, turist xidmətləri bazarının növlərinə aşağıdakılar aiddir:

- yaşıl turizm bazarı;
- etnik turizmin bazarı;
- işgüzar turizmin bazarı;
- idman turizmi bazarı;
- dini turizm bazarı;

- ekstremal turizm bazarı və s.

Turizm bazarı turist məhsullarının biznesini təmin edən, tələblə təklifi tarazlaşdıran ictimai və iqtisadi bir hadisədir. Digər bazarlar kimi turist bazarı da olduqca müxtəlifdir. O, öz strukturunda miqyasına görə xırda bazarları da olur. Bu baxımdan, turist bazarı əlamətlərinə görə marketinq üçün lazım olan müxtəlif qruplara bölünür: daxili turizm bazarı- ölkə daxilində turistlərin bir rayondan başqa rayona olan səyahətləridir; beynəlxalq turist bazarı özü də ikiye bölünür: gəlmə turist bazarı və ölkədən xaricə gedən turist bazarı; Səyahət məqsədli turist bazarları: elmi, işgüzar, mədəni, rekreasiya, etnik, idman, dərketmə, dini və s. bazarları; nəqliyyat formasına görə: piyada, avtoturist, aviaturist, dəmiryolu, veloturist dəniz və çay turisti və s.

Marketinq fəaliyyətinə görə - məqsədli, məsələn, reklam məqsədi ilə yeni turist marşrutu ilə tanışlıq və s.; perspektivsiz və ya perspektivli turist bazarı; əsas və ya köməkçi turist bazarı.

Əsas bazarın qruplara bölünməsi turizm marketinqinin planlaşdırılması üçün çox vacibdir. Firmalar gələcəyi təhlil edir və xidmət göstərdiyi bazarın seqmentində öz fəaliyyətlərini genişləndirirlər.

Ümumilikdə müxtəlif əlamətlərinə görə qruplara bölünməsi, bazarın öyrənilməsini yüngülləşdirir və iş xüsusiyyətlərini təyin edir. Turist bazarlarında müvəffəqiyyətlərin qazanılması məhsulun cazibədarlığından asılıdır. Turizmin xidmətlər bazarı həmin xidmətlərin istehlakına uyğun gələn struktura malikdir. Turizm bazarında, turizm məhsulunun istehsalçısı və onun istehlakçısının bir-birini görməməsi və tanımaması onun əsas xüsusiyyətidir. Kompleks turizm məhsulu turistin yaşadığı yerdə satışa çıxarılır. Məhsulu alan turist onu istehsal edən ölkəyə gəlməyincə, məhsuldan istifadə etməyincə, məhsuldan xəbəri olmur. Turizm bazarının bu xüsusiyyəti turizm məhsulunun satışını xeyli çətinləşdirir. Buna görə də, bu vəziyyətdən çıxmaq üçün turizmdə reklam-informasiya fəaliyyəti xüsusi rol oynayır [23. s.15-26].

Qeyd etdiyimiz bazarın əsas iki struktur komponentinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- istehlakçı bazarı – bu bazarda turizm məhsuluna olan tələb formalaşır;
- istehsalçı bazarı – bu bazarın subyektlərinin fəaliyyəti tələbin yaradılmasına istiqamətlənir.

Turizm məhsulun alış-verişini, satın alınmasını təmin edən, tələb ilə təklifi eyniləşdirən ictimai, eləcə də iqtisadi hadisə olan turizm bazarı öz iştirakçılarını özü müəyyənləşdirir. Buraya turizm məhsulunu satanları, onların rəqiblərini, alıcıları, vasitəçiləri, turizm məhsullarını, bazarın fəaliyyət şərt və müddəalarını və s.-ni aid etmək olar. Turizm məhsulunu satanlar hüquqi və ya fiziki şəxs ola bilərlər. O, mövcud olan turizm məhsulunu alıcıya satır və əvəzində pul alır. Alıcılar hüquqi və ya fiziki şəxs, bazar prosesinin iştirakçısı turizm məhsulunu və ya mallarını alaraq əvəzində pul verir [19. s.86-87].

İstənilən bir ərazidə turizm müəssisələrinin turist xidmətləri bazarının ərazi strukturunun məntəqələrinin formalaşmasını xarakterizə edir. Belə turist firmalarının sayının artması regionda tələbin strukturlaşmasına gətirib çıxarır və turist bazarının ərazi strukturu mərkəzlərinin formalaşmasına yardım edir.

Digər tərəfdən, istehsalçının ərazi fəaliyyəti aşağıda qeyd olunan:

- ekskursiya məntəqələri,
- turizm mərkəzləri,
- turist-rekreasiya qovşaqları ilə təqdim oluna bilər.

Misal üçün tarixi və mədəni abidələrin ziyarəti zamanı ekskursiya məntəqələrindən istifadə olunur. Turist xidmətləri bazarında tələblə təklifin xüsusiyyətlərinin təhlili, turist xidmətləri bazarı əhalinin bir çox obyektiv və subyektiv amillərin təsiri altında formalaşan tələbi ödəmək üçün fəaliyyət göstərir. Alman alimləri Qunsiker və Krapf turizmə olan tələbi turistlərin müəyyən qiymətə əldə etdikləri çoxsaylı turizm dəyərlərinin, xidmətlərin və məhsulların məcmusu kimi müəyyən edirlər.

Aşağıda qeyd olunanlar turizmə olan tələbin inkişafının obyektiv şərtlərindəndir:

- iqtisadi şərait;
- sosial-mədəni mühit;

- psixoloji şərtlər;
- urbanizmin dərəcəsi;
- siyasi mühit;
- ekoloji vəziyyət.

Subyektiv amillərə aiddir:

- dini-etnik mənsubiyyət;
- yaş və jinsi mənsubiyyət;
- ailə vəziyyəti, uşaqların sayı;
- sosial mənsubiyyət;
- yaşayış yeri;
- həyat səviyyəsi və şəraiti;
- peşə və ixtisas;
- asudə vaxtın mövcudluğu;
- dəb; bazarın konyunkturu.

Deməli, turizm məhsuluna olan tələb insanların həyat tərzı və spesifik səviyyəsi şəraitində yaranır və o, ərazinin resurs şəraitinə əsasən dəyişikliklərdən asılıdır. Turizm bazarında təklif – istehsalçıların lazımı qiymətə satmağa hazır olduqları turizm təyinatlı dəyərlərin, xidmətlərin və məhsulların məcmuudur.

Turizmdə marketinqin mühüm vəzifələrindən biri də – bazarın seqmentləşdirilməsidir.[13,səh.158.]

Turizm bazarının seqmentləşdirilməsi – turizm xidmətləri bazarının oxşar qruplara (seqmentlərə) bölünməsidir. Seqmentləşdirmənin məqsədi – turizm xidmətlərinin ünvanlı olmasını təmin etməkdir. Seqmentləşdirmənin əsasında turizm marketinqinin vacib prinsipi olan- istehlakçıya yönəmlilik prinsipi həyata keçirilir. Turizm firmaları bazarın seqmentləşdirilməsi üçün çox vaxt demoqrafik və psixografik əlamətlərdən istifadə edir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) turist xidmətləri bazarının seqmentləşdirilməsinin iki əlamət üzrə aparılmasını təklif edir:

gəlirlərin və xidmətin səviyyəsi əlamətləri üzrə. Bu əlamətlərə görə turist xidmətləri bazarında aşağıdakı seqmentləri fərqləndirmək olar:

I seqment – orta və aşağı gəlir səviyyəsi olan əhali.

Buunlar dəniz kənarında ucuz qiymətə dincəlmək məqsədi ilə səyahət edirlər. Onlar ucuz otel və pansionatlarda dincəlməyə üstünlük verirlər. Bu seqment turist axınının əsasını təşkil edir.

II seqment – gəlirləri orta səviyyədən yüksək olan əhali.

Bunlar əsasən ali təhsilli olurlar, onların səyahətinin məqsədi isə – innovasiyaları kəşf edərək dincəlmək, idmanla məşğul olmaq, ekskursiyalarda iştirak etmək, teatr və konsertlərə baxmaqdır. Bu əhali qrupu uzaq xarici ölkələrə səyahət etməyi bəyənirlər.

III seqment - yüksək gəlir səviyyəsi və ali təhsili olanlar.

Bunlar demək olar ki, orta və yaşlı nəsilə aiddir. Onlar xarici ölkələrə səyahət etməyi sevirlər və səyahət etdikləri ölkənin suvenirləri, antikvar və zinyət əşyaları ilə maraqlanırlar.

IV seqment – müxtəlif xalqların adət-ənənələrini, mədəniyyətini, tarixi abidələrini öyrənməyə maraq göstərən ali təhsilli əhali qrupudur.

Potensial kimi turizm məhsulunun istehsalında vacibli resursların olması, ya da, ondan səmərəli istifadənin variantının verilməsi bu modelin əsas mahiyyətini təşkil edir. Beləliklə, turizmdə resurslara tələbat modellər sistemini formalaşdırır.

Resurslara tələbat 2 prinsip üzərində qurulur, müəyyən olunmuş normativlərə uyğun və innovativ texnologiyaları nəzərə almaqla cari qiymətlərdə əsas olan xərc strukturu formalaşdırılır. Deməli, məqsədli proqram vasitəsilə bu modelin reallaşmasının mahiyyəti, ancaq strateji məqsədlərə çatmaq üçün əsas resursların həcmi və struktur dəyişmələrini nəzərə almaqla aparılan təhlillərdir. Turizm sisteminin insan amili ilə bağlılığı onun maddi resurslarının seçilməsində əhalinin tələbatı nəzərə alınır.

Turist xidməti bənzər və müxtəlif istehlak seqmentlərinə görə müxtəlif resurslara və onların təşkili ilə ödənilməsi üçün proqram aləti - resursların klassifikasiyası (təsnifləşdirilməsi) və resursların əvəz edilməsi yolu ilə minimum xərclər əldə edilməsi metodu araşdırmalar tələb edir. Turizm məhsulunun göstəricisi kimi onun əmtəəlik məhsul və xidmətlərinin maksimumlaşdırılması ilə bərabər, sahə

olaraq, onun resurslarına nisbətində gəlirlilik normasının yüksəlməsi nəzərdə tutulur. Buna nail olmaq turizm resursu və nəticəsi arasındakı nisbət kompleks integral effekti ilə müəyyənləşir, regionun sosial- iqtisadi inkişaf meyarı olaraq qəbul edilir. Bu zaman söhbət aralıq məhsul və turizm məhsulunun maksimumlaşdırılmasından gedir. Ona görə ki, bu məhsulun miqdarı yalnız satış üçün deyil, eyni zamanda regionun iqtisadi potensialının artırılmasına, onun şəraitinin münbitliyi vacib şərt kimi qoyula bilər.

Xərc strukturunda xidmətlər və resurs potensialı olan ayrı-ayrı şəxslərin məcmuu xərcləri turizm məhsulunu qiymətləndirilməsində öz əksini tapır. Turizmin kompleksliyini, həm də bütün aspektlərini nəzərə almaqla resurs modelinin prinsipial sxemi müəyyən edilir. Resurslar tələbatın səviyyəsinə və faktiki resurs potensialına ayrılır, resursların marketinqinə görə defisit və ehtiyat mənbələrini müəyyən edir.

Turizm bazarında resurs potensialının optimal ölçülməsi məhsul və ona uyğun normalarla müəyyən edilir.

Elmi-texniki tərəqqiyə görə turizm məhsulu artdıqca, tələbatın azalması da baş verir, lakin bu azalmanın kompensasiyası turizmdə daxili və xarici amillərdən asılıdır.

Müasir turizm bazarı kifayət qədər inkişaf etmişdir. Digər bazarlar kimi, turizm bazarı da vaxtilə satıcı bazarından (hansı məhsulu, hansı miqdarda istehsal etməyi və harada satmağı istehlakçı həll edir) alıcı bazarına qədər (istehsalçının hansı məhsulu, hansı miqdarda və hansı qiymətlə istehsal etməsini alıcı müəyyən edir) inkişaf mərhələsi keçmişdir.

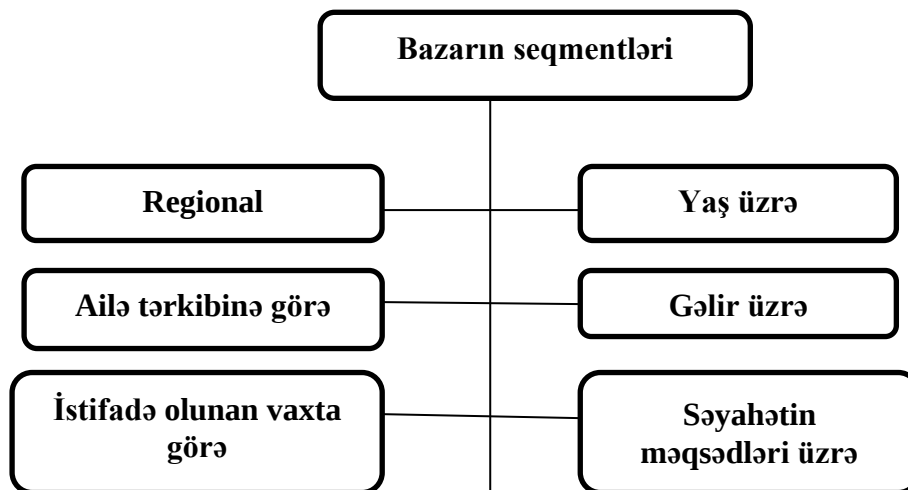
Turizm fərdi satış turlarının və fərdi xidmət proqramlarının hazırlanmasına getdikcə daha çox meyl göstərir.

Turizm bazarında, qiymət rəqabəti ilə yanaşı, qeyri-qiymət, keyfiyyət rəqabəti də mühüm rol oynayır. Bu isə öz növbəsində turizm məhsulunun istehsalı zamanı qiymətlərlə «oynamaqdan» daha çox turistlərin arzusu, zövqü və tələbatları ilə «oynamağa» imkan verir. Nəticədə-istehlakçının davranışı dəyişir, turizm bazarında differensiasiyalı rəngarəng proqramları yaranır. Onu da qeyd

edim ki, turizm məhsulunun satılması müqavilə üzrə həyata keçirilir. Səyahətin şərtləri və digər təfərrüatları putyovkada göstərilir. Putyovka özü həmin müqavilənin ayrılmaz tərkib hissəsi hesab edilir .[20. s.128-32].

Turizm bazarının differensasiyası – bazarın müxtəlif tələb seqmentlərinə bölünməsidir. Turistlərə xidmət göstərilməsi işinə differensasiyalı yanaşmaq üçün, istehlakçıları müxtəlif əlamətlərə görə müəyyən qruplara (seqmentlərə) ayırmaq lazımdır.İstehlakçıların hər bir qrupu,tərkibinin eyniliyi və imkanları ilə xarakterizə olunur. Bu da istehlakçıların seqmentləşdirilməsi və ya turizm bazarının seqmentləşdirilməsi adlanır.Turizm bazarının seqmentləşdirilməsi sxemində bu öz əksini tapmışdır:

Sxem 1.3.



Turizm bazarının seqmentləşməsi sxemi

Turizm məhsulunun istehsal həcmi bilmək üçün, hər istehlakçı qrupunu tərkibi haqqında məlumat əldə etmək, bundan başqa hər istehlakçı qrupunun istək və tələbatını öyrənmək lazımdır. Turizm bazarında hər təklif növü konkret istehlakçıya, onun istəyinə, zövqünə və səyahətin məqsədinə istiqamətlənməlidir.

Turizm bazarının inkişaf dinamikası, respublikada yerli əhəlinin tələbatı ilə deyil, kommersiya mənfəəti və həmçinin respublikada qazanılan pulun, onun daxili turist xidmətində istifadəsi, həmçinin xarici valyutanın respublikaya gətirilməsi üçün istifadə olunur. [19. s.9-12].

FƏSİL II: TURİZMİN İQTİSADİ VƏ SOSIAL ROLUNUN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

2.1.Turizmin kiçik sahibkarlıqda rolunun təhlili

Sahibkarlıq fəaliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi inkişaf və tələbatın ödənilməsinin əsas istehsal amili və sosial tərəfi olmaqla region və sosial xüsusiyyətlərə malik olmaqla formalaşır, inkişaf etdirilir.[12,səh.99].

Kiçik sahibkarlıq dünya iqtisadiyyatında ən perspektivli fəaliyyət növü kimi müasir inkişaf mərhələsində hər bir ölkədə özünün formalaşması xüsusiyyətləri ilə seçilir. Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin nisbi mənası, ümumilikdə sahibkarlığın yaratdığı məhsulda onun xüsusi çəkisi, iqtisadi artım, rifah problemlərinin həlli və integrasiya faktoru olaraq idxal-ixrac fəaliyyətində rolu ilə fərqlənir. Turizm sferası fəaliyyət növü kimi bir çox ölkələrdə kiçik və inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar üçün xarakterik sahədir. Onun metodoloji əsaslarını ölkə iqtisadiyyatının xüsusiyyətləri, kiçik biznes fəaliyyəti və formalaşması ilə özünü əks etdirir.

Azərbaycanın strateji maraqlarına uyğun müasir xidmət sferasının formalaşması, turizm sənayesinin yaranması və idarə edilməsinin müəyyənləşdirilməsi, turizmdən gələn gəlirin artırılması, eyni zamanda onların dövlət və yerli büdcələrin tərkibinə daxil edilməsi, turizm sferasında servisin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, onun beynəlxalq standartlara cavab verməsi, ölkəmizin turizm müəssisələrinin beynəlxalq turizm proqramlarında iştirak etmələri üçün əlverişli şərait yaradır.

