

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

əlyazması hüququnda

Əliyev Vüsal Fəxrəddin oğlu
(Magistranın soyadı, adı, atasının adı)

Mövzu: “Müasir şəraitdə turizmin strateji planlaşdırılması problemləri”

Magistr Dissertasiyası

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.

Bakı – 2018

MÜNDƏRİCAT

Giriş	3
--------------------	---

I Fəsil: Turizmin strateji planlaşdırılmasının nəzəri-metodoloji əsasları

1. Turizm planlaşmasının vəzifələri və onun əsas istiqamətləri.....	8
2. Turizmin strateji planlaşmasının xüsusiyyətləri.....	16
3. Turizmin marketinq planlaşması.....	23

II Fəsil: Turizmin Azərbaycanda mövcud vəziyyətinin təhlili və onun strateji planında istifadəsinin təşkili

1. Turizm planlarının metodlarının təhlili.....	29
2. Turizmin məqsədli proqram təhlili.....	35
3. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili.....	43

III Fəsil: Turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

1. Turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi sistemi.....	50
2. Turizmin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi.....	57
3. Turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşdirilməsi.....	63
Nəticə və təkliflər	71
İstifadə edilmiş ədəbiyyat	76
Xülasə	79
Резюме	80
Summary	81

GİRİŞ

Bazar münasibətlərinin mühüm tələblərindən olan, dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin maksimum məhdudlaşdırılmasına baxmayaraq, turizmin inkişafında dövlətlərin rolu durmadan artır. Həmişə məlumdur ki, turizm sektorunun inkişaf istiqamətləri kompleks məsələlərin həlli ilə bağlıdır. Bu məsələlərdən biri sahənin planlaşdırılmasıdır.

Strateji planlaşma planlaşdırma fəaliyyətinin əsas istiqamətlərindən biridir. O, həm də bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsas iqtisadi mexanizmi kimi fəaliyyət göstərir. İndiki şəraitdə turizm sisteminin genişlənməsində dövlət fəaliyyətinin inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilərkən, sahənin gələcəyi ilə bağlı strateji planlaşdırılması, idarə edilməsi, tənzimlənməsi və s. mexanizmlərin davamlı inkişafına dair proqramların hazırlanmasının dəstəklənməsi, digər böyük layihələrin işlənilib hazırlanması və tətbiqinin zəruriliyi əsas məsələlərdəndir.

Bazar münasibətləri şəraitində iqtisadiyyatın bütün sahələrinin, idarəetmə sisteminin yenidən qurulması respublikada aparılan islahatlar proqramının mühüm istiqamətlərindən biridir. Bu problem, bazar iqtisadiyyatı şəraitində mövqeyi tamamilə dəyişən müəssisələr səviyyəsində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Elə bu səbəbdən də tədqiqat işində bazar şəraitində fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin menecmentinin sosial-iqtisadi mexanizminin fərqli prinsip, funksiya və metodlarının tətbiqi əsasında optimal təsərrüfat nəticələrinə nail olmasına yönəldilmiş, turizmin idarə edilməsi və strateji planlaşması problemlərinə həsr olunmuşdur.

Ölkə iqtisadiyyatının inkişafına xidmət edən turizm fəaliyyət sektorudur. Müasir şəraitdə turizm sektorunun genişlənməsi iqtisadi potensialdan istifadə və iqtisadiyyatın gələcək inkişafı ilə əlaqədar olaraq əsaslandırılır. Turizm sisteminin inkişafı əhalinin istehlakı və sosial məqsədləri üçün istifadə olunur. Turizm insanın, cəmiyyətin və ölkənin inkişafına xidmət etməklə, strateji əhəmiyyətli prioritet

fəaliyyət sahəsidir. Respublikanın iqtisadi inkişaf dinamikası ilə yanaşı, bu xidmət sahəsi həm də regionların sosial iqtisadi inkişafı zəruriyyəti ilə əlaqəlidir.

Beynəlxalq təcrübə və ölkə turizminin inkişafı bu xidmətin xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. O, əhalinin səyahət, ekskursiya, və turist marşrutlarının təşkil edilməsinə, asudə vaxtının səmərəli keçirməsinə, həm də turistlərin bütün xidmətlərdən bəhrələnməsinin genişləndirilməsinə mühit yaradır. Bu xidmətlər bütövlükdə turizm şirkətlərinin fəaliyyətinin nəticəsidir.

Respublikamızda ölkənin gələcək inkişafı potensial iqtisadi imkanların olması və beynəlxalq turizmin genişlənməsi ilə müəyyənləşdirilir. Çox sayda xarici şirkətlərin fəaliyyət göstərməsi sahibkarların və bizneslə məşğul insanların xarici-iqtisadi əlaqələri və dünya turizminə inteqrasiyasıdır.

Turizm müəssisələrinin əsas məqsədlərinin və bu məqsədlərə nail olmasının məcmusu strategiyadır. Belə deyək ki, hər hansı bir turizm şirkətinin strateji planını işləyib hazırlamaq, onun fəaliyyətinin ümumi istiqamətlərini müəyyən etmək deməkdir. Strateji planlaşma arzu olunan məqsədlərə nail olmaq üçün müəyyən edilmiş və onların reallaşmasının əhəmiyyətli üsullarının tapılması deyil. Strateji planı işləyib hazırlamaq hələ arzu olunanları real kimi qəbul etmək deyildir. O, hər hansı bir istiqamətə deyil, şirkətin inkişafının real imkanlarına istinad olunmalıdır. Elə bu baxımdan da qeyd edək ki, strateji plan öncə təşkilatın fəaliyyətinin xarici və daxili obyektiv vəziyyətlərə reaksiyasıdır. Strateji planlaşma bir çox şirkətlərdə orta müddətli planlaşmaya əsaslanmasına baxmayaraq, çox vaxt o, uzunmüddətə nəzərdə tutulur. Bununla belə, uzun müddətli strateji planlaşma qeyd etdiyimiz kimi, bir mənalı deyildir.

Strategiya istiqamətin, vaxtın funksiyasıdır. Firmanın inkişafının qlobal ideyalarının məcmusunu strategiya özündə birləşdirir. Yunan mənşəli sözdür, əvvəllər hərbi məna daşımış və qələbənin düzgün yollarını tapmaqla "generalın məharəti" mənasını daşıyırdı. Elə bu baxımdan da qeyd etmək istəyirəm ki, strategiyanın işlənməsi üçün məsuliyyəti müəssisə rəhbərliyi daşıyır. Belə ki, strateji planlaşdırma məsuliyyət və idarəçiliyin menecer tərəfindən əhatəsini tələb edir. Firmanın gələcəyi haqqında qərarların qəbuluna analitik yanaşmanı, strateji

planlaşdırmanı plan komandası əmin edir.

Kommersiya yönümlü fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrin olması, daxilində turizm və xidmət biznesinin, eyni zamanda müştərilər (turistlər) üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların(əmtəələrin) istehsalı üzrə ixtisaslaşan sahələrin yaranmasına səbəb olur.Dünya təsərrüfatının inkişaf səviyyəsinə görə digər sahələrindən fərqli olaraq, turizm irəlidə gedir.Turizm infrastrukturunun təkmilləşməsi, ölkələr arası əməkdaşlığın möhkəmlənməsinə, insanların gəlirlərinin artmasına, sahibkarlığın inkişafı və beynəlxalq turizm bazarının genişlənməsinə səbəb olur.

Müvafiq variantların seçilməsi strategiyanın həyata keçirilməsi məqsədini güdür.Strateji planlaşmanın əsas mənası odur ki, təşkilat nəyə nail olmaq istəyir. Elə bu baxımdan da dissertasiya işində də turizmdə strateji planlaşdırmanın, turizmin marketinq planlaşması, sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili və s.problemlərin həlli yollarının axtarılıb tapılmasına geniş yer verilmişdir.

Mövzunun aktuallığı – Planlaşmanın yüksək səviyyəliliyi turizmin iqtisadi və sosial inkişafından asılı olaraq idarə etmə prosesləri ilə reallaşdırılır.Yəni, turizm sahəsində planlaşma idarə etmə sisteminin əsas faktoru sayılır və dövlət siyasətinin həyata keçirilməsində ən mühüm alət hesab edilir.Bu zaman sosial və iqtisadi proseslərin dinamik inkişafı və bunun nəticəsində baş verən transformasiyalar turizm sferasında strateji planlaşdırmanın rolunu daha da artırır.Strateji planlaşma insan əməyinin başlıca növü olub, özündə strateji problemlərin həllini təşkil edən planı (proqnoz, proqram, layihə)idarə olunan obyektlərə uyğun strateji məqsədlərin genişləndirilməsini və bu strategiyanın təminatını, xüsusi mühitə tez uyğunlaşması kimi mühüm prosesləri özündə birləşdirir.Göründüyü kimi strateji planlaşma turimin inkişafında əhəmiyyətli dərəcədə rol oynayır.Yəni, sahənin istər idarə edilməsi, perspektiv inkişafı və dövlət tərəfindən tənzimlənməsi problemləri öz həllinin tapır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri – müasir inkişaf mərhələsində turizmin strateji planlaşdırılması proseslərinin həlli, onların dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsi problemlərini əhatə edir.Bu da turizm potensialının iqtisadi inkişafına, işsizliyin azaldılmasına və s. sosial nəticələrə gətirib çıxarar.

Məqsəd sahənin perspektiv inkişafı üçün onun strateji planlaşdırılması, idarə edilməsi və tənzimlənməsi mexanizmlərinin müasir tələblərə cavab verən səviyyəyə yüksəldilməsidir.

Tədqiqatın predmeti və obyekt – bu zaman turizm potensialının səmərəli istifadəsi, onun gələcək dövr üçün qiymətləndirilməsinin müəyyənləşdirilməsi və əhəmiyyəti, obyekt olaraq isə turizm müəssisələri və onların fəaliyyətləri əsas götürülür.

Elmi yeniliyi:

- turizmin ümumilikdə inkişafının müəyyənləşdirilməsi,
- sahənin strateji planlaşdırılması,
- marketing planlaşması əsaslandırılır;
- turizm planlarının metodlarının təhlili,
- turizmin məqsədli proqram təhlili,
- turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili;
- turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri verilir.

Tədqiqatın informasiya bazası – Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin hesabatları, Mədəniyyət və Turizm nazirliklərinin, ÜTT-nin məlumatları, habelə tədqiqatçının müşahidələri təşkil edir.

Praktiki əhəmiyyəti - aparılmış tədqiqat praktiki əhəmiyyətə malikdir. Burada turizmin strateji planlaşdırılmasının nəzəri-metodoloji əsasları, onun Azərbaycanda mövcud vəziyyətinin təhlili, strateji planında istifadəsinin təşkili və turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin öyrənilməsi baxımından təhlillər aparılmış, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında turizmin əhəmiyyətli dərəcədə rol oynaması və effektivliyinin yüksəldilməsinə yönəldilmiş nəticə və təkliflər öz əksini tapmışdır.

Dissertasiya işinin strukturu - giriş, hərəsi 3 paragrafdan ibarət 3 fəsil, nəticə-təklif və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

I fəsil “Turizmin strateji planlaşdırılmasının nəzəri-metodoloji əsasları” adı altında işlənib hazırlanmışdır. Burada Turizm planlaşmasının vəzifələri və onun

əsas istiqamətləri, turizmin strateji planlaşmasının xüsusiyyətləri və turizmin marketinq planlaşması məsələlərinə baxılır.

II Fəsil– Turizmin Azərbaycanda mövcud vəziyyətinin təhlili və onun strateji planında istifadəsinin təşkili”-adlanır. Bu fəsildə turizm planlarının metodlarının, turizmin məqsədli proqramlarının və turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili aparılır.

III başlıq isə “Turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri” adlanır. Bu fəsildə -“Turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi sistemi”,”Turizmin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi”, və ”Turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşdirilməsi” problemləri öyrənilir.

I Fəsil: Turizmin strateji planlaşdırılmasının nəzəri-metodoloji əsasları

1.1. Turizm planlaşmasının vəzifələri və onun əsas istiqamətləri

Turizm planlaşması perspektiv dövr üçün turizm fəaliyyətinin təşkili deməkdir. Planlar sahə, ərazi və funksional planlara bölünürlər[11.səh.104].

Turizm sistemində planlar tərtib olunarkən əsasən gələcək dövr üçün yeni perspektiv və cari planlar nəzərdə tutulur. İstənilən müəssisənin proqnozu əsasında onun biznes planı tərtib olunur.

Turizm şirkətləri, təşkilatları bazar qanunlarına əsasən fəaliyyət göstərir. Təminat səviyyəsi adekvat olaraq, planlaşmada ölçülür.

Beləliklə, turistlərin obyektiv zərurətdən doğan tələbatlarının ödənilməsinə və onların fəaliyyətinin formalaşdırılmasına şərait yaradılır.

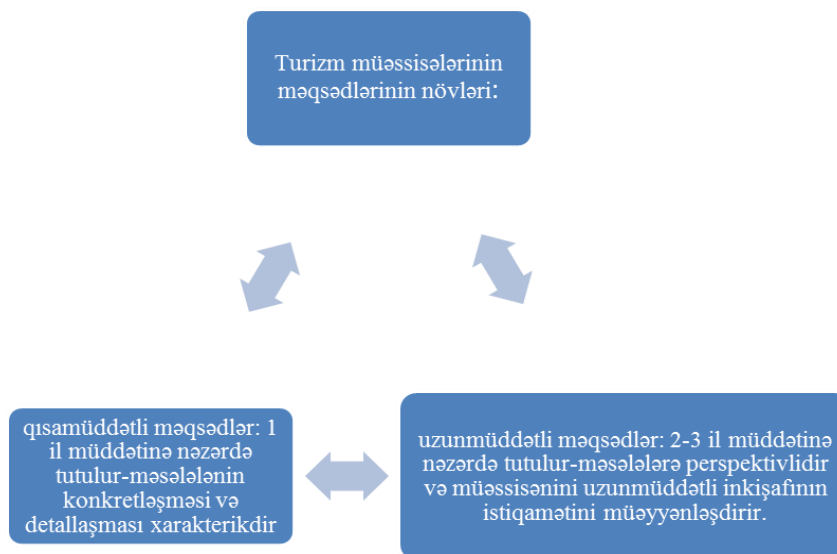
Turizmin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayan planlaşma mexanizmi dövlətin turizm sferasına himayəçiliyini müəyyən edir. Dövlət nəzarət və maliyyə-kredit funksiyaları dövlətin idarəetmə mexanizmi ilə formalaşır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi çəkisi üstünlük təşkil edir.

Turizm sferasında idarəetmənin təşkili və informasiya sisteminin adekvat olaraq yaradılması bu sahədə səmərəli planlaşdırmanın həyata keçirilməsi üçün mühüm rol oynayır. Bu sahənin informasiya planlaşdırılması, getmə və gəlmə turistlərin turist firmalarını, təşkilatlarını, eyni zamanda dövlətin bu sahəyə ayırdığı vəsaitlərini, sahibkarların fəaliyyətini qiymətləndirməklə həyata keçirilir. İdarəetmənin əsası və onun iqtisadi metodu planlaşdırmaadır.

Turizmin planlaşdırılması və fəaliyyətinin düzgün təşkili maddi maliyyə amillərinin rolunun yüksəlməsi, eyni zamanda turizm potensialının müasir standartlara uyğun olması strategiyasına çox böyük əhəmiyyət verilir. Turizmin planlaşdırılmasında qarşıya qoyulan məqsədlərin təyin olunmuş vaxtda və eyni zamanda ardıcıl olaraq həyata keçirilməsi üçün lazım olan vasitələrin, resursların və idarəetmə mexanizmlərinin müəyyənləşdirilməsi nəzərdə tutulur.

Sxem 1.1.

Turizm müəssisələrinin məqsədlərinin 2 növü mövcuddur:



Müəllifin tərtibatı

Vəzifələri isə bunlardır:

- məqsədyönlü inkişaf,
- məhsuldar qüvvələrin struktur bölmələri ilə əlaqələndirilməsi;
- monitorinqin keçirilməsi;
- qiymətləndirmə məqsədilə bazanın qurulması;
- motivasiya;
- məlumat dəstəyi.

Planlaşdırmaya: rəşional seçimli məqsədlər, siyasət, effektiv tədbirlərin və metodların inkişafı, qəbul olunacaq qərarların təminatına şərait yaratmaq daxildir.

Turizm şirkətlərinin planlaşdırmanın belə bir yolunu seçməsində məqsədi - işin xüsusiyyətlərinə və tələblərinə dəqiq cavab verməkdir.

Bütün yuxarıda qeyd olunanlara əsaslanaraq deyə bilərik ki, bəşəriyyətin böyük nailiyyətlərindən biri də planlı iqtisadiyyatdır. İqtisadi təcrübələrdən məlum olur ki, hər hansı bir sahənin bütövlükdə planlaşdırılması mümkün olmadığı halda, onun subyektlərinin fəaliyyətlərinin planlaşdırılması vacibdir. Turizm bazarının aktiv subyektlərinin biri də turoperatordur. Kommersiya, yəni biznes baxımından,

turizm xidmətlərinin planlaşdırılması, planların işlənib hazırlanması, fəaliyyəti və realizasiyasını həyata keçirir. Turoperatorun üzərinə düşən funksiyalar bunlardır:

- a) müştərilərin turizm proqramlarına və turlara olan tələbatlarının müəyyənləşdirilməsi; b) nəzərdə tutulmuş dövr üçün xidmət proqramlarının işlənib hazırlanması ilə yanaşı turistlərin tələbatına adekvatlığını müəyyənləşdirmək məqsədilə təcrübədən keçirilməsi; c) əməkdaşlıq məqsədilə xidmət təminatçılarıyla müqavilələrin bağlanması.

Buna misal olaraq:

- turistlərin yerləşdirilməsi üçün – yerləşdirmə obyektləri ilə,
 - müştərilərin qidalanmasının təminatı üçün – qidalanma obyektləriylə,
 - turistlərin daşınması məqsədilə - nəqliyyat müəssisələri və ya digər nəqliyyat sahibləriylə,
 - turizm məhsulunun təqdim olunması məqsədilə - müxtəlif təşkilatlarla: muzeylər, sərgi salonları, idman kompleksləri, səyahət-ekskursiya və digər təşkilatlarla,
 - turistlərin ziyarət etmələri ilə bağlı – şou, video , teatr rəhbərləriylə,
 - istirahətin təşkili və yüksək səviyyəli xidmət edilməsi üçün - ovçuluq, balıqçılıq, milli parkların və qoruq rəhbərləriylə,
 - turizm məhsulunun təbliği üçün – icra hakimiyyəti və yerli bələdiyyə orqanlarıyla əlaqələri göstərmək olar.
- d) əhəlinin bazar münasibətləri şəraitində gəlilərini nəzərə almaqla - turların qiymətlərinin müəyyən olunması;
- səyahətçilərin lazımi ləvazimat, internet və reklam və s. təzhizatı [8.səh.323].
- d) turizm sferası üçün ixtisaslı kadrların: qid-bələdçilərin, metodistlərin və s. hazırlanması, işlə təminatı və onlara nəzarət;
- e) reklam informasiya fəaliyyəti: turizm məhsulunun müştərilərə çatdırılması;
- f) məhsulun agentlərlə və yaxud birbaşa realizəsi;
- g) turizm məhsulunun keyfiyyəti və adekvatlığına nəzarət;
- j) yaranmış problemlərin həlli və daima turistlərlə əlaqə yaratmaq.

Turoperatorla turist arasında vasitəçi bir təşkilat- turagent adlanır. Bu fiziki şəxs də ola bilər. İşlənilib, hazırlamış turizm xidmətləri ilə insanları məlumatlandırmaq və onları realizə etmək turoperatorun əsas vəzifəsidir. Digər tərəfdən turagentlər vasitəçilik edərək turistlərin arzusu ilə xidmət təminatçıları xüsusən də yerləşdirmə obyektləri və nəqliyyat xidmətlərini təşkil edir.

Turizmin inkişafı turoperatorların bir çox formada ixtisaslaşmasına səbəb olur. Onlar biri-digərindən fəaliyyət funksiyalarından asılı olaraq fərqlənir:

I. Fəaliyyətin növü olaraq:

- kütləvi bazar operatoru. Turizmin bütün növ xidmətlərinin diversifikasiyası.
- ixtisaslaşdırılmış operatorlar – turizmin hər hansı bir növü, konkret coğrafi istiqamət və ya müəyyən bazar segmenti ilə fəaliyyət göstərir.

Misal üçün:

- a) yollayışların satışı təkcə sanatoriya-kurort obyektlərinə təqdim edilir;
- b) konkret destinasiya (məskunlaşma) ilə, təkcə İngiltərə, İran Türkiyə və s., yaxud ölkə daxili xidmətlərlə fəaliyyət göstərir;
- c) turizmin xüsusi maraq növü üzrə (balıqçılıq, ovçuluq) turizmin eksperimental növü üzrə (dayvinq, macəra) çıxış edir;
- d) əhali segmentinə görə - gənclərə və yaxud pensiyaçılara xidmət edir.

II. Fəaliyyət ərazisinə görə:

- ölkədaxili turizmlə məşğul turoperatorlar. Bu yerli əhəlinin ölkədaxili turizm xidmətlərilə təmin edilməsi deməkdir.
- getmə turoperatorlar. Turistəri xarici ölkələrə göndərən və orada turizm xidmətlərini həyata keçirənlər.
- gəlmə turoperatorlar. Xarici turistlərin qəbulu və onları turizm xidmətlərilə təmin edənlər.

Turoperatorların klassifikasiyası iki istiqamətdə mümkündür:

Qəbul edən və təşəbbüskar turoperatorlar.

Enterprising tour operator (təşəbbüskar turoperatorlar) müqavilələrə görə turistləri ölkənin turizm bölmələrinə və ya xaricə yola salırlar. Reseptiv (qəbul edən) turoperatorlar (receptive tour operator) isə turistləri qəbul edirlər. Ümumi

Turizm Təşkilatı normalarına adekvat olaraq turizm məhsulunu formalaşdıran turoperatorlardır. Qeyd edək ki, turpaketə üç xidmət növündən başlayaraq bir çox xidmətlər daxil olunur. Bunlardan yerləşdirmə, qidalanma, nəqliyyat və s. xidmətləri qeyd etmək olar. Əsasən ən mürəkkəb turist marşrutlarını təşəbbüskar turoperatorlar təşkil edirlər. Bu zaman turistin səyahətə başlaması, getdiyi yerə çatdırılması, geri dönməsində nəqliyyat xidmətləri, eyni zamanda turistlərin məskunlaşmasında (destinasiyasında) ölkə turoperatorlarının göstərdiyi yerüstü xidmətləri nəzərdə tutulur. Bu xidmətlərə (yerüstü xidmətlərə) ekskursiya, qidalanma, yerləşdirmə, əyləncə və s. xidmətlər aid edilir.