Turizm əhalinin sosial-mədəni fəaliyyətinin mühüm bir sahəsi kimi dövlət tərəfindən yüksək qiymətləndirilir. Azərbaycan Respublikasının əsas qanunu Konstitusiya - sosial inkişafın dövlət tərəfindən həyata keçirilməsi, 16-cı maddədə öz əksini tapmışdır. Konstitusiyasının 16-cı maddəsində qeyd edilir: [2.]

Azərbaycan dövləti xalqın və hər bir vətəndaşın rifahının yüksəldilməsi, onun sosial müdafiəsi və layiqli həyat səviyyəsi qayğısına qalır.

Azərbaycan dövləti mədəniyyətin, təhsilin, səhiyyənin, elmin, incəsənətin inkişafına yardım göstərir, ölkənin təbiətini, xalqın tarixi, maddi və mənəvi irsini qoruyur.

Məlumdur ki, mədəniyyətin, həmçinin maddi və mənəvi irsin qorunması turizm sferasının da qorunub mühafizə edilməsi kimi başa düşülməlidir. Bununla bərabər ölkəmizin müxtəlif ərazilərində yerləşən tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması da ölkəmizin əsas qanununda qeyd edilir. Beləliklə, Konstitusiyanın 77-ci maddəsində qeyd edilmişdir ki, tarixi və mədəniyyət abidələrinin qorunması hər kəsin borcudur. [2.] Bu maddələr ölkəmizdə turizmin inkişafına müsbət təsiri göstərir. Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi barədə dövlət proqramında turizmin inkişaf etdirilməsinə təminat yaradan maddi bazanın olmasına, turizm sferasının proporsional inkişafının təmin edilməsinə, müasir tələblərə cavab verən sistemin formalaşdırılmasına və s. fəaliyyət istiqamətlərinin yüksəldilməsinə önəmli yer verilir. Deyilənləri nəzərə alaraq dövlət proqramı aşağıdakı vəzifələrin həyata keçirilməsini qarşıya qoyur:

turizmin hərtərəfli inkişaf etməsi üçün kiçik və orta sahibkarlığa geniş səlahiyyətlər vermək;

turistlərə xidmət obyektlərini yenidən qurmaq və onu dünya standartlarına uyğunlaşdırmaq;

respublikanın beynəlxalq və daxili turizm bazarında rəqabət aparmaq qabiliyyətini artırmaq;

turizmin inkişaf etdirilməsi üçün daha mütərəqqi və səmərəli metodlardan istifadə etmək və s.

1992-ci ildə sahibkarlıq fəaliyyətinə kapital qoyuluşunu formalaşdırmaq məqsədilə xüsusi fond yaradılması barədə əmr verilmişdir. Amma bu fondun real fəaliyyət göstərməsi 1993-cü ildən həyata keçirilmişdir. 1997-ci ildə Azərbaycan Respublikanın Nazirlər Kabineti tərəfindən iş adamlarına kömək məqsədilə dövlət büdcəsindən xüsusi vəsait ayrılması haqqında əsasnamə təsdiq edilmişdir.

1998-ci ildə iş adamlarına maliyyə yardımı məqsədi ilə 13 layihə qəbul edilmiş, bu layihələrə 1999-cu ildə 8-i də əlavə olunmuşdur. [2.]

Belə ki, 21 layihə Milli Fond tərəfindən maliyyə yardımı verilməsi məsələsi razılaşdırılmışdır. Bu razılaşmaya görə Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi tərəfindən 600000 manat həcmində sərmayə yardımı ayrılmışdır. Lakin, bütün bunlara baxmayaraq Respublikamızda turizm sferasının inkişafına dair ən mühüm dövlət sənədi Azərbaycan Respublikasının «Turizm haqqında» dövlət qanunu olmuşdur. Bu qanunda turizm sferasını inkişaf etdirmək məqsədi ilə dövlət strukturları, həm də özəl təşkilatlar qarşısında konkret vəzifələr qoyulmuşdur. Qanunda göstərilən vəzifələrə əsasən, bütün əlaqədar təşkilatlara turizm potensialından səmərəli istifadə etmək, bu sahə üzrə orta və kiçik sahibkarlıqla məşğul olanların sayını artırmaq, davamlı rəqabətə davam gətirə biləcək turizm bazaları yaratmaq tapşırığı verilmişdir. Eyni zamanda turizm sferasının infrastrukturunu və maddi-texniki bazasını genişləndirmək məsələləri nəzərdə tutulmuşdur. Beləliklə, turizm sferasının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi qanunda xüsusi olaraq qeyd edilmişdir.

Müasir şəraitdə Azərbaycanda turizm sferasının maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsi və infrastrukturunun inkişaf etdirilməsində Azərbaycan Respublikası Həmkarlar Konfederasiyasının da mühüm rolu vardır. Konfederasiyaya daxil olan Həmkarlar ittifaqları turizmin bazalarına əhalinin güzəşli göndərişlərlə təmin edilməsində, onların istirahət və əyləncəsinin mənalı və səmərəli təşkilində mühüm vəzifələr yerinə yetirir. Bu məsələdə Azərbaycan Respublikası Həmkarlar Konfederasiyasının sədrinin rolu xüsusi qiymətləndirilməlidir. Hazırda turizm sferasında dövlət, siyasətin davamı kimi “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” qəbul olmuşdur. [5.]

Dövlət Proqramı yalnız 2010-2014-cü illərin deyil, ümumiyyətlə ölkədə turizm sferasının inkişafının uzunmüddətli strateji maraqlarını özündə ehtiva edir: «Proqramda nəzərdə tutulmuş problemlərin müsbət həlli ölkəmizdə turizm sənayesinin və infrastrukturunun genişlənməsinə, dövlət və bələdiyyələrin öz

fəaliyyətlərini daha da möhkəmləndirməsinə şərait yaradacaq. Sənəddə turizmin coğrafiyasını və mövcud qorunan obyektlərindən istifadə hüquqlarının müəyyənəlməsi, turizmdə servis fəaliyyətinə başlama, ərazilərin tənzimlənməsi, nəzarətin təşkil olunmasının təkmilləşdirilməsi məsələləri qarşıya qoyulub».

Ölkəmizdə turizm sferasında dövlət siyasəti yeni bir mərhələyə addım atmışdır. Bu sahədə dövlət siyasətinin turizmin inkişafına güclü təkan göstərməsi öz əksini tapır. Azərbaycan Respublikasında turizm sferası sürətlə inkişaf etməkdədir. Ölkəmiz beynəlxalq turistlər üçün cazibədar məkana çevrilir. Ölkəyə gələn xarici turistlərə yüksək standartlara uyğun servisin göstərilməsi bir çox amillərdən asılıdır. Belə ki, turizm-ekskursiya işinin təşkilində bələdçilərin, bələdçi-tərcüməçilərin səyini ayrıca qeyd etmək zəruridir. Coğrafi mövqeyinə görə əlverişli bir ərazidə yerləşən ölkəmizdə turizm sferası perspektivli və yüksək potensiallı sahələrdəndir.

Azərbaycan Respublikasının turizm sahəsində siyasətinin əsas prinsipləri 1999-cu il iyun ayının 4-də qəbul edilmiş «Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu»nda, «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı (2014 – 2018-ci illər) Dövlət Proqramı»nda və 2007–2017-ci illər üçün nəzərdə tutulmuş Dövlət Proqramında öz əksini tapmışdır. [2.]

Dövlətin turizm sferasına dəstəyi və qayğısı bu sferanın perspektiv inkişafına zəmin yaradır.

Sahibkarlıq fəaliyyəti bu gün dünyada gedən proseslərə əsaslanan və iqtisadi motivlər üzərində qurulan daxili və xarici potensialdan istifadədə liberallığı və turistlərin tələbatını təmin edən fəaliyyət dairəsidir.

Sahibkarlığın regional xüsusiyyətləri regionun sosial- iqtisadi potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək üçün yaradılan şəraitdən asılıdır. Buraya dövlət, yerli və xarici investisiya qoyuluşunun yaxşılaşması tədbirləri daxildir. Sahibkarlıq fəaliyyəti öz xüsusiyyətlərinə əsaslanaraq bazarın tələbinə cavab verən məhsul istehsalı üzrə ixtisaslaşma, regional və konkret məhsullar və xidmətlər üzrə baş verir. Regional ixtisaslaşma regionun maraqlarına uyğun qurulur. Sahə ixtisaslaşması da rəşional istehsal, xidmət və mənfəət əldə etmək marağı üzərində

qurulur. Funksional təyinat isə biznes fəaliyyəti üzərində qurulur. Sahibkarlığın prioritetləri sosial- iqtisadi maraqlar üzərində qurulur. Respublikanın regionlarında sahibkarlara kömək dövlət dəstəyi, yerli proqramlar və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə formalaşır. Regionlarda turizmin xüsusiyyətləri dünya turist təşkilatlarının və dünya turizm ölkələrində olan ümumi təcrübələrlə yanaşı sahibkarlıq mühiti ilə formalaşır və inkişaf edir. [13,səh.178]

Regionlarda turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti orada yaşayan əhalinin işlə təminatı, bu regionun kompleks inkişafı, infrastrukturanın möhkəmləndirilməsi, sosial mədəni servisin yeni standartlara cavab verməsi məqsədini güdür.

Regionlarda rəqabətin özü ümumrespublika və xarici bazarların olması, onların seçilməsi, səmərəli istifadə edilməsi zərurətini üzə çıxarır. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti yerli bazara əsasən hesablanmır, xarici bazarların istehlakçı kimi cəlb olunması, alıcılıq qabiliyyətindən istifadəsinə görə istehsalı genişləndirmək, sosial- mədəni servis yaratmaq strategiyası işlənilib, hazırlanır. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti birbaşa daxili və xarici firmaların müqavilələri və əlaqələri ilə baş verir. Həm də aralıq bizneslə məşğul olan turizm müəssisələri istehsalçı və istehlakçı arasında informasiya mübadiləsini, reklamı, mühafizənin təşkili, nəqliyyatla təminatı və sair servis xidmətlərini təşkil etməyi özünə vəzifə borcu bilir. Son nəticədə, regionda turizmdə sahibkarlığın təşkilati quruluşu kimi istehsal, xidmət, servis şirkətləri və turist firmalarını təmin edən sənaye, ərzaq, otellər də daxil edilir. Onların birləşməsi birlikdə əldə etdiyi kommersiya mənfəəti ilə ölçülür və əmək bölgüsünə görə hər şirkətin və ya hüquqi şəxsin gəlirləri formalaşır. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin həmin sferasında inkişafı, möhkəmləndirilməsi onun sahələrarası dayanıqlı, sağlam rəqabət mühitində gəlirliyi ilə ölçülür. Sahələrarası dayanıqlı və sağlam rəqabət sahələrin hamısının əhatə etdiyi iqtisadi potensialı artırır və bu sahəyə axınına səbəb olur. Turizmdə sahibkarlığın regionda tənzimləməsi məqsədilə müxtəlif fəaliyyət növləri üzrə proqnoz verir. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin gəlirləri, xərcləri və iqtisadi potensialı qiymətləndirilir. Sahibkarlıq fəaliyyəti yeni iş yerlərini aşmaq və gəlir gətirmək və məqsədi güdür.

Mülkiyyət növləri üzrə müəssisələrin turizm fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlirlər məlum məsələdir ki, ölkə daxili və ya xarici turistlərin cəlb edilməsini tələb edir və bu sahənin gəlirləri turist axınından asılıdır. Xərclər bölməsinə isə məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclər nəzərdə tutulur. Mülkiyyət növləri üzrə müəssisələrin turizm fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlir və xərclər aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapmışdır:

cədvəl 2.1.

Turizm müəssisələrinin turizm fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlir və xərcləri(min man.)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Müəssisələrin gəlirləri	105888,8	114686,1	153980,9	171255,9	181 047,3	183055,1
Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərcləri	87879,9	88680,4	110684,0	145468,3	147 068,1	171730,8
Müəssisələrin xərcləri	10521,2	7739,4	7247,7	8447,7	8 611,9	13189,8
o cümlədən:						
avadanlıq və inventarların əldə olunması	143,3	160,8	204,9	104,5	98,5	146,9
içkilərin və yeməklərin hazırlanması üçün alınmış mallara çəkilən xərclər	1311,1	1272,5	886,4	882,8	943,1	1316,5
bütün növ yanacaq və enerji xərcləri	74,7	130,2	203,6	137,3	140,8	274,4
suyun alınmasına çəkilən xərclər	15,9	13,0	12,3	10,1	10,8	34,5
əsas fondların amortizasiyası	832,8	1126,3	268,2	192,7	84,5	3151,5
icarə ödənilməsi	81,7	82,3	62,3	10,2	10,2	11,2
əmək haqqı	1343,7	875,7	726,5	449,3	470,3	872,8
bütün növ sosial sığortalar üzrə ayırmalar	292,7	163,8	99,5	108,7	83,9	193,0
əsas vəsaitlərin cari təmirinə sərf olunan xərclər	468,6	117,8	24,5	246,2	243,6	161,4
digər xərclər	2693,7	843,7	182,9	229,6	213,2	471,9

Cədvəldən göründüyü kimi mülkiyyət növləri üzrə müəssisələrin turizm fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlirlər ilbə il yüksəlir, bu da turizmin respublikamızda inkişafından xəbər verir. Yəni, turizmdən gələn gəlirlərin artımında 2010-2015-ci illər üzrə fərqlərə nəzər saldıqda görürük ki, gəlirlər 2010-cu ildə 105888,8; 2011-ci ildə 114686,1; 2012-ci ildə 153980,9; 2013-cü ildə 171255,9; 2014-cü ildə 181047,3; 2015-ci ildə bu rəqəm 183055,1 min manat olmuşdur.

Müəssisələrin xərcləri bölümündə avadanlıq və inventarların əldə olunması; içkilərin və yeməklərin hazırlanması üçün alınan mallara çəkilən xərclər; əsas fondların amortizasiyası; bütün növ yanacaq və enerji xərcləri; suyun alınmasına çəkilən xərclər; icarə ödənilməsi; əmək haqqı; bütün növ sosial sığortalar üzrə ayırmalar; əsas vəsaitlərin cari təmirinə sərf olunan xərclər və digər sahələrə müəssisə tərəfindən çəkilən xərclər nəzərdə tutulur. Buradan da belə nəticə çıxarmaq olar ki, turistlərin sayına görə tələbatın ödənilməsi səviyyəsi də yüksəlir.

Bu proseslərin özü də bazarın segmentləri ilə qarşılaşır. Yəni bazar segmentləri və istehsal segmentləri maddi və qeyri maddi xidmət növləri üzrə ixtisaslaşır və uyğunlaşır.

Turizmdə sahibkarlığın idarə olunması onun forma və metodlarından asılıdır. Əvvəlcə, turizm sferasında regionlarda sahibkarlığın fəaliyyəti dövlət qeydiyyatından keçir. Bu baxımdan sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas məqsədi onun istehsal etdiyi və göstərdiyi turizm sferasının müxtəlif növləri və onların formalaşması, realizəsi nəticəsində əldə olunan mənfəətin bölgüsü, yenidən bölgüsü layihələri təzədən tərtib olunur. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin ümumi gəlirləri onun bölgüsü, yerli və dövlət orqanlarının ödəmələridir. Bu gün turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti vergi orqanlarında qeydiyyatdan keçirilir və sosial müdafiə fondunda sosial vergilərin yığılması üçün fərdi uçot sistemi ilə hesablanır. Turizmin sahibkarlıq fəaliyyətində müxtəlif funksiyalar, vəzifələr, ödəmələr, öhdəliklər birbaşa və dolayısı yolla regionun sosial ictimai həyatında iştirak etmək üçün nəzərdə tutulur. Maddi himayəçilik kredit və güzəştli maliyyə vəsaitləri ilə baş verir. Turizm sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə

dəstəyini sahibkarların xüsusi vəsaitləri və insanların vəsaitləri hesabına formalaşdırmaq rolu oynayır. Eyni zamanda insanların rifah halının yüksəldilməsi yolları onun maddi tələbatına istiqamətlənməsi mənəvi tələbatın artmasına təsir edir. Araşdırmalardan aydın olur ki, regionlarda insanların həyat səviyyəsi artdıqca maddi tələbatın ödənilməsi ilə bərabər turizmə olan tələbat da prioritet istiqamət təşkil edir. Turizm məhsulunun qiyməti, onun xidmət şəraiti tələbatların tələbatının formalaşmasına təsir göstərir. Odur ki, müasir şəraitdə turizmi sferasını inkişaf etdirməkdən ötrü onun bazarını təşkil etmək və turistlərin istehlak davranışına uyğun segmentləşdirmək təşkilati quruluş olaraq inkişaf etdirilir. Ümumi Daxili Məhsulun ÜDM-in yüksəlməsi turizmin inkişafına maddi əsas verir. Büdcədən ayrılan maliyyə vəsaitləri, turizmdən tutulan vergilər, kreditlər, xarici investorların turizmdə müştərək iştirakı sahənin inkişafına təsir göstərir.

İnvestorlar: xarici investor, respublika daxilində sahibkarlıqla məşğul olan investorlara bölünür. İnvestorların rəqabət mühitində turizm fəaliyyətinə risk etməsi bu sahənin dövlət tərəfindən təminatçısı olaraq çıxış etməsi ilə bağlıdır.

Təşkilati quruluş kimi dövlət regionlarda başqa sahələrin inkişafına da mühit yaradır. Turizmin təşkilati məsələləri regionlarda infratrukturların inkişafın etdirilməsinə mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yönəldilən vəsaitlə ölçülür. Yəni, neftdən gələn gəlirlərin müəyyən hissəsi müasir inkişaf mərhələsində qeyri-neft sektoruna ayrılır. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti daxilində bir çox vəzifələr bu sahənin imicini yaradır. Turizmin aferasının effektivliyinin təşkili onun davamlı və dayanıqlı rəqabət şəraitində uzunmüddətli fəaliyyət göstərməsi üçün baza yaradır. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin regionlarda təşkili region tabeliyində olan resursların pullu ödəmələr yolu ilə istifadə olunmasına və onun təkrar istehsalına lazım olan vəsaitlərin düzgün bölgüsünə yönəldilir.

Son zamanlar respublikamızda turizm şirkətlərinin və mehmanxanaların sayının artması, ölkəmizdə turizm sferasının dünya standartlarına cavab verən səviyyədə inkişaf etdirilməsi respublikamızın dünya turizm bazarına inteqrasiyası istiqamətində aparılan ardıcıl işlərdəndir. Ümumilikdə, bütün sivil ölkələrdə turist

şirkətləri, otellər, sahibkarlar bir-birləri ilə xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsi sahəsində rəqabət aparırlar. Yəni, Azərbaycanda bu tip məsələlərin həll edilməsi problemləri ilə turizm müəssisələri məşğul olur. İndi aşağıda turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin mülkiyyət növünə görə siyahısına nəzər salaq:

Cədvəl 2.2.

**Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin
mülkiyyət növləri üzrə sayı**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Müəssisələrin sayı	370	452	499	508	514	530	535	536
O cümlədən:								
dövlət	56	64	37	34	27	27	27	49
Xüsusi	296	370	447	460	466	485	489	470
Xarici	12	12	12	11	17	13	13	12
birgə	6	6	3	3	4	5	6	5

mənbə: www.stat.gov.az.-2016

Burada, cədvəldən göründüyü kimi 2008-ci ildə ölkədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin sayı 370 olduğu halda, bu 2015-ci ildə onların sayı 536-olmuşdur. Azərbaycanda mehmanxanaların sayı 2008-ci ildə 370, 2009-cu ildə 452, 2010-cu ildə 499, 2011-ci ildə 508, 2012-ci ildə 514, 2013-cü ildə 530, 2014-cü ildə 535, 2015-ci ildə bu rəqəm 536-ya çatmışdır. Azərbaycanda mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşdirmə obyektləri mövcuddur. 2008-ci ildən bu günə kimi 536 mehmanxana və mehmanxana tipli turizm obyekti tikilərək, istifadəyə verilmişdir.

Azərbaycanın öz turizm potensialından daha çox yararlanmaq imkanları var. Bu baxımdan Lerik, Yardımlı, Quba, Qusar, Şamaxı, Qəbələ, Lənkəran, Gədəbəy, İsmayıllı, Xaçmaz kimi səfalı turizm məkanları olan yerləri bu istiqamət üzrə daha da inkişaf etdirmək mümkündür.

2.2. Turizm və sosial-iqtisadi inkişaf

Turizmin inkişafı ölkəyə həm iqtisadi, həm də sosial baxımdan müsbət təsir göstərir. İqtisadi cəhətdən müsbət təsiri dedikdə, turizmin gəlirli sahə olması və ölkəyə gəlirin cəlb olunmasında əhəmiyyətli dərəcədə rol oynaması başa düşülür.

Sosial cəhətdən müsbət təsiri dedikdə isə, yeni iş yerlərinin açılmasıyla işsizliyin azaldılması ilə yanaşı yeni təşkilatların yaranmasına gətirib çıxarır, sahibkarlığın inkişafına zəmin yaradır, turizm sferasının regionda ev təsərrüfatı ilə məşğulluq səviyyəsini yüksəldir və insanların tələbatına uyğun xidmətlərin fəaliyyət göstərməsini təmin edir.

Turizm sferasının iqtisadiyyatdakı rolu iqtisadi siyasət və ölkənin beynəlxalq əlaqələrində xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir.

Turizmin sosial-iqtisadi inkişafdakı rolu istehsal və istehlak mühitində inkişaf edir. Turizm sferasının gəlirləri dövlətin gəlirlərinin, əhali və sahibkarların gəlirlərinin tərkib hissəsidir. Ona görə də ölkədəki turizm sahəsi onun iqtisadi və sosial potensialının inkişaf etməsinə və idarə olunmasına təsir edir.

Azərbaycanda turizmin inkişafında dövlətin payı onun müxtəlif kanallar vasitəsilə himayəsi və dəstəyi azalır, özəl sektorun payı artır.[12,səh.69] Bunu aşağıdakı cədvəldən daha aydın görmək olur:

cədvəl 2.3.

Mülkiyyət münasibətlərinə görə turizmdən əldə edilən gəlirlər (min. man.)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turtizmdən əldə edilmiş gəlirlər	14755,5	17804,7	21597,1	24823,6	26 031,0	35 079,6
ocümlədən						
Dövlət	1346,6	1513,3	1670,6	1813,5	1 748,2	1 764,2
xüsusi	12863,6	15938,4	14594,0	17662,8	19 011,6	27 378,7
xarici	101,5	109,2	157,3	199,1	91,8	770,1
Birgə	470,7	243,7	5175,2	5148,1	5 179,4	5 166,6

Mənbə: stat.gov.az.-2015

Statistik məlumatlara əsasən mülkiyyət münasibətlərinə görə turizmdən əldə edilən gəlirlər 2015-ci ildə dövlət sektorunda 1764,2 min.manat, xüsusi mülkiyyətdən isə 27378,7 min manat olmuşdur.

Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatların əsasən tərtib edilmiş cədvəldən də göründüyü kimi Azərbaycan Respublikasının turizm sferasından əldə etdiyi gəlirlər artan tempə davam edir. Bu da turizm sferasının inkişafında əsas göstəricidir.Turizmin sferasının inkişafı iqtisadi inkişaf, investisiya cazibədarlığı, regionların inkişaf sahəsində mühüm roloynayır. Turizmin inkişaf etdiyi regionlarda təhsil müəssisələri, səhiyyə obyektləri tikilir, yol infrastrukturu genişləndirilir, bazarlar möhkəmləndirilir, innovasion xidmət sahələri yaradılır. Bu səbəbdən də dövriyyəyə cəlb olunan pulun miqdarı çoxalır, bank sistem inkişaf edir.

Bu turizm sferasının inkişafı ali təhsilli kadrların yetişdirilməsinə də zəmin yaradır.Turizm sferasının ölkə iqtisadiyyatındakı yeri və onun əsas inkişaf meyilləri ölkənin resurs potensialı ilə yanaşı təşkilatı idarətmə strukturundan da xeyli asılıdır.

İqtisadi ədəbiyyatlardada turizm sferasına təsir göstərən faktorlar aşağıdakı kimi qruplaşdırılır: [9.]

- torpaq
- ekoloji mühit
- insanların məşğulluğunun, əmək haqqının təşkili
- turizmdən kommersiyanın mənfəəti
- əhəlinin integrasiyaya olan tələbatı
- ölkə iqtisadiyyatının başqa sahələri ilə əlaqələrin vəziyyəti
- Ölkənin təhlükəsizliyi.

Turizmin inkişafı təkcə təbii-coğrafi şəraitlə deyil, həm də iqtisadiyyatın başqa sahələrinin inkişafı və iqtisadi səmərəlilik əldə etmək üçün həyata keçirilən tədbirlərlə də müəyyənləşir. Turizm sferasının inkişafı əsasən iqtisadi təminatın səviyyəsi və demoqrafik tərkiblə müəyyənləşdirilir. Turizm sferasının inkişafında

beynəlxalq turistlər üçün xidmətin yüksək səviyyədə təşkil olunması və idarə edilməsi, insanların xarici və yerli turizm sferasından inkişafına imkan yaradılması problemləri nəzərdə tutulur.

Turizm ona çəkilən xərci tez qaytaran, rentabellik dərəcəsi yüksək, sürətli inkişafı, xidmətlər fəaliyyətinin geniş olmasından dünyaya iqtisadiyyatında kapital axını müəyyən edən sahələrdən olaraq, sağlam rəqabət qabiliyyətinə malikdir.

Turizm sahəsinin inkişaf səviyyəsi və onun bölünməsi ölkədə gedən inkişaf prosesindən asılı olaraq, eyni zamanda bu sahə özü-özünü maliyyələşdirən və gəlir gətirən sahədir. Respublikamızda turizm sferasına ümumi daxili məhsulun (ÜDM)-in artım hissəsi və regionların sosial-iqtisadi inkişafının məhsuldar qüvvəsi kimi baxılır və dövlətin inkişaf proqramlarına daxil edilir.

Dövlət turizm sferasının inkişaf istiqamətlərinin təmin edilməsi və nəzarət edilməsi işini Gənclər və Turizm Nazirliyi vasiləsilə həyata keçirir. Turizm sferasının maliyyələşdirilməsi, maddi-texniki bazasının yaradılması layihələrinin işlənilib hazırlanmasında və həyata keçirilməsinə dövlət dəstək verir və strateji plan, tənzimləmə siyasəti tətbiq edir.

Azərbaycanda ilk növbədə turizmin inkişafı yerli əhalinin tələbatına əsasən deyil kommersiya mənfəəti əldə etmək və xarici valyutanın ölkəyə gətirilməsi məqsədilə həyata keçirilir.

Ölkədə turizm sektorunun inkişafı sosial-iqtisadi sahələrin inkişafının əsas istiqamətlərinə görə planlaşdırılır. Bu istiqamətlərdən bir neçəsini nəzərdən keçirək:

- Turizm sektorunun inkişafından ölkəyə gətirilən və ölkədən çıxarılan maliyyə resurslarının qiymətləndirilməsi, döviyyədə olan pul kütləsi və bazar mübadiləsindəki xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Ona görə ki, ölkəyə gələn xarici valyuta resurslarının ümumi həcmi turizmdən gələn mənfəətini artırır:
- turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı, əlavə maliyyə axınının yeni iş yerlərinin açılmasına yönəldilməsi, regionların inkişafının mühüm istiqamətlərindən olaraq seçilməsi turizm sektorunun inkişafında qarşıya qoyulan məqsədlərdən biridir.

- turizm sferasının inkişaf etdirilməsi üçün həmin sahəyə təsir göstərən maddi və qeyri-maddi sferanın inkişaf istiqamətləri, infrastrukturlarla təminat səviyyəsi, turizm sferasında yerli mütəxəssislərin olması, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi məsələlərini həlli qarşıya qoyulan əsas məqsədlərdən biridir.
- turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi ölkədə bankların, nağdsız ödənişlərin, sığorta sahəsinin (xüsusən də xarici vətəndaşların sığortalanması), tranzit olması baxımında dünya standartlarına inteqrasiyasına gətirib çıxara bilər.
- Ölkə daxili regionlarda, o cümlədən, Naxçıvan, Quba, Abşeron, Zaqatala, Lənkəranda turizm sferasının inkişaf etdirilməsi regionların ümumi inkişafını, insanların sosial rifah halının yüksəldilməsini, infrastrukturlarla təminat səviyyəsi, xidmət bazarının inkişaf etdirilməsini dəstəkləyir.
- turizm sferasının inkişafı təhsil sistemi, səhiyyə müəssisələri və digər bir çox xidmət sferasının inkişafına imkanlar yaradır.

Bu istiqamətlər turizm sektorunda həyata keçirilən layihələr, dövlət siyasəti və inkişaf proqramlarının həyata keçirilməsini müəyyənləşdirir.

Turizm sferasının inkişafı tədqiqat və proqnozların düzgünlüyü tərtibi ilə mümkündür.

Respublikamızda dövlətin turizm sahəsindəki himayəçilik siyasəti, iqtisadi mexanizmlərin səmərəli təşkili ilə, stimullaşdırılması ilə və dövlət resursları üzərində nəzarətin sahə olaraq turizmin xərclərini aşağı salınması üçün yerli resursların istifadə edilməsinə görə verilən haqqın maya dəyərinə daxil edilməsi metodikası tətbiq edərək, məhsulun mənfəətini artırmaq və həmin turizm müəssisəsi ilə yerli tələbat arasında bölgünü təmin edərək inkişafa stimula yaratmaqdır [7. s.160].

Ölkədə iqtisadiyyatın sürətli inkişaf etdirilməsi oraya xarici turistlər tərəfindən marağın yüksəlməsinə səbəb olmuş, ölkəyə müxtəlif məqsədlərlə gələnlərin sayı ildən-ilə artırmağa başlamışdır. Beləliklə, turizmin fəaliyyətinin yüksəlməsinə zəmin yaratmışdır. 2011-ci il ölkədə “Turizm ili” elan olunması ölkəmizə artan maraqların nəticəsidir ki, turizm sahəsində geniş imkanlara sahib olan

Azərbaycan zəngin landşaft, təbiət abidələri, zəngin mədəni-tarixi irslərinin düzgün tanınması ilə ölkəyə cəlb olunan turistlərin sayını artırma bilər.[2.]

Məlum məsələdir ki, turizm müəssisələrinin çoxalması, xidmətin yüksəldilməsi və həyata keçirilməsinə səbəb beynəlxalq tədbirlərin ölkəyə turist axınını artırması, və ölkənin beynəlxalq səviyyədə tanınmasına imkanlar yaradır. Bakıya yaxın olan regionlarda da turizm şirkətlərinin, otellərin, istirahət mərkəzlərinin tikilməsi, təmiri daxili və xarici qonaqların istirahəti üçün geniş imkanlar yaratmışdır. Son illərdə regionlarda 14, ümumi 35 “5 ulduzlu” otel istifadəyə verilmişdir. Turizm sektorunun sürətlə inkişaf etdirilməsi respublikaya çoxlu xarici otel şəbəkəsinin gəlməsinə şərait yaratmışdır. Bunlardan dünyada məşhur brendlər də vardır. Məsələn, Four Seasons Hotel Baku, Hyatt Regency, JW Marriott Absheron Baku Hotel, Jumeirah, Bilgah Beach Hotel, Grand Hotel Europe, Hilton Baku, Kempinski Hotel Badamdarı və s. qeyd etmək olar.

Ölkəmizdə mehmanxana, nəqliyyat, sanatoriya, kurort, regionlarda kommunal sahələrin (qaz, su, işıq), kommunikasiya sistemlərinin, turizm komplekslərinin mövcud vəziyyəti turizmin inkişafına birbaşa təsir edir.

Mehmanxanaların sayını adambaşına hesabladıqda məlum olur ki, axır vaxtlar sayda artım var. Mehmanxana təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi, mehmanxana komplekslərinin beynəlxalq standartlara cavab verməsi, xidmət növlərinin elmi-texniki tərəqqisi və coğrafi-iqlim şəraitinin əlverişli olması turist axınına gətirib çıxarır.

Cədvəl 2.4.

Mehmanxanalar haqqında məlumat 2011-2015-ci illərdə

	2011	2012	2013	2014	2015
Mehmanxana, mehmanxana tipli müəssisələrin sayı (vahid)	508	514	530	535	536
Nömrələrin(otaqların)sayı (vahid)	14815	15898	16559	17 363	17 953
O cümlədən: Nömrələrin dərəcələrə görə bölüşdürülməsi: (vahid)					
lüks nömrələr (vahid)	2645	2627	2509	2 419	2 476
I dərəcəli nömrələr (vahid)	5974	6429	6266	6 970	7 068
turist dərəcəli nömrələr (vahid)	6196	6842	7784	7 974	8 409

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi- 2016

Qeyd etdiyimiz Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin 2011-2015-ci illəri əhatə edən mehmanxanalar haqqında məlumatlarına əsaslanaraq - deyə bilərik ki, ölkəmizdə mehmanxana şəbəkəsi ilbə il inkişaf etməkdədir. Bunu yuxarıdakı cədvəldən daha aydın görmək olur.

Bütün deyilənlərə baxmayaraq, hal-hazırda ölkənin bəzi bölgələrdə turizmin o qədər də inkişaf etməmişdir. Xüsusən dağ rayonlarında otellərin kommunal təminatında problemləri hələ də qalmaqdadır. Kommunal tələbatlarının ödənilməsindəki bu problemlər əlavə xərclər yaradır bu isə sahənin inkişafına mənfi təsir göstərir, bu baxımdan sahibkar öz xərclərini çıxarmaq üçün qiymətləri yüksəltməli olur, müştərlərin sayını azaldır.

Turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi ölkənin xarici siyasətindən, onun ölkələrarası münasibətindən, ölkə daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətdən asılıdır. İlk növbədə turizm sektoru ölkədəki daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətə təsir göstərir.

İstənilən ölkənin turizm siyasəti hazırlanarkən həmin ölkənin beynəlxalq turizminin mübadilə münasibətlərində iştirak etmə səviyyəsi nəzərə alınır, və ölkənin tələb və təklif səviyyəsinə uyğun inkişaf səviyyəsi müəyyənləşdirilir. Ona görə də beynəlxalq turizmin regional bazarlarında yerli bazarların ümumi və spesifik inkişaf istiqamətlərinin, tələb və təklifin formalaşması, bazarın tutumu və bazar münasibətlərinin səmərəliliyinin öyrənilməsi və müvafiq işlərin görülməsi əsasdır. Birinci növbədə dövlət tərəfindən görülən tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Turizm siyasəti dövlətin xarici iqtisadi siyasətini, beynəlxalq turizmin məqsəd və tədbirlərinin mahiyyətini formalaşdırır.