Yerləşdiyi ərazidə turistlərin qəbulu ilə məşğul olanlar – reseptiv turoperatorlar adlanır. Onlar turizmdə fəaliyyət göstərən xidmət müəssisələri ilə bilavasitə müqavilə bağlayır və turlar yaratmaqla yanaşı turistlərin arzusuyla digər xidmətlər də göstərirlər.

Turizmdə idarəetmənin 2 istiqaməti illik planlaşdırma zamanı müəyyən edilir:

- dövrü, maliyyə, marketinq, əsaslı təmir və turizm məhsulunun planlaşdırılması - funksional planlaşdırma;
- konkret investisiya layihələrinin reallaşdırılması və turizmdə strateji marketinq planlaşdırılması nəzərdə tutulan - biznes plandır.

Turizmdə planlaşdırma, turizm menecmentinə də daxildir.

Qeyd edilənlərdən məlum olur ki, tədqiqat işinin bu paragrafında bəhs edilən planlaşdırılma mexanizminin həyata keçirilməsində səhmdar cəmiyyətlərin, asosiasiaların, firmaların və onların ümumilikdə istehsalçı və istehlakçı təsərrüfat fəaliyyəti diqqəti cəlb edir. Məlum olduğu kimi hazırda çox mürəkkəb və uzun proseslərdən biri də real bazara çıxmaqdır. Yəni, indiki zamanda bazarın xüsusiyyətlərinin əhəmiyyətli dərəcədə transformasiyası ilə əlaqədar olaraq müəssisələrin bazara çıxışının planlaşdırılmasının əhəmiyyəti xeyli dərəcə artmışdır. Ona görə də, bu prosesə hər zaman nəzarət olmalı, planlaşdırılma müasir metodoloji əsaslarla bazar iqtisadiyyatının qanunayğunluqları əsasında reallaşdırılmalıdır.

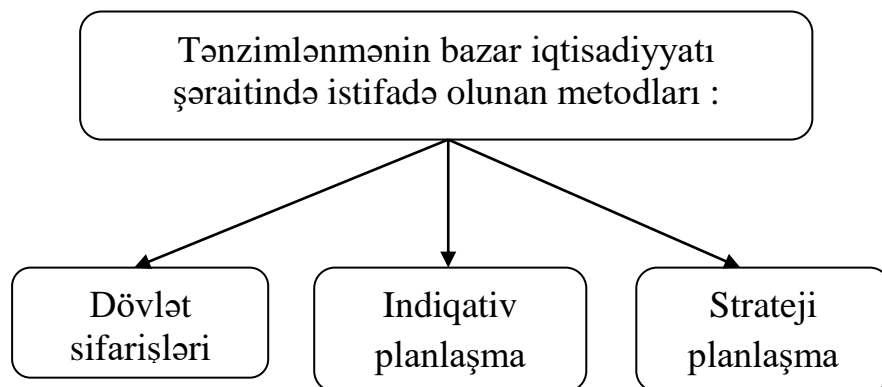
İndiki şəraitdə müəssisələrin istehsal prosesinin müasirləşdirilməsi üçün aparılan araşdırmalar planlaşdırma prosesinin genişləndirilməsini tələb edir. Planlaşdırma mərkəzləşdirilmiş prinsiplərə uyğun aparılmalıdır. O zaman insanların maddi maraqları nəzərə alınmaqla, onların pul gəlirlərinin indeksləşdirilməsi, tənzimlənməsi təmin olunmalıdır.

Planın tərtib edilməsi, ilk növbədə müəssisələrin, (firma və təşkilatların) plana görə fəaliyyət göstərməsi və eyni zamanda makro səviyyədə dövlət tərəfindən tənzimlənməni əhatə edir. Odur ki, indiki inkişaf mərhələsi üçün bazarların özünü-tənzimləmə və dövlətin tənzimləmə funksiyası xarakterikdir.

İqtisadi ədəbiyyatlarda Adam Simitin “görünməz əllər” konsepsiyasında özünü-tənzimləmə mexanizminin formalaşması istehsalçı və yaxud istehlakçılar arasında rəqabətin olması və tələb təklifə görə fəaliyyət göstərən liberal bazar qiymətləri ilə reallaşması nəzəriyyəsinə rast gəlirik. Özünü-tənzimlənmənin xarakterik cəhətlərindən yeni müəssisələrin yaranmasını qeyd etmək olar ki, bu da iqtisadiyyatın inkişafını stimullaşdırır.

Tənzimlənmənin bazar iqtisadiyyatı şəraitində istifadə olunan metodlarından aşağıdakılar qeyd olunur :

Sxem 1.2.



müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

dövlət sifarişi: - bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə dövlət tənzimlənməsinin əsas mexanizmlərdən biridir. Nazirlər Kabinetinin göstərişi ilə İqtisadi İnkişaf Nazirliyi Dövlət sifarişlərini müəyyənləşdirir və ona nəzarət edir. Dövlət sifarişi ehtiyatların məhdudluğu şəraitdə hər hansı bir müəssisə, müasir tələblərə uyğun olmayan

maddi-texniki bazaya, texnologiyaya malik, məhsulunun istehsalında imkansız müəssisələr üçün münasibdir. Müəssisələr arasında müqaviləylə razılaşdırılan məhsulların qiymətinə dövlət müdaxilə edir ki, məhsul azlığı olarkən qiymətlər baha olmasın. Bunlar Dövlət sifarişlərinə aiddir.

Mərkəzləşmiş-direktiv planlaşdırma olmasa da, bazar münasibətləri şəraitində indikativ planlaşdırmadan istifadə olunur.

Ölkə iqtisadiyyatının perspektiv inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirən vasitə-indikativ planlaşdırma adlanır. İndikativ planlaşdırma bazar münasibətlərinə əsaslanır. Eyni zamanda dövlətin tənzimlənmə funksiyasının reallaşması özünəməxsus xüsusiyyətə malikdir. Plan və bazar mexanizminin əlaqələndirilməsi çox mürəkkəb problemlərdəndir.

Dövlət resurslarının istifadəsini nəzərdə tutmaq indiqativ planlaşdırmanın üzərinə düşür. İndiqativ planlaşdırmanın məqsədlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

1. Dövlət büdcəsindən sahibkarlığa kömək məqsədilə ayırmaların, məlumatların sistemləşdirilməsini genişləndirmək;
2. Dövlətin məqsədini ifadə edən və sahibkara tam fəaliyyət sərbəstliyi verən iqtisadi göstəricilər sistemi hazırlamaq və s.

Sahibkara iqtisadiyyatın inkişafı, elmi-texniki tərəqqinin, texnologiyanın inkişafı haqqında istiqamət verici fəaliyyəti indikativ planlaşdırma ifadə edir.

Bazar iqtisadiyyatının fəaliyyəti, dialektika, inkişaf, nəzəri dərk etmə:- strateji planlaşdırmanın ilk struktur elementinin əsasını təşkil edir. Dəqiq orqanlar sisteminin olması ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının planlaşdırılmasının və tənzimlənməsinin səmərəliliyi onların fəaliyyətini həyata keçirən əsas şərtlərdəndir.

Strateji planlaşdırma üzrə göstərilən fəaliyyət İqtisadi İnkişaf Nazirliyi təfindən həyata keçirilir və onun tənzimlənməsi Milli Məclisin qərarları ilə reallaşır.

İki istiqamətdə reallaşan regional turizmin ərazi planlaşması aşağıdakı kimi müəyyənləşdirilir:

- regionda işlə təminatın və gəlirlərin yüksəldilməsində, həmin ərazinin turist potensialından maksimum istifadəsinin rolu;

- turizmlə məşğul hüquqi şəxslərin maraqlarının qorunmasında, gəlir, mənfəət, dayanıqlı və şəffaf rəqabət şəraitində subyekt və sahibkarlığın rolu.

Ümumi prinsiplər və fərdi xüsusiyyətlər əsasında turizm sisteminin inkişafının planlaşması prosesi həyata keçirilir.

Respublikamızın mövcud iqtisadi vəziyyəti ümumi prinsiplər və sosia-iqtisadi mühitlə bağlıdır. Xüsusi prinsiplər isə konkret olaraq hər bir turist fəaliyyəti üçün ayrıca gəlir və mənfəət prinsiplərinə əsaslanır.

Direktiv xarakter daşımayan turizmin planlaşması və proqnozu resurs təminatı, variantlar və hesablamalar vasitəsilə müəyyən edilir.

Bu baxımdan da o planlaşma perspektiv planlara bölünür. Həlli yolları isə kompleks üsullarla araşdırılır. Regionlarda turizm sahələri üçün şəraitin olması və resursların istehsalı, istifadə edilməsinin təşkilini komplekslik özündə əks etdirir. Hər hansı bir dövlət, region, ölkənin turizm sferasının inkişafında mövcud xidmətlərin qiymətini vahid sistem halında komplekslik üsulu ilə cəmləşdirir. Turizmlə məşğul sahibkarların, müştərilərin, dövlət və yerli orqanların diqqətini cəlb etmək qabiliyyətini kompleks yanaşma özündə əks etdirir. O zaman, turizm regionda başqa sahələrlə sosial-iqtisadi inkişaf proqramları ilə uyğunlaşdırılır, eyni zamanda, regionun ümum daxili məhsulu, yerli əhalinin işlə təmin olunması, regiondan ixracatın genişləndirilməsi, turizmlə başqa müəssisələrin əlaqələrinin, məhsuldar qüvvələrin səmərəli təşkili və digər planları işlənilib hazırlanır. Həmin planların uyğunlaşdırılması meyar olaraq, makroiqtisadi və konkret sahə göstəriciləri ilə uzlaşdırılır. Turizm sisteminin inkişafının ümumi iqtisadi artımda rolunu makroiqtisadi göstəricilər, əmək və turizmin investisiya qoyuluşununun xüsusi çəkisi müəyyənləşdirir. Əsas prinsip kimi, dövlətin himayəçilik siyasəti turizm planlaşmasını formalaşdırır. Turizm prioritetlərinin dövlət səviyyəli prioritetlərə uyğunlaşdırılması və təbii ki, turizm sahəsində məşğulluğun, potensiallardan və s. proseslərdən istifadəsinin təşkili, dövlətin normativ və hüquqi aktlarına əsasən həyata keçirilir.

Regionlarda da müxtəlif turist fəaliyyətləri üzrə turizmin müəssisə daxili planlaşması reallaşır. Əvvəlcə, regionda turistlərin sosial-demoqrafik tərkibi,

motivaziyası və s. təyin edilir. Müəssisənin biznesinə uyğun olaraq, turizm xidmətlərinin keyfiyyəti, kəmiyyəti, orada çalışanların sayı və əsas sahə daxili ötürmələr, nisbətlər planlaşdırılır. İstənilən turist müəssisəsində kommersiya gəlirləri baxımından plan qiymətləndirilir. İqtisadi baxımdan biznes planın əsasını rentabelli turist məhsulu təşkil edir. Qeyd edim ki, sosial fəaliyyətlərlə də turizmin fəaliyyətinin biznes planının ölçülməsi mümkündür.

Turizm regionunun inkişafının qiymətləndirilməsi biznes planlaşmasında sosial effekt və nəticələr verir.

1.2. Turizmin strateji planlaşmasının xüsusiyyətləri

“Strateji planlaşma” planlaşma fəaliyyətinin əsas istiqamətlərindəndir. Müasir şəraitində iqtisadiyyatın dövlət tərəfindən tənzimlənməsində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu gün iqtisadi fəal subyekt liberal bazarda rəqabətlə üzləşir. Bu baxımdan vəziyyətdən çıxmaq üçün iqtisadi potensialdan xəbərdar olmalıdır. Bu o deməkdir ki, həmin iqtisadi subyekt müəssisə haqqında məlumatlı olmalıdır. Eyni zamanda müəssisənin nə və nə qədər istehsal edəcəyi, planı, müştərisi kim olacaq və s. bu kimi suallar onu maraqlandırmalıdır. Bu sualların cavablanması məhz strateji planlaşdırma vasitəsi ilə müəyyən edilir. Ölkə iqtisadiyyatının perspektiv inkişafının strateji xətti müəyyənləşdirilməlidir ki, onun da həlli planlaşdırmada öz əksini tapır. Yuxarıda qeyd olunanlardan məlum olur ki, real iqtisadi proseslərin irəli sürdüyü suallara nəzərdə tutulan sürətləndirmə strategiyası cavab verməlidir.

Məlum olduğu kimi, dissertasiya işində başlıca məqsəd turizmin strateji planlaşdırılması və yaxud strateji konsepsiyaların mahiyyətini, dərinlən dərk etməklə, bu sahənin daha da genişlənməsinə mühit yaratmaqdır. Düşünürəm ki, turizmin strateji planlaşdırılması problemləri və onun real həyatımızla bağlılığı, region iqtisadiyyatında rolu və əməli həyata keçirilməsi vəzifələrinə uyğun olaraq, daha da konkretləşməsi zəruridir. Ölkədə mürəkkəb problemlərin müsbət həlli, sosial-iqtisadi inkişafın məqsədyönlü istiqamətləndirilməsi, strateji planlaşmadan

bilavasitə asılıdır. Başqa sözlə desək, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi strateji planlaşdırmanın əsas xəttidir.

Aparılan tədqiqat işində turizmdə strateji planlaşmanın əsas məqsəd və vəzifələri, onun məzmunu və perspektiv istiqamətləri, amilləri, habelə iqtisadi inkişafın əsası olan dövlətin tənzimləyici rolu açıqlanır. Elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsi təsərrüfatçılıq formalarının əsaslı surətdə yenidən qurulması, turizm sferasının güclənməsi və sosial-iqtisadi inkişafda onun rolunun artması və s. problemlərin strateji planlaşmada əks etdirilməsinə dissertasiya işində mühüm yer verilir [5.səh.104].

Bazar münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar olaraq dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin həyata keçirilməsi strateji planlaşdırmanın daha da dərinləşdirilməsi problemlərinə böyük əhəmiyyət verir.

Strateji planlaşma konseptual müddəalar və sosial-iqtisadi inkişaf kontekstində işlənir. Turizm obyektlərinin və şirkətlərinin ehtiyatlarını, onların davamlı inkişafını və rəqabət qabiliyyətli olmasını strateji planlaşma təmin edir. Dövlətin turizm sahəsinə himayəçiliyi strateji planlaşmada müəyyən edilir. Perspektivli sahə olduğu üçün turizmin təşkili və idarə edilməsindən ötrü sahənin planlaşmasında əsas meyar: -təhlükəsizlik və iqtisadi artım strategiyasıdır.

Konseptual inkişaf strategiyası turizmin planlaşmasında aşağıdakı kimi idarə olunur:

- iqtisadi artımda turizmin inkişafının genişləndirilməsi;
- regionlarda turizm potensialının dövriyyəyə cəlb edilməsində sosial-iqtisadi effektini eyni zamanda onun fəaliyyətini genişləndirmək;
- sahənin maliyyə-büdcə potensialının formalaşması və təmilləşməsində onların rolunu artırmaq;
- turizm sisteminin strateji planlaşması, sahibkarlıq fəaliyyəti və əhalinin faydalanmasının sosial nəticələrinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi;

Strateji planlaşma obyektini kimi, turizm kapital qoyuluşu, resurs potensialı, turist dövriyyəsi, innovasiya və s. proseslər ilə sıx bağlıdır.

Düşünürəm ki, turizmin inkişaf istiqamətləri, onun strateji planlaşma obyektı və strateji məqsədi kimi turizm fəaliyyətinin proqnozu, təşkili xüsusi mexanizmlərlə reallaşmalıdır. Strateji planlaşmanın sxeminə nəzər salaq:

Sxem 1.3.

Strateji planlaşmanın təşkili sxemi

3 illik planın tərtibi tsikli

Aylar

Mart, Aprel }

5 illik planın tərtibinə dair göstəricilərin hazırlanması

May, İyun }

5 illik planın bölmələri üzrə təkliflərin hazırlanması

İyul, avqust }

Bölmələrin təkliflərinin ümumiləşdirilməsi

Sentyabr, oktyabr }

Yüksək səviyyədə əsas strateji problemlərin müzakirəsi

Noyabr, dekabr }

Şirkətin vahid 5 illik planının tərtibi

Yanvar, fevral }

Şirkətin strateji mövqeyinin qiymətləndirilməsi

İllik planın tərtibi tsikli

Planlaşdırmanın əvvəlki tsiklinin nəticələri

İllik tapşırıqların müəyyən edilməsi

Sahələr üzrə planların hazırlanması

Maliyyə planlarının tərtibi

Təşkilatın illik planının təsdiq olunması

müəllif tərtib etdi

Strateji planlaşdırma prosesinin sistemliliyinin təminatı məqsədlə 5 illik planlar arasında uyğunsuzluq olmaması üçün firmalar sürüşkən planlar tərtib edirlər və sürüşkən planın tərtibində keçən il yeni illə əvəz olunur .

Planlaşdırma təşkilatın strategiyasının işlənməsində, onun əsas məqsədlərinin aydınlaşdırılmasında çıxış edir.

Strateji planın həyata keçirilməsində onun təşkilati quruluşunun rolu əvəzsizdir. Yəni, strateji planlaşdırma zamanı müəssisənin müdiriyyəti, planlaşdırıcılar komandası, bölmələrin rəhbərləri və mütəxəssisləri fəaliyyət göstərir. Strateji planın tərtib olunmasında və müzakirə edilməsində təşkilatda çalışanların cəlb olunması əlverişli şərait yaradır və əsas sayılır. İşçilər arasında ierxiyaya adekvat olaraq vəzifə bölgüsü aparılır.

Bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sahəsində də planlar sistemi planlaşdırma prosesinin nəticəsidir və öz fəaliyyətinin əsas göstəricilərini əks etdirir. Mahiyyət etibarilə strateji planlaşdırma menecerlər üçün təlimatlar toplusudur. Hər hansı bir turizm müəssisəsinin məqsədlərinə çatması prosesində təşkilatın hər bir bölməsinin hansı rolu oynayacağını təsvir edir.

Qeyd edək ki, turizm xidmət sahəsidir. Dövlətin sosial-iqtisadi statistikasının əsası xarakterik olaraq, turizmin təşkili və strateji planlaşmasıdır. Turizm strateji əhəmiyyətli sahədir, ona ayrılan vəsaitlərlə sahibkarlıq fəaliyyətinə güzəştli kreditlər tətbiq edilir. İqtisadi və ərazi təlükəsizliklərinin tərkib hissəsidir turizm. Strateji planlaşma obyektı olaraq, sahənin gələcək inkişafı onun dinamikasında proqnozlaşdırma, metod və üsullar mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turist potensialı olan istənilən ölkənin turizmin inkişafına maraqlarının həyata keçirilməsində müasir inteqrasiya səviyyəsi əsas rol oynayır. Odur ki, turizm sferasının sürətli inkişafı və onun düzgün təşkili normal qaydada həyata keçirilməlidir. Əks halda böhran dövrü baş verir və sahənin inkişaf prosesinin sürətləndirilməsi ləngiyir. Bu baxımdan da turizmin əsas istiqamətlərinin dövlətin inkişaf proqramlarına görə həyata keçirilməsi vacibdir. Müasir qloballaşma müxtəlif təbii resurslardan istifadə etmək imkanlarını genişləndirir. Bu zaman az məsrəflə turizm bazarında əlavə gəlir artır.

Bu da, ölkənin öz daxili resurslarından beynəlxalq firma və turistlərin bəhrələnməsi ilə nəticələnir. Beləliklə, turizm sferasının strateji planlaşması zamanı əsasən, yerli potensialın olması, ondan istifadə edərək, infrastrukturun genişlənməsi ilk növbədə yeni iş yerlərinin açılması, əlavə gəlir əldə edilməsi, dayanıqlı rəqabət mühitinə və s. imkanların əhəmiyyətli dərəcədə artmasına şərait yaradır.

Perspektivli və dayanıqlı rəqabət mühiti şəraitində inteqrasiya effektindən istifadə etmək üçün turizm şirkətləri özlərinin strateji və marketinq planlarını tərtib etməlidirlər. Məlum olduğu kimi, bu şirkətlər və yaxud bu sferada fəaliyyət göstərən sahibkarın əsas vəzifəsi texniki və sosial-iqtisadi normativlərə adekvat olaraq, restruzisasiya vasitəsilə transformasiya olunur.

Turizm sisteminin iqtisadi və texniki normativləri, onun investisiya qoyuluşu ölkədə turizm obyektlərinin mövcud vəziyyəti bu günkü və gələcək dövrlə bağlı genişləndirilir. Yəni, turizm xidmətlərə olan tələbatın ödənilməsinin resurs potensialının müəyyənləşməsində adambaşına düşən təbii inhisarlar, sosial obyektlər, eyni zamanda restoran, kafe, müalicəvi əhəmiyyətli sanatoriyaların sayı, tutumu və digər rekreasiya obyektləri nəzərdə tutulur.

Turizm sferasına olan maraqlar və bir sıra məqsədlər baxımından sərf edilən resurs potensialı- turizmdən istifadə və onun rentebelliği ilə ölçülür.

Daxili turizmin inkişaf etdirilməsində iqtisadi meyar kimi stimullaşdırılması, strateji planlaşdırma obyektı olaraq genişləndirilir.

Aparılan araşdırmalardan məlum olur ki, sahibkarlıq fəaliyyəti turizm baxımından effekt yaradan sahələrin özəlləşdirilməsində, istifadə edilməsində mülkiyyət münasibətlərinin təkmilləşməsi vasitəsilə həyata keçirilir.

Meşə təsərrüfatı, torpaqdan istifadə hüququ sahibkarlığın ilkin bazalarındandır. Turizmin sahibkarlıq səviyyəsində təşkili və idarə edilməsinə maliyyə və iqtisadi resurslar potensial bazanı təşkil edir.

Onun qiymətləndirilməsi və planlaşdırılması mülkiyyət münasibətləri, eyni zamanda tabelik və təşkilati prinsiplərlə reallaşdırılır. Turizm sahibkarlığında regional proqnozlaşma qeyri-dövlər sektoru tərəfindən aparılır.

Turizm təyinatına görə planlaşdırılan turizm məhsuluna çəkilən xərc və gəlirlər uyğun olaraq, regional resurs potensialının qiymətləndirmə metodikası üzrə aparılır.

Turizmdə gəlirlər-xərclərin strukturunu nəzərdə tutaraq, turizm fəaliyyətində normativ məsrəflərə görə ölçülür. Turist bazarında məhsulun alıcılıq səviyyəsinin strukturu ilə turist məhsulunun xərc strukturunun dəyişməsi ölçülür.

Bunu izahı olaraq deyə bilərəm ki, müştərilər arasında xidmətlərə olan tələbat həm keyfiyyət, həm də çeşidinə görə fərqli olur. Xüsusi orqanların regionda yaranması da turizmin inkişafına təsir edir. Turizmlə əlaqədar olan başqa orqanlara verilən səlahiyyət və vəziflər müəyyənləşdirilir.

Qeyd edirəm ki, turizm azad iqtisadiyyat və fəaliyyətin sahə strukturudur. O, özünəməxsus qanunlarla tənzimlənir.

Rəqabət mühitində turizmin idarə olunmasına ayrılan vəsaitlərlə turizm inkişafının statistikasını tənzimləyir. Gələcək dövr üçün sistemli qərarların qəbulu ilə turizm idarəçiliyi bir birilə əlaqəlidir. Fiziki və hüquqi şəxslərin klassifikasiyasının formalaşdırılmasında turizm fəaliyyəti əsas yer tutur. Turist təşkilatları biznes planı tərtib edirlər. Daha sonra vergi orqanlarına təqdim edirlər. Sahibkarlıq fəaliyyəti olaraq qeydiyyatla alınır və lisenziyalaşdırılır. Vergilərin sayı, miqdarı və biznes planı müəyyənləşdirilir.

Turizm sferasının strateji planlaşması onun gələcək dövr üçün effektiv yollarının müəyyənləşdirilməsi ilə bağlıdır. Beləliklə, araşdırmalardan məlum olur ki, turist müəssisələrinin biznes planında turizm şirkətlərinə onun gələcəkdə transformasiyaların effektiv variantlarının reallaşdırılması üçün elmi əsaslarla tərtib olunmuş proqnozların verilməsinə mühit yaranır.

Xarici vətəndaşların ölkəyə olan maraqları, onların turist olmaq arzularının gerçəkləşməsi, beynəlxalq turizmin inkişafına səbəb olur. Bu zaman ölkəyə xarici kapital axını turistlərə göstərilən xidmətlərin təşkilində turizm ehtiyatlarını və potensialını dövriyyəyə cəlb etməyə imkan verir. Bu da turizm potensialı olan dövlətlərin Ümumi Dünya Turizm Təşkilatına (ÜTT) daxil olmaqla öz turizm

sahəsini inkişaf etdirir. Beləliklə də, təbii resurslardan istifadə turizm adlı xidmət sferasının yaranmasına səbəb olur.

Turizmin strateji planlaşması ölkədə bir çox turist göstəricilərinin nisbətləri olaraq, tənzimləyici parametrlər kimi istifadə olunur. Dövlət ölkədə turizmin həm maliyyə-kredit, pul sabitliyinin təşkili, həm də beynəlxalq bazarlara adekvat olaraq inkişafına dəstək verir.

Turizm sferasının strateji planlaşmasının prioritetliyi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı və əhalinin rifah halının yaxşılaşmasındakı effektlərlə əlaqələndirilir.

Turizm fəaliyyətinin planlaşması, idarə edilməsi onun məqsədlərinin, elementlərinin analizi, formalaşması və inkişaf strategiyasından irəli gələn əlaqələri qiymətləndirmək və kənar təsirlərə məruz qalmaq qabiliyyəti ilə ölçülür.

Məlum məsələdir ki, turistlərin öz tələbatını ödəmək üçün şəxsi vəsaitləri olmalıdır. Mövcud vəsaitlərin bir qrup kateqoriyalardan başqalarına ötürülməsi, hər hansı bir turizm ölkəsinin sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasını aradığı təşkilati tədbirlər müəyyənləşdirilir. 1957-ci ildə beynəlxalq strategiyaya adekvat olaraq Birləşmiş Millətlər Təşkilatının qərarı ilə istənilən ölkədə turist kateqoriyasının qəbul olunması tövsiyyə edilmişdir.

Müasir inkişaf mərhələsində istənilən sahənin özünəməxsus göstəriciləri, planlaşma xüsusiyyətləri mövcud olduğu kimi, turizm sferasının da strateji planlaşma xüsusiyyətləri mövcuddur. Turizm məhsulunun xarakteri, bir sıra tələbatın xidmət və yaxud istehsal şəraitində yaranmasıyla bağlıdır. Bu baxımdan turizm xidmətinin effekti onun məsrəf və məhsulunun reallaşmasından gələn gəlirin həcmi və nisbəti, həmçinin mənəvi, ərzaq və digər tələbatları ödəmək xərcləri yerli və dövlət büdcəsinə, həm də bu sahədə sahibkarlığın şəxsi gəlirlərinin yüksəlməsinə təsir gücüylə müəyyən edilir.

Strateji planlaşma və marketinq planlaşmasının turizm sahəsində bir-biriylə bağlılığı istər makroiqtisadi, istərsə də hər hansı bir sahənin müvafiq artımına təminat verməklə kompleks fəaliyyət əlaqələri və vahid bir sistem kimi mərkəzləşdirilmiş sistem yaradılmalıdır.

Respublikamızda müxtəlif sahələrin inkişaf strategiyası hazırlanıb. O cümlədən, turizm sahəsinə dair 2016-2025-ci illəri əhatə edən inkişaf strategiyası işlənib hazırlanmışdır. Müasir qloballaşma dövründə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında əhəmiyyətli dərəcədə rolu olan turizm sənayesinin strateji planlaşmasının daha da genişləndirilməsi əsas problemlərdən sayılır.

Tədqiqat işində aparılmış araşdırmalardan məlum olur ki, bu sahənin kompleks planlaşdırılması daha da gücləndirilməlidir. Zənnimcə, nəzərdə tutulmuş gələcək dövrdəki 10 il üçün hazırlanmış bu layihənin, (strategiyanın) səmərəliliyi turizm sahənin inkişaf istiqamətlərinin təkmilləşdirilməsinə səbəb olacaqdır.

Sözü gedən layihə ölkə iqtisadiyyatının inkişafında mühüm rolu olan turizm sisteminin indiki vəziyyəti, bu sahəyə dövlət dəstəyi, beynəlxalq əməkdaşlıq və s. bu kimi problemlərin həlli proseslərini özündə cəmləşdirən bir sənəddir.

Respublikamızı turizm ölkəsi kimi beynəlxalq aləmdə bir daha tanıtmaq üçün 4 strateji dövlət prinsipini əsaslandıran bu layihə həm sənaye, həm planlaşdırma və s. təkliflər tövsiyyə edir. Eyni zamanda bu sənəddə infrastruktur layihələrinin, yeni iş yerlərinin yaranması, kadr potensialının işlə təminatı, sahəyə dövlət dəstəyini və s. bu kimi məsələlərin gücləndirilməsi, genişləndirilməsi haqqında lazımı tövsiyyələr verir ki, bu da turizmin strateji planlaşmasının xüsusiyyətlərinin dayanıqlılığını artırırcaqdır [web.35].

1.3. Turizmin marketinq planlaşması

Marketinq-İngilis sözü olub, mənası-“bazar” deməkdir. O, hər hansı bir əmtəə yaxud xidmətə olan tələbatı, həm də bazarı öyrənir. İlk dəfə XIX əsrin əvvəllərində ABŞ-ın iqtisadi ədəbiyyatında marketinq termininə rast gəlinmişdir. Marketinq termininin yaranması bazar fəaliyyətinin idarəçilik sisteminin təkmilləməsi ilə əlaqəlidir. Əgər söhbət turizmdə marketinq planlaşmasından gedirsə, deməli burada turist bazarı nəzərdə tutulur. Buradan belə nəticəyə gəlmək olur ki, marketinq informasiyası turizm fəaliyyətində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Yəni, turizm

bazarındakı vəziyyəti marketing informasiyası şərh edir. Turizm bazarında onun məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılması vəzifəsi marketing fəaliyyətinin üzərinə düşür.

Ümumilikdə belə demək olar ki, bazarın inkişafı və qanunauyğunluqları və istehlakçıların davranışı haqqında müəyyən bilikləri əldə etməyə imkan verən marketing elmdir.

Marketingin planlaşdırılması müəssisənin marketing fəaliyyətinə təsir edən ətraf mühit amillərinin və öz imkanlarının təhlili, marketingin məqsədinin müəyyən edilməsi, həmçinin marketing fəaliyyətinin istiqamətləri üzrə qərarların qəbulu və onların həyata keçirilməsi üzrə tədbirlər, üsullar və metodlar kompleksidir [17.səh.327]. Burada əsas məqsəd müəssisənin nəyi və necə istehsal etməli, əldə edəcəyi nəticənin və konkret situasiyalarda görəcəyi işlərin əvvəlcədən müəyyənləşdirilməsidir. Marketing planlaşdırılması qarşıya qoyulmuş məqsədlərin və həyata keçiriləcək əməliyyatların məcmusudur.

Sözü gedən planlaşdırma prosesinin həyata keçirilməsi illik, strateji, yəni məhsul, xidmət üzrə marketing planlaşması kimi formalaşır.

Müəssisənin məqsəd, imkan, resurs potensialları ilə bazar arasında tarazlıq yaradılması və bu şəraitin qorunub saxlanılması üçün idarəçilik prosesi strateji marketing planlaşdırılmasında əsas məqsəd kimi qarşıya qoyulur. Məhsul üzrə marketing kompleksinin və strategiyasının tərtib edilməsini illik marketing planlaşdırılması nəzərdə tutur.

Marketing planları, marketing planlaşdırılması formalarına görə 2 cür planlaşdırılır:

- Strateji marketing planları;
- Illik marketing planları.

Birinci- müəssisənin uzunmüddətli inkişaf istiqamətlərini, meyllərini və bazara çıxarmalı olduğu məhsul və xidmətlər dəstini strateji marketing planları əhatə edir.

Onu da qeyd edim ki, yuxarıda adı çəkilən planların tərtib edilməsi strateji təsərrüfat vahidləri və müəssisənin marketing üzrə menecerləri tərəfindən həyata keçirilir.

İkinci- illik marketinq və yaxud məhsul üzrə marketinq planları hər hansı bir məhsul növünə görə marketinq strategiyasını nəzərdə tutur. Oların tərtibatı məhsul üzrə menecerlər tərəfindən reallaşdırılır.

Müəssisədə marketinq planlaşması 3 pillədə həyata keçirilir:

- strateji təsərrüfat vahidləri;
- müəssisə;
- konkret məhsul və ya xidmət səviyyəsində.

Strateji planlaşdırmaya- strateji təsərrüfat vahidləri və müəssisə səviyyəsində reallaşdırılan planlaşdırma aid edilir.

İllik (məhsul üzrə) planlaşdırmaya- konkret məhsul səviyyəsində planlaşdırma aid edilir.

Müəssisənin tələbatının xüsusiyyətləri eyni olan istehsalçılar arasında sərbəst marketinq fəaliyyətini həyata keçirən bölmələri dedikdə - strateji təsərrüfat vahidi başa düşülür.

İllik marketinq planlarında bir çox göstəricilərə görə müəyyənləşdirilmiş plan tapşırıqlarının reallaşmasını və müxtəlif faktorların bu kənarlaşmalara təsirini öyrənməklə, hər zaman həyata keçirillən nəzarət sistemi: - operativ marketinq nəzarəti adlanır.

Turizm fəaliyyətilə məşğul olan turist müəssisəsi və yaxud sahibkar tərtib etdiyi turist planına uyğun olaraq biznesini təşkil edir. Biznesini təşkil edərkən, turist məhsulunun quruluşunu formalaşdırır. Turist məhsulunun və xidmətinin həcmi, çeşidini, keyfiyyətini, bir sözlə, onun marketinq strukturunu müəyyən edir. Bu münvalla bazar öyrənilir. Sözü gedən sahənin marketinq planlaşması ölkə daxili və xarici tələbatlara adekvat olaraq formalaşdırılır, təşkil olunur. Marketinq üzrə seqmentlər turist tələbatına görə əsaslandırılır. Seqmentləşmə dinamikası illər üzrə müəyyən olunur.

İki istiqamətdə marketinq planlaşması həyata keçirilir:

- istehsalatda istehsala görə;
- istehlaka görə seqmentləşmə.

Ona görə də, istehsal və istehlaka həm təsir edən amillər, həm də təsir gücü müəyyən olunur və müəssisə daxili planlaşma formalaşır.

Özünəməxsus xüsusiyyətləriylə fərqlənən turizm marketinqi, kompleks amillərlə formalaşır. Öz istehlakçılarının tələbatı, müxtəlif amilləri lazımi seqmentləşməni əmələ gətirir. Bu baxımdan turizmdə marketinq planlaşması seqmentləşmədə funksional təyinatına görə ictimai əmək bölgüsünü formalaşdıran menecmentin fəaliyyətindən asılı olur. Bu sferada menecer fəaliyyəti yüksək səviyyəli idarə etmə fəaliyyətilə ilə sıx əlaqəlidir. Turist obyektinin mövcud vəziyyətini menecer qiymətləndirir, inkişaf strategiyasını proqnozlaşdırır, dayanıqlı, perspektivli rəqabət mühitini müəyyənləşdirir.

Xidmət sahəsi olan turizm riskli bir sahədir. O, qloballaşan beynəlxalq aləmdə baş verən situasiyalarla formalaşır. Turizm dövlət büdcəsinin formalaşması, maliyyə resurs təminatının sabitləşməsi və ölkəyə xarici valyuta axınının yüksəlməsində mühüm rol oynayır [18.səh.236].

Turizm marketinqinin formalaşması və inkişafı beynəlxalq aləmdə qlobollaşma proseslərinə əsaslanaraq: - ilk növbədə sosial amil olaraq insanların həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə, onların turizm xidmətlərindən bəhrələnməsinə, səyahətlərin artmasında nəqliyyat xidmətlərinin genişlənməsinə, baynəlxalq turizmin inkişafına, xarici, iqtisadi, siyasi kultural və işgüzar əlaqələrin genişlənməsinə səbəb olmuşdur.

Sənayeləşdirmə və xalq təsərrüfatının müharibədən sonrakı bərpa illərində-1950-ci illərdə turizmin marketinqinə dair ilk olaraq Avropada elmi tədqiqat işləri aparılmağa başlamışdır. 1959-cu ildən başlayaraq İsveçrənin "Bern" universitetində "Turizmdə marketinq" fənni tədris edilmişdir.

Üç pillədə turizm sferasında marketinq funksiyasını nəzərdən keçirək:

- fərdi səviyyədə;
- ictimai səviyyədə;
- regional səviyyədə.

Turizm marketinqinin funksiyaları individual-yəni fərdi səviyyədə aşağıdakı kimi həyata keçirilir:

- müştəri tələbatlarının formalaşdırılması;
- turistlərin motivləşdirilməsi (daimi istifadəyə görə);
- müştərilərin turizm xidmətlərindən bəhrələnməsi və maarifləndirilməsi.

Turist bazarının fəaliyyətinin normallaşdırılmasının turizm marketinqi tərəfindən təmin olunması - ictimai səviyyədə reallaşdırılmalıdır. Bu zaman turizmlə məşğul olan firmaların normal fəaliyyət göstərməsi üçün qanunların qəbul edilməsi, kreditlərin verilməsi və s. tədbirlərin keçirilməsi nəzərdə tutulur.

Regional səviyyədə isə - insanlarda regional turizmə maraq oyatmaq, bu sahədə reklam fəaliyyətini, turizmə olan tələbi, qiymətləri tənzimləmək və s. turizm marketinqinin üzərinə düşür.

Bütün bu qeyd olunanlara əlavə olaraq: - turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi, müştərilərlə əlaqə yaratmaq və nəzarət etmək də turizm marketinqinin əsas funksiyalarına daxildir.

Turizm sənayesi müəssisələri arasında rəqabət mühiti, turizm bazarının turizm xidmətləri ilə təminatı, liberal bazar münasibətlərinin inkişafı, turizm firmalarının sərbəst fəaliyyət göstərməsi və s. marketinqin turizmdə istifadə edilməsi şərtlərinə aiddir.

Mövcud turizm marketinqinin əsas üsullarına nəzər salaq:

- Turistlərin problemlərinin səmərəli həlli yolları. İstehlakçıların turizm xidmətlərinə olan tələbatlarının eyniləşdirilməsi və onların tələbatlarının müəssisə tərəfindən layiqincə ödənilməsi.
- Mənfəəti maksimum yüksəltmək məqsədilə turist bazarının müəyyən hissəsinin mənimsənilməsi - turizmlə məşğul müəssisənin əsas məqsədidir - bu da konkret kommersiya nəticəsinə istiqamətləndirmə prosesində əsas üsullardan biridir.
- Kompleks yanaşma - bu o deməkdir ki, hər bir marketinq tədbirinin: yəni tələbatların analizi, turist məhsulunun tədqiqi, bazar konyukturasının proqnozu, reklam, satışın stimullaşdırılması və b. proseslərin genişləndirilməsi yüksək səmərə verməyəcək, ona görə də tədbirlərin hamısı sistemli olaraq, yəni kompleks həyata keçirilməlidir.

- Bazara fəal təsir- məsələn, tələb və meyarların maksimum səviyyədə nəzərə alınması.

Turizmin əsasları strateji marketinq planlaşmasını idarə edilməsinə mühit yaradır.

İdarəetmə mexanizminin düzgün təşkili və həyata keçirilməsi ixtisaslı mütəxəssislərin – deyək ki, menecerlərin bacarığından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır.

Bildiyimiz kimi, marketinq proqramı 1-2 il üçün nəzərdə tutulmuş faktiki planı təqdim edir.

Müştəriləri sövq etmək və bazarın müəyyən segmentinin tələblərini tam ödəmək turizm marketinqinin əsaslı konsepsiyasıdır.

Eyni tələbli müştərilər tərəfindən bir vaxtda miqdarca eyni məhsul əldə edirlərsə və maraqları da eynidirsə, o zaman differensiallaşmamış marketinq strategiyasından istifadə edilir.

Proqnozlaşma məqsədli proqram və normativ baza əsasında formalaşır. Şəxsi görüş zamanı məhsulun satılması – direk marketinq adlanır.

Məhsul strategiyasının olmaması şəraitində qəbul olunan marketinq qərarları hissiyyata əsaslanır.

II Fəsil: Turizmin Azərbaycanda mövcud vəziyyətinin təhlili və onun strateji planında istifadəsinin təşkili

2.1. Turizm planlarının metodlarının təhlili

Planlaşdırma metodları, planlaşdırma obyektinin inkişafının optimal nisbətlərini və tempi müəyyən etmək, resursların daha səmərəli istifadəsi yollarını və planın inkişafını müəyyən etmək üçün iqtisadi məlumatların dəyişdirilməsidir. Metod yunan sözüdür və onun mənası hər hansı bir məqsədə çatmağın yoludur. Planlaşma metodunun seçimi bir sıra amillərin: planlı göstəricilərin və onların münasibətlərinin mürəkkəbliyi dərəcəsi, planlaşdırma dövründə (cari və uzunmüddətli planlaşdırma üsulları fərqli) uzunluğu, təhlükəsizlik, mənbə, məlumatlar, hesablamalar və d. istifadəsi proseslərini nəzərdə tutur[19.səh.245].

Turizm planlarının metodlarının təhlili bu sahəyə iqtisadi metodların tətbiqi ilə müəyyənləşdirilir. Bu zaman bir çox metodlardan istifadə edilir. Buna misal olaraq: balans metodu, grafik-analitik metodu, proqram-hədəf, şəbəkə, hədəf, birbaşa hesablama, dinamik, statistik, məsrəflər, sistemli təhlil və b. təhlil metodlarını göstərmək olar. Bunların hər biri özünə məxsus spesifik faktor, riyazi-hesablama metodika, üsul və konseptual əsaslara malikdir.

İqtisadiyyatın nəzəri-metodoloji əsasları və onun təşkilinin, formalaşmasının tərkib hissəsi təhlildir. Bütün sahələrin özünün təhlil metodları mövcuddur. Hər bir sahənin təşkili, idarə olunması təhlili nəticələrində öz əksini tapır. Daha sonra təhlil nəticəsində qərar qəbulu prosesi həyata keçirilir. Sahənin inkişafı üçün qərarların qəbulunun effektivliyi düzgün analiz və araşdırılmış qanunauyğunluqlardan aslıdır.

Ölkə iqtisadiyyatının mövcud vəziyyətinin öyrənilməsi və gələcək inkişaf istiqamətlərinin əsaslandırılması təhlilin əsas məqsədidir. Bu baxımdan demək olar ki, təhlil metodologiyası dəyişkən və dinamikdir. Onun formalaşması əsasən bir çox səbəblərdən asılı olur.

Öncə subyekt və obyekt müəyyən edilir.Fərziyyələr (hipotezlər) son nəticələrin əvvəlcədən müəyyənləşdirilməsi üçün qeyd edilir.Fərziyyə ilə reallıq arasında uyğunsuzluq olduqda, onların adaptasiyası məsələrinə baxılır.Bütün koteqoriyalar üzrə yəni, kəmiyyət, keyfiyyət və gələcək təhlillərə görə uyğunlaşdırılır. Sözügedən sahənin təhlil metodologiyası həmin sahənin məqsədini, resurslarını, istifadə üsullarını əhatə edir, onun məqsədləri əsaslandırılır və sahənin obyekt və subyekləri təyin olunur.İqtisadi sistemdə müxtəlif faktorlar, əmtəə və xidmətlər, onların kəmiyyət və keyfiyyət dəyişmələri təhlil edilir.Bu baxımdan da obyekt və subyektə görə təhlil üçün şərait və əsas göstəricilər seçilir.

Dövlətin turist mexanizmləri və şirkətləri, təşkilatları, bu sahə ilə əlaqəli fiziki və hüquqi şəxslər, beynəlxalq obyektləri bunlar hamısı turizm fəaliyyətinin obyektinə aid edilir.

Turizm bazarının təşkili və formalaşmasında, genişləndirilməsində, inkişafında fəal iqtisadi subyektlərin, obyektlərin münasibət sistemi turizm fəaliyyətinin predmetini təşkil edir.

Daha çox turizmin fəaliyyəti nəticəsində əldə olunan səmərənin ayrı-ayrı subyektləri üzrə bölgüsü və onun yüksəldilməsində iştirak edən amillərin yaxşılaşması səmərəliliyi əsas rol oynayır.

Turizm sahəsinin region üzrə metodikasına gəldikdə deyə bilərik ki, o, turizm regionları, turizm amilləri və həmin sahənin fəaliyyətinə əsaslanır.Amil kimi, bu sahədə işləyənlərin və əsas fondların dövrüyyə vəsaitinin(əmtəə-mal qiymətləri, debitor borcları, hesablaşmalarda olan vəsaitlər, pul vəsaiti və s.daxildir.) qiymətləndirilməsi turistlərə göstərilən xidmətlərə görə təsnifləşdirilir.Turizm sənayesinin yüksək səviyyədə olması üçün maliyyə və maddi əşya ilə ifadəsi vacibdir. Belə olduqda turizmin təkrar istehsalı prosesi formalaşır.