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsindən əvvəl ölkənin, regionların turizm səviyyəsi və potensialının vəziyyəti haqqında anlayış olmalıdır. O zaman inkişaf göstəricilərinə əsaslanaraq tədbirlər görülür.

Ölkədə turizm sektorunun inkişafı sisteminə aşağıdakılar daxildir:

- turist axının həcmi;
- sutkada turizm xərclərinin orta həcmi;

- maddi-texniki bazanın səviyyəsi;
- turizm firmalarının maliyyə-iqtisadi fəaliyyəti;
- beynəlxalq turizmin inkişaf istiqamətləri.

Turizm sektorunun inkişafının siyasətini işləyib hazırlayarkən aşağıdakı aspektlər nəzərə alınmalıdır:

- xarici turizmin və siyasətin qarşılıqlı əlaqələri;
- ölkənin turizm siyasətinin xarici iqtisadi fəaliyyət kimi;
- turizm siyasətinin ilk növbədə ölkədaxili konkret addımların atılması;
- turizm siyasətinin səmərəliliyi ölkələr arasındakı münasibətlərdəndən asılılığı.

Turizm haqqında siyasəti, dövlət tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər məcmusu kimi həmin sahənin milli iqtisadi və sosial sahələrində rolu və vəzifələrini idarəetmək deməkdir. Bu baxımdan turizm siyasətinin aşağıdakı mexanizmlərini göstərmək olar:

- turizmin bütün növləri üçün proqramların işlənilməsi və həyata keçirilməsi;
- turizm sektorunun inkişafı;
- tədbirlərin reallaşdırılmasında alınan nəticə;
- turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi.

Dövlət tərəfindən turizm siyasətində kadr potensialının gücləndirilməsi, turizm sektorunda maddi-texniki bazanın genişləndirilməsi, yerli turist məhsulunun beynəlxalq davamlı rəqabətə dözümlü, daxili və xarici investisiyaların axını, gömrük və vergi siyasətinin, turizm sisteminin yenilənməsi və inkişaf etdirilməsi daxildir.

Bunların reallaşdırılması üçün qanunverici orqan olan Milli Məclisdə Mədəniyyət Komissiyası, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərkibində şöbə və komitələr fəaliyyət göstərir.

Turizm proqramlarının həyata keçirilməsində əsas məqsədlər:

- beynəlxalq standartlara uyğun olaraq milli turizm bazarının yaradılması;
- turist fəaliyyətinin normativ hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi;
- sosial yönümlü turizm sektorunun güləndirilməsi;
- turizm sektorunda mülkiyyət münasibətlərinin inkişaf istiqamətləri;
- turizm sektoruna kiçik sahibkarların cəlb olunması, kiçik bizneslərə dövlət dəstəyi;
- turizmin regionlarda bərpası və beynəlxalq standartlara çatdırılması;
- Azərbaycan turizminin beynəlxalq turizm bazarına integrasiyası, beynəlxalq turizm münasibətlərinin gücləndirilməsi və möhkəmləndirilməsi;
- turizmin perspektivli inkişaf nəzəriyyəsinin hazırlanması;
- müasir texnologiyaların turizm sektoruna tətbiqi;
- turizmin maddi-texniki bazasının inkişafı üçün fondların, xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- turizm sektorunda informasiya innovativliyi, marketinq fəaliyyətinin gücləndirilməsi və s..

Turizmin inkişaf proqramları özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- normativ hüquqi baza
- turizmin inkişafı və idarə olunması;
- turizmin maddi-texniki bazasının inkişaf etdirilməsinə dəstək;
- yerli turizm məhsullarının beynəlxalq bazarlarda tanıtılması və məlumat, reklam təminatının inkişafı;
- turizmin yerli iş qüvvəsilə təmin edilməsi.

Son zamanlar ölkəmizin turizm potensialınıdünyada tanınması,ölkəmizə turist axını, turizmin növlərinin inkişafı, turizmlə məşğul olan sahibkarlara dəstək, infrastrukturlarla təminat istiqamətində vacib işlər görülmüşdür. Hazırda

ölkəmizdə ardıcıl olaraq regional, beynəlxalq səviyyəli tədbirlər keçirilir və ölkənin tanınmasına, turist axınına şərait yaradır. Dövlətin turizm haqqında siyasəti bu sahədə nailiyyətlərin əldə olunması, sosial-iqtisadi inkişafın qorunması və turizm fəaliyyətində dövlətin forma, metod və fəaliyyət növlərinin məcmuudur. Azərbaycanda turizm siyasətinin inkişaf istiqamətləri:

- səyahət edənlərin hüquqlarının qorunması;
- turizm sektorunda və bu sahədə fəaliyyət göstərən yerli sahibkarların maraqlarının qorunması;
- daxili və xarici turizmin dəstəklənməsi (turizm infrastrukturlarına kapital qoyuluşu, ölkə turizminin dünyada tanınması üçün görülən tədbirlər, investisiya axınını stimullaşdıran vergi və gömrük güzəştləri) .

Azərbaycan turizm sferasının beynəlxalq turizm sisteminə inteqrasiyası üçün ilk növbədə təşkilatı işlər görülməlidir. Bu istiqamətdə görülən işlərdən biri də 2001-ci ildə Gənclər və İdman Nazirliyi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 464 sayılı fərmanı ilə İdman və Turizm Nazirliyinə çevrildi.

“Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqram”ını işləyib hazırlanması ölkədə turizm sektorunun inkişafını gücləndirilmiş, eyni zamanda beynəlxalq turizm sistemə inteqrasiyasını sürətləndirmişdir.[2.]

Bu Proqrama əsasən müasir standartlara cavab verən otellər tikilmiş, ölkə iqtisadiyyatına, xüsusilə də turizm sahəsinə bir sıra mühüm beynəlxalq investorlar cəlb olunmuş, turistlərin sayında isə artım müşahidə olunmuşdur.

2.3.Xüsusi maraq turizmi və onun sosial iqtisadi inkişaf göstəriciləri

Xüsusi maraq turizmi müəyyən məqsədlər üçün yerinə yetirilən turizmdir. Bu “ayrı-ayrı şəxs və qrupların xüsusi maraqlarına yönələn şəxsi asudə vaxt və istirahət təcrübəsi” kimi təsnif edilə bilər. Son zamanlar dünyada yayılmış turizm

tendensiyasına əsasən xüsusi maraq turizmi (XMT) turizmin yeni növü kimi turistlər arasında geniş vüsət tapmışdır. <http://www.elibrary.az/docs/JURNAL/>

Hazırda turistlər ən çox xüsusi maraq turizmi adlanan fərdi turizm növlərindən bəhrələnməyə cəhd edirlər. Müasir şəraitdə Xüsusi maraq turizmi konsepsiyası turizm sektorunda mütəxəssislər arasında tədqiqat obyektlərinə çevrilmişdir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) tövsiyəsinə görə xüsusi maraq turizmi turistlərin fərdi və yaxud qrup şəklində hər hansı bir məqsədə nail olmaq, bilik və ya bacarıqlarını inkişaf etdirmək üçün konkret ərazi və ya turizm obyektlərinə səfəri üzrə ixtisaslaşmış turizm növüdür.

Ümumilikdə, xüsusi maraq turizmi dedikdə, turizm sahəsində xüsusi və fərqli maraqları ödəmək üçün yaradılmış turizm anlayışı başa düşülür. Konkret olaraq xüsusi maraq turizmi kütləvi turizmin alternativini kimi yaradılmış nisbətən yeni turizm növüdür. Xüsusi maraq turizmi başqa turizm növlərindən fərqlənən, kütləvi turizmin əksi olsa da, mütəxəssislərin fikrincə alternativ turizmlə eyni anlayış olaraq istifadə olunur. Bəzi turizm haqqında ədəbiyyatlarda isə aktiv turizm anlayışıyla xüsusi maraq turizmi anlayışının eyni mənada istifadəsi də qeyd edilir. Hətta turizmin bu növü, ekoturizm, kənd turizmi, təhsil turizmi və s. turizm növləri ilə eyniləşdirilir.

Xüsusi maraq turizminin həyata keçirilməsində turistlərin hər hansı bir hobbisi, xüsusi maraq dairəsi olmalıdır.

Azərbaycanda turizmin inkişafında dövlətin payı onun müxtəlif kanallar vasitəsilə himayəsi və dəstəyi azalır, özəl sektorun payı artır. Bunu aşağıdakı cədvəldən də aydın görmək olur:

Səfərlərin məqsədinə görə vətəndaşların sayı

	2011	2012	2013	2014	2015
Turizm məqsədi ilə	425666	520958	546937	550 643	638 359
istirahət, əyləncə məqsədi ilə	172797	225646	226464	237 506	256 285
işgüzar səfər məqsədi ilə	185094	247304	232796	206 234	275 896
müalicə məqsədi ilə	27533	15145	45060	70 981	68 896
digər turizm məqsədi ilə	40242	32863	42617	35 922	37 282

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/>

Cədvəldə, məsələn: 2015-ci ildə 638359 nəfər turizm məqsədilə, istirahət və əyləncə məqsədilə 256285 nəfər, işgüzar səfər məqsədilə 275896 nəfər, müalicə məqsədilə 68896 nəfər, digər turizm məqsədilə 37282 nəfər səyahət etmişdir.

Turizm haqqında ədəbiyyatlarda kütləvi turizmin alternativ turizm növünə keçməsinin 1950-1960-cı illərə təsadüf edilməsi qeyd edilir. 1980-ci illərdən əhalinin həyat tərzilə əlaqədar insanla təbiət arasındakı münasibətlərin də dəyişməsi insanların təbiətlə daha çox təmasda olmaq məqsədli turizm növündən istifadə etməyi üstün tuturlar. Artıq 1990-cı illərdən başlayaraq xüsusi maraq turizmi inkişaf etməyə başlamışdır. Deməli, xüsusi maraq turizminə post-modern dövrü kimi dəyərləndirilən zamandan alternativ turizmdən xüsusi maraq turizminə şüurlu keçid prosesi baş vürmüşdür. Bu zaman “elit təbəqə” adlanan əhali qrupu başqalarından fərqli olaraq digər turizm növündən istifadəni məqsəduyğun hesab edirlər ki, burada artıq dəniz, çimərlik və s. turizm növlərindən seçilən xüsusi maraq turizmidir.

Xüsusi maraq turizminin inkişafına bir çox amillər təsir edir: kütləvi turizm və xüsusi maraq turizminin yaranması, inkişafı və dünya bazarına çıxması üçün baza rolunu oynayır; insanların asudə vaxtında turizmdən istifadəsinə şəraitin yaradılması;

turizmdə nəqliyyat xidmətlərinin yüksək səviyyədə olması turizmin inkişafına müsbət təsir göstərir;

təhsil və dünyagörüşünün artması insanların görmədikləri ölkələrə səyahət etmək, idrakı turizmdən faydalanmaq məqsədi səyahət üçün stimül yaratmışdır.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) “Tourism 2020 vision” adlı hesabat vermişdir.

Hesabatda qeyd edilir ki:

turistlərin səyahətində qütbləşmələr;

yeni turizm növlərinə marağın artması;

ekstremal turizm növlərinin standartlara uyğunluğu.

Aparılmış tədqiqatlardan məlum olmuşdur ki, xüsusi maraq turizminin növləri çoxdur. Onlara- astronomiya turu, dağ velosiped turu, futbol turları, basketbol turları, arxeoloji turlar, bungee jumping, incəsənət turları, milli parklar turu, memarlıq abidələri turları, shopping turları, meşə gəzintisi turları və s.aid edilir. Xüsusi maraq turizmi müxtəlif növlüdür.

Buna baxmayaraq, turizmin bu növündə konkretləşməyə ehtiyac duyulurdu. Bu səbəbdən tədqiqatçılar Brotherton və Hümmətoğlu tərəfindən İngiltərədə aparılan tədqiqatlarda 36 xüsusi maraq turizmi növünün təsnifatı verilmişdir. Sonradan aparılan təhlillərdə isə xüsusi maraq turizmini 3 qrupa ayıraraq təsnifatı aparılmışdır:

şəhər daxilində;

təbii mühitdə;

kənd yerlərində.

Təsnifatdan göründüyü kimi xüsusi maraq turizmi həyata keçirildiyi məkan baxımından təsnif olunur. Həmçinin turizmin bu növü turizm bazarının xüsusi, ayrıca bir sahəsi olaraq fəaliyyət göstərməkdədir. Bu baxımdan turizm növü icra olunduğu məkan deyil, eyni zamanda digər amillər də nəzərə alınmaqla qruplaşdırılır:

Təbiətə əsaslanan turizm növləri, mədəniyyət və incəsənətə əsaslanan turizm növləri, hobbiyə əsaslanan turizm növləri, kənd turizmi, şəhər turizmi, idman turizmi, sağlamlıq turizmi, mədəni miras turizmi, ov turizmi, yaylaq turizmi, İpek yolu turizmi, botanika turizmi, tədbir və sərgi turizmi, qolf turizmi.

Təbiətə əsaslanan turizm növünün xüsusiyyəti təbiətlə sıx əlaqəli olması və təbiətdə icra edilməsidir.

Ümumiyyətlə, turizmin təbiətlə bağlı növləri çoxdur. Bunun da səbəbi meqapolis sakinlərinin yaşayış və iş mühitinin əsəbili və gərgin olmasından irəli gəlir. İnsanlar asudə vaxtlarını sağlam, sakitlik və rahatlıq baxımından da faydalı keçirmək məqsədilə, həm də monotonluqdan xilas olmaq istəyilə təbiət qoynunda olmağa üstünlük verirlər.

Hər bir ölkədə turistlərin marağına səbəb ola biləcək xüsusi təbii potensial vardır. Lakin, turistlərin istirahət edəcəyi cazibədar bölgələrdə infrastrukturun genişləndirilməsi və müəyyən qədər kapitalın qoyulması tələb olunur ki, bu da öz növbəsində maliyyə vəsaiti tələb edir. Respublikamızın ərazisində də turizm bölgəsi kimi məşhurlaşmamış potensial bölgələr və şərait mövcuddur ki, bu imkanlardan istifadə ölkəyə daha çox turist cəlb edir və dövlət büdcəsinə də küllü miqdarda gəlir gətirə bilər, həmçinin həmin ərazidə işsizliyin azalmasına səbəb olar. Qeyd etdiyim kimi, təbiətlə daha çox təmasda olan turizm növləri kənd(ferma) turizmi, sağlamlıq turizmi və yaylaq turizmidir.

Kənd yerlərində maddi rifahın yüksəldilməsi baxımından inkişaf etdirilmiş kənd turizminin müxtəlif klassifikasiya növləri vardır. Kənd turizmi ilə aqroturizm də eyni turizm növü olduğunu deyirlər, amma bəzi fərqlər mövcuddur. Kənd turizmi özündə ferma və aqroturizm növünü cəmləşdirir. Kənd turizmi turizm ədəbiyyatlarında biznes və istirahət turizmini özündə cəmləşdirən və kənd yerlərində reallaşdırılan turizm növüdür. Kənd turizmi yerli sakinlərə kiçik maliyyə vəsaitləri ilə maddi nemətlər istehsalı sahəsindən xidmət sahəsinə keçməklə əlavə gəlir sahəsi deməkdir. Turizmdə istirahətə

gələn şəhər sakinləri üçün isə daha sakit və təbii şəraitdə dincilmək və təbii nemətlərlə qidalanmaq imkanı verir.

Kənd turizmi kənddə yaşayan ailələrə kiçik bizneslə məşğul olmağa, məhsullarının realizəsini həyata keçirməyə və asudə vaxtlarında səmərəli istifadə etməsinə, gəlir gətirən işlə məşğul olmağa mühit yaradır.

Beləliklə, kənd turizmi xüsusi maraq turizminin əhəmiyyətli və vacib sahəsidir ki, son illərdə statistik göstəricilərdən də kənd turizminin əhəmiyyətli dərəcədə inkişafı müşahidə edilməkdədir.

Xüsusi maraq turizminin ölkə iqtisadiyyatının inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Ölkə iqtisadiyyatını təşkil etmək, onun strukturunun inkişaf siyasətini formalaşdırmaq üçün geosiyasi və geoiqtisadi parametrləri tədqiq edib, xüsusi proqramlar tərtib etməklə turist bazarına çıxışı artırmaqdan ibarət olmalıdır. Turizm bazarı daxili və xarici amillərlə münasibətin təşkili və genişlənməsi yolu ilə mümkündür.

Kənd turizmi dedikdə, kənddə yataq yerləri ilə təminata yönəldilmiş kompleks turist xidmətlərinin fəaliyyəti nəzərdə tutulur.