Elastiklik əmsalı, iqtisadi-matematik modelləşdirmə və s. istifadə edərək aşağıdakı planlaşdırma üsulları:

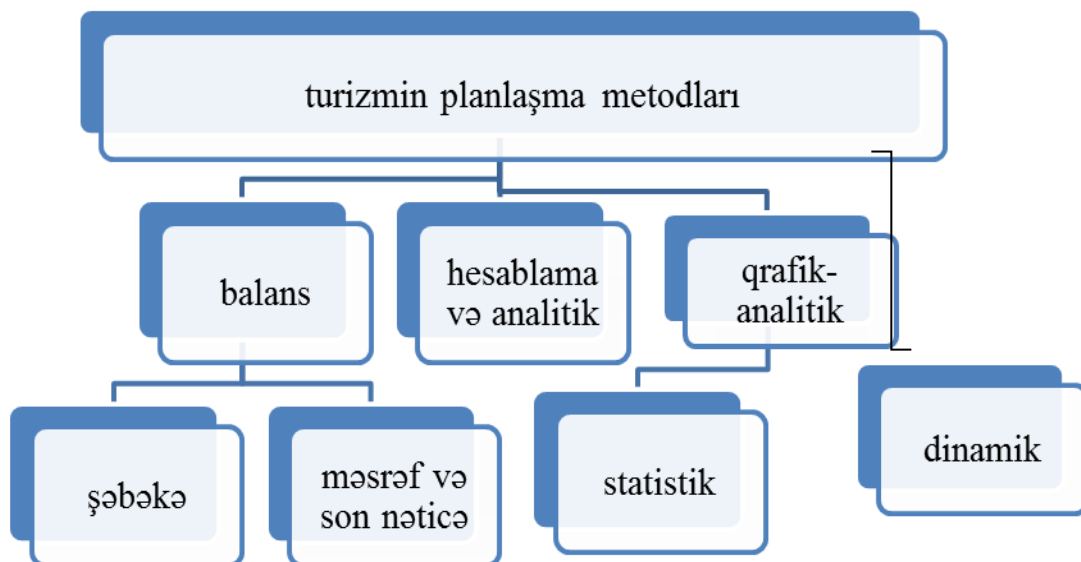
- elmi,
- eksperimental,
- balans,

- normativ(texniki və iqtisadi hesablamalar),
- indeks,
- proqram-hədəf,
- iqtisadi-analitik və s. metodlardan ayırmaq üçün qəbul edilir.

Planlaşdırma metodları, planlaşdırma obyektinin inkişafının optimal nisbətlerini və tempi müəyyən etmək, resursların daha səmərəli istifadəsi yollarını və planın inkişafını müəyyən etmək üçün iqtisadi məlumatların dəyişdirilməsidir.

Bu metodlardan bəzilərinə nəzər salaq:

qrafik 2.1.



müəllifin tərtibatı

1. Balans metodunun mahiyyəti, mövcud qaynaqlar (istirahət, maddi, maliyyə və s.) arasında norma və normativlər əsasında və turistlərin faktiki ehtiyacları, yəni müvafiq balansların yaradılması ilə qarşılıqlı balansın təmin edilməsidir. O, mümkün imkanlar və ehtiyaclar arasında bərabərlik yaradır.

Balanslaşdırma metodu, resurs tələbləri ilə onların əhatə dairəsi arasında, eləcə də planın bölmələri arasında əlaqələrin yaradılmasını təmin edir.

2. Hesablama və analitik metod plan göstəricilərini hesablamaq, onların dinamikasını və lazımi miqdar səviyyəsini təmin edən amillərini təhlil etmək üçün istifadə olunur.

Bu metod çərçivəsində, planın əsas göstəricilərinin əsas səviyyəsi və planlaşdırılan dövrdə onların vacib amillərin kəmiyyət təsirindən dəyişməsi müəyyənləşdirilir, planlaşdırılmış hədəflərdəki dəyişikliklər indeksləri bəzən səviyyəyə nisbətən müqayisədə hesablanır.

3. Qrafik-analitik (graphoanalytical) metodu iqtisadi analizin nəticələrini qrafik vasitələrlə təqdim etmək imkanı verir. Qrafiklərin köməyi ilə müvafiq göstəricilər arasında kəmiyyət əlaqəsi, məsələn: aktivlər üzrə gəlirlərin dəyişməsi, aktivlərin nisbəti və əmək məhsuldarlığı arasında aşkar edilmişdir.

4. Şəbəkə metodu bir növ graphoanalyticaldir.(qrafik-analitik.)

Şəbəkə qrafiklərinin köməyi ilə kompleks obyektlərdə məkan və zaman işlərinin paralel şəkildə icrası simulyasiya(bənzətmək)edilir.(məsələn, seminarın yenidən qurulması, yeni avadanlıqların hazırlanması, inkişafı və s.)

5. Turizmin məsrəf və son nəticə modelinin tərtibatı - bu prosesin strukturunda resursların əvəzlənməsi xüsusiyyətindən irəli gəlir.

Səmərəlilik prinsiplərini də özündə əks etdirən turizmin analizi metodlarıdır. Turizmin təhlili metodlarının başlanğıcında və son nəticədə gerçək prosesi təsvir edən metodlar seçilməlidir. Əgər, turizmin təhlili metodları konseptual və teoretik (nəzəri) amilləri əks etdirərsə, onda alınan nəticə effektiv olur və bu sektorda iş fəaliyyətinin yüksəlməsinə səbəb olur. İstənilən turizm bölgəsi üçün, hər şeydən əvvəl bölgənin turizm mənzərəsi, rəqabət qabiliyyəti müəyyən edilir. Bölgənin turizm mənzərəsi qonaqpərvərlik, xidmət keyfiyyəti, imic, aktiv istirahət üçün imkanların mövcudluğu, nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı, xidmət keyfiyyətinin qiymətə uyğunluğu və s. meyarlarla qiymətləndirilir. Hər bir meyar müəyyən bir bölgə üçün qiymətləndirilir və ona müəyyən bir kəmiyyət ifadəsi verilir. Nəticədə, turizm bölgəsinin üstünlüklərini və mənfi cəhətlərini vizual şəkildə(göz və ya

aparata, cihazla görünən) qiymətləndirmə və təkmilləşdirilməsi üçün metodlarından istifadə olunmasına ehtiyac duyulur.

Planlaşdırmanın bu metodları bölgənin inkişaf hədəflərinin genişləndirilməsi və turizmin inkişafında rəhbərlik etmək kimi vəzifələrin icrasının həyata keçirməyi nəzərdə tutur. Planlaşdırma, təchizatın və bazar tələbatının maddi mənbələrini nəzərə alaraq istehsalın inkişafının əsas istiqamətləri və nisbətlərinin tərifidir.

Müasir idarəetmə kəmiyyət və keyfiyyət planlaşdırma məsələlərini həll etməyə imkan verən bir neçə effektiv planlaşdırma metodunu təmin edir.

Büdcə metodu demək olar ki, bütün turist şirkətlərində istifadə olunur. Onun əsasını nağd pul, kapital və digər resursların daxilolma və çıxmasının təsviri və xüsusiyyətləri, turistlərin daxilolmaları və xərclərinin strukturunun təhlili təşkil edir. Bir qayda olaraq, hər hansı bir turizm təşkilatının balansı bu məlumatları əhatə edir:

- ödəniş analizləri, xərclərin, gəlirlərin və istehsal gücünün amortizasiyasının qiymətləndirilməsi və əlaqələndirilməsinə imkan verir, biznesə qoyulan xərclərin və investisiyaların geri qaytarılma müddətini hesablayır və mənfəəti proqnozlaşdırır.

Tənzimlənmənin təhlili hər hansı bir turizm layihəsinin (yeni təşkilatın yaradılması, turizm sahəsinin modernləşdirilməsi, reklam kampaniyası və s.) həyata keçirilməsindən əvvəl hazırlanan biznes planı əsasında həyata keçirilir; Operativ tədqiqat metodu inkişafın və qərarların qəbul edilməsinin müasir modellərindən (nəzəriyyə, oyunlar, simulyasiya) istifadə edərək öz fəaliyyəti qiymətləndirməyə imkan verir.

Bəzən SWOT-analizindən də istifadə edilir. SWOT-un açıqlaması: Strengths (güclü tərəflər), Weaknesses (zəif tərəflər), Opportunities (imkanlar) və Threats (təhlükələr) sözlərinin qısaltılmış formasıdır.

Məsələn, turist təşkilatının fəaliyyətinin SWOT-analizinə istifadəsi yalnız fəaliyyətinin və inkişafının çatışmazlıqlarını müəyyənləşdirməklə yanaşı, mövcud konyunkturanın mövcud şərtlərinə uyğun yetərincə inkişaf strategiyasını inkişaf etdirməyə imkan verir.

Turizmin planlaşdırılması və gələcək dinamikasının hazırlanması onun kompleks və sistemli inkişafına mühit yaradır.

Turizm sahəsinin problemləri və perspektiv inkişafı planlaşma ilə bağlıdır. Bu zaman üstünlük ən çox marka planlaşmasına verilir. Biznes maraqları ilə sosial prioritetlər üst-üstə düşəndə əlverişli şərait yaranır. Turizm fəaliyyətinin idarə edilməsinin planlaşdırılması strateji planlaşdırma prosesi-strateji planların, proqramların hazırlanması ilə başlayır. Strateji planlaşdırmanın mahiyyəti və məntiqindən belə çıxır ki, burada əsas yeri məqsəd və məqsədlər sistemi tutur [6.səh.207].

Məqsəd və yaxud planların “Aşağıdan yuxarıya” və ya əksinə “yuxarıdan aşağıya” metodları marketinq planlaşdırılmasında istifadə edilir.

Marketinq strategiyası və resursların bölüşdürülməsi haqqında qərarlar müəssisənin planlaşdırma bölməsi tərəfindən mərkəzləşdirilmiş qaydada hazırlanması və həyata keçirilməsi müvafiq bölmələrə və strateji təsərrüfat vahidlərinə istiqamətləndirilməsi prosesləri-“yuxarıdan aşağıya” planlaşdırma metodunda öz əksini tapır.

Qeyri-mərkəzləşdirilmiş planlaşdırma və burada marketinq planlaşdırılmasının aşağı pillələrdə reallaşdırılması, baxılmaq və təsdiq edilmək məqsədilə müəssisə rəhbərliyinə təqdim edilməsi prosesləri –“aşağıdan yuxarıya” planlaşdırma metodu vasitəsilə həyata keçirilir.

Marketinqin məqsədinin rəhbərlik tərəfindən müəyyənləşdirilməsi, onun planlaşdırılması və planlarının tərtibi prosesləri müəyyən edilmiş məqsədlərə adekvat olaraq menecerlər tərəfindən həyata keçirilir ki, bu da «məqsədlər yuxarıdan aşağıya, planlaşdırma aşağıdan yuxarıya» metodunun mahiyyətinə aiddir.

2.2.Turizmin məqsədli proqram təhlili

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlət himayəsi, dövlət mexanizmləri (vergi,büdcə) və sahibkarlığa dəstək olmaq vasitəsilə turizmin inkişafı reallaşır. Konkret məqsədlərə nail olmaq üçün dövlət məqsədli proqramlarından istifadə edilir.Bu zaman mərhələli, kompleks, ünvanlı məsələlərin həlli baxımından proqramlar tərtib olunur.

Resurs təminatı və təşkilatlandırma strukturuna əsaslandırma kompleks proqramların son hədəfidir.Proqramın məqsədi turizmə müasir yanaşma tətbiq etməyə imkan verir.

Azərbaycan Respublikasında turizm əlaqələri dövlət tərəfindən idarə olunur. Bu məqsədlə bir sıra problemlərin həllini özündə əks etdirən dövlət proqramları işlənib hazırlanır:(bu zaman)

- turizm sferasında dövlət siyasətini formalaşdırır;
- hüquqi normativ və qanunlar sistemi tərtib olunur;
- ölkə turizminin mövcud vəziyyəti, onun gələcək inkişafına dair proqramlar hazırlanır.

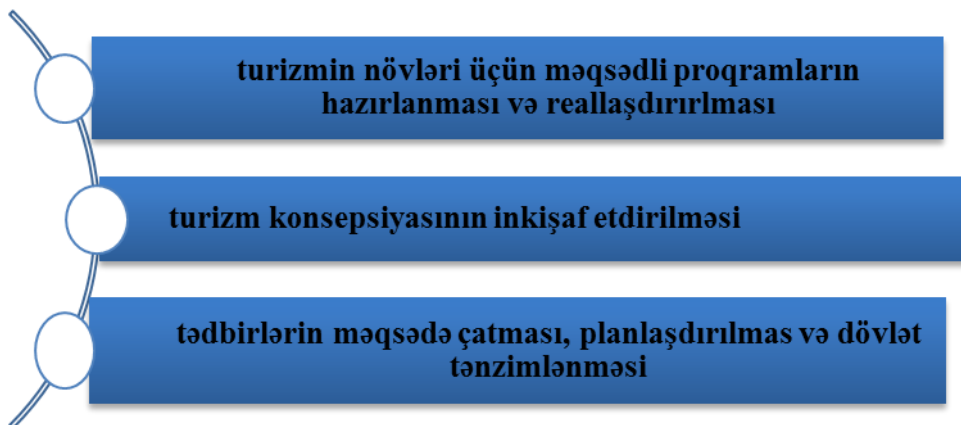
Adekvat olaraq, bu proqramlarda hallanan sahənin milli strategiyası və uyğun icra mexanizmləri aşağıda qeyd olunan problemləri özündə əks etdirir:

- turizmin inkişafına dair proqramların reallaşmasında bank və kommertiya strukturlarını;
- beynəlxalq bazarda davamlı rəqabət mühiti yaratmaq;
- milli mehmanxana sistemi təşkil etmək;
- mehmanxanaların inşasına və modernləşdirilməsinə maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsi;
- regionlarda ölkə daxili və beynəlxalq turizmin inkişafına investisiya proqramlarının tərtibi və həyata keçirilməsi;
- əcnəbi investorların turizmin inkişafına cəlb edilməsi;
- milli turizm sənayesinin genişləndirilməsi;

- milli turizm məhsulunun dünya bazarına çıxarılmasında dövlətin rolunun artırılması və s.

Həmişə məlumdur ki, respublikamızda son zamanlar qeyri-neft sektorlarından biri olan turizm sahəsi dövlətin diqqət mərkəzindədir. Bu baxımdan dövlətin turizm siyasəti məcmu tədbirlər çoxluğunun məcmusudur. Turizm siyasəti ölkədə turizmin həm iqtisadi, həm də sosial rolunu nəzərə alaraq aşağıdakı mexanizmləri əks etdirir. İlk olaraq tədqiqatın bu bölməsində araşdırdığımız turizmin bütün növləri üçün məqsədli proqramların işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması aşağıda qeyd olunmuş problemləri nəzərdə tutulur:

qrafik 2.2.



Müəllifin tərtibatı

Yuxarıdakı qrafikdə, birinci qeyd etdiyim proqram xarakterli tədbirlər müştərilərin tələbatına uyğun turizm məhsulunun təkmilləşməsinə resurs təminatı, kadr potensialıyla təminatı və maddi-texniki bazasının keyfiyyəti və genişləndirməsi kimi məsələlərin həllini qarşıya qoyur. Bu proqram xarakterli turizm tədbirləri ölkə turizminin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır. İkinci konsepsiyanın məqsədi davamlı rəqabət mühiti və turizmin keyfiyyətli kompleksini qurmaqdan, turistlərin tələbatının ödənilməsi imkanlarını genişləndirməkdən ibarətdir.

Bundan başqa, ölkə iqtisadiyyatında turizm sferasının rolunu yüksəltmək, müasir iş yerlərinin açılması da, konsepsiyanın məqsədlərindəndir. Bir də büdcə gəlirləri və

əhalinin sosial tələbatlarının respublikanın mədəni-tarixi və iqtisadi imkanları hesabına ödəmək daxildir. Bunlar məqsədlərə nail olmaq üçün təklif oluna bilərlər.

Aşağıdakı problemlərin həllində də turizm proqramları mühüm əhəmiyyət kəsb edir(turizm fəaliyyətinin inkişafı məqsədilə):

- müasir standartlara uyğun yeni turist bazasının yaradılması(kooperativləşmə və ixtisaslaşmaya görə);
- müasir normativ hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi;
- mülkiyyət münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi;
- sosial xarakterin, kiçik biznesin stimullaşdırılması(sahibkarlıqda);
- turizm regionlarında ənənəvi turizmin modernləşdirilməsi;
- xarici vətəndaşların ölkə turizminə maraqlarının yüksəldilməsi;
- azərbaycan turizminin dünya turizminə inteqrasiyası;
- beynəlxalq turizm bazarının genişlənməsi;
- ölkədə turizmin davamlı inkişaf konsepsiyasını tərtib etmək;
- ekoloji ehtiyatların və təbii sərvətlərin qorunması;
- mütərəqqi texnologiyanın tətbiqinin təkmilləşdirilməsi;
- maddi bazanın inkişafına müxtəlif fondlar hesabına stimulun yaradılması;
- informasiya sisteminin təkmilləşdirilməsi;
- müasir tələblərə uyğun kadr hazırlığı;
- fundamental elmin turizmdə tətbiqi və s..

Sosial-iqtisadi siyasətin tərkibinə turist siyasəti də daxildir. Turistlərin proqram xidmətindən səmərəli istifadəsi baxımından turist tələbatının yüksək səviyyədə ödənilməsi xarakterik xüsusiyyət daşıyır

Proqram xidməti, bir məqsədə (motivə) tabe olan, öz məkanını (nəqliyyatda, piyada, heyvanlarla və ya digər yollarla) aradan qaldırmaq prosesində müştəriyə müəyyən xidmətlərin kompleks müddəasıdır.Müştəri səyahət yolu ilə öz problemlərini həll etməyə imkan verən(tanışlıq, özünü ifadə etmə,maraqların təmin edilməsi və s.)məqsədlərinə nail olur.

Beynəlxalq turizm bazarında yüksək dərəcəli rəqabətlə əlaqədar olaraq, əksər turist şirkətləri öz müştərilərinə müəyyən bir proqram üçün hərtərəfli xidmət təklif

etməyə başladılar. Bu, bazarın əhəmiyyətli dərəcədə artması, təchizat və tələbat sisteminin genişləndirilməsi, onu fərqləndirməyə imkan verdi.

Turist proqramının məqsədi - səyahətin əsasını təşkil edir.

Proqramda turizmin istirahət əsasları, insanların geniş yayılmış reproduksiyasına dair fəaliyyətlər (istirahət fəaliyyəti:yəni əyləncə, istirahət məqsədilə, işgüzar səfər məqsədilə, müalicə almaq üçün və s.) nəzərdə tutur.

Səfərlərin məqsədinə dair aşağıdakı cədvələ nəzər salmaq:

cədvəl 2.1.

Səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı

Göstəricilər(nəfər)	2012	2013	2014	2015	2016
Yerləşdirilmiş turistlərin səfərlərin məqsədinə görə sayı	624924.0	666348.0	672345.0	838145.0	869301.0
əyləncə, istirahət məqsədilə	225646.0	226464.0	237506.0	256285.0	565738.0
İşgüzar səfər məqsədilə	247304.0	232796.0	206234.0	275896.0	258299.0
Müalicə almaq üçün	15145.0	45060.0	70981.0	68896.0	11450.0
Digər turizm məqsədilə	32863.0	42617.0	35922.0	37282.0	33814.0
Sair məqsəd ilə gələnlər	103966.0	119411.0	121702.0	199786.0	252767.0

[web 28]

Cədvəldən görüldüyü kimi 2012- ci ildən 2017-ci ilə qədər illər ərzində səfərlərin məqsədlərinə görə yerləşdirilmiş şəxslərin sayında əhəmiyyətli dərəcədə artım vardır.İndi isə rekreasiya xidmətinə dair proqrama nəzər salmaq. İnsanın geniş yayılmış istirahət fəaliyyəti kimi reproduksiyasına(yəni təbii sərvətlərlə müalicə əhəmiyyətli palçıqlar və yaxud mineral sularla) dair fəaliyyətlər rekreasiya adlandırılır.Proqram təminatı və istirahət fəaliyyəti bir-birinə bağlıdır.Yaxşı bir xidmət proqramı olmadan, digər istirahət fəaliyyətlərinin olması da çətinləşir.

Əyləncəli fəaliyyətlər də turist proqramlarının əsasını təşkil edir.Hələ keçmişdən "istirahət fəaliyyəti" termini ikiqat yük daşıyır.Bir tərəfdən,insan fəaliyyəti və əhali qruplarının anlayışını təcəssüm etdirir; "İstirahət fəaliyyəti" və "tədqiqat dövrü"

anlayışları onunla əlaqəli olur. Digər tərəfdən isə bu, əhalinin ehtiyaclarını qarşılamaq üçün tədbirlərin həyata keçirilməsində, şəraitin təşkilində cəmiyyətin xüsusi fəaliyyətinin (biz istirahət təşəbbüskarlarının fəaliyyəti adlandırdığımız) düşüncəsi ilə bağlıdır. Bu, həm də rekreasiya fəaliyyəti, sifariş və eyni zamanda periodik və tipikdir. Təbii ritmlər və dövrlər (gündəlik, mövsümi və s.), həmçinin istirahət və cəmiyyətin (xüsusilə, istirahət təşkilatçıları) ictimai fəaliyyətinin dövriyyəli (əməyin və gündəlik həyatın dəyişməsi ilə) bağlıdır.

Rekreasiya fəaliyyəti istirahət və istirahət coğrafiyası çərçivəsində tədqiq edilir. İstirahət insan ekologiyasının paradigmlərinə (duygularına, məqsədlərinə və vərdişlərinə) əsaslanan istirahət sistemlərinin fənlərarası bir elmdir.

Xidmət növləri və xidmət proqramı:

Təminat proqramı müəyyən istirahət dövrüdür. Turizmin bu növünün də proqramı mövcuddur. Hər hansı turist xidmət proqramına daxil olan əsas xidmət növləri aşağıdakılardır:

- yaşayış yeri;
- əyləncə və əyləncə xidmətləri;
- yemək;
- idman proqramları; ekskursiya xidməti; - kurort xidmətləri; - nəqliyyat xidmətləri;
- məişət xidməti və s.

Bu xidmətlərin kompleksindən turist xidməti proqramı formalaşdırılır. Proqram təminatının baxımından turizm proqramları həmişə tematik bir mərkəzdir. Turun mövzusunda asılı olaraq, səfərin məqsədi və sifariş verilən rahatlıq səviyyəsindən asılı olaraq, müəyyən xidmətlərin siyahısı verilir. Eyni zamanda, proqram səyahət məqsədinə uyğun olan əsas xidmətlərdən, həmçinin əlavə və müşayiət edən xidmətlərdən ibarətdir.

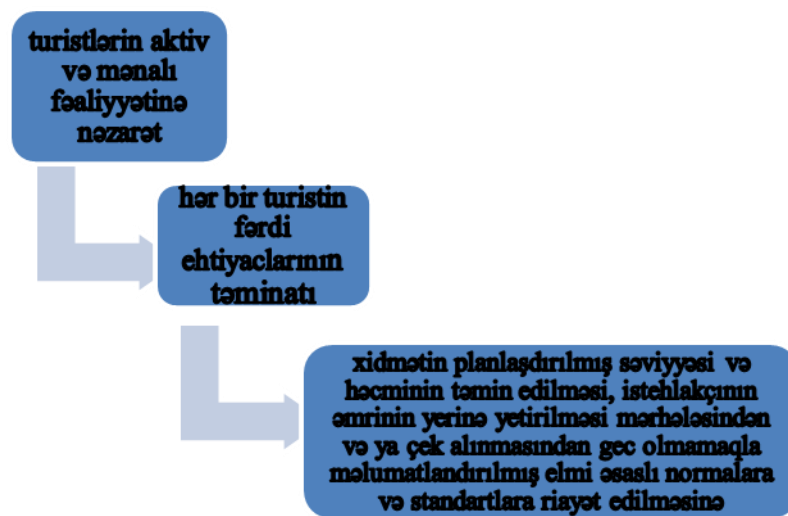
Turizmin proqramlaşdırılmasına yanaşma şərti olaraq zəruri komponentləri ehtiva edən keyfiyyət, optimallıq və onların qavrayışlarının psixoloji hazırlığıdır.

Turizm proqramları proqram təminatı baxımından tematik bir mərkəz kimi qəbul edilir. Xidmətlərin siyahısı turun mövzusunda, səfərin məqsədindən, və

sifarişin komfortluluqundan asılı olaraq verilir. Qeyd etmək lazımdır ki, proqram məqsədəuyğun əsas və əlavə müşayiət edən xidmətlərdən ibarətdir. Bu proqramlar həm də səfər edəcək turistlərin psixoloji hazırlığında mühüm rol oynayır. Eyni zamanda normativlərə görə təyin edilmiş turizm proqramı turistin istirahət ehtiyaclarına uyğun olmasını təmin edir.

Bu zaman əsas üç prinsip əhatə olunur:

qrafik 2.3.



Müəllifin tərtibatı

Proqram xidmətlərinin uğurla həyata keçirilməsi aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- turizmdə xidmət göstərən personalın xüsusi təlim keçmələri;
- yenidən hazırlıq və qabaqcıl təlim;
- infrastrukturun aktiv inkişafı;
- sahibkarlara dövlətin dəstəyi;
- müştərilərin hüquqlarının qorunmasının təminatı;
- istehlakçıların istirahət proqramının tərtibatında iştirakını yerinə yetirmək üçün sistemin təşkili;
- maraqların birliyi və sosial-psixoloji əlamətlərlə bağlı müxtəlif əhali qruplarına xidmət üçün fərdi yanaşma;

- təminat proqramlarının müəyyən növlərinə görə turist müəssisələrinin ixtisaslaşması və s..

İstirahət və səyahət proqramlarını fərqləndirən parametrlər mövcuddur:

- istirahət resursları, turizm infrastrukturu və maddi-texniki bazaya istiqamətləndirmə və asılılıq dərəcəsi;
- space-time localisation, sosial-funksional orientation (təkmilləşdirilməsi, kommunikasiya, idrak və s.).
- istirahət fəaliyyəti əsas növləri (istirahət fəaliyyəti, dövrü və təlim sistemləri) və s.

Turizmdəki proqram hərəkətləri məzmununda əsasən dəyişkən olur. Yəni bu moda, hobbi, köhnəlmə və faiz itkisi kimi gözlənilməz dəyişikliklərdən asılıdır. Bu və digər parametrlər turist xidmətlərinin və dizayn proqramlarının qurulmasında istifadə edilə bilər. Ona görə də, proqram tərtib edilərkən, yeni növlər görünür və bəzi köhnələr yox olur. Bu baxımdan menecerlərin fəaliyyətinə ehtiyac duyulur. Menecerlərin vəzifəsi tələb və ehtiyacların ödənilməsində baş verən dəyişikliklərə vaxtında nəzarət və cavab verməkdir.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin statistik hesablamalarına əsasən tərtib olunmuş aşağıdakı cədvəldə də ölkəyə gələn, gedən vətəndaşların səfərlərinin məqsədləri üzrə bölsüsü verilmişdir:

Ölkəyə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərin məqsədləri üzrə bölgüsü

Göstəricilər(min nəfər)	2012	2013	2014	2015	2016
Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı-cəmi:	2484.1	2508.9	2297.8	2006.2	2248.8
o cümlədən səfərlərin məqsədləri üzrə:	0.0	0.0	0.0	0.0	2248.8
turizm məqsədilə	1985.9	2129.5	2159.7	1921.9	2044.7
istirahət, əyləncə turizmi	687.8	705.2	709.9	668.8	697.1
işgüzar turizm	595.3	648.9	670.5	632.3	691.7
müalicə turizmi	43.0	46.2	46.3	36.5	41.5
dini turizm	13.2	13.7	13.7	11.5	12.6
digər turizm məqsədilə	646.6	715.5	719.3	572.8	39.8
digər məqsədlə	498.2	379.4	138.1	84.3	204.1
Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı-cəmi:	3874.4	4284.7	4244.3	4095.8	4281.8
o cümlədən səfərlərin məqsədləri üzrə:	0.0	0.0	0.0	0.0	4281.8
turizm məqsədilə	2828.9	3306.7	3319.4	3256.2	3592.1
istirahət, əyləncə turizmi	897.6	1053.9	1014.6	1045.2	1096.1
işgüzar turizm	1172.3	1290.9	1277.8	1185.3	1371.6
müalicə turizmi	116.5	169.0	169.8	140.0	192.7
dini turizm	66.2	82.5	117.8	133.5	127.1
digər turizm məqsədilə	576.3	710.4	739.4	752.2	190.7
digər məqsədlə	1045.5	978.0	924.9	839.6	689.8

[web 28]

Bu sədvəldə də araşdırılan illərdə turizm məqsədi ilə Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin eyni zamanda xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı digər məqsədlərlə gedib gələnlərdən sayca üstünlük təşkil edir. Məsələn:2016-cı ildə turizm məqsədilə - 2044,17 nəfər,istirahət-əyləncə turizminə 697,1,işgüzar turizm 691,7,müalicə 41,5,dini turizm məqsədilə 39,8 nəfər səfər etmişdir.Göründüyü kimi turizm məqsədilə səfərlərin sayı çoxluq təşkil edir.

Bu da insanların turizmə olan maraqların yüksək olmasından xəbər verir.

2.3.Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili

Müasir şəraitdə turizmdə təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili bir daha sübut edir ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsi dünyanın bir çox ölkələrində beynəlxalq turizmin inkişafında mühüm rol oynayır.Çünkü, cəmiyyətin inkişafının ən mühüm problemləri:- turizm fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəlməsi, yeni iş yerlərinin açılması, məşğulluğun stimullaşdırılması, yeni texnologiyalardan istifadə və s. bu kimi məsələlər öz həllini tapır.Turizmin sahələr arası müxtəlif tabeçilik prinsiplərinə uyğun təşkili forması onun sahibkarlığında stimullaşma mexanizmini yaradır[14.109].

Sahibkarlıq fəaliyyəti müasir şəraitdə beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq və iqtisadi stimullar üzərində qurulan daxili və xarici potensialın istifadəsində sərbəstliyi, təşəbbüskarlığı təmin edən fəaliyyət dairəsidir.Bu baxımdan beynəlxalq turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili makro və mikro səviyyələrdə aparılmalıdır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili makro səviyyədə, Qlobal Sahibkarlığın Monitorinqi (QSM) nəticələrinə əsaslanır.Hər il həyata keçirilən bu layihə, 70-dən artıq ölkəni əhatə edir və əhalinin anket sorğusuna əsaslanır.QSM layihəsində sahibkarlıq fəaliyyəti təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlığa cəlb edilməsini əks etdirən kompleks bir anlayışdır.O, sahibkarlığın iqtisadi cəhətdən fəal əhalinin ümumi sayına nisbəti ilə xarakterizə olunur. Bu monitorinqin keçirilməsi prosesində 3 əsas komponentə diqqət yetirilir:

- cəmiyyətdə sahibkarlıq fəaliyyətinə münasibət,
- sahibkarlıq fəaliyyətinin motivasiyası,
- yeni sahibkarların fəaliyyət göstərmələri.

Bütün bu yaxarıda sadalanalar yeni sahibkarların fəaliyyətinin genişlənməsinə səbəb olur.

İqtisadçı alimlərin (Y.S.Pinskovskaya və E.N.Kataeva) fikrinə görə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili 14 göstərici əsasında makro səviyyədə aparılmalıdır.

Göstəricilər müxtəlif xüsusiyyətli insan və yaxud qrupların ölkə üzrə yetkinlərin ümumi sayına nisbəti baxımından müəyyənləşdirilir. Onların 7-si sahibkarlıq fəaliyyəti olmayan və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul əhalinin (ölkə əhalisinin) fikirlərini təsvir edir. Növbəti 7 göstərici isə sahibkarlarla yanaşı yeni yaranmış müəssisələrin sahibkarlıq fəaliyyətinin uzunmüddətli olmasını əks etdirir.

Bu zaman əsas aktivin təhlili bir çox mərhələdə aparılır. Məsələn: I mərhələdə ölkə kontekstində on dörd göstəricinin orta dəyərləri hesablanır, II mərhələdə isə, ildən-ilə hər bir ölkə üçün göstəricilərin variasiya (əsas xüsusiyyətini saxlamaqla ikinci dərəcəli elementlərində dəyişiklik edilməsinin nəticəsi) dəyərlərin kvadrat əmsalları hesablanır. III mərhələdə göstəricilər 2 qrupa bölünür:

- bir ölkənin əhalisinin sahibkarlıq fəaliyyətinin ölçülməsi üçün göstəricilər qrupu;
- bütün göstəriciləri əhatə edən sahibkarlara onların fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün qrup göstəriciləri.

Birinci göstərici qrupu tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyətinin ümumi qiymətləndirilməsi aşağıdakı düsturda öz əksini tapmışdır:

$$S1 = (K1 + K2) 2 + K3 + İ5 + İ6$$

burada:

- S1 sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olur;
- K1- iddia edilən imkanlar əmsalı;
- K2- iddia edilən qabiliyyətlərin əmsalı;
- K3- uğursuzluq qorxusu əmsalı;
- İ5- yaxşı bir karyera seçimi indeksi;
- İ6- sahibkar statusu indeksi.

Bilirik ki, sahibkarlıq fəaliyyətinə müsbət münasibət bir, iki, beş və altıncı göstəricilərin artımında öz əksinin tapır.

Uğursuzluq qorxusu əmsalı sahibkarlıqla bağlı müsbət münasibəti azaldır.

Müqayisə üçün nəzərdə tutulmuş variantlar və təkliflər arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur.

Bu düsturun tətbiqi müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatını sahibkarlıq fəaliyyətinin səviyyəsinə görə təbliğ edir.

Aşağıdakı düsturda ikinci göstərici qrupu tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi nəzərdə tutulur:

$$S2 = B8 + M9 + B11 D12$$

Burada:

- S2- sahibkarlıq fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi;
- B8- sahibkarlıq fəaliyyətin başlanğıc səviyyəsi;
- M9- yeni müəssisələrin sahiblərinin fəaliyyətinin səviyyəsi;
- B11- biznesdən çıxma səviyyəsi
- D12- qurulan təşəbbüskarlarının sahibkarlıq fəaliyyətinin dərəcəsi.

Bu formulun mahiyyəti işgüzar əhalinin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb olunduğunu, biznesin və sahibkarlıq biznesinin yaradılması və fəaliyyətinin bütün mərhələlərini nəzərə alaraq özündə əks etdirməkdir[25].

Bu təşəbbüskarlıq yeni yaradılmış müəssisə sahiblərinin, sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayanların, eləcə də müəyyən sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına mühit yaradır. Sahibkarların biznesdən uzaqlaşma səviyyəsi sözü gedən fəaliyyətin inkişafına əks təsir göstərir.

Növbəti mərhələdə müxtəlif ölkələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün nəticələr və təkliflər təhlilinin aparılması məqsədəuyğundur. Belə olan halda demək olar ki, bütün ölkələrdə sahibkarların prestiji, sahibkarlıq aktları, iş müstəqilliyi arzusu və əsas motivasiya yüksəkdir.

İqtisadçı alimlər makro səviyyədə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlilində üç göstəricidən istifadə etməyi təklif edirlər:

- sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan əhalinin nisbəti,
- istehsalat həcmi, adam başına iş və xidmətlər;

- adam başına investisiya həcmi.

Bu baxımdan beynəlxalq turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlilində istifadə etmədə təklif göstəriciləri olaraq ilk göstərici regionda beynəlxalq turizm işçilərinin sayı xüsusi filial və ümumi sayı kimi müəyyən edilir.

Birinci göstərici, beynəlxalq turizmdə fəaliyyət göstərən ofislərin sayı və regionda ümumi gücün bir hissəsi kimi müəyyənləşir.

Pullu xidmətlərin həcmi və beynəlxalq turizmdə investisiya əmsalı payı sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlilində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmin sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlilində bazarın qiymətləndirilməsi, əhalinin turist xidmətlərinə tələbatının tam şəkildə təmin olunması və marketing üçün şərtlərin effektiv təminatı üçün imkan yaradan şərtləri müəyyənləşdirmək lazımdır.

Ölkədə beynəlxalq turizmə olan tələbatın yüksək səviyyədə qiymətləndirilməsi öz adekvatlığı ilə diqqəti cəlb edir. Beynəlxalq turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin idarəedilməsinə dair təkliflər verərək deyə bilərik ki, yeni iş yerlərinin fəaliyyətinin effektivliyini nəzərə alaraq, yeni bazarlar və texnologiyaların tətbiqi, sahibkarlıq fəaliyyətini aktivləşdirir.

Birbaşa əlaqələndiricilərin əsas fəaliyyət istiqamətləri, idarəetmə sisteminin inkişafına yönəldilmişdir. Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, turizm müəssisələrində turist təşkilatlarının idarəetmə, mühasibat sistemi, turoperatorlar vasitəsilə həyata keçirilir, çünki bu təşkilatlar kifayət qədər ixtisaslı işçilərə və menecerlərə malikdirlər, həm də qısa müddət ərzində təşkilatın fəaliyyəti barədə məlumatlara ciddi ehtiyac duyurlar.

Turist təşkilatlarının idarəetmə sistemi əksər hallarda turoperatorların turizm biznesində bu təşkilatların yüksək ixtisaslı işçilərə malik olduğuna baxmayaraq, təşkilatın rəhbərləri müəssisənin qısa müddətli fəaliyyəti haqqında məlumatlara məruz qalır.

Turizm nəzarəti mövcud modellərinin təhlili nəticəsində aşağıdakı çatışmazlıqları müəyyənləşdirir:

- turizm və xarici biznes mühitinin idarəetmə uçotu və biznes modelləri sisteminin uyğunsuzluğu ;
- turizm xidmətlərinin və dəyərinin qiymətləndirilməsi monitorinqi üçün effektiv alətlərin olmaması;
- inzibati idarəetmə metodlarına istiqamətləndirmə;
- effektiv idarəetmənin aşağı dərəcəsi.

İdarəetmə və mühasibat uçotu sisteminin qeyri-effektivliyi əsasən turizm fəaliyyətinin strateji idarə olunmasının zəifliyində əksini tapır. İdarəetmə mühasibat sistemi turizm işçilərinin sahibkarlıq fəaliyyətinə dair məlumatları öyrənməli olduğuna görə araşdırma zamanı yuxarıda qeyd edildiyi kimi, turizmin idarə edilməsi prosesi təhlil edilməlidir:

- satınalma departamenti,
- istehsal ,
- satış.

Mütəxəssislər, yeni prosesləri nəzərdən keçirmək üçün yeni bazarlarda, innovativ fəaliyyət və qiymətləndirmə prosesində çıxış edirlər.

Mövcud təşkilati struktur islahatlar təşkilat, təşəbbüskarlıq fəaliyyətinin idarəetmə mühasibat uçotu sisteminin tətbiqində ilk addımdır. Risk təhlili risklərin müəyyənləşdirilməsi və onların müvafiqliyini qiymətləndirmə prosesidir, burada xüsusi hadisələrin inkişaf edən sahibkarlıq fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə biləcəyini ehtimal edir.

Bəzi araşdırmaların nəticələrinə əsasən, risklərin qiymətləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi metodları müəyyənləşdirilməlidir. Risklərin təhlili üçün metodların inkişaf etdirilməsi təklifindən sonra beynəlxalq müsahibə və məlumatların idarə olunması mühüm idarə və qiymətləndirmə prosedurlarının aparılmasına yönəldilmişdir. Bu zaman təşkilatın inkişafı üçün sahibkarlıq fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə biləcəyi ehtimal edilir.

Ədəbiyyat mənbələrinin təhlili bizi sahibkarlığın mahiyyəti ilə əlaqələndirib, "Sahibkar", "Biznes", "Sahibkarlıq" konsepsiyasını ortaya qoymağa imkan verdi.

I. Aparılan təhlilin əsasını sahibkarlığın üç əsas xüsusiyyətləri:

- "Sahibkar",
- "Biznes",
- "Sahibkarlıq".

II.Sahibkarlığın üç əsas xüsusiyyətləri:

- "risk və qeyri-müəyyənlik,
- yenilik və ya bir proses,
- məhsul və ya təşkilat olsun, müxtəlif növ innovasiyaların yaranması və tətbiqi, istehsalat ehtiyatlarının yeni birləşmələrini axtarmaq.

Təşəbbüskar çıxış edən "arbitrajçı",yəni sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir göstərə bilər[26].

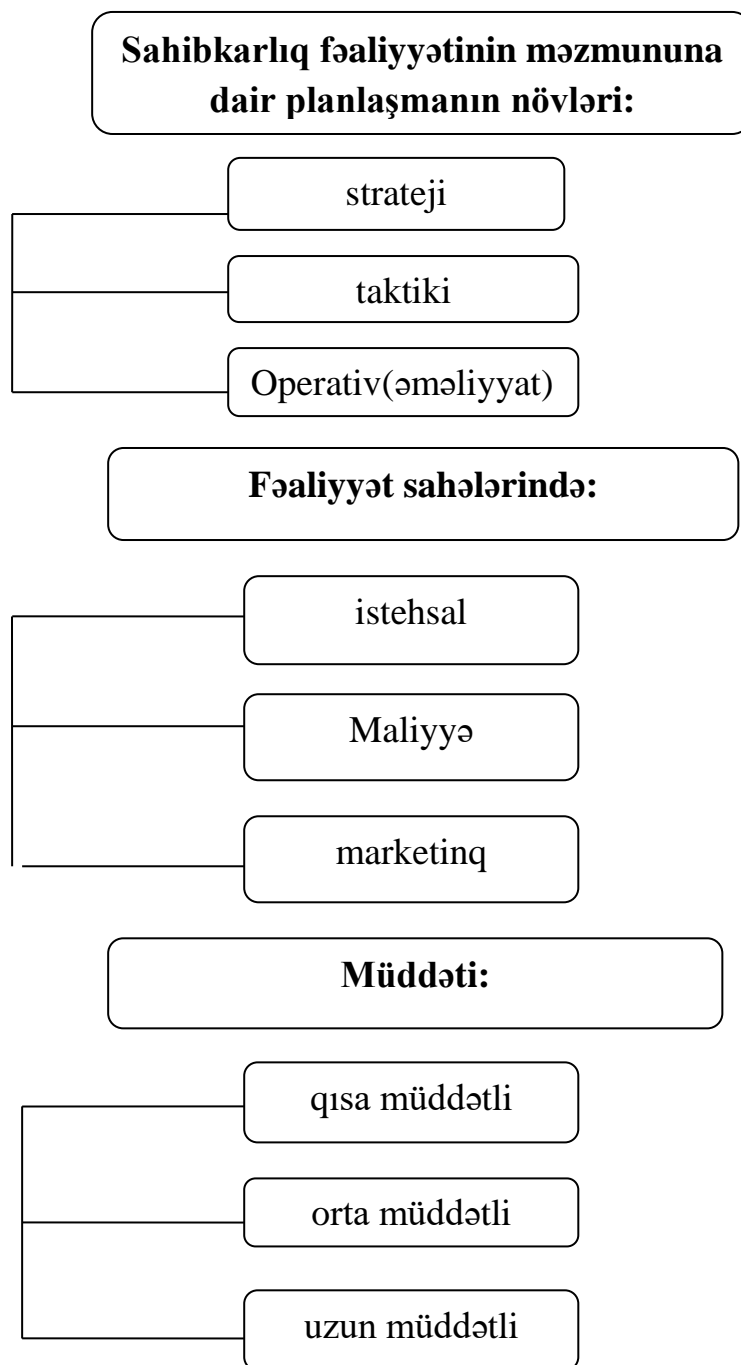
Kiçik və orta biznes sahibləri və menecerləri üçün performansın (əsas effektivlik göstəriciləri – key performance Indicator(KPI) qiymətləndirilməsi vacib məsələdir.

Hər hansı bir turizm agentliyinin, turun və yaxud bazarda kiçik bir mehmanxana fəaliyyətinin müvəffəqiyyət dərəcəsi müəyyən göstəricilərlə öyrənilə bilər.Amma, bu günə kimi kiçik və orta turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün universalbir üsul yoxdur.

Bu məsələ ilə məşğul olan mütəxəssislər bəzi müəyyən göstəricilərə diqqət çəkirlər:

- mənfəət və ya iqtisadçı
- mənfəət, bazarın payına və ya turist məhsullarının satış həcminə və s. görə marketoloq.

Tədqiqat obyektinin bir başa turizmin planlaşması olduğuna görə planlaşmanın növlərində sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununa dair sxemə nəzər salmaq:



müəllifin tərtibatı

Göründüyü kimi sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununa dair planlaşmanın növləri:

strateji, taktiki, operati əməliyyat,

fəaliyyət sahələrində: istehsal,maliyyə, marketing, daxildir.

Müddəti isə: qısa, orta və uzun müddətli olur.

III Fəsil: Turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

3.1. Turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi sistemi

Turizmin idarə edilməsinin təkmilləşməsi makroiqtisadi cəhətdən gündəmin qlobal bir hissəsidir.