Orada məskunlaşan əhali üçün bu fəaliyyət, ənənəvi kənd təsərrüfatından gələn gəlirdən əlavə qazanılan gəlir mənbəyi kimi təqdim olunur. Turizmin bu növü kənd təsərrüfatı sahəsində, onun əsas peşəsinə mane olmadan, innovativ iqtisadi alternativ fəaliyyət kimi özünüəks etdirir. Kənd turizm biznesinin fəaliyyəti əsasında müxtəlif imkanlar yarana bilər. Kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətindən başqa məhsullarla eyniləşdirilməsi və ənənəvi kənd təsərrüfatından gələn qacancın azalması, məhsulun müxtəlifliyi ilə nəticələnmişdir. Məsələn, keçmişdə, kənd təsərrüfatının əkinçilik və heyvandarlıq növləri var idi. Kənd turizmi torpaqdan və müasir dövrdə mövcud olan şəraitdən istifadə etməklə yeniliklər yaratmışdır.

Ənənəvi kənd təsərrüfatından fərqli, turizm xidməti və yaxud ərzaq məhsullarına olan tələbat ölkədəki xidmət şəraitinin genişlənməsinə, məhsuldar qüvvələrə olan tələbatın artmasına və baxışların yeniləşməsinə, eyni zamanda

əhalinin çox hissəsinin kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıqla məşqulluğuna səbəb olmuşdur.

Cədvəl 2.6.

Məşğul əhalinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə bölgüsü

İllər	Cəmi	O cümlədən					
		Sənaye	Kənd təsərrüfatı,meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	tikinti	Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	Informasiya və rabitə	Digər sahələr
Min nəfər							
2011	4375,2	306,9	1657,4	308,9	181,8	58,0	1862,2
2012	4445,3	313,3	1673,8	321,8	182,7	58,7	1895,0
2013	4521,2	324,4	1677,4	325,5	183,8	58,1	1952,0
2014	4602,9	324,2	1691,7	334,1	185,1	59,2	2008,6
2015	4671,6	320,6	1698,4	336,4	197,1	60,3	2058,8

www.stat.qov.az.-2016

Məşğul əhalinin iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə bölgüsünün statistik hesablamalara görə ən çox insan kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıqla məşğuldur ki, bu da kənd turizminin inkişafında öz əksini tapır. Gədvəldən göründüyü kimi 2011-2015-ci illərdə kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıqla məşğul əhalinin %-lə hesablamalara görə 2011-ci ildə 37,9%; 2012-ci ildə 37,7%; 2013-cü ildə 37,1%; 2014-cü ildə 36,7%; 2015-ci ildə 36,4 % olmuşdur.

Kənd turizmi regionun adət-ənənəsinin, mətbəxinin və digər sahələrinin tanınmasında da mühüm fəaliyyət növü kimi özünü göstərir. Yerli əhali turistin regionun mədəniyyəti ilə maraqlandığını gördükdə, onlar bu sahəyə xüsusi diqqət

yetirirlər və az müddətdə bu münasibət icmaların başqa üzvləri arasında da yayılır. Adət və ənənələrlə turistlərin maraqlanması, yerli əhalini bu sahədə xeyli məlumat toplamağa və turistlərin istəklərinə uyğun olaraq biliklərini artırmağa çalışırlar. Kənd adamları ətraf mühitin qorunmasına çox da əhəmiyyət vermirdilər. Bu gün bu xoşagəlməz proseslər aradan qaldırılmışdır.

Kənd turizmi biznesində isə müştəri (turist) təbiət mənzərələriylə çox maraqlandığından kənd əhalisi vaxt ayıraraq, ətraf mühitin qayğısına qalır və bu baxımdan təbiətə əvvəlki münasibətlərini dəyişirlər. Artıq kənddə iş adamları öz ənənəvi fəaliyyətlərini yeniləri ilə əvəz edir, yəni məqsədlərə nail olmaq üçün istifadə etməyə əlverişli ərazilər və mənzərəli yerlər tapmaq məcburiyyətində qalırlar. Həmçinin kənd təsərrüfatı məhsulları yetişdirməkdən və iri buynuzlu mal-qara saxlamaqdan savayı, turizm fəaliyyəti haqqında da düşünməyə başlayır. Bu da ekoturizm fəaliyyəti və meşə siyasətinin bir növ təbliği deməkdir. Kənd yerlərində turizmin inkişafı kənddə yaşayan əhalinin statusunu gücləndirir. Turizmin bu növündə ən vacib məsələ mədəni əlaqələrin perspektivliyindən, yerli əhalinin maliyyə və iqtisadi səviyyəsindən asılıdır elə bu baxımdan da yerli əhalinin tarixi, həyat tərzilə illərlə yarattıqları ailə ənənələri turistlərdə böyük maraq doğurur. Kənd turizminin inkişafı yerli inkişaf deməkdir.

Kənddə bu kimi yeni biznes sahəsinin fəaliyyət göstərməsi digər sahələr-nəqliyyat, səhiyyə xidməti, kommunikasiya, habelə yolların bərpası və düzəldilməsi işlərinə dəstəyin verilməsi tələbini qoyub.

Məlum olduğu kimi, zəngin mədəni-tarixi irsi və əlverişli təbii şəraiti olan Azərbaycan turizm sahəsində geniş inkişaf perspektivlərinə malikdir. Ölkəmizdə bir çox turizm növlərinin: müalicə-sağlamlıq, ekoloji, mədəni, sosial, kommersiya, idman, xüsusi maraq kəsb edən və sosial-iqtisadi inkişafı üçün geniş imkanlar mövcuddur.

Son illər inkişaf edən turizm növlərindən biri də ovçuluq turizmidir. Artıq turizmin bu növü də xüsusi maraq kəsb etdiyindən o da xüsusi maraq turimi baxımından fəaliyyət göstərir. Azərbaycanla ovçuluq turizmi 1963-cü ildən

fəaliyyət göstərir. Hazırda bu sahəyə maraq daha da artmışdır. Ölkədə müxtəlif ovçuluq növləri mövcuddur ki, onlardan da quş və dağ keçisi ovunu xüsusi vurğulamaq olar.

Xüsusi maraq turizminin yaratdığı artımın həcmi işgüzar fəaliyyətin uğurundan xəbər verir. Turizmin bu növünün mahiyyətinə görə fəaliyyətin müəyyənləşdirilməsi ən vacib mərhələdir. Fəaliyyət öz atributlarına görə xeyli turisti cəlb etmək potensialına malik olmalıdır. Burada qiymət, keyfiyyət və başqa bir yerdə xidmətdən faydalanmaq prosesləri diqqəti cəlb edən əsas əlamətlərdir. Ümumilikdə, xidmət (servis) bir çox insanlar üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb etməli və nəzərdə tutulan xidmətlərdən istifadə üçün, insanların turist olaraq xaricə getmələri təmin edilməlidir. Bu baxımdan, bəzi inkişaf etməkdə olan dövlətlər öz diqqətlərini böyük dövlətlər tərəfindən təklif olunan xidmətlərin normal qiymətlərlə təklif edilməsinə istiqamətləndirilmişlər. Xaricilər bu xidmətlər barəsində daha çox məlumatlandıqca, bu xidmətlərdən faydalanmaq üçün xaricə səyahət edəcəklər.

Müasir inkişaf mərhələsində dünyada bir çox sahibkarlar daha çox pul qazanmaq üçün beynəlxalq arenada öz fəaliyyətlərin təbliğ etmək üçün müxtəlif yollar axtarırlar. Çox sayda turisti cəlb etmək və həmin sektorun gəlir mənbəyinə çevirmək üçün mövcud xidmət sənayesinə yardım etmək və dövlət tərəfindən stimullaşdırmaq lazımdır. Xüsusi maraq sahə maraqları ilə makroiqtisadi maraqların və dövlətin rolunu, onun tənzimləmə siyasətini formalaşdırır. Xüsusi maraq və iqtisadi artım strateji inkişafdan xəbər verir, bu baxımdan turizm, kommersiya maraqlarını ödəmək üçün daha sərfəlidir.

FƏSİL III: AZƏRBAYCAN TURİZMİNİN TƏŞKİLİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

3.1. Azərbaycan Respublikasının turizm potensialının istifadəsinin perspektiv istiqamətləri

Turizm sektorunun inkişaf istiqamətləri, sosial və iqtisadi əhəmiyyəti turizm potensialının formalaşması və istifadəsi effektivliyi ilə ölçülür.

Turizm potensialı dedikdə turizm tələblərinə uyğun olaraq istifadə edilə biləcək maliyyə resursları, infrastruktur, əmək qüvvəsi, təşkilati – idarəetmə təcrübəsi nəzərdə tutulur. Bir ölkənin hər hansısa sahədə potensialının öyrənilə bilməsi üçün bu sahənin amilləri dəyərləndirilməli və proqnozlaşdırılaraq əsas inkişaf yönümü təyin edilməlidir. [14]

Turizm potensialı resurs potensialını müəyyənləşdirir. Turizm sektorunun resurslarının hərəkəti onun sahələrarası maddi-maliyyə mübadiləsi və turizm məhsulunun dəyəri, bölgüsü əlamətlərilə fərqlənir.

Turizm haqqında ədəbiyyatlarda turizm ehtiyatları və turizm potensialı anlayışları eyniləşdirilir. Turizm ehtiyatları, səyahət ediləcək məkanın tarixi, arxitektura abidələri, sağlamlıq, mədəni və s. obyektləridir.

Turizmin ehtiyatlarına formalaşmış potensial da demək olar. Turizm potensialı dedikdə, yenidən inkişaf edən, ən çox məhsuldar və perspektivə malik olan sahələr başa düşülür.

Turizm potensialının dəyişməsi və formalaşmasına təsir edən amillər aşağıdakılar aid edilir:

- mülkiyyət münasibətləri
- təbii- iqtisadi amillər
- sosial – mədəni amillər
- nəqliyyat sektorunun vəziyyəti
- turizm təklifi
- turizmin infrastrukturunun vəziyyəti
- turizmin inkişaf meyilləri

- bank sistemi
- turizmin beynəlxalq-iqtisadi əlaqələri
- turizm sənayesi
- beynəlxalq -ticari əlaqələr
- mehmanxana sistemi və b.

Turizm potensialında insan resursları mühüm rol oynayır. Kadr potensialının peşəkarlığı, sayı turizmin inkişafına bilavasitə təsir göstərir. Turizmin kadr potensialı, beynəlxalq təhsilə yiyələnən, müasir standartlara uyğun ixtisaslı kadrların hazırlanması və onların bu sahədə təsərrüfatçılığa cəlb edilməsidir.

Azərbaycan turizm sektorunun inkişafı üçün böyük potensiala malikdir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsiində turizm dövlət tərəfindən əsas prioritet sahələrdən biri kimi fərqlənir. Xüsusən də ölkənin regionlarında turizm fəaliyyətinin və bu sahədə məşğul sahibkarların inkişafı üçün mühit yaradır və xüsusi diqqət nəticəsində ölkə bu sahədən böyük gəlir əldə edə bilər. Azərbaycanda turizm sektorunun potensial göstəricisi əhalinin sayı, turizmin maddi-texniki bazası, turizm sektoruna ayrılacaq capital qoyuluşunun həcmi ilə müəyyələşdirilə bilər.

Azərbaycanın zəngin təbiəti və iqlimi bəzi turizm növünün inkişafı üçün əlverişlidir.

Qış fəslində dağlarda və dağətəyi rayonlarda qış turizmi, müalicəvi əhəmiyyətli resurların mövcudluğu, meşənin özünəməxsusluğu, qoruqlar, nadir ağac və vəhşi heyvan növləri turizmin inkişafı üçün bütün imkanları özündə əks etdirir.

Abşeron ətrafı ərazidə Şıx, Dəvəçidə Qalaaltı, Culfa rayonunda Turşsu müalicəvi əhəmiyyətli suları, Culfada Duzdağ, Talış dağlarında, Böyük Qafqazın cənub və şimal-şərq ətəklərində termal bulaqlar, palçıq vulkanları, Naftalanın müalicəvi nefti və s..

Azərbaycanda rekreasion turizmin inkişafı üçün mühit yaradır. Bu müalicəvi əhəmiyyətli mərkəzlər yerli turistlər tərəfindən bəyənilir. Palçıqdan sinir sistemi, duz mağaralarında nəfəs yolu və digər xəstəliklərin müalicə etdirilməsində insanlar istifadə edirlər.

Bu sahələrin dünyada tanındılması ölkəyə müalicə olmaq məqsədilə üz tutan turistlərin sayını artıracaqdır. Azərbaycanda 6000-dən çox tarixi abidə mövcuddur. Bunlardan dini baxımdan islam dövrünə, xristianlığa, atəşpərəstliyə, qədim dinlərə aid ziyarət yerləri də mövcuddur ki, bunların rekonstruksiyası və məşhurlaşması turistlərin çoxalmasına səbəb ola bilər. Qobustan mağaralarında qayaların üstündəki şəkillər turistlər tərəfindən bəyənilir və bu ölkənin qədimliyindən xəbər verir. Onu da qeyd edək ki, hələ qədim zamanlarda Böyük İpək Yolunun Azərbaycandan keçən hissəsi, Gürcüstan və Türkiyə ərazilərindən keçməklə Avropa və Asiyaya çıxarılmasını təmin etməklə yanaşı, region ölkələrin tranzit potensialının artmasına, Avropaya inteqrasiya proseslərinin sürətlənməsinə, Avropa Qonşuluq siyasəti çərçivəsində əməkdaşlığın daha da inkişafına, Azərbaycanın dövlət müstəqilliyi və suverenliyinin möhkəmlənməsinə, habelə ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqələrinin genişlənməsinə xidmət edir. (<http://www.traceca-org.org/>)

Böyük İpək yolu üzərində qədim karvansaraylar, hamamlar, qalalar, ibadətgahlar, qəsrlər hələ də qalır. Lakin bu abidələrin çoxu diqqətdən kənar qaldığı üçün yaxşı vəziyyətdə deyillər. Təəssüf ki, bəzi tarixi abidələrimiz Rusiya işğalı dövründə və erməni terroru nəticəsində məhv olmuşdur.

Tarixi abidələrin restorasiyası və məşhurluğu tarixlə maraqlı olan turistlərin cəlb olunmasında mühüm rol oynayacaqdır.

Ölkənin tarixi abidələrindən “İçərişəhər”, Qız Qalası, Şəki Xan Sarayı, Möminə Xatun Məqbərəsi UNESCO tərəfindən qorunub saxlanılır. Bu abidələrin dünyada tanınmasında mühüm bir addımdır.

Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi faktorunu nəzərə aldıqda, “İpək Yolu” kimi qədim tarixə malik bir yolun ölkəmizin ərazisindən keçməsi ölkənin qərb-şərq, şimal-cənub turizm marşrutlarında iştirakı mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bu gün ölkədə mehmanxana biznesinin dünya standartlarına cavab verən səviyyədə təşkili, ölkəyə səfər edənlərin, turistlərin qəbul edilməsi baxımından arası kəsilməyən tədbirlər həyata keçirilir. Buna misal olaraq «Qafqaz Baku Sport

Hotel»-i qeyd etmək olar. Bu otelin «Bakı-2015» ilk Avropa Oyunları dövründə istehlakçıların istifadəsinə verilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə bir otelin inşası ilk Avropa Oyunları ilə əlaqədar ölkəmizə gələn turistlərin istirahətinin təmin olunmasına və Bakının turizm potensialının nümayiş etdirilməsinə şərait yaradır.

Ölkəmizdə perspektivli və sürətlə inkişaf edən turizm sahəsinə «Şahdağ» qış-yay turizm kompleksində tikilmiş otellər bu istirahət zonasına marağı bir daha artırır. Turistlərin istirahətinin yüksək səviyyədə təminatı, bu otellərdə olan şərait təsdiqləyir ki, bu gün Azərbaycanda turizmin inkişafına dövlət dəstəyi var.

Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə bütün ölkə üzrə turizm marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi və bununla bağlı bölgələrdə genişmiqyaslı tədbirlərin həyata keçirilməsi diqqət mərkəzində saxlanılır.[<http://news.milli.az//>]

Son zamanlar beşulduzlu otellərin istifadəyə verilməsi ilə dünyanın tanınmış otel brendləri Azərbaycana gəlib. Regionlarda da yeni turizm və istirahət obyektlərinin, mehmanxana komplekslərinin istifadəyə verilməsi ölkəmizdə bu sektorun inkişafına göstərilən qayğının nümunələrindən birinə çevrilib.

«Şahdağ» qış-yay turizm kompleksində istifadəyə verilmiş otellərdə yaradılmış yüksək şərait ölkədə mehmanxana biznesinin inkişafını bir daha təsdiqləyir və qeyri-neft sektorunda turizmin xüsusi çəkisinin getdikcə yüksəldiyini göstərir.

«Şahdağ» qış-yay kompleksi ölkəmizdə birinci dağ-xizək kurortudur.«Park Chalet» oteli yeni yaradılan «Absheron Hotel Group» şirkətinin ikinci otelidir. İlk otel olan «Pik Palace Şahdağ»-ın açılışı 2013-cü ilin dekabrında Prezident İlham Əliyev tərəfindən həyata keçirilib. [<http://news.milli.az//>]

«Park Chalet» otelinin dizaynı Avropa dizaynından istifadə edilmiş, ABŞ-da Aspen xizək tipli otellərin üslubunu da özündə əks etdirir. «Park Chalet» oteli «Marriot» brendinin eksklüziv və lüks otel, həm də kurortların məcmuu«Autograph Collektion»-un daimi üzvüdür. «Park Chalet»-in bu qrupa daxil olması, orada fəaliyyət göstərəcək otellər beynəlxalq standartlara uyğun, məkan orijinallığı və s. xüsusiyyətlərilə fərqlənən otellərdir. Bunlar da sübut edir

ki, paytaxtla yanaşı, regionlarda müasir tələblərə cavab verən turizm və istirahət mərkəzlərinin, mehmanxana komplekslərinin inşası və istifadəyə verilməsi ölkədə bu sahənin inkişafına göstərilən dəstəyin nəticəsidir. Bu baxımdan «Park Chalet» otelindəki normal şərait Azərbaycanda otel biznesinin inkişaf istiqamətlərini və qeyri-neft sektorunda onun payının getdikcə yüksəldiyini bir daha aşkar edir.

Birinci otel - «Şahdağ» oteli, sonra «Qaya», «Zirvə», «Pik Palas» və «Park Chalet», deməli, az müddətdə, təxminən 3-4 ildə Azərbaycanda dünya standartlarına uyğun beynəlxalq turizm mərkəzi yaradılmışdır. Azərbaycanda turizm zonalarının yaradılması bu cür inkişaf edir: dövlət infrastrukturun inkişafına, yolların salınmasına, bütün kommunikasiyalarla təmin olunmasına, özəl bölmədə isə kapital qoyuluşunu təşkil edir. Bu sektor özünün inkişaf dövrünü yaşayır. Bu otellərdə «Şahdağ» kurort mərkəzində işləyənlərin 80%-i yerli əhalidir.

Bu baxımdan əhalinin turizm sektorunda işlə təmin olunması işsialiyin azalması, məşğulluğun yüksəlməsinə səbəb olur ki, bə da əhalinin həyat səviyyəsinin, onların rifah halının yüksəlməsinə səbəb olur.

Səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işçilərin sayı da öz növbəsində turizm fəaliyyətilə məşğul olanların sayının çoxluq təşkil ediyini əks etdirir:

Cədvəl 3.1.

Səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işçilərin sayı (min nəfər)

	2011	2012	2013	2014	2015
İşçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə)	1541	1730	1729	1 794	1 586
ondan:					
ondan: turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanlar	1279	1473	1 515	1 567	1 308
işçilərin ümumi sayından:					
dövlət müəssisələrində	17	18	24	14	16
qeyri-dövlət müəssisələrində	1524	1712	1705	1 780	1 570
o cümlədən:					
xüsusi	1476	1596	1592	1 675	1 443
xarici	23	28	33	28	27
birgə	25	88	80	77	100

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanların həcmində qeyri-dövlət müəssisələrində işləyənlərin sayı çoxluq təşkil edir. Belə ki, 2015-ci ildə işçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə) 1 586min nəfər təşkil etmişdir, onlardan 1308 nəfəri turizm fəaliyyətilə məşğuldur.

Hazırda yuxarıda qeyd etdiyim zonalara gələn turistlərin xeyli hissəsi Azərbaycan vətəndaşlarıdır. Bu da müsbət haldır ki, azərbaycanlıların bu gün turist kimi xaricə getmələrinə ehtiyac yoxdur. Öz ölkəmizin dilbər guşələrində istirahət edə bilirlər. Mən gələcəkdə xarici turistlərin də sayının artmasına əminəm. Yəni, burada Qusarda inkişaf daha da sürətlənəcək. Qusar rayonunun inkişaf etdirilməsi həmişə diqqət mərkəzində olub. Həm abadlaşma işləri aparılmış, infrastruktur bərpa edilmiş, gözəl xəstəxana tikilmişdir. Bu baxımdan da deyək ki, Qusar rayonu Azərbaycanda ən böyük turizm mərkəzlərindən biridir və dövlət tərəfindən turizm infrastrukturuna küllü miqdarda maliyyə vəsaiti yatırılmışdır. Xarici turistlər bu məkanı çox yaxşı tanıyırlar. İnternet saytları da insanlara bu mərkəzlə tanışlığa geniş imkanlar yaradır.

Hələ Azərbaycanda keçiriləcək İslam Oyunlarına da xarici qonaqlar gələcəklər. Məlumdur ki, bu oyunlar yay mövsümündə keçiriləcəkdir və bu mərkəzin yay mövsümündə də uğurla fəaliyyət göstərməsi turistlərdə bir daha bu istirahət zonasında dincəlmək həvəsi oyadacaqdır. İndi buraya şənbə-bazar günlərində daha çox qonaqlar gəlir. Lakin, gələcəkdə həftə boyu qonaqların sayı artacaq və yay mövsümündə də bu mərkəz kifayət qədər effektiv fəaliyyət göstərəcəkdir. Ölkəmizdə turizm geniş inkişaf edir. Çoxlu sayda perspektivli turizm mərkəzləri açılmışdır. Qeyd etdiyim kimi, onlarda biri Şahdağdır, Qalaaltı və Naftalan turizm mərkəzləri də fəaliyyət göstərir. Cənub bölgəsində Lənkəran-Astarada, Lerikdə turizmin inkişafı üçün potensial imkanlar mövcuddur. Artıq Qəbələdə turizm mərkəzinə çevrilmişdir. Orada da beşulduzlu otellər də tikilib istifadəyə verilmişdir. Gəncə və onun ətraf rayonları da turizm üçün faydalı yerlərdir.

Azərbaycan özünün təbii turizm potensialı ilə zəngindir. Burada gözəl səfalı məkanlar, dağlar, meşələr, çaylar çoxdur. Bu da təbiət tərəfindən bizə bəxş edilən ən böyük sərvətimizdir. Bu sərvətdən effektiv şəkildə istifadə etməliyik.

Belə gözəl, müasir otellərin tikilib, istifadəyə verilməsi bir daha sübut edir ki, Azərbaycanın turizm potensialından istifadənin perspektiv istiqamətlərini daha da gücləndiriləcəkdir. Ölkəyə turizm axını artacaqdır. Elə bu gün də ölkəyə qəbul edilmiş və ya göndərilmiş turistlərin sayı az deyildir. Bunu aşağıdakı cədvəldən bir daha aydın görmək olar:

Cədvəl 3.2.

Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlər

	2011	2012	2013	2014	2015
Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər	83620	101431	91 961	92 305	61 965
o cümlədən:					
qəbul edilmiş	18840	23440	10 605	10 657	2 009
göndərilmiş	64780	77991	81 356	81 648	59 956
Qəbul edilmiş və göndərilmiş tur-günlərin sayı, adam-gün	544778	674435	670 367	614 009	428 557
o cümlədən:					
qəbul edilmiş	126975	135838	58 173	57 931	8 102
göndərilmiş	417803	538597	612 194	556 078	420 455

www.stat.gov.az.-2016

Cədvəldən göründüyü kimi, rəqəmlər müxtəlifdir yəni əvvəlki illərdə istər göndərilən instərsə də qəbul edilən turistlərin sayı 2015-ci ildən daha yüksəkdir.

Zənnimcə, bu 2015-ci ildə 2 dəfə baş vermiş devalivasiya ilə əlaqədardır. Düşünürəm ki, bu problemlər öz həlli istiqamətlərini tapacaqdır və ölkəmizin turizm potensialından istifadəsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri daha da inkişaf edəcəkdir.

Məlumdur ki, Azərbaycanın ən böyük turizm mərkəzi Bakıdır. Bakıda indi dünyanın ən aparıcı, məşhur otelləri fəaliyyət göstərir. Son zamanlar Bakıda beşulduzlu otellər tikilmişdir. Bu çox böyük göstəricidir. Beş- altı il ərzində

burada çoxlu sayda beşulduzlu beynəlxalq otel tikilib istifadəyə verilmişdir. Bakıya gələn turistlər, iş adamları şəhərimizə heyran qalırlar. Ona görə ki, Bakı dünyanın ən gözəl şəhərlərindən biridir.

3.2. Turizmin sosial-iqtisadi inkişafda rolunun qiymətləndirilməsi və planlaşdırılması

Turizmin planlaşması perspektiv dövr üçün turizm fəaliyyətinin təşkilidəkdir. Planlar sahə, ərazi və funksional planlara bölünür. Cari və perspektiv planlar tərtib olunur.[13, səh.97].

Turizm planlaşması spesifik bir problemdir. Onu araşdırmazdan əvvəl, planlaşdırma anlayışının nə olduğunu qısa şəkildə açıqlamaq lazımdır.

Planlaşdırma - məqsədlər vasitəsilə optimal hədəflərə nail olmaq və global bir təhlilə əsaslanan müəyyən problemlərin koordinasiya edilməsidir. Əsas məqsəd milli məhsulun yüksək səviyyədə olması və balanslı bir inkişaf yaratmaqdır. Planlaşma F. Perrouxun müşahidəsinə səmərəli bir artımı reallaşdırır. Doğrudan da inkişafın dayanıqlılığı və ardıcılığı iqtisadi və ictimai problemlərin özə çıxmasında tarazlığın mövcudluğu və bütün əlaqədar sektorlarda tələb və təklif arasında uyğunlaşmanın təmin edilməsinə əsaslanır. Buradan turizm planlamasına gəldikdə, planlaşdırma haqqında edilən qısa anlayışlar deyə bilərik ki, ölkənin siyasi iqtisadi strukturu çərçivəsində turizm sahəsinin perspektiv inkişaf planlarına ehtiyacı var.

Turizm planı:

Turizm sektorunda planlaşmanı tələb edən səbəblər aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Turizm sektoruna dövlət in müdaxiləsini təşkil etmək;
2. Sosial və texnoloji struktur, iqtisadi quruluşdakı sürətli inkişafa mane olan problemləri proqnozlaşdırmaq və onların qarşısını almaq üçün lazımı tədbirlər görmək;
3. Cəmiyyətin gözlədiyi yüksək maddi və mənəvi inkişafdan doğan asudə vaxtlarını daha yaxşı qiymətləndirmək,

4. Korrupsiya və onun yaranması problemlərinin qarşısının alınması;
5. istifadəsində olunacaq mənbənin prioritetlərinin məqsədəuyğun təyin edilməsi;
6. sahələrarası əlaqələri genişləndirmək;
7. Turistin tələblərini nəzərə alaraq xidmətlər arasında tarazlığı qorumaq;
8. Vəzifə və məsuliyyətləri, məsul şəxsləri təyin etmək;
9. Təsadüflərin təsirini aradan qaldırmaq.

Sifariş siyasəti ilə bağlı xəbərləri təkcə satıcının satış imkanlarına görə ətraflı məlumatlanmaq maraı ilə firmalar Cari Planlaşdırma qeydlərindən istifadə edirlər. Cari planlaşdırma qeydlərinin iki növü var: Müştəri və istifadəçi sahələr. Cari planlaşdırmanın sistemləşdirilməsi hansı müəssisə və ya müəssisələrdə etibarlı olacağı, bu sahəyə daxil olan dəyərə görə müəyyən edilir. Həmin sahəyə - 1 yazıldığı zaman təyin etmələrin bütün təşkilatlarda etibarlı olacağını görəcəkdir. Bu sahə mərkəzi müəssisədə aktiv olacaqdır. Cari planlaşdırma bilavasitə işlərin icrası ilə bağlıdır və gündəlik işlərin gedişinə mütənasib qurulmalıdır

Turizm sferası turizm haqqında ədəbiyyatlarda asudə vaxtdan səmərəli istifadə kimi başa düşülür və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi, sərbəst vaxtları olduqca turizmə olan tələbat problemləri ortaya çıxır. Bu baxımdan turizmin iqtisadiyyatı mahiyyətcə coğrafi, iqtisadi və sosial funksiyaların sıx əlaqəsini və onların predmeti kimi öyrənilir. Turizm sektorunun iqtisadiyyatı kompleks sistemli iqtisadi elmlərin məcmusudur. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi onun fəaliyyəti ilə müəyyən olunur. Turizm sferasının məqsədi onun əsas vəzifələrini müəyyənləşdirməkdir. Həm də o təyinatına görə çox funksiyalı bir çox sosial-iqtisadi və coğrafi faktorlardan asılıdır. Onun təşkili, idarə edilməsi kimi predmetin

əsasını təşkil edir. Turizmin idarə olunması funksiyası iqtisadi cəhətdən idarə etmədir. İnsanların turizmə və yaxud səyahətə olan tələbatlarını öyrənmək, onun tənzimlənməsi yollarını tapmaq dedikdə isə səyahətləri təşkil etmək, proqnoz

vermək və gələcəkdə turizmin inkişafına şərait yaratmaq problemləri başa düşülür.

Turizm xidmət sahəsi olaraq o, iqtisad elminin sahə quruluşudur, sosial-iqtisadi inkişafın ərazinin idarə edilməsinin tərkib hissəsidir. Dünyanın bütün ölkələrinə integrasiyanın bir hissəsidir.

Turizmin təşkilində əsas məsələ onun sosial-iqtisadi problemləri durur. İqtisadi baxımdan mənfəət əldə etmək qabiliyyətli bir sahədir. Sosial baxımdan turizm yeni iş yerlərinin açılmasını, sahibkarlıq fəaliyyətini inkişafını, regionlarda ev təsərrüfatının, əhəlinin tələbatını ödəyən xidmət sferası yaradır və iqtisadi mexanizmləri -maddi ehtiyatlarını yüksəldir, fondlar təşkil edir və fəaliyyəti ilə bütün iqtisadi mexanizmləri formalaşdırır.

Aparılmış tədqiqatlardan məlum olur ki, turizm inkişaf etmiş regionlarda dövlətin və əhəlinin gəlirlərinin 30 faizə qədəri turizm fəaliyyəti ilə bağlıdır. Turizm sosial sferanın tərkib hissəsi olan xidmət sahəsidir. Həm də bu sahə inkişaf etmiş regionlarda sosial problemlərlə əlaqəlidir. O, sosial infrastruktur sahələri olan nəqliyyat, məişət xidməti, kommunal, kommunikasiya, informasiya otel, ictimai iaşə, məişət xidməti və s. xidmət sahələri ilə bağlıdır.

Turizm sektorunun infrastruktur sahələri şəhərsalmanın və regionların kompleks inkişafı problemlərini həll edir.

Turizm sektorunun inkişaf etdirilməsində sosial faktorlardan demografik və təhsilin inkişaf səviyyəsilə ölçülür. Turizm sisteminin sahə quruluşu, regional məkan sxemi olaraq sosial infrastrukturun konseptual əsasını təşkil edir. Həm də turizm infrastrukturunu bilavasitə sosial xarakterli infrastrukturudur. Təhsil, tibbi xidmətlər, sənişin nəqliyyatı, pullu xidmətlər, mənzil təsərrüfatı, kommunal təsərrüfatının inkişafı, otelçilik və ev təsərrüfatı kimi sosial vəzifələri özündə əks etdirir. Turizm sektorunun kadr potensialı ilə təminatı, turistlərin qidalanması, yəni ictimai iaşə xidmətləri öz mahiyyət etibarilə sosial yönümlü iqtisadiyyatın bir hissəsidir. Turizm sektorunun sosial xarakteri iqtisadiyyatın inkişafı baxımından sosial sahələrə investisiya qoyuluşunu formalaşdırır, eyni zamanda

büdcədən bu sahəyə ayrılmış vəsaitlər qeyri-dövlət maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsi, bələdiyyə və yerli orqanların gəlirlərinin turizmin inkişafına yönəldilməsi sahələrini nəzərdə tutur. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, turizm sektorunun inkişaf istiqamətləri sosial siyasətin və iqtisadi islahatların əsasını təşkil edir və turizm sahəsinin inkişafına maddiyyat yaradan iqtisadi artım, dövlət büdcəsi, əhəlinin gəlirləri və xərcləri daxildir.

Turizm sferasının iqtisadi rolu iqtisadi artım səviyyəsində dayanıqlı iqtisadi siyasətdə və xarici-iqtisadi münasibətlərdə xüsusi payı ilə müəyyən edilir.

İqtisadi artım ümumi daxili məhsulun artımı və həmin artımda turizm sektorunun rolu qiymətləndirilir. Ümumi daxili məhsulun bölgüsündə turizm sahəsinin inkişafı üçün ayrılmış vəsaitlər planlaşdırılır və idarə edilir. Dövlət büdcəsi, gəlir və xərcləri, yerli büdcələr və bələdiyyə büdcələri, turizm şirkətlərinin, müəssisələrinin, fiziki və hüquqi şəxslərin gəlir və xərclərinin formalaşması turizm potensialı ilə ondan istifadə etmə effektivliyi ilə formalaşır. Turizm sektorunun rolu iqtisadiyyatın quruluşu ilə sıx bağlıdır. Ən çox kənd təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi, region iqtisadiyyatı və kəndin sakinlərinin sosial inkişafı, elmi-texniki tərəqqisi turizm sektoruna məxsus tam və ayrı-ayrı növləri ilə əlaqəlidir.

İnkişaf etmiş ölkələrin turizm sahəsindən fərqli olaraq Azərbaycanda potensialına görə əsas yerlərdən birini tutur. Lakin istifadəsinə görə bir qədər aşağı səviyyədədir. Turizm sektorunun sosial və iqtisadi inkişafda rolu istehsal və istehlak baxımından formalaşır, inkişaf edir.

Ümumi Daxili Məhsulun quruluşunda turizm sahəsi- turizm industriyası və xidməti kimi çıxış edir.

İnkişaf etmiş turist ölkəsində sənaye məhsulunun və turizm infrastrukturunun tələbinə görə formalaşır. Xidmət sahəsində isə turizm müəssisələrinin ayrı-ayrı etaplarda baş vermiş xidmət gəlirləri, personalın sayı və bu sahəyə ayrılan investisiya qoyuluşu ilə ölçülür. Turizm xidmətinin istehlak edilməsi xarici əlaqələrin miqrasiyasının formalaşmasına təsir göstərir. Yəni, xarici turizm

şirkətləri ölkə iqtisadiyyatının inkişafı prosesində sosial-iqtisadi əlaqələri, onların effektiv variantlarını təşkil edir.