Bu sferasının qlobal problemlərini onun makroiqtisadi aspektləri və ölkə iqtisadiyatı ilə bağlılığı özündə əks etdirir. Yəni, təbii şərait, kapital qoyuluşu, ümumilikdə təhlükəsizlik, sahibkarlıq fəaliyyəti, turizm obyektlərinin regional strategiyası və onlardan istifadə etmək makroiqtisadi problemlər olaraq, təkmilləşmə tələb edir.

Region turizminin idarə olunması klassik idarəetmə sistemini turizm xüsusiyyətləri ilə birləşdirir (müxtəlifliyini qoruyur, davamlı inkişafı genişləndirir və icma əlaqələrini idarə edir). Turizm idarə etmə obyektini kimi öz ifadəsini turizm xidmətlərinin kompleksliyində tapır [10. səh. 201].

Gözügedən sahənin idarəetmə orqanlarının obyekt və proseslərə olan şüurlu təsiri, eyni zamanda turizm fəaliyyətinə istiqamət vermək insanların iştirakı ilə müəyyən edilə bilər:

- pul qazanmaq və ya qazanc əldə etmək üçün;
- turizmin infrastrukturunun inkişafı;
- regional turizm müəssisələrinin tabeliyində olan substansiyaların idarə edilməsinin inkişafı və səmərəliliyi.

Regional turizm təşkilatlarının fəaliyyəti fərqli sosial turizm ehtiyaclarını təmin etmək üçün turizm biznesinin yaradılması və dəstəklənməsi proseslərindən birində həyata keçirilə bilər.

Turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi sistemi iqtisadi və sosial idarəetmə problemlərinin məcmusunu təşkil edir. Bu zaman sahə və ərazi prinsiplərinə əsaslanaraq, iqtisadi və təşkilati struktur prosesləri müəyyənləşdirilir.

Bazar iqtisadiyyatının şərtlərinə görə idarəetmə vəzifələri sistemli, kompleks və dinamik təşkil edilir. Mülkiyyət münasibətləri, təsərrüfatın təşkili və istiqamətlərini idarə etmə funksiyası əhatə edir. Maksimum səmərə əldə etmək idarə etmənin əsas məqsədidir. Qeyd edək ki, sosial-iqtisadi səmərə turizmin səmərəsi ilə ölçülür. Turizmdən gələn gəlirin maksimal dərəcədə artımına hər bir təsərrüfat, subyekt səbəb olur. Az vəsait sərf etməklə məşğulluğun artması məqsədilə yeni iş yerlərinin yaradılması, biznesdən gəlirlərin artırılması əsas məqsəd olaraq qarşıya qoyulur. Burada sahənin idarəçiliyində əsasən turizm bazarı öyrənilir. Turizmin fəaliyyət mexanizmlərinin xüsusiyyətlərilə formalaşması onu digər sahələrdən fərqləndirir.

Turist tələbatıyla təklifi arasındakı idarəetmə strukturunun formalaşmasını turist idarəçiliyi özündə əks etdirir.

Sahibkarlıq və dövlət hesabına büdcə əsas maliyyə mənbələridir. Turistlərin sayı, məqsədləri eyni zamanda ölkənin iqtisadi potensialı idarəetmə mexanizminə daxildir:

Aşağıda qeyd olunanlar turizmdə idarəemənin mühüm prinsipləridir:

- sistemli yanaşma;
- normativ yanaşma;
- səmərəlilik.

Regional idarəemədə sahənin kompleks inkişafı, onun əsas faktorlarını nəzərə alaraq formalaşır. Beləliklə, ümumiləşdirərək demək olar ki, iqtisadi və sosial inkişafın məqsədlərinə əsasən idarəetmə prosesi xidmət edir. Makroiqtisadi və regional maraqları uzlaşdırır. Tələbatın yüksək səviyyədə ödənilməsi və resurs təminatına yönəldilir idarəetmə. Turizmdə idarəetmə vəzifələri proqnozlarla reallaşır və idarəetmənin hədəfini müəyyən edir. Struktur islahatların tərkib elementi kimi turizm sistemində idarə etmə məqsədyönlü və kompleks fəaliyyət dairəsidir. İdarə etmə obyektini kimi, əmək potensialı, məqsəd və təşkilati strukturuna və turistlərin motivasiyasına əsaslanır.

Müxtəlif ölkələrə turist axını potensial turist axınının qiymətləndirilməsinə mühit yaradır. Adam başına düşən maddi məsrəflərin, şəraitin həm də orada çalışan əmək potensialının sosial xarakteri ilə müəyyənləşdirilir. İdarə etmənin resurs

potensialını turizm ehtiyatları formalaşdırır. İdarə etmədə motiv əsasən müştərilərin rəyi, hansı ölkənin vətəndaşı olması, qalacağı müddət, sosial statusu, demoqrafik tərkibi turistin tələbatı ilə müəyyən edilir. Bu sferada turoperator, turagent, turisr dillerləri və orada çalışan kadrların sayı turist idarəçiliyi tərəfindən öyrənilir, eyni zamanda əmək bölgüsü sistemi formalaşır. Cari və gələcəkdə resursların istifadəsi və onların ehtiyatlarının inkişafı ilə idarə etmə səmərəsi müəyyənləşdirilir.

İdarə etmənin resurs potensialını və plana görə (yəni burada həm turist sayı, həm də hər bir turistə görə) maliyyə, maddi, əmək məsrəflərini turizm ehtiyatları formalaşdırır. Müxtəlif ölkələrdə bu nisbətlərin özünəməxsus formaları mövcuddur.

İdarə etmə üsulları ilə bir sıra meyar və göstəricilər, məsələn:

- turist planlaşması;
- sənayesi;
- infrastrukturunu;
- otelçilik;
- mədəni xidmət sferası səciyələnilir və bu xidmətlər bir-birini tamamlayır.

Ümumiyyətlə, təkmilləşdirmə dedikdə, müasir inkişaf mərhələsində ölkə iqtisadiyyatında həyata keçirilən struktur dəyişmələri və perspektiv inkişaf istiqamətlərini nəzərə alıb, yeni layihələrin işlənilib hazırlanması başa düşülür.

Onu da qeyd edim ki, turizm sferasında ərazi idarə etmənin üstünlüyü prioritet istiqamətlərdəndir. Bu sahədə kommersiya maraqları və sosial prioritetlər biri digərini tamamlayanda, sahənin idarə edilməsi prosesinə əlverişli mühit yaranır. Ərazi idarə etmənin strateji inkişafı, turizm sisteminin daha da genişlənməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edən resursların keyfiyyəti yaxşılaşacaq.

Turist infrastrukturunun inkişafı və ərazinin turizm məhsulunun rəqabət qabiliyyətinin artması üçün önəmli şərtlər yaradacaq çoxşaxəli idarə etmə mexanizminin hazırlanmasını tələb edir. Turist ərazilərində turizm idarəetməsində iqtisadi mexanizmlərin və xüsusi vasitələrin istifadəsi sözügedən sferanın davamlı inkişafı baxımından maneəsiz şərtləri təmin etməyə imkan verəcəkdir.

Dissertasiya işində maksimum miqyaslı effektiv istifadə etmə, ölkə turizminin ümumi turizm potensialını təşkil edən, həmçinin sahənin davamlı inkişafı yolunda

problemlərin aradan qaldırılması məqsədilə strateji planlaşdırma, marketing planlaşması və turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə xüsusi yer verilmişdir. Aparılmış araşdırmalardan məlum olur ki, turizm bölgələri üçün turizm idarə etmə sisteminin qurulmasında vahid bir yanaşmadan istifadə edilməlidir.

Bunun üçün turizm sahələrinin idarə etmə sistemini qurarkən, əvvəlki paraqraflarda ətraflı araşdırdığımız marketing-təhlili, istirahət-coğrafi, obyekt proqram və proqram-hədəf yanaşmalarının xüsusiyyətlərini birləşdirən vahid bir yanaşma olmalıdır. Buraya aşağıdakı məcburi bloklar daxil etməlidir:

Birinci bloka:

- mövcud turizm bölgəsinin ayrı-ayrı subpotensiallarının (komponentləri, alt potensialları) yerləşdirilməsi əsasında ərazinin bütün turist-rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi;

Turizm və istirahət potensialının əsas komponentləri aşağıdakılardır:

- ekoloji potensial (torpaq və meşə ehtiyatlarının ekoloji qiymətləndirilməsi, hava keyfiyyəti, yerüstü və yeraltı su ehtiyatları, radiasiya çirklənməsinin qiymətləndirilməsi);
- təbii potensiala (relyefin, su resurslarının, flora və fauna ehtiyatlarının, xüsusi qorunan təbii sahələrin, təbii müalicəvi ehtiyatların kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətlərinin qiymətləndirilməsi);
- mədəni potensiala (tarixi, mədəni və sosial-mədəni sahələrin qiymətləndirilməsi);
- infrastruktur qabiliyyəti (nəqliyat və kommunikasiya infrastrukturunun qiymətləndirilməsi, yaşayış obyektləri, təhlükəsizlik, turoperatorları və mövcud səyahət agentləri, iaşə və ticarət müəsələri və xidmətlər).

Beləliklə, turizm və istirahət potensialının qiymətləndirilməsi üçün belə bir model turizm inkişafı üçün perspektivli sahələri müəyən etmək, mövcud turist resurslarını təsnif etmək və bunun əsasında lazımı nəzarət tədbirlərinin həyata keçirilməsini təmin edir.

İkinci blok:

- turizmin ən perspektivli növlərini müəyyənləşdirmək məqsədilə marketing-təhlili (bazar-təhlili);
- turist axınının qüdrəti və istiqamətlərini, potensial turistlərin əsas xüsusiyyətlərini müəyyən etmək üçün turizm ərazilərinin marketing-təhlili;
- turizm sahəsinin strateji inkişafı idarəetmə mexanizminin məcburi inkişafını, bu sahədə turizmin çox yönlü özünü inkişafı, turist resurslarının keyfiyyətinin yüksəlməsi, turist infrastrukturunun inkişafı və ərazinin turizm məhsulunun rəqabət qabiliyyəti üçün əhəmiyyətli şərtlərin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Belə mexanizmlərdən istifadə və turizm sahələri səviyyəsində turizmin fərdi vəsaitlərinə aiddir, turizm sisteminin davamlı inkişafı üçün lazımi şərait yaradacaqdır [26].

Turizmin ən perspektivli növlərini müəyyən etmək üçün turizm ərazilərinin marketing analizi, potensial turistlərin əsas xüsusiyyətləri, turist axınlarının qüdrəti və istiqamətləri üzrə təhlil aparılmalıdır. Belə bir təhlil mərhələlərlə aparılmalı və bir neçə əsas mərhələdən ibarət olmalıdır:

- turistlərin gəldiyi tendensiyaların müəyyən edilməsi və mövcud turist təklifinin vacibliyini qiymətləndirmək üçün turist ərazisinə gələn turistlərin xüsusiyyətlərinin təhlili;
- turist axınının səviyyəsinə təsir göstərən əhəmiyyətli müsbət və mənfi amilləri müəyyənləşdirmək;
- turistlərin hədəf qruplarını müəyyənləşdirmək üçün ərazidə turist axınının ümumi (səfərin məqsədi və turistlərin ölkəni təmin edən, cinsi, yaşı, sosial vəziyyəti, turistlərin gəlirləri və xərcləri, qrupun orta ölçüsü, səfərin müddəti, yemək və yerləşmə növləri, nəqliyyat vasitələri) təhlili;
- turist ərazisi və infrastrukturunu (nəqliyyat, yaşayış, yemək) ilə bağlı turistlərin üstünlüklərinin ayrılması;

- mövcudluğunu dəyişdirərkən və ya ərazinin yeni turist məhsulunu yaratdıqda onların müxtəlif istək və motivlərini daha dəqiq nəzərə almaq üçün turistlərin qruplaşması (segmentləşdirilməsi);
- təbii və tarixi və mədəni turistik,
- ekologiya dövləti, mövcud turizm təşkilatlarının ətraflı təsviri (yaşayış obyektləri, banklar və valyuta mübadiləsi məntəqələri, restoran, əl sənəti ilə məşğul olan mağazalar, ticarət müəssisələri, tibb müəssisələri, ekskursiya büroları);
- turizmin inkişafı üçün bir sıra istiqamətlərin inkişaf etdirilməsi və ərazidə turizmin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı xüsusi tövsiyələr, eləcə də regional iqtisadi inkişafa ən əlverişli marketinq proqramlarının müəyyən edilməsi;
- turizmin inkişafı üçün planlaşdırılmış tədbirlərin həyata keçirilməsinin iqtisadi və sosial nəticələrinin qiymətləndirilməsi (yerli əhalinin və qonaqların yaşayış və istirahət şəraitinin yaxşılaşdırılması, iş yerlərinin artırılması, vergilərdən gəlirlərin artırılması və turizmdən əldə olunan gəlirlərin artırılması, turizmə investisiyalardan gəlirlərin artırılması).

Region turizmi sivil və inkişaf etmiş dünya turizm kompleksinin beynəlxalq standartlarına uyğun idarə edilməsi problemi həm nəzəri, həm də praktiki araşdırma baxımından çoxfunksiyadır. Onu da qeyd edək ki, regional idarəetmənin inkişafı ilə bağlı məsələlər şüar və çox yönlülükdən fərqlənir. Regional turizm üç aspektdə təsvir olunur:

- coğrafi,
- sosial-iqtisadi
- ekoloji.

Bu da konsepsiyanın ən tam və çoxtərəfli nəzərə alınmasını təmin edir.

Turizmin bu baxımdan nəzərdən keçirilməsi nəticəsində onun xüsusiyyətlərini idarəetmə obyektinə kimi təsvir etməklə yanaşı regional turizm suverenliyini idarə etmək mümkündür[25].

İdarəetmənin effektiv istiqaməti turizm şirkətinin də inkişafını təmin edər. Eyni zamanda idarə heyətinin inkişaf məqsədi ilə fəaliyyət göstərməsi nəticədə bir çox yeni sahələrin yəni, nəqliyyatın və ya daşıma vasitələrinin inkişafına səbəb olar. Beləliklə, turizm və sənaye bölməsinin inkişafı və onların sıx əlaqəsi ümumilikdə ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlı inkişafına və möhkəmlənməsinə təkan verəcəkdir. Araşdırmalardan məlum olur ki, milli iqtisadiyyatın sürətli inkişafı üçün alternativ idarəetmə haqqında müzakirələr aşağıdakı kimi olmalıdır:

- hansı strateji yüksəlişin turizm şirkətinin idarəetməsi üçün məqbuldur;
- hansı idarəetmə proqramı turizm şirkətinin yeni fəaliyyət sahəsi üçün tərtib oluna bilər.

Bu yanaşmaların praktiki olaraq aydınlaşdırılması ilk öncə rusiya və ya xarici ölkələrdə turizmin fəaliyyətinin inkişaf strategiyasının tihlili, daha sonra idarəetmə metodu kimi istifadə olunaraq, konkret tədbirlər müəyyənləşdirilməlidir. İnkişaf strategiyasına gəlincə, deyərdim ki, təhlillərdən məlum olur ki, turizmdə rəqabət aparan şirkətlər üç strateji metoddan yararlanırlar:

- məhsulun turizmin təşəkkülü istiqamətində inkişafı;
- turizm rayonları hesabına səyahətlərin genişləndirilməsi və satışın gücləndirilməsi;
- yeni şirkətlər yaratmaqla turizm fəaliyyətinin genişləndirilməsi.

Strategiyanın transformasiyasının dərk edilməsi, iqtisadi rəqabətin, texnoloji transformasiyaların dövlət siyasətinin istənilən sahəyə, xüsusən də turizm sferasına təsiri güclüdür.

Turizm məhsulu yaranandan satışına qədər müxtəlif proseslərdən keçir, hətta yeri gələndə enmə dövrünü də yaşayır. Həm turlar, həm marşrutlar həm də proqramlar kimi baza turist təklifləri özünə məxsus xüsusiyyətlərinə- pilləli mərhələlərə malik olurlar. Müxtəlif silsiləli tiplər turizmdə mövcuddur.

Bunlardan: səhər yeməyi, çarpayı, tam pansion, yarım pansion, xidmət və s. qeyd etmək olar. Pansion dedikdə, turizmdə 3 dəfə qidalanmaq (yeməklə təminat) başa düşülür. Qeyd olunanlardan başqa işgüzar strategiya da mövcuddur. Bu strategiya

mövcud iqtisadi şəraitdə, turizm dövriyyəsində yaranan transformasiyalara əsaslanaraq daha tez dəyişir.

Konsepsiya və innovasiyaların tətbiqi, məhsul hazırlanmasının birinci mərhələsində qərar vermək məqamı əsasdır. Növbəti mərhələdə işgüzar marketing və satış şəbəkəsinin güclü nəzarəti əsas elementlərdən sayılır. Sonuncu mərhələdə isə ən əhəmiyyətli xərclərə nəzarətdir. İnkişaf mərhələlərinin hər birində hər kəsin heç nəyin çərçivədən kənarlaşmadığına inam olmalıdır.

3. 2. Turizmin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi

Normativ-hüquqi bazanın yaranması, minlərlə turist firmaları və müəssisələrinin məcmusunu özündə əks etdirən turizm sənayesinin formalaşmasına səbəb olmuşdur. Beləliklə də, ölkə əhalisinin daxili və xarici səyahətlərinin reallaşmasına geniş imkanlar yaranmışdır. Müasir turizm, sosial-mədəni fenomen və iqtisadiyyatın xüsusi sahəsi olmaqla, ölkənin sosial-iqtisadi şərtləri və qanunu çərçivəsində təsbit olunur.

Sovet dövründə əsasən daxili turizm inkişaf edirdi. Geniş kütlə üçün xarici turizm mümkün olmurdu. Keçən əsrin 90-cı illərində ölkənin sosial-iqtisadi həyatında dönüş baş verdi. Bu da bütün sahələrin iqtisadi, siyasi, sosial-mədəni fəaliyyətində, o cümlədən, turizm sahəsinə də kökündən təsir etdi.

Ölkələr bir bazar iqtisadiyyatı istiqamətində hərəkət edərək, demokratiya və qanunun aliliyi- məqsədlər hərəkətə keçirildi.

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında dəyişikliklər, ölkənin sosial-iqtisadi strukturunda baş vermiş bütün mülkiyyət formalarının bərabərliyi, iqtisadi fəaliyyət və sahibkarlıq azadlığı, vətəndaşların layiqli bir həyat və inkişafa haqqını elan etdi, yaşayış yeri seçimi və hərəkət azadlığı verildi [20].

Bu ölkəmizdə turizmin bütün növlərinin fəal inkişafı üçün konstitusiya prinsipidir. Cəmiyyətin demokratiyaya ehtiyacı- onların şəxsi, vətəndaş, sosial-mədəni hüquq və azadlıqlarını genişləndirir.

Hüquqi olaraq, hərəkət azadlığı, daxili və xarici səyahətlərin həyata keçirilməsi vətəndaşların hüququnu leqallaşdırmışdır(qanuniləşdirmişdir).Eyni zamanda daxili qanunvericiliyi, səyahət azadlığı ilə bağlı beynəlxalq qanunlara uyğunluq, yəni daxili qanunvericiliklə yerli həm də xarici səyahətlərin həyata keçirilməsinə cəhd edildi.Qəbul edilmiş qanunlar təşkilatın ümumi prinsipləri qanunvericilik (nümayəndəsi) və hökumətin icra orqanları, yerli özünüidarəetmə təşkilatının ümumi prinsipləri, dövlət orqanlarının demokratik əsaslarını möhkəmləndirmiş, regional və yerli əhəmiyyət kəsb edən bölmələr, öz liberallığını və dolanışığını sərbəst buraxdı, dövlət tərəfindən dövlət və cəmiyyətdəki, habelə, marketinqə qoşulmaq üçün bazar şəraiti yaradılıb, turizm bazarının inkişafı istiqamətləri genişlənir.Azad turizm bazarının inkişafı və onunla bağlı sənaye, sosial-mədəni və mehmanxana xidməti nəticəsində dərhal müsbət meyllər tendensiyası baş verdi.

Bölgələrdə mötəbər təşkilatların(orqanların) inkişafı, turizm və sosial-mədəni xidmətlərin təşkili, turist proqramlarının tətbiqi nəticədə bu sahədə kiçik biznesin müxtəlif formalarının və vətəndaşların sayının çox olması, səyahətdə iştirak etməklə yanaşı istənilən xidmətlərin istifadəsinə də imkanlar yaranmışdır.

Nəticə olaraq, əsasən məhdud məsuliyyətli şirkətlər, səhmdar cəmiyyətləri şəklində turoperator və turagent şirkətlərinin də sayı artmışdır[web.32].

Yeni yaranan turizm agentliklərinin fəaliyyətində "Hüquqi şəxslərin və fərdi sahibkarların dövlət qeydiyyatı haqqında","Standartlaşdırma haqqında", "Texniki tənzimləmə haqqında", "Məhsul və xidmətlərin sertifikatlaşdırılması haqqında", "Rəqabətin qorunması haqqında", "Reklam haqqında", "Ticarət sirri haqqında", "Azərbaycanda kiçik biznesin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi haqqında" və s. aparıcı təşkilatlanma əhəmiyyəti və funksional rolu olmuşdur.Onlar ayrı-ayrı müəssisələrin və hüquqi şəxslərin yaradılması, yenidən qurulması və ləğv edilməsi proseduru, onların fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması, standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma prosedurlarını, rəqabət və reklamın həyata keçirilməsini, informasiyanı və turizm, sosial və mədəni və mehmanxana xidmətlərinin kiçik bizneslərini dövlət tərəfindən dəstəkləməsini həyata keçirmişdir.

Beynəlxalq turizm və mədəni əlaqələrin geniş inkişafı dövlət sərhədindən keçmək üçün milli və beynəlxalq qaydaların müəyyənləşdirilməsi ilə asanlaşdırılıb və bu, qanunlarda "Azərbaycan Respublikasından çıxma prosedurası və daxil olma haqqında" valyuta tənzimlənməsi, valyuta nəzarəti və s. öz əksinin tapmışdır.

"İnvestisiya fəaliyyəti haqqında", "Xarici investisiyalar haqqında", "Banklar və bank fəaliyyəti haqqında" qanunları bazar şəraitində əhalinin sosial-mədəni və turistik xidmətlərinin maliyyə inkişafına kömək etdi. Onlar investisiyalar və bank kreditləri, əmtəə və fond birjalarının imkanları, sığorta şirkətlərinin fəaliyyəti və turizmin inkişafı üçün digər vasitələrin cəmləşməsinə imkan verdi.