Turizm sektorunun gəlirləri dövlət gəlirlərinin, əhali ilə sahibkarların gəlirlərinin əsası kimi, regional iqtisadi siyasətin formalaşma amilidir. Bu baxımdan da ölkənin turizm sektoru iqtisadi və sosial potensialının formalaşması və idarə edilməsinə təsir göstərir. Məlum məsələdir ki, bütün ölkələrdə turizm sahəsinin mövcud xüsusiyyətləri və xarakteri formalaşır.

Turizm sektorunun sosial-iqtisadi xarakteri turizm xidmətlərinin xüsusiyyətlərini səciyyələndirir, bu o deməkdir ki, turizm sistemində motivasiya prosesi ortaya çıxır.

Turizm sisteminin sosial-iqtisadi rolu strateji problemlərin həllində gələcək üçün proqnoz verməyə mühit yaradır. [31, səh. 26].

Turizm sahəsinin gələcək proqnozları ərazi və regionların iqtisadiyyatını müəyyən edir. Həm də regiondakı turizm potensialını artırır, orada infrastruktura əsaslı kapital qoyuluşu, investisiya haqqında proqramlar və bir çox ölkələrin kredit resursları cəlb edilir.

Turizm sferasının inkişaf istiqatları öyrənilir və bu sektor özünə görə deyil, turizm sisteminin ümumi iqtisadiyyatın inkişaf istiqamətlərini təmin edən və insanların məşğulluğunu, istirahətini təşkil etmək prosesidir.

Bu baxımdan da turizm sektorunun sosial və iqtisadi rolunu kompleks, yəni sistemli göstəricilər ilə qiymətləndirilir. Ümumi daxili məhsulda turizm sferasının rolu, yeri, payı insanların məşğulluğunda rolu, miqrasiya proseslərində iştirakı, təbii nemətlərin, maliyyə vəsaitlərinin iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi turizm xidmətlərinin rolunu müəyyən edən göstəricilərdir.

Turizm sektoru ilə regional iqtisadiyyat bir-birilə sıxı əlqəlidir və sosial-iqtisadi istiqamətli sahədir.

Regional iqtisadi inkişaf istiqamətləri ölkə iqtisadiyyatının əsasını təşkil edir. Bütün strateji məsələlər və problemlərin hər bir regionda öz xüsusiyyətlərinə malikdir. Buradan belə nəticəyə gəlmək olur ki, hər hansı bir rayonun inkişaf etməsinə təsir göstərən amillər iqtisadi, təşkilati, eyni zamanda qərar qəbul etmək,

həmi də idarə etmə faktorlarına ayrılır. Bu da ümumilikdə regionların hər birinin iqtisadi inkişafı istehsal funksiyasıyla təsvir olunur.

Hər hansı bir regionun iqtisadi inkişaf istiqamətləri sahə və ərazi üzrə, yeni kənd, şəhər formasında həyata keçirilir. Bu forma təsərrüfat forması kimi bir neçə regionun birləşməsindən yaranmış assosiasiyaları yaradır. Bu proses resursların birləşdirilib, hər hansı bir resurs sahibinin payına görə gəlirlərin bölgüsünü həyata keçirir, regionun maraqları və ümumi maraqlar arasında bərabərlik yaranır.

Milliləşdirilmiş üsulla tərtib olunan, hər bir proqramın işlənilib hazırlanması regionlar üzrə konkretləşir və uyğun olaraq formalaşır. Yəni, dövlət büdcəsindən dotasiyalar, qytarılmamaq şərtlə subsidiyalar verilir, güzəştli kredit və birbaşa (kredit) xidmət göstərmək məsələləri reallaşdırılır.

Turizm sektoru öz xüsusiyyətlərinə görə sosial yönümlü xidmət sahəsidir.

Bu sektorun sosial xarakteri yeni yeni iş yerlərinin olması, ev təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi, sahibkarlığın genişlənməsi və bazara görə xidmət və məhsul istehsalıdır.

Bu baxımdan da turizm sektorunu xidmət, servis fəaliyyəti kimi öyrənirik. Uyğun olaraq turizm sistemi biznes, turizm sahəsində infrastruktur, kəndin sosial inkişafında turizm, regionların sosial inkişafı faktorları olaraq öyrənilir. Turizm sahəsində məşğulluq problemləri əhalinin əmək tutumlu fəaliyyətini həyata keçirir. Fərdi sahibkarlığı ev təsərrüfatında stimullaşdırır. Eyni zamanda uşaqların, tələbələrin əməyindən istifadəyə təqaüdçilər mühit yaradırlar. Turizmin inkişaf edildiyi regionlarda, bölgələrdə sosial obyektlər inşa edilib istifadəyə verilir, yol infrastrukturunu genişləndirilir, bazarlar inkişaf etdirilir, yeni-yeni xidmət sahəsi yaradılır. Bunlar hamısı bazarda dövriyyəyə cəlb edilən maliyyə vəsaitinin miqdarını artırır, bankların fəaliyyətini inkişaf etdirir. Bu zaman ali təhsilli kadrların hazırlanması, onlardan istifadə proseslərini həyata keçirir və bölgüsü tələblərini ödəyir. Turizm sahəsinin elmi-texniki tərəqqidə iştirakı birbaşa və dolayısı ilə həyata keçirilir. Turizm sektorunun sosial məqsədi, rolu, onun xarici-iqtisadi əlaqələrdə xidmət göstərmə qabiliyyətini formalaşdırır.

Müasir şəraitində bütün fəaliyyət növlərinin özünəməxsus spesifik planlaşma xüsusiyyətləri, onların inkişaf göstəriciləri planlaşma ardıcılığı olduğu kimi turizm sisteminin də öz çevik və ətalətililik xüsusiyyətləri vardır. Ona görə ki, turizm xidmətinin xarakteri, onun tələbat növlərinə görə olması, həm də ayrı-ayrı istehsal və xidmət mühitində əmələ gəlməsi ilə əlaqədardır. Bu baxımdan turizm sektorunun fəaliyyətinin effekti onun xərcləri və turizm sənayesinin reallaşması nəticəsində qazanılan mənfəətin miqdarı ilə nisbəti ilə paralel, onun quruluşunda ərzaq, qeyri-ərzaq, mənəvi tələbatı ödəmək məsrəfləri, həm də dövlət büdcəsinə və yerli büdcələrə, turizm sahibkarının fərdi mənfəətinin artmasına təsir gücü ilə müəyyənləşir.

Strateji planlaşma obyektı kimi turizm sahəsinin gələcək inkişafı onun dinamikasında proqnozlaşdırma qaydaları və metodları əsas götürülür. Müasir standartlar turist potensialı olan bütün ölkələrin turizm sferasının inkişaf etdirmək vəzifələrini sürətləndirir. Bu baxımdan turizm sferasının inkişafı tezliklə baş verdiyi kimi, düzgün təşkil olunmaması onun inkişafına əks təsir göstərir. Belə ki, turizmin əsas istiqamətləri dövlət tərəfindən təsdiqlənmiş proqramlar əsasında həyata keçirildikdə daha çox perspektivli olur. Dünyada baş verən qloballaşma prosesi bəzi təbii resurs imkanlarını artırır, bu da az məsrəflərlə turizm bazarında əlavə qazanc əldə etməyə və ölkənin daxili resurslarının xarici firmalar və turistlər tərəfindən mənimsənilməsi ilə nəticələnir. Ona görə də turizmin planlaşmasında ən çox mövcud potensialdan istifadə etməkdən, ölkə üçün səmərəli olan yeni infrastrukturun olması tələb ediləndə, regionda yeni iş yerləri açılır, əlavə qazanc gəlir və yaradılan turizm potensialı və onun rəqabət şəraiti üçün kəmiyyət və çeşidi genişlənir. Turizmin planlaşması onun idarə edilməsinin tərkib hissəsidir, ayrı-ayrı sahibkarlığın stimullaşdırılması və rəqabət mühitinin liberallaşdırılması prinsiplərinə əsaslanaraq reallaşdırılmalıdır. Turizm şirkətləri özünün strateji və marketinq planlarını tərtib etməklə, sağlam rəqabət şəraitində daha çox integrasiya effektindən istifadə bilirlər. Məlumdur ki, hər bir turizm şirkəti, yaxud turizmlə məşğul olan iş adamı turizm fəaliyyətinin tərkib hissəsi olan texniki iqtisadi normativlər və sosial normalara uyğun restruktizasiya

olunur, yeniləşir. Turizmin texniki iqtisadi normativləri onun maliyyə tutumu və respublikada infrastrukturun mövcud vəziyyəti və perspektivi ilə əlaqəli olaraq inkişaf etdirilir. Yəni respublikada adambaşına düşən kommunal, mənzil və s. sosial obyektlər, eyni zamanda sanatoriya­ların sayı, onların tutumu, ictimai işə və digər rekreasiya obyektləri turizm məhsuluna tələbatın ödənilməsinin resurs potensialını müəyyən­ləşdirir. Resurs potensialı bir çox məqsədlər üçün istifadə olunduqda, turizm sahəsinə axın, onun rentabellik səviyyəsi ilə ölçülür. Turizm sektorunun mövcud vəziyyəti adam başına düşən turist məhsulu və yaxud hər on min nəfərə düşən əhalinin turist xidmətindən istifadə etmək dərəcəsi ilə səciyyələnə bilər. Qeyd edim ki, göstəricilərin hərəsi ayrı-ayrı kompleks faktorlardan aslıdır. Nəticədə "qazanılmış" müqayisəli effekt və "sineqetik səmərə" kimi ifadə olunur. Turizm planlaşmasında resurs yanaşma onun formalaşması və kompleks resursun təkrar istehsal dəyərini nəzərə almaqla baş verir.

Bu məqsədlə xərclərin quruluşunda resursların təkrar istehsalından ötrü kəsrinin bölgüsü, ya da kənardan müxtəlif mənbələrdən ayrılan vəsaitlər hesabına, dotasiya, uzunmüddətli kredit, yığım və ehtiyatlar vasitəsi ilə resurs təminatının planlaşdırıb rolunu təmin etmək olar.

Əmək haqqı ölkədə yaşayış minimumunun "həyat dəyərinin" yüksəlməsi, stimulyaradılması məqsədi ilə dəyişir. Onun səviyyəsi istehlak normalarına görə tənzimlənir. Turizm sahəsi daxili istehsalın strukturu, əmək resurslarının təkrar istehsalı, turizm işçilərinin rifahını artırmaq və eyni zamanda onların başqa sahələrlə rəqabətdə əmək tutumlu və əmək haqqılı sahə kimi keyfiyyətini yüksəltməyə imkan verir.

Turizm sektorunun maddi-texniki bazasının strukturu turist məhsulunun quruluşu və turist texnologiyasının inkişafı ilə bağlıdır

Turizm bazarının təşkilində dövlətin rolu, onun liberallıq dərəcəsi bazarın marketing planı və onun ayrı-ayrı dövrlərdə menecemnet idarəçiliyi, inteqral effektin təmin olunması üçün əsas götürülür..

3.3. Turizmin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi

Turizmin idarə edilməsi kompleksa sistemli və məqsədyönlü fəaliyyət dairəsi olub, struktur islahatların tərkib hissəsidir. :[13,səh.98]

Turizm sektorunun idarə olunmasının təkmilləşdirilməsində iqtisadi artım və təhlükəsizlik strategiyası mühüm rol oynayır. Sahənin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsində konseptual inkişafı aşağıdakı kimi qeyd etmək olar

- Turizm idarəçiliyinin sayəsində iqtisadi artımın rolu;
- Turizmin idarəçiliyinin düzgün təşkili;
- Turizmin idarəetmə sahəsi kimi planlaşdırılması və onun idarə olunmasında sahibkarlıq fəaliyyətinin,(fiziki şəxslərin, yerli əhalinin) iştirakı və həyat səviyyəsinin təkmilləşdirilməsinin gücləndirmək;

Turizm sahəsi idarəetmə obyektı olaraq turistik dövriyyəni və turizm bazarında tələb olunan resurs potensialı və texnoloji fəaliyyət, kapital qoyuluşunu özündə əks etdirir. Turizmin idarəetmə forması olaraq təsvir modeli onun dövriyyəsinə aid olan bütün fəaliyyət növlərinin proqnozu və strateji planlaşdırılması, turizmin idarə edilməsinin təşkil olunma mexanizmləri reallaşdırılmalıdır. [13. s.102-104].

Bəzi alimlərin dediyinə görə, turizm məhsuldar qüvvələrin fəaliyyəti ilə baş verir və qarşılıqlı əlaqələrin cəmini təşkil edir, bu əsasən beş formada qruplaşır:

- turizm insanların fəaliyyəti nəticəsində formalaşır;
- iki elementin müəyyənləşdirilməsi ilə (səyahət etmək və orada qalmaq);
- ölkə daxili səyahət etmək;
- turistlərin öz iş yerinə dönənə kimi bir çox yerlərə səyahət etmək;
- turist mərkəzlərinə qazanc əldə etməyi izləməyən ekskursiya;

Bu klassifikasiyadan belə nəticə çıxarmaq olar ki, turizmin idarə edilməsi onun əsas məqi, təhlili, onların formalaşması və inkişaf strategiyasında gedən prosesləri qiymətləndirmək qabiliyyəti ilə ölçülür.

Turizm sahəsinin fəaliyyət göstərməsi turistlərin zəruri olan xüsusiyyətlərindən, turist biznesinin təşkil edilməsindən, qonaqpərvərlik və

mədəniyyətdən, inzibati- müəssisə idarə edilməsi formasından asılı olaraq qəbul olunmuş qərar kimi özünü əks etdirir.

Turizmin inkişafı, stasionar problem deyil, həm də, ərazi maraqları, qlobal iqtisadi maraqlar üzərində qurulduğu üçün, onun idarə edilməsi ən çox əhali, ərazi ölkə iqtisadiyyatının səmərəli təşkili və idarəetməsi baxımından reallaşır. İdarəetmə obyektı olaraq, turizmin inkişafı potensial və gəlir qazanmaqla formalaşdırılır.[13. s.105-106]. Onun regionda yerləşməsi, qlobal məqsədlərlə, təsərrüfat əlaqələrində əks olunmaqla idarəetmənin təsərrüfat obyektı olaraq turizmin inkişafına şərait yaradır.

Turizmin inkişafı ən çox regionlarda resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək və həm də az xərclərlə çox gəlir əldə etmək, əhəlinin rifah halını yüksəltmək məqsədilə baş verir.

Dövlətinin turizmin idarə etməsində əsas vəzifəsi sahənin fəaliyyət göstərməsinə şərait yaratmaq, gələcəkdə turist fəaliyyətinin maliyyə və maddi dayaqlarını dövlət büdcəsi və yerli vəsaitlər hesabına təşkil etməkdir. Dövlət özünün iqtisadi və təşkilati rolu, həmçinin turizm sahəsinin ərazi və sahə strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətində büdcə, kapital qoyuluşu, kredit ödəmələri, eyni zamanda qeyri-dövlət resurslarının yığılması ilə yüksək inkişafa nail olmaqdır. [18. s.337-338]. Ümumiyyətlə, dövlətin rolu konseptual inkişaf istiqamətlərinin, fəallaşmasının məmuru proqramı və ayrı-ayrı mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi ilə çox qazanc əldə etməkdir.

Regionlarda məşğulluğun səviyyəsi, yoxsulluq həddi, eyni zamanda regionun potensial imkanlarının əlaqəsini yaratmaqla, idarəetmə kimi tədbirlərin hazırlanması kompleks olaraq yoxsulluğun ləğvi haqqında proqramda realizə olunmalıdır. Belə proqramların maliyyə mənbəyi dövlət büdcəsi və yerli büdcələr hesabına baş verir.

Dövlətin büdcəsindən regionların inkişaf etdirilməsindən ötrü sahələr, eləcə də, əhali və ərazi istiqamətli investisiyaların həcmi və quruluşu qanunvericilik və normativ hüquqi aktlarla həyata keçirilir. [18. s.343-344]. Normativ hüquqi baza, dünyada baş verən innovasiyalar, yeni standartlar, həm də, Dünya

Bankının, Beynəlxalq Valyuta Fondunun digər maliyyə korporasiyalarının şərtləri və təklifləri ilə əlaqələndirilir və təkmilləşdirilir. Müasir dövrdə bəzi ölkələrdə zəif inkişaf edən regionların tənzimlənməsi siyasəti müəyyən problemlər üzündən uzunmüddətli proses olaraq qalır. Başqa cür desək, tam inkişaf etməmiş regionlarda baş verənləri dəyişmək kiçik problem olmadığından bunun üçün transformasiya dövrü tələb olunur. İstehlak davranışı stereotipləri hazırlamaqdan ötrü əlavə resurs və tədbirlər vasitəsilə idarəetmə həyata keçirilir. Bu tədbirlərin müsbət cəhəti və inkişaf istiqamətləri hər hansı bir dövlətin iqtisadi rolunun effektindən, onun islahatı və dəyişməsinin tez və səmərəli siyasətdən çox asılıdır.

Dövlət, resursları dövlət büdcəsi bazasında, müəssisə və təşkilatları maliyyə bazasında və xüsusi təyinatlı fondlarda toplayaraq, öz himayəçiliyi ilə həyata keçirir. Büdcədən istifadə məsələsi dövlət büdcəsindən regionlara ayrılan maliyyə vəsaiti, transfert gəlirlər kimi, həmin ərazinin sakinlərinin pensiya təminatı, büdcədən maliyyələşdirilən təşkilatların əmək haqqı büdcəsi, eyni zamanda, o regionlarda dövlət müəssisələrinin inkişafı üçün əsaslandırılır və proqnozlaşdırılır. Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin formalaşmasında regionların əsas rolu onun ərazisindəki əsas müəssisə və təşkilatların, hüquqi şəxslərin vergiləri təşkil edir, dövlət xərclərində isə regionların sosial-iqtisadi inkişafına sahələr vasitəsilə təsir göstərir. İdarəetmənin vəzifəsi regionun iqtisadi potensialının müasir şəraitində iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi, onların imkanlarının nəzərə alınması ilə region siyasətini, kredit və vergi, investorların cəlb olunması ilə stimullar sistemini yaratmaqdır.

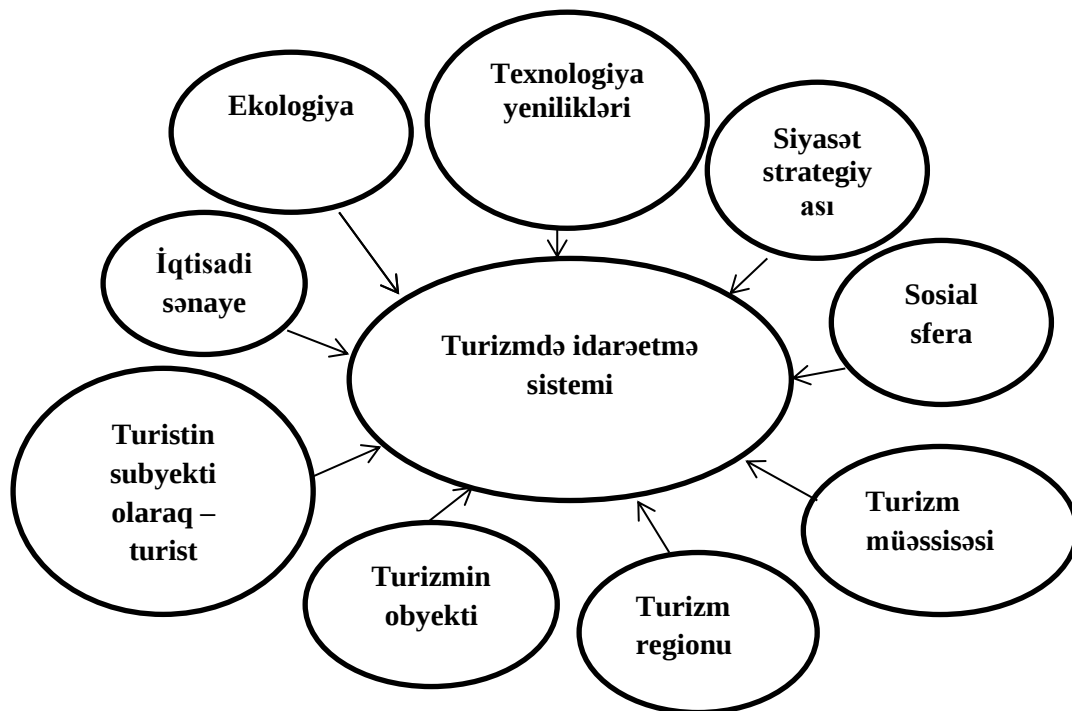
Kapital qoyuluşu siyasəti bütün mənbələr hesabına cəlb olunmaqla regionlara yönəldilməli və əsas sahə kimi turizmin təkmilləşdirilməsinə istiqamətləndirilməlidir.

Ölkəmizdə dövlətin turizm sferasına aid himayəçilik siyasəti, iqtisadi mexanizmlərin effektiv təşkili, stimullaşdırılması və dövlət resurslarına nəzarətin olması, turizmin xərclərinə qənaət etmək üçün yerli resurslardan istifadə edilməsinə görə verilən haqqın maya dəyərinə daxil edilməsi metodikasının

tətbiqi məhsulun mənfəətini artırmaq və həmin turizm müəssisəsi ilə daxili tələbat arasında bölgünü təmin edərək inkişafa stimulyat yaratmaqdır [13. s.160].

Dövlətin büdcə-maliyyə siyasəti, onun bütün vəsaitlər hesabına, yaradılan maddi təminat sistemi regionların inkişafında əhəmiyyətli dərəcədə fəaliyyət göstərir. Kredit mühiti, faiz siyasəti və investorların maliyyə imkanları hesabına turizmin inkişaf etdirilməsi və perspektivli inkişafa şərait yaradır. Müasir inkişaf mərhələsində rayonlarda azad iqtisadi zonaların olması, infrastruktur və s. layihələri ümumilikdə, kompleks regional şəraiti təmin edir. Kreditlərin maliyyə mənbəyi yerli və xarici maliyyə resursları hesabına olduğu üçün müəir bazar şəraitində kredit riskinin azaldılması və onun təmin edilməsində dövlətin vəzifəsi əsas istiqamət kimi formalaşır və inkişaf etdirilir. Turizmin idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi mürəkkəb və geniş bir sistemdir. Onun parametrləri bir-biri ilə əlaqədardır. Bunların biri olmadıqda, bütün sistem pozula bilər. Turizmdə idarəetmə səfər edilən vaxtda təqdim olunan xidmətlərin hamısı, xidmətləri göstərən təşkilat, firma, müəssisə və münasibətlərin məcmusudur. Bunu aşağıdakı sxemdən daha aydın görmək olar:

Sxem 3.1



Mənbə: M.K.Abadov «Azərbaycan turizmi və onun idarə edilməsi»

Turizmin idarə edilməsi sosial və iqtisadi idarəetmə problemlərinin əsasında qurulur. Onu da qeyd edim ki, iqtisadi və təşkilati strukturu həm sahə həm də ərazi problemlərinin məcmuudur. Turizm sahəsində idarəetmə müasir iqtisadiyyatının tələblərinə görə, dinamik, kompleks və sistem halında qruplaşdırılır. Turizmdə idarəetmə mülkiyyət münasibətlərini, formalarını və təsərrüfatın quruluş istiqamətlərini əks etdirir. Turizmin idarəetmə metodu kimi maksimal effekt əsas faktor kimi qəbul edilir. Turizmin effekti iqtisadi və sosial effekt ilə ölçülür. Turizm sektorunun idarəedilməsində başqa bir amil olaraq turizmin mentaliteti əsas rol oynayır. Övvəlcə turizm bazarı təhlil edilir. Mövcud turizm bazarından başqa xüsusiyyətlər onun fəaliyyət mexanizmlərinin xüsusiyyətlərilə formalaşır. Turizmin sferasında idarəetmə metodları turist tələbi ilə təklifi arasında təşkilati-idarəetmənin yaradılmasını əsaslandırır. Turizm sahəsində idarəetmənin bazar quruluşuna görə əsas maliyyə mənbəyi sahibkarlıq və dövlət hesabına formalaşan büdcəni göstərmək olar. Turizmin idarəetmə metodlarında birinci növbədə turistlərin sayı, məqsədləri və ölkədəki iqtisadi potensialın yönəldilməsi nəzərdə tutulur..

Turizm sferasının idarəetməsində əsas metodlara aşağıdakıları da aid etmək olar:

- 1) səmərəlilik;
- 2) sistemli yanaşma;
- 3) normativ yanaşma.

Turizmdə idarəetmə sistemli fəaliyyət olaraq sahə maraqları üzərində qurulmuşdur. Burada istifadə olunan metodlar aşağıdakılardır:

- ümumi iqtisadi metodlar;
- xüsusi metodlar.

Bu metodlarla turizmin idarəedilməsi problemləri və ölkə iqtisadiyyatının strukturunda turizmin fəaliyyət dairəsi formalaşır. Turizm sahəsinin idarə edilməsi sistemli, məcmu və məqsədyönlü fəaliyyət növü olaraq struktur islahatların tərkib hissəsidir. Turizmin idarəetməsinin əsası kimi onun məqsədi,

təşkilati quruluşu və kadr potensialına əsaslanaraq təkmilləşir. Turizm sferasının da idarəçilik əsasən turistlərin motivasiyasından asılıdır. Əvvəlcə turist obyektində turistlərin rəyi, seçimi açıqlanır, təhlil edilir, onların xüsusiyyətləri, hansı ölkədən gəldikləri, turun müddəti, sosial-demoqrafik tərkibi, sosial statusu, turist tələbatı ilə müqayisə edilir və turizmin idarəetməsinin təkmilləşdirilməsində əsas meyarlar kimi müəyyən edilir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dissertasiya işinin məzmunu, turizmin inkişafının nəzəri-metodoloji problemlərinin həlli yollarının axtarılıb tapılması, sosial- iqtisadi inkişafının təhlili və Azərbaycan turizminin təşkilinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində konkret nəticələr əldə olunmasını və təkliflərin verilməsini müəyyənləşdirir.

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyətinin açılması və onun inksafının son nəticələri sosial-iqtisadi problemlərinin həllində, əhalinin işlə təminatı məqsədilə yeni iş yerlərinin açılması, regionlarda infrastruktur layihələrinin genişlənməsi, turizm potensialından istifadə edilməsi üçün geniş imkanlar yaradır.

Aparılmış tədqiqatlardan məlum olur ki, turizm sektorunun 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 investisiya yönümlü istiqamətləri, eyni zamanda, məşğuliyyət sahələrinin yeni istiqamətləri yaranır.

Turizm sahəsinin inkişafı baxımından dövlət tərəfindən müxtəlif məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsi bu sferanın davamlı inkişafına zəmin yaratmışdır. Belə ki, ölkə Prezidentinin 2002-ci il 27 avqust tarixli 1029 nömrəli Sərəncamı əsasında “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizm sektorunun inkişafına dair Dövlət Proqramı”nın həyata keçirilməsi turizmin inkişafı üçün zəruri şərait yaradılmış və dünya turizm bazarına integrasiyasının əsası qoyulmuşdur. [4.] Ölkəmizdə regionların inkişaf etdirilməsinə 2004-cü ildən başlanılmış məqsədli siyasətin davamı kimi “Azərbaycan Respublikasının regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” işlənib hazırlanmışdır. [5.] Bu Dövlət Proqramı”-nın həyata keçirilməsi ölkədə iqtisadiyyatının inkişafına zəmin yaradır, makroiqtisadi sabitliyin təmin olunmasında, sahibkarlıq fəaliyyətinin yüksəlməsində, iş yerlərinin açılmasında, infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsində, kommunal xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşmasında və sonda yoxsulluğun azalmasında, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsində öz əksini tapacaqdır.

Müasir tarixi inkişaf mərhələsində Azərbaycan modelinin müəllifi Ümummilli lider Heydər Əliyev strategiyasının həyata keçirilməsilə makroiqtisadi sabitliyə zəmin yaratmış, islahatlar aparılmış və dayanıqlı, perspektivli sosial-iqtisadi inkişafın təməli qoyulmuşdur. Ölkədə turizmin sosial-iqtisadi inkişaf problemlərinin həlli baxımından mühüm addımlar atılmış, respublika öz turizm potensialıyla dünyada məşhurlaşmış, tanınmışdır. Durmadan ardıcılıqla davam edən beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsinin turizmin inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsiri vardır.[24.] Buna misal olaraq Birinci Avropa Oyunları, “Formula-1” yarışları, Mədəniyyətlərarası Dialoq forumları və Bakıda keçirilən Ümumdünya Şahmat Olimpiadası Azərbaycana turist axınının xeyli sürətləndirmişdir.

Hazırda IV İslam Həmrəyliyi Oyunları, IV Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu və digər beynəlxalq tədbirlərin ölkəmizə əcnəbi turistlərin cəlb edilməsinə zəmin yaradır.

Strateji planlaşmada turizm sahəsinin perspektiv inkişafı onun dinamikasında proqnozlaşdırma qaydaları və metodları əsas götürülür.

Tədqiqat işinin son nəticəsi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiqlənmiş http://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulmuş:

- turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması,
- Turizm Şurasının fəaliyyətinin təşkili,
- Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi,
- xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi,
- Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması və s. Strateji Yol Xəritəsi çərçivəsində görülmək tədbirlər üzrə gözlənilən nəticələr respublikamızın turizm sektorunun inkişaf problemlərinin həllində mühüm rol oynayacaqdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

- 📖 1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 1995.
- 📖 2. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı-1999
- 📖 3. Azərbaycan Respublikasının “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Qanunu. Bakı, 1995.
- 📖 4. Azərbaycan Respublikasında “2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”. Bakı, 2002.
- 📖 5. “2010-2014 –cü illərdə Azərbaycan Respublikasında Turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” 06 aprel 2010-cu il.
- 📖 6. Azərbaycanın Statistik göstəriciləri. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Bakı, 2015.
- 📖 7. Əlirzayev Ə.Q. “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi”. Bakı, 2011.
- 📖 8. Əlirzayev Ə.Q. “İslahatlar və sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər”. Bakı, 2005.
- 📖 9. Əlirzayev Ə.Q. “Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi”. Bakı, 2010.
- 📖 10. Əlirzayev Ə.Q. “Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri”. Bakı, 2006.
- 📖 11. Əlirzayev Ə.Q. “Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi.” Bakı, 2010.
- 📖 12. Əlirzayev Ə.Q. Aslanova S.H. Azərbaycanda turizmin inkişafının sosial-iqtisadi inkişaf problemləri. Bakı -2006
- 📖 14. Abadov M.K. “Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri”. Bakı, 2014.
- 📖 15. Bilalov B.Ə. “Turizmin tarixi” Bakı, 2008.
- 📖 16. Bilalov B. Ə. Ç. G. Güllalıyev “Turizmin əsasları” Bakı, 2015.
- 📖 17. Bilalov B. Ə. “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi”. Bakı, 2006.
- 📖 18. Bilalov B. Ə. “Turizmin menecmenti”. Bakı, 2005.
- 📖 19. Dərgahov V.S. “Rekreasiya-turizm ehtiyatları”. Bakı, 2008.
- 📖 20. Hüseynov İ.H., N.T. Əfəndiyeva “Turizmin əsasları”. Bakı, 2007

- 📖 21. F.İ Qurbanov “Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri ”. Bakı, 2007.
- 📖 22. Qurbanov P. Ə., Ş.H. Hüseynova “Turizmin iqtisadiyyatı”. Bakı, 2009.
- 📖 23. Məmmədov E.Q. “Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri”. Bakı, 2013.
- 📖 24. Məmmədov D.A., B. Ə.Bilalov “Azərbaycanda gəlmə turizmi və onun inkişaf yolları” Bakı, 2004.
- 📖 25. Yeganlı S.T., E.M. Hacıyev “Turizm”. Bakı, 2006
- 📖 26. “Azərbaycanın turizmi bu gün və sabah (konfrans materialları)”. Bakı, 2015.
- 📖 27.Qafarov N. “Turizmin iqtisadiyyatı”. Bakı, 2012.-19

Rus dilində

- 📖 27.Азар В.И., Туманов С. Ю. Экономика туристского рынка. М: ИПК госслужбы, 1998.
- 📖 28.АлирзаевГ.А., Салманов А.А. Вопросы рекреационного районирования Азербайджанской ССР./ Материалы III всесоюзной совещания по географическим проблемам туризма и отдыха. Ставрополь, 1978.
- 📖 29.Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие -М.: Финансы и статистика, 2003.
- 📖 30.Голова О.Б. Менеджмент туризма. Практический курс: Учебно-методическое пособие. М: Финансы и статистика, 2007.
- 📖 31.Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002.

İngilis dilində

- 📖 32.A.J. Veal. Research Methods for Leisure and Tourism. Paperback, 2011.
- 📖 33.Chris Cooper. Essentials of Tourism. Paperback, 2012.
- 📖 34.David Weaver.Tourism Management. Paperback, 2013.
- 📖 35.Gayle Jennings. Tourism Research. Paperback, 2011.
- 📖 36.Michael Hall C. Tourism Planning. Paperback, 2008.

Türk dilində

- 📖 37.Philip Kotler. Marketing for Hospitality and Tourism. Paperback, 2013.
- 📖 38.Nazim Kozak “Turizm Pazarlaması”, 2013.
- 📖 39.Ozan Bahar “Turizm ekonomisi”, 2013.

İnternet mənbələri

 [<http://diskurs.az/category/turizm/>]

 <http://www.stat.gov.az/source/tourism/-2016>

 <http://www.elibrary.az/docs/JURNAL/>

 (<http://www.traceca-org.org/>)

 [//azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/](http://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/).

  www.google.az

 [<http://news.milli.az/>]

Проблемы социально-экономического развития туризма.

Р Е З Ю М Е

В диссертации рассматриваются исследование состояния туризма на современном этапе необходимо и актуально, так как развитие туристской сферы является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития общества. В статье проанализированы различные подходы к определению понятия «туризм», рассмотрена социально-экономическая сущность туризма. Особое внимание уделено перспективам развития туризма в стране.

PROBLEMS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURISM

S U M M A R U

The research of tourism is currently relevant since the tourist sector development is one of the priorities of the social and economic development of the society. The article studies some interpretations of the tourism phenomenon, and considers its social and economic features. The author pays special attention to development prospects of the tourism in country.