Turizm xidmətlərinin istehsalçıları və istehlakçıları üçün reklam və informasiya dəstəyi xüsusi önəm daşıyıcılarından birinə çevrilmişdir. Turizm müəssisələrinin fəaliyyətinə dövlət nəzarəti həyata keçirilməsinə yönəlmiş qanunvericilikdə cəmiyyətin islahatının çətin dövründə turizmin hüquqi gücləndirilməsinə öz töhfəsini vermişdir. Onlar təsərrüfat subyektləri, hakimiyyət orqanları arasında iqtisadi, inzibati və mülki-hüquqi mübahisələri həll etməyə və istehlakçıların qanuni mənafələrini dərhal və sivil qaydada müdafiə etməyə imkan verdi. Beynəlxalq hüquqa əsaslanan konstitusiya müddəasını nəzərə alaraq, turizm haqqında milli qanunvericilik dövlətlərarası sazişlərin, konvensiyaların və müqavilələrin tələblərini mümkün qədər tətbiq etməyə çalışdı.

Bu normativ hüquqi aktlar beynəlxalq turizmin formalaşması dövründə milli izolyasiyasının aradan qaldırılmasına əsas olmuşdur.

İslahatların ümumi istiqamətlərinə uyğun olaraq, turizm idarəetməsində təşkilati və kadr dəyişiklikləri həyata keçirilmişdir [web.29].

Turizmin hüquqi islahatı müxtəlif təşkilati və hüquqi formalarda qeyri-dövlət müəssisələrinin yaradılmasına və sürətli inkişafına yardım etmişdir.

Turizm, kurort, istirahət və otel fəaliyyətlərinin təşkilində və dəstəklənməsində Azərbaycan Respublikasının Ticarət və Sənaye Palatasının sahibkarlıq üzrə Komitəsi (Azərbaycan Respublikası TSP və ya Palata) yüksək fəaliyyət göstərmişdir. Sahibkarlar və dövlət orqanları arasında konstruktiv dialoqun qurulması,

əhalinin turizm, sosial, mədəni və mehmanxana xidmətlərinin inkişafı üçün əlverişli şəraitin formalaşdırılması onların fəaliyyəti nəticəsində gerçəkləşmişdir.

Turizmin formalaşması və inkişafı ilkin dövr üçün müəyyən proseslərin tənqidi düşünülməsi, ziddiyyətlərin müəyyən edilməsi və həll edilməmiş problemlərin araşdırılmasından ötrü bir fürsətdir. Bu qanunvericiliyin və onun hüquq-mühafizə təcrübəsinin çatışmazlıqlarını vaxtında aşkar etməyə kömək edəcək, yaxın gələcək üçün reallığın və proqnozların təhlilini nəzərə alaraq, turizm üçün hüquqi dəstəyin effektivliyini artıracaqdır.

Eyni zamanda hər bir ölkənin turizm və sosial-iqtisadi əsaslarının inkişaf etdirilməsinə yönəldilmiş qanunvericilik aktları səmərəliliyin yüksəldilməsi, investisiya qoyuluşunun daha da genişləndirilməsinə xidmət edəcəkdir.

Turizmin müasir qanunvericiliyinin təmin edilməsi zəif inkişaf etmiş və dövlət səviyyəsində bir çox aspektlər qəbul edilməmişdir. Buna görə də, turizm və istirahət fəaliyyətlərinin inkişaf etməməsi hüquqi cəhətdən qeyri-kafi şərtlər və aydın, sübut edilmiş ictimai siyasət və strategiyaların olmamasıdır.

Bir sözlə, problemlərin aradan qaldırılması turizm işinin və dövlət siyasətinin inkişafına xidmət edəcəkdir. Turizm sahəsində dövlət siyasətinin əsas məqsədi müasir şəraitə və beynəlxalq hüquqa uyğun qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsidir. Qeyd edək ki, "Turizm haqqında" qanun turizm sənayesini qanuniləşdirmə missiyasını yerinə yetirib. Bununla yanaşı daha çox əlavə qanunvericilik aktları qəbul etmək lazımdır. Qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi aşağıdakı sahələrdə həyata keçiriləcəkdir.

Birincisi, müasir şəraitdə turizmin tənzimlənməsi ilə bağlı hüquqi sənədlərin mövcud məlumat bazasını yenidən nəzərdən keçirmək, yeni nəsil normativ hüquqi aktların paketi, ilk növbədə "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa əlavələr olunmalı.

İkincisi, turizmin inkişafına mane olan səbəbləri aradan qaldırmaq, əvvəlki sualın işıqlandırıldığı açıqlanmalı.

Qeyd edim ki, müasir dövlət siyasətinin inkişafı və turizmin inkişafı üçün strategiya hüquqi çərçivənin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasında aparıcı istiqamətə çevrilir. Fikrimcə, ən aktual dövlət siyasəti olmalıdır:

- istehlakçı kompleksinin "idman-istirahət-turizm" inkişafı üçün onun mövcudluğu standartına nail olmaq;
- daxili turizmin dəstəklənməsi və ona turist kirayə mexanizminin tətbiqi;
- turizmə sosial dəstək mexanizminin daxil edilməsi
- uşaqların istirahəti və turizm üçün sağlamlıq kompleksinin istifadəsi;
- turizm elminə həsr olunmuş akademik vahidin yaradılması;
- "təbiət və mədəni irsinin qorunması" və "turizmin inkişafı" Proqramlarının genişləndirilməsi.

Üçüncüsü, turizm fəaliyyəti ilə bağlı qanunvericiliyə düzəlişlərin edilməsi digər normativ-hüquqi aktlar və təlim prosesləri, elm və mədəniyyətin inkişafı, dini inancların fəaliyyətləri, təhlükəsizlik, sığorta və dövlət idarəçiliyi ilə məcburi koordinasiya ilə həyata keçirilməlidir.

Növbəti, qanunverici aktların yeni paketi bir tərəfdən, sosial-mədəni sahə kimi, digər tərəfdən sahibkarlıq (biznes) sahəsi kimi, sosial və iqtisadi məqsədləri təşviq etməlidir.

Daha sonra, normativ aktlar paketi hazırlamaq üçün hökumətin, elmlər akademiyasının və ölkənin qanunvericilik və icra hakimiyyətlərinin digər bölmələrinin səylərini birləşdirmək və koordinasiya etmək lazımdır. Beləliklə, aparılmış təhlillər nəticəsində aşkarlanmış çatışmamazlıqların aradan qaldırılması, turizm sahəsində qanunvericiliyin ümumi istiqamətləri və təkmilləşdirilməsi yolları müasir şəraitdə ölkədə bütün kütləvi səyahətlərin daha fəal inkişafına kömək edəcəkdir.

Nəticədə onu da qeyd edək ki, qanunvericilik bazasının və hüquq-mühafizə praktikasının ilkin əsaslarının öyrənilməsi təsdiqliyi, ötən əsrin sonu və bu əsrin əvvəllərində dəyişikliklər və həlledici bir keçid, ideoloji cəhətdən sovet dövründə siyasi və maliyyə cəhətdən deformasiya olunaraq, bazar münasibətlərinin şərtləri ilə bağlı yeni inkişaf səviyyəsinə qalxdı.

"Turizm haqqında" qanun ümumi genişləndirilmiş və ölkədə daxili, həm də xarici turizmin həyata keçirilməsində cəmiyyətin ehtiyaclarının həyata keçirilməsinə kömək etmişdir. Eyni zamanda, qanunun qəbulunda bəzi tələsiklər, sürətlə dəyişən beynəlxalq və daxili şəraitin təsiri altında həyata keçirilməsində çatışmazlıqlar və vaxtında düzəliş edilməməsi turizmin hüquqi tənzimlənməsinin effektivliyinin azalmasına səbəb olmasına baxmayaraq, sözügüdə sfera hələ də ölkə iqtisadiyyatının effektiv bir sahəsi kimi təsdiqlənir.

Bu vəziyyətdən çıxış yolu yalnız səhvlərin aradan qaldırılması və ölkənin yeni şəraitdə inkişaf perspektivlərinə və beynəlxalq hüququn tələblərinə uyğun olaraq turizm haqqında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi yolları ilə mümkündür. Elə bu baxımdan da, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turistlərin hüquqlarının qorunmasına dair qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsini təklif edir. "2016-2025-ci illər üçün respublikamızda turizmin inkişaf strategiyası" layihəsində turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə gender və əlillərlə bağlı, qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi və digər əhəmiyyətli məsələlərə dair təkliflər öz əksini tapıb.

Azərbaycanda bu sferada strategiya turizm sənayesinin bir çox sahələrini əhatə edir. Bu layihə turizmdə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, bacarıqlı kadrların hazırlığının təkmilləşdirilməsi, turizmdə idarəetmə və əməkdaşlığın beynəlxalq təcrübəyə əsaslanması, marketinq siyasətinin səmərəli tətbiqi və müasir kommunikasiya vasitələrindən istifadə, uğurlu sənayesinin yaradılması və təbliği bir çox digər problemlərlə bağlı tövsiyələri də özündə əks etdirir.

Respublikada turizm sənayesinin inkişafı üçün əlverişli şəraitin olması ölkəmizin yer aldığı beynəlxalq reytinglərdə də öz əksini tapır: Beləliklə, Dünya İqtisadi Forumunun (DİF) 2015-ci il üçün "Səyahət və Turizm Rəqabətliyi Hesabatı"nda respublikamız turizm sahəsində əlverişli biznes mühiti göstəricisinə görə 141 ölkə arasında 65-ci yeri tutub. Azərbaycan bu göstəriciyə görə bir sıra inkişaf etmiş Avropa ölkələrini də geridə qoymağa nail olmuşdur. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi qəbul edilmiş inkişaf strategiyalarında mövcud vəziyyətin daha da yüksəldilməsi məqsədilə lazımi planlaşdırmanı nəzərə almağı vacib hesab edir,

perspektivdə bu sahədə həyata keçiriləcək işlərə dair planları əhəmiyyətli hesab edir"[web.29].

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turizm sənayesinin inkişafı üçün qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsinə istiqamətlənmiş "Turizm haqqında" yeni qanun layihəsi işləyib hazırlamışdır.

Bu gün o, bir sıra təşkilatlarla məsləhətləşmə mərhələsindədir. Həm də yuxarıda qeyd etdiyim kimi, 2016-2025 illərə dair ölkədə turizmin inkişafı strategiyası işlənib hazırlanmışdır ki, bu da dövlətin turizm sferasına olan dəstəyindən xəbər verir.

Turizmin inkişafında bir sıra təşkilatlar:

- Azərbaycan Turizm Assosiasiyası,
- Konqres Bürosu, sağlamlıq və termal turizm,
- kənd turizm birlikləri və digər təşkilatların "Assosiasiyası əsas rol oynayır.

Bütün idarə etmə sistemində sosial strategiyaya sosial- iqtisadi inkişafın aparıcı həlqəsi, hədf və amili kimi baxılır.[7. səh.195].

Hüquqi-normativ bazanın əsas istiqamətlərinə:

- investisiya,
- sosial müdafiə və yoxsulluq,
- təhlükəsizlik konsepsiyasının tərtibi, onun təsdiqi və reallaşması yolları aiddir.

İnsan inkişafı, onun həyat tərzinin və həyat fəaliyyətinin funksiyalarının dövlət tərəfindən həlli yolları konstitusiyanın 38 maddəsində öz əksini tapır. Ali qanunlar və onların reallaşması mexanizmləri ilə sosial hüquqlar həll olunur.

3.3.Turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşdirilməsi

Təkmilləşdirmə dedikdə, müasir inkişaf mərhələsində iqtisadiyyatda baş verən struktur dəyişmələri nəzərə alınır və ölkənin gələcək inkişaf istiqamətlərinə

adekvat olaraq layihələr hazırlanır. Turizm sahəsi ərazi idarə etmənin üstünlüyünü tələb edir. Həmçinin dünyəvilikdə prioritet istiqamət sayılır.

Dissertasiya işinin əvvəlki fəsilində “Turizmin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi” bölməsində sahənin sosial-iqtisadi mahiyyəti həm statistik, həm də dinamik göstəricilərlə təhlil olunur. Sistemli inkişaf baxımından ölkədə turizmin mövcud vəziyyəti respublikaya gələn və gedən turistlərin sayı, yerli əhalinin turist xidmətlərindən istifadəsi, obyektlərin sayı (turist infrastrukturunu təşkil edən) və keyfiyyəti ilə ölçülür. Xidmət sahəsilə isə müştərilərin tələbatının xarakteri, obyektlərin planlaşması və marketinq quruluşu (strukturu) ölçülür. Makro səviyyədə turizmin inkişafı hər bir ölkədə öz qanunauyğunluqları ilə fərqlənir. Respublikamızda turizm potensialı yerli əhalinin sayı, sahənin maddi-texniki bazasının qurulması üçün sərf olunan maliyyə vəsaitinin miqdarı ilə müəyyənləşir.

Ümumiyyətlə, turizmin mövcud vəziyyəti və perspektiv inkişafı, islahatlar şəraitində gəlirlərin artımına nail olan respublikamızda baş verən əhəmiyyətli transformasiyalar keyfiyyətli nəticələrə gətirib çıxarır.

Onu da qeyd edək ki, islahatların aparılması dünya təcrübəsinə uyğun, qeyri-dövlət təşkilatları və resursları hesabına baş verir. Bu sahənin inkişafı üçün sahibkarlığın inkişafı, onların fərqli kontingentlər üçün turist bazarının təşkil olunması təşkilati-metodik dəyişikliklərə əsaslanır.

Turizm tələbatının transformasiyası, əhali gəlirləri, perspektiv dövr üçün inkişaf, insanların istehlak davranışının təkmilləşməsi ilə əlaqəlidir. Bu baxımdan da, təhlillər təkcə statistik göstəricilərlə deyil, həm də məqsəd və meyarlara görə qiymətləndirmə üzərində təşkil olunmalıdır.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi, ölkə iqtisadiyyatının daxili və inteqrasiya potensialının perspektiv istiqamətlərini nəzərə almaqla reallaşır.

Turizmin makro iqtisadi aspektləri, onun global problemləri ölkə iqtisadiyyatı ilə sıx bağlıdır. Yəni, makroiqtisadi problemlər dedikdə:

- təhlükəsizlik (qida, əzaq və s.);
- sahibkarlıq;
- coğrafi şərait;

- turizmin region strategiyası;
- investisiya və s. başa düşülür.

Onların istifadə edilməsi makro iqtisadi problemlər olaraq, təkmilləşmə tələb edir.

Araşdırılan sahənin inkişafı əsasən özəl sektor hesabına həyata keçirilir. Ona görə də mülkiyyət münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Turizm dövriyyəsində mülkiyyət formalarının rolu ölkə iqtisadiyyatının inkişafı ilə yanaşı, ixracat baxımından məhsul istehsalını genişləndirir. Qeyd etdiyim kimi, turizm sferası mülkiyyət münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı olub, daha çox özəl sektorun hesabına inkişaf etməlidir. Mülkiyyət formasının turizm dövriyyəsində rolu istehsal, bölgü və istehlakla yanaşı xarici ölkələrə ixracat etməklə məhsul istehsalını artırmaq vəzifəsi durur. Turizmin təsərrüfat obyektı olaraq strateji məqsədi ali məqsəd olsa da onun reallaşmasının konkret yolları lokal meyarlarla həll olunur.

Turizmdə bələdiyyə idarəçiliyinin yolu, onun mülkiyyəti və həmçinin daşınmaz əmlakının torpaq və təbii resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yolu ilə ərazidə turizmin inkişaf siyasətini tətbiq etmək lazımdır. Turist xidmətlərinin müvafiq səviyyəsinin təmin olunması kimi lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma hər bir dövlətin müvafiq qanunvericiliyi ilə həyata keçirilir.

Hamıya məlumdur ki, Azərbaycan öz müstəqilliyi dövründə enişli-yoxuşlu yollar keçmiş və şərəfli bir yola nail olmuşdur.

1999-cu ildə qəbul olunmuş “Turizm Haqqında Qanun”da sahənin inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə səbəb oldu. Daha sonrakı illərdə qanuna edilmiş əlavələrin və “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişiklik edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanununun turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşdirilməsində rolu əvəzsizdir[1.]

2012-ci ildə təsdiqlənmiş “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası turizm infrastrukturunun inkişafı, avropa standartlarına uyğun xidmət sahələrinin keyfiyyətli fəaliyyəti, bu sferada dayanıqlı rəqabət mühitinin genişlənməsi, həm də

ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisinin yüksəldilməsi kimi məsələləri ön plana çəkir.

Bütün bu qeyd olunanların həyata keçirilməsi turizm sisteminin gələcək dövrdə inkişafı məqsədilə sosial sferanın əsas xidmət sahələrindən sayılan turizm sferasına dair qanunvericiliklərlə yanaşı standartlar da təkmilləşəcək, turizm potensialının istifadəsi məqsədilə xüsusi tədbirlər görülməli, reklam-informasiya işi sürətləndiriləcək, regional turizm fəaliyyəti stimullaşdırılacaq və bu sahəyə dair bütün problemlərin həlli öz əksini tapacaqdır.

Respublikamızda turizm sənayesinin inkişaf istiqamətlərinə yönəldilmiş Strateji Yol Xəritəsi 2020-2025-ci illər və ondan sonrakı perspektiv dövrdə verilən tapşırıqların reallaşmasını tövsiyyə edir. Bu layihədə qeyd olunmuş vaxt ərzində sahənin inkişafının dəstəklənməsi, daxili və xarici bazarda turizm məhsulunun keyfiyyətli və davamlı inkişafı, onun milli dəyərlərə münasib formalaşması, innovasiya və investorların cəlb edilməsi, bütövlükdə turizmin inkişafı və onun təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirləri özündə əks etdirir. Bu layihədə məqsəd turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşdirilməsinə nail olmaqdır [web.33].

Sözgedən sahənin inkişafında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi də zəruri hesab edilir. Paralel olaraq, institusional potensialın genişləndirilməsi yönündən silsilə tədbirlər həyata keçirilməlidir. Qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsində bazar münasibətləri şəraitində dayanıqlı rəqabət mühitinin dövlət tənzimlənməsi əhəmiyyət kəsb edəcək, kommersionun, milli qanunvericilik bazasının ümumi dünya ticarət sisteminin tələblərinə adekvat üstünlüyünün zəruriliyi bütün sistemi gücləndiriləcək. Azərbaycan Turizm Şurasının yaranmasının da sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsində özünəməxsus rolu vardır.

2016-cı ildə prezident tərəfindən təsdiqlənmiş "Turizm Şurası haqqında Əsasnamə" də nəzərdə tutulmuş məqsədlərin həlli yollarındandır. Belə ki, turizmin perspektiv inkişafının təkmilləşdirilməsinə dair əlavə tədbirlərin həyata keçirilməsi barədə sərəncama görə məqsədə nail olmaq üçün vacib işlər görülür.

Bu şuranın yaranmasının ölkə turizminin gücləndirilməsində özünə məxsus rolu vardır. O, burada mövcud vəziyyətin analizi, orada yaranan problemlərin həlli

üçün lazımı işlərin görülməsi və səmərəli fəaliyyətinə nail olmaq məqsədi ilə fəaliyyət göstərir.Şuranın yaranmasının turizm sferasının inkişafında mühüm rola malikdir.

Turizm ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun üstün istiqamətlərindən biridir.O milli iqtisadiyyatın inkişafı üzrə yol xəritəsində mühüm yer tutur.Turizmin qeyri-neft sektorunda özünəməxsus yeri bu sahədə yeni nailiyyətlər əldə edilməsinə səbəb olmuşdur.Turizm özündə müxtəlif sahələri əhatə edir və onların inkişafı ilə maraqlı strukturlar birgə səy göstərməlidir.Prezidentin müvafiq sərəncamlarına əsaslanaraq bir çox məsələlərin icrası reallaşdırılır.

Respublikamızda artıq ixtisaslaşmış turizm sferasının perspektiv inkişafının təkmilləşdirilməsinə dair Strateji Yol Xəritəsi bu sahədə yeniliklər edəcək və turizmin inkişafı üçün yeni bir mərhələ olacaqdır.

Beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən keçirilən konfrans, Assambleya, seminarlar da öz növbəsində turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsinə dair tədbirlərdən sayılır.

Bunlardan turizm üzrə BMT-nin konfransı, Ümümdünya Turizm Təşkilatlarının (ÜTT) forumları və konfranslarıdır.Turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsində hüquqqi aktlar və rəsmi sənədlər Beynəlxalq turizm fəaliyyətinin tənzim olunması vasitələridir.Onlara xarici forum və konfranslarda qəbul olunmuş Beynəlxalq saziş, qətnamə və bəyannamələr aiddir.

Turizmdə fəaliyyətin siyasəti və yaxud inkişaf proqramları bəyan etmiş (yazılı müqavilə;müraciətnamə) Beynəlxalq təşkilat və konfransa gələnlərin rəsmi müraciətidir- beynəlxalq bəyannamə.

Müqavilə növlərindən biri də - beynəlxalq konvensiyalardır.Dövlətlərin hüquq və öhdəliklərini müəyyənləşdirən-beynəlxalq konvensiyalardır.

Aşağıda qeyd olunanlar dövlətlər arası turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsinin mühüm vasitələridir:

- 1954-cü ildə keçirilmiş turizm gömrük konvensiyası (xüsusi bir məsələyə dair beynəlxalq saziş,);
- böyük siyasi əhəmiyyəti olan beynəlxalq müqavilə (1966-cı ildə bağlanmış sosial-iqtisadi, mədəni hüquqlar üzrə beynəlxalq pakt);

- 1948-ci ildə imzalanmış Ümum Dünya İnsan Hüquqları yazılı müqavilə; müraciətnaməsi(yəni bəyannaməsi);
- 1966-cı ildə bağlanmış müqavilə siyasi hüquqlar üzrə pakt;
- Mülki hüquqlar üzrə beynəlxalq pakt;
- 1929-cu il Varşava konvensiyası (hava nəqliyyatına dair);
- 1985-ci ildə turizm Xartiyası; ÜTT (Ümumdünya Turizm Təşkilatı Baş Assambleyasının Sofiya qətnaməsi);
- 1972-ci il mədəni irsin müdafiəsi konvensiya;
- 1980-cı il Manila müqaviləsi;
- 1976-cı il Budapeşt konvensiyası(səyahətlərin sadələşməsi üzrə);
- 1990-cı ildə uşaq hüquqları konvensiyası;
- 1991-ci il Buenos-Ayres qətnaməsi(turist təhlükəsizliyinin təminatı üzrə);
- 1944-cü il Çikaqo, Tokio, Haaqa, Monreal konvensiyaları (mülki aviasiya üzrə);
- 1994-cü il Baş saziş(xidmətlər ticarəti üzrə);
- 1994-cü il dünya turizmi nazirlərinin konfransı (Oskado dünya turizm forumu);
- 1995-ci il Qahirə qətnaməsi;
- 1995-ci il konvensiya (bioloji müxtəliflik);
- 1996-cı il Stokholm müqaviləsi;
- 1997-ci il Manila bəyannaməsi (turizmin sosial təsiri üzrə);
- 1999-cu il Etik kodeksi;

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) 1954-cü il Nyu-York Beynəlxalq Diplomatik konfransı beynəlxalq turizmin tənzim olunmasında gömrük rəsmiyyətçiliyi üzrə xarici turizmin tənzimlənməsində və sahənin perspektiv inkişafının təkmilləşdirilməsində mühüm rol oynamışdır.

Turizmin indiki şəraitdə global rolunu izlədikdə, onun sonsuz sayda insanın həyatına müsbət təsirinin, asudə vaxtdan səmərəli istifadənin, insanlar arasında yaranmış mədəni, iqtisadi və siyasi əlaqələrin əsasını təşkil etməsinin, həyat səviyyəsinin, keyiyyətinin yaxşılaşmasına təsirinin, fəaliyyətinin bir çox tələbat və

növlərinin ödənilməsi və adaptasiyasında onun daha da inkişaf etməsi üçün fasiləsiz olaraq təkmilləşmə tələb etdiyinə şahidi oluruq. Onun iqtisadi baxımdan, milli iqtisadiyyatda öz yerini tapması üçün tədbirlərin görülməsi, bütün ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafının təkmilləşməsinə yardım etmiş olar. Bunun üçün müxtəlif infrastruktur layihələrinin, obyektlərin və turizmdə fəaliyyət göstərən ixtisaslı, bacarıqlı kadr potensialının hazırlanması məqsədilə, iqtisadiyyatın başqa üstünlük təşkil edən bölmələri ilə paralel, ölkədə strateji və kompleks inkişaf planında yer tutması, onun beynəlxalq turizmlə eyni səviyyədə stimullaşdırılmasıyla əlaqədar tədbirlər işlənib hazırlanmalıdır.

Ətraf mühitin qorunması turizmin inkişafının təkmilləşdirilməsində əsas şərtidir. Ümumiyyətlə bütün bu qarşılıqlı münasibətlərə qayğı göstərməklə sabit inkişaf konsepsiyası əsasında turizmin inkişaf perspektivinin təkmilləşməsi problemləri öz həllinin tapmış olur.

Turizmin humanist xarakterinə əlavə olaraq deyək ki, müştərilərin özünə məxsus problemlərinin həllinə də xüsusi qayğı göstərilməlidir. Eyni zamanda hər bir şəxs asudə vaxt və istirahət, həm də hərəkət azadlığı hüququna malikdir. Bununla bağlı isə ölkə daxili və xarici turizmin sistemli inkişaf siyasəti olmalıdır.

Səyahətlərin sadələşdirilməsi probleminə sahənin inkişafı müştərilərin səfərlərinin neçə gün olmasını, viza, pasport, tibbi və maliyyə vəsaitlərinin qeydiyyatının rəsmi olaraq sadələşdirilməsini nəzərdə tutulur. Həm də turistlərin təhlükəsizliyinin qorunması və müdafiəsi, turizm obyektlərinin təhlükəsizliyi və qorunması da sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsində zəruri şərtlərdən biridir. Bu sektor üçün real təhlükələrdən biri də ölkənin müharibə şəraitində olması, terrorizmdir. Bütün bunlardan müdafiə prosesləri fəallaşmalıdır.

Göstərilən xidmətlərin keyfiyyətindən turizmin keyfiyyəti və inkişaf istiqamətləri əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Elə buna görə də peşəkar personalın ixtisaslarını artırmaları vacibdir. Bu baxımdan tədris müəssisləri şəbəkəsinin yaradılması da sahənin inkişafının təkmilləşməsində mühüm rol oynayır. Turizm hakimiyyət orqanları tərəfindən sistemli, kompleks şəkildə plamlaşdırılmalıdır. İstənilən ölkədə turizm müəssisələrinin hüquqlarını və öhdəliklərinin genişlənməsinə mühit

yaradılmalıdır. O zaman asudə vaxtın səmərəliliyi və ETT (elmi-texniki tərəqqi) ilə turizmin inkişafının təkmilləşməsi problemləri həll olunacaqdır.

Beynəlxalq turizm təşkilatlarının sənədləri, bu sahədə müxtəlif ölkələrin qanunverici aktları ilə Haaqa Bəyannaməsinin prinsipləri BMT, YUNESKO-nun beynəlxalq aktları müəyyən məsələlərdə onları genişləndirir və inkişafının təkmilləşməsinə şərait yaradır.

Turizm sahəsində ardıcıl olaraq əhəmiyyətli hüquqi aktların tərtibi və tədqiqi əsas məsələlərdəndir. Ölkə Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli fərmanı ilə təsdiq olunmuş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” cari ilin dekabr ayının 17-də rəsmi mətbuatda dərc olunmuşdur. Burada Azərbaycanın 2025-ci ilə qədər region və beynəlxalq aləmdə ən böyük turizm məkanı kimi tanınması vurğulanır. 2025-ci ildən sonrakı gələcək dövrdə respublikamızın dünyada turistlər tərəfindən ən məşhur iyirmi turizm məkanından birinə çevriləcəyi qeyd olunmuşdur. 2020-ci il də daxil olmaqla, ölkə üzrə turizm sektorunda 4 əsas hədəf müəyyənləşdirilmişdir. İlk hədəf Bakının turizm potensialından tam istifadə edilməsi, ikincisi milli səviyyədə idarəetmənin təşkilinin genişləndirilməsi, turizm və insanların sağlamlığının qorunması və bərpası məqsədilə rekreasiya zonalarının yaradılması, mövsümdən asılı olmayaraq regional səviyyədə turizm infrastrukturunu layihələrinin inkişaf etdirilməsi, hava əlaqələrinin yaxşılaşdırılması, vizaların sadələşdirilməsi də daxil olmaqla, turizm sektorunun inkişafı nəzərdə tutulmuşdur. III-sü Azərbaycanda regional turizmin inkişafı, IV-sü turizm sahəsində təhsil proqramlarına kapital qoyuluşunu həyata keçirmək və turistlərin təminatı üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemini təkmilləşdirməkdir. Qeyd edilir ki, 2020-ci ilə qədər olan dövrdə nəzərdə tutulmuş hədəflərin həyata keçməsi nəticəsində ölkəmizdə 2020-ci ildə real ÜDM-in birbaşa 293 milyon və dolaylı 170 milyondan çox, bütövlükdə turizm sektorunda 25 min iş yerinin açılacağı proqnozlaşdırılır. Bu tədbirlərin reallaşması həm dövlət həm də özəl resurslar hesabına 350 milyon manat həcmində investisiya qoyuluşu tələb edir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Nəticə olaraq, qeyd etmək istəyirəm ki, ölkə iqtisadiyyatının perspektiv inkişafı baxımından strateji xəttin olması planlaşdırmada öz həllini tapır. Planlaşdırmanın minimal nəticəsi iqtisadi fəaliyyətdə ciddi səhvlərin yolverilməzliyi, yəni perspektivdə arzu olunmaz halların baş verməməsini əvvəlcədən görmək və onları aradan qaldırmaqdır. Elə bu baxımdan da, aparılmış tədqiqat işində müasir şəraitdə turizmin strateji planlaşdırılması problemləri və təhlili sisteminin inkişafı və yaranmış problemlərin həlli məsələlərinə geniş yer verilmişdir.

Tədqiqat işində turizmdə strateji planlaşmanın məqsədi, vəzifələri, məzmunu ilə yanaşı onun başlıca istiqamətləri, faktorları və iqtisadi inkişafın əsası olan dövlətin tənzimləyici rolu açıqlanır. ETT-nin inkişafı, idarəetmənin və təsərrüfatçılıq formalarının müasirləşdirilməsi, kadr potensialının gücləndirilməsi və digər problemlərin strateji planlaşmada əks etdirilməsinə dissertasiya işində mühüm yer verilir.

Təşəbbüslərin prioritetlərinə əsaslanan ədəbi mənbələrin təhlili turizmin planlaşmasının vəzifələri və onun əsas istiqamətlərini, turizmin Azərbaycanda mövcud vəziyyətinin təhlili və onun strateji planında istifadəsinin təşkili və turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini açıqlamağa imkan vermişdir. Aparılmış təhlil əsasında innovasiya və ya müxtəlif proseslər, məhsul, bazar ya da təşkilatda mükəmməllik; axtarış metodları resursların istehsalını birləşdirir; pragmatist "hakimlər" kimi istifadə edir, yəni:- Dövlət- İncəsənət və xidmət.

Aydındır ki, bu bir iş prosesi və ya prinsipin xüsusi funksionallaşdırılması, yenilik, resurs və sosial funksiyalarla birləşdirilir.

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təbiətini aydınlaşdırmaq üçün onun təbiəti, növü və fəaliyyəti araşdırılmışdır. Xarici və daxili amillər nəzərə alınaraq, təsərrüfat subyektlərinin hərəkəti, intensivliyi və davranış xüsusiyyətləri müəyyənləşdirilir.

İlk olaraq, dissertasiya işinin I fəslində 3 yarım fəsildə aşağıda qeyd edilən məsələlərə baxılmışdır:

- Turizm planlaşmasının vəzifələri və onun əsas istiqamətləri;
- Turizmin strateji planlaşmasının xüsusiyyətləri;
- Turizmin marketinq planlaşması.

Məlum məsələdir ki, istənilən sahənin planlaşdırılması perspektiv dövr üçün onun fəaliyyətinin təşkili deməkdir.

Strateji planlaşmasının xüsusiyyətlərində isə məqsəd və məqsədlər sistemi əsas yer tutur.

Məqsəd dedikdə, turizm obyektinin arzu olunan fəaliyyət vəziyyəti başa düşülür.

Məqsədlər sistemi dedikdə, qarşıda qoyulmuş vəzifələrin məcmusu başa düşülür.

Turizm müəssisələrinin məqsədlərinin də planlaşdırılması mütləqdir, yəni bu zaman:

- bazarın təhlili əsasında müəssisə rəhbərliyi tərəfindən formalaşdırılmalı;
- ətraf mühiti nəzərə alaraq, vaxtında analiz etmək;
- sosial-iqtisadi inkişafa uyğunluq;
- müəssisə büdcəsi ilə uzlaşma problemləri nəzərə alınmalıdır.

Məqsədlərə qoyulan tələblər isə:

- Çevik;
- konkret;
- bir-birinə uyğun olmalıdır.

Vəzifə dedikdə, strateji planlaşma dövründə məqsədə nail olmağın əsas istiqaməti (yəni arzu olunan yönümü) başa düşülür.

Sahənin strateji planlaşmasının xüsusiyyətlərinə gəldikdə deyərəm ki, özünə məxsus planlara, onun əhatə dairəsinə və orada qərar qəbul etmə konkret məhsul və icmal planlara görə tərtib olunur. Turizm fəaliyyət dairəsi olaraq, regional, sahə fəaliyyətini kompleks şəkildə, həm də sistemli təsvir edir.

Tədqiqat apardığımız sahənin marketing planının bütün aspektlərinin uyğunlaşdırılması turizm müəssisənin fəaliyyətinin əsas strateji istiqamətidir.

Hər hansı bir ənənəvi fəaliyyət sferasının sərhədləri müəssisəsinin perspektiv inkişafına maneələr yaradırsa, onda diversifikasiyanın köməkliyi ilə inkişafdan istifadə edilə bilər.

Əyər müəssisə industrial həlqələrinin nəzarəti hesabına bazarda tutduğu rəqabət mövqeyini gücləndirən rentabelliğini artırarsa, onda inteqrasiya inkişafı strategiyasından istifadə etmək məqsədəuyğundur.

Turizm planlarının metodlarının təhlilinə gəldikdə, elə metodlar tərtib edilməlidir ki, sonda alınan nəticələr daha da səmərəli olsun.

Turizmin məqsədli proqram təhlilindən belə nəticəyə gəlinir ki, o, günün-gündən yüksələn inkişaf səviyyəsinə uyğun olaraq, günün tələblərinə cavab verməli və yüksək səviyyəli xidmət proqramları ilə əvəz olunmalıdır.

- İqtisadi potensialın turizm məqsədi ilə istifadə edilməsi səviyyəsindən-turizm potensialı əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Məqsədli proqram və resurs proqramları ilə bu əlaqələrin optimal fəaliyyət proqramı reallaşmalıdır.

Sahibkarlıq özəl sektor və rəqabət prinsiplərinə əsaslanan sosial-iqtisadi sistemin əsasını təşkil edir. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlili deyərəkən qeyd etməliyik ki, sahibkarlığın sosial mövqeyi istər istehsal istərsə də istehlak bazarında əmtəə yaxud xidmət təklifini təmin etməklə artan səmərə ilə ölçülür. Yalnız bu proseslər arasında münasibətlərin funksional, konkret xidmət və əmtəə üzrə əlaqəsi parametrik əlaqə ilə ifadə olunur. Turizm bazarının qiymətləndirilməsi ilə yanaşı insanların turist xidmətlərinə olan ehtiyaclarının yüksək səviyyədə təmin olunması, eyni zamanda marketing fəaliyyəti üçün şərtlərin lazımı dərəcədə təminatına imkanlar yaradan şərtlərin müəyyən edilməsinin zəruriliyi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Təklif olaraq, deyərəm ki:

- yeni iş yerlərinin fəaliyyətinin effektivliyi, yeni bazarlar və texnologiyaların tətbiqi, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təkan verəcəkdir.

Turizmin planlaşmasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri bölməsində aparılan araşdırmalardan belə nəticəyə gəlmək olur ki:

- sahənin idarə edilməsinin, qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi onun daha da sürətlə inkişaf etməsinə səbəb olacaqdır.

Ölkədə iqtisadiyyatın perspektiv inkişaf istiqamətlərinin sürətləndirilməsi baxımından strateji xəttin müəyyənləşdirilməsi zəruridir ki, bu da öz həllini planlaşdırma sayəsində tapır.

Ümumiləşdirərək, Azərbaycanda turizm sektorunun təminatı və inkişafına dair aşağıdakı təklifləri vermək olar:

- makrosəviyyədə iqtisadi artımla paralel olaraq, turizm sferasının inkişafına təsir göstərən istehsal, bölgü və resurs proqramlarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin təşkili;
- sahənin genişlənməsi üçün ölkədə regionların kompleks inkişaf proqramlarına əsasən və ərazinin resurs potensialından istifadə etməklə beynəlxalq inteqrasiya prioritetlərindən səmərəli yararlanmaq istiqamətlərini öyrənib, tətbiq etmək;
- turizmin sosial-iqtisadi inkişafı baxımından daha çox maliyyə-kredit və vergi güzəştləri tətbiq etmək;
- turizm xidmətlərinin əsas dəyər və gəlir vergisi obyektı kimi stimullaşdırılması üçün mexanizmlər tətbiq etmək;
- kiçik və orta sahibkarlaq (kos) fəaliyyətini turizmin sahibkarlıq növü kimi təşkilində stimullaşdırmaq;
- turizmin tələbinə uyğun olaraq, şəxsi təsərrüfatda resurs təminatını stimullaşdırmaq;
- beynəlxalq turizmin prioritetliyi baxımından ixrac-idxal siyasətində ölkələrlə əməkdaşlıq münasibətlərini genişləndirmək.

Bu nəticələrə əsaslanaraq, qarşıda duran suallara cavab - müasir inkişaf mərhələsində ölkəmizdə turizm sahəsinin orta müddətli məqsədini müəyyənləşdirmək zəruri şərtlərdəndir.

“Azərbaycanda turizm strategiyasının inkişafı üçün texniki yardım” hesabında yoxsulluğun azaldılması turizmin inkişafının əsas məqsədi kimi qoyulur. Əlbəttə belə birtərəfli və minimal məqsədlər turizmin inkişaf etməsinə səbəb deyil. Düşünürəm ki, turizm sənayesinin amalı respublikanın sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsidir. Yoxsulluğun azaldılması və s. problemlərin (iqtisadi, sosial, hərbi, siyasi və s.) həlli dövlət qurumları, iqtisadiyyat, ictimaiyyət və s. sahələrin üzərinə düşür.

Ölkəmizin turizm potensialının səmərəli istifadəsi rəqabət qabiliyyətli milli turizm sənayesinin perspektiv həm də davamlı inkişafına səbəb olacaqdır.

2018-2025-ci illərdə respublikamızda rəsmi statistikanın inkişafına dair Dövlət proqramı indiki dövrdə sosial-iqtisadi problemlərin idarə olunmasında, informasiya məkanının formalaşdırılmasında, ölkələrin inkişaf səviyyəsinin dəyərləndirilməsində, yüksəldilməsində rəsmi statistikanın əhəmiyyəti xeyli artmışdır [web.31].

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında Qanunu – Bakı-1999
2. Azərbaycanın statistik göstəriciləri – Bakı-2016
3. Azərbaycan Respublikasında Turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” 06 aprel 2010-cu il. “2010-2014 –cü illərdə
- 4.«Azərbaycan Respublikasında kurortların 2007-2015 –ci illərdə inkişafının sürətlənməsi tədbirləri haqqında» Azərbaycan Respublikası prezidentinin sərəncamı. Bakı-28 fevral 2007, «Azərbaycan » qəzeti.
5. Allahverdiyev H.B. və b. – “Strateji planlaşdırma”-2004
6. Allahverdiyev H.B. və b.-İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi-Bakı-2002
7. F.İ.Qurbanov, Bakı-2007 Azərbaycanın Turizmin inkişaf problemləri–
8. Bilalov B.Ə., Ç.G.Güləliyev –“Turizmin əsasları” Bakı-2015
9. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi –Bakı-2006
10. Bilalov B.Ə. - Turizmin menecmenti –Bakı-2005, Mütərcim Nəşriyyatı
11. Ə.Q.Əlirzayev, Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi – Bakı – 2011
12. Ə.Q.Əlirzayev -Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi-Bakı-2010
13. Ə.Q.Əlirzayev-Sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın inkişafının sosial-iqtisadi problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər. Bakı-2005
14. Ə.Q.Əlirzayev-Sosial-mədəni sahələrin iqtisadiyyatı: inkişaf və tənzimlənmə. Bakı-2016
15. Ə.Q.Əlirzayev, S.N. Aslanova- Azərbaycanın turizmin inkişafının sosial-iqtisadi inkişaf problemləri. Bakı- 2006
16. F.Ə. Qurbanova –“Turizmin müasir şəraitdə inkişafının əsas istiqamətləri: potensial və perspektiv qiymətləndirmə” məqalə, Beynəlxalq elmi-praktiki konfrans Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları Beynəlxalq jurnal -2015
17. Heydərov Ş.Ə.- Turizm nəqliyyat xidmətlərinin təşkili, Bakı-2011
18. Məmmədov A. T. – Marketingin əsasları-Bakı-2007

- 19.Mirağa Məhərrəm oğlu Əhmədov -Xidmət sahələrinin marketinqi Bakı2015
- 20.Siyavuş Yeganlı, Emin Hacıyev –Turizm , Bakı-2006
- 21.Soltanova H.B., Hüseynova Ş.H.,-Turizmin əsasları –Bakı-2007
22. Köçərli Y.Ə., Köçərli L.R. Turizmin strateji hədəfləri: reallıq və perspektivlər. Bakı Avrasiya Universiteti. III Beynəlxalq Türk Dünyası Araşdırmaları Simpoziumu. 25-27 May 2016-cı il. Bakı-2016
23. Köçərli Y.Ə., Köçərli L.R. Turizm xidmətləri bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı inkişafının yüksəldilməsi yolları. “Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin Elmi Xəbərləri” jurnalı. Bakı-2016

Türk dilində

- 24.Turizm Ekonomisi -Ozan Bahar, Metin Kozak, Ankara-2006, Detay Yayıncılık
- 25.Turizm Pazarlaması – Nazmi Kozak, Ankara-2006, Detay Yayıncılık

Rus dilində

- 26.Аристова О.В. Стратегия управления организациями индустрии туризма в условиях нестабильности среды: Дис.канд. экон. наук. 2001.
- 27.ВедутаЕ.Н. Анализ предпринимательской активности хозяйствующих субъектов в международном туризме М. Проект, 2004.
- 28.Виноградова М.В., Мазаева Н.П. и др. Основы стратегического планирования развития инфраструктуры регионального туристского комплекса. М.: Маркетинг, 2006.

İngilis dilində

- 29.A.J. Veal. Research Methods for Leisure and Tourism. Paperback, 2011.
- 30.Chris Cooper. Essentials of Tourism. Paperback, 2012.
- 31.David Weaver.Tourism Management. Paperback, 2013.
- 32.Gayle Jennings. Tourism Research. Paperback, 2011.

İnternet mənbələri

- 33.stat.gov.az/source/tourism/
- 34.<http://bakunetwork.com/az/>
- 35.<http://webcache.googleusercontent.com/>

36. <https://azertag.az/>

37. <http://webcache.googleusercontent.com/:medeniyyet.az/Turizm-senayesinin-inkisafina-dair-Strateji-Yol-Xeritesi>.

38. [https://webcache.googleusercontent.com\]](https://webcache.googleusercontent.com/)

39. www.xalqqazeti.com/az/news/news/

40. © 2007-2018 Электронная библиотека диссертаций dslib.net

Xülasə

Müasir şəraitdə turizmin strateji planlaşdırılması onun inkişafı problemlərinin həllində maraqların balansının təmin edilməsi, regionun, şəhərin, turistin turist potensialının və rəqabət üstünlüyünün artırılması və inkişafı üçün bir sıra strateji qərarlar hazırlamaq, inkişaf etdirmək və təşkil etmək sistemidir.

Turizmin planlaşmasında iqtisadi artım və təhlükəsizlik strategiyası əsas götürülür. Konseptual inkişaf strategiyası turizmin planlaşmasında əsas istiqamətlərlə idarə olunur.

Sahənin strateji planlaşma obyektini kimi turist dövriyyəsi və lazımi resursları:- texnoloji prosesləri və investisiya qoyuluşunu özündə əks etdirir. Bütün bunların tədqiqi, səmərəsi və idarə olunması problemləri perspektiv inkişaf konsepsiyası baxımından tədqiq olunmalıdır. Yuxarıda qeyd olunan aktual problemlər turizmin strateji planlaşmasının əsas istiqamətlərini təşkil edir və dissertasiya işində bu problemlərin həlli yollarına nəzəri-metodoloji yanaşma prizmasından baxılır.

Резюме
«Проблемы стратегического планирование туризма
в современных условиях»

Стратегическое планирование туризма в современных условиях рассматривается как система подготовки, разработки и организации выполнения комплекса стратегических решений, направленных на обеспечение баланса интересов в решении проблем развития туризма, а также приращение и развитие туристского потенциала и конкурентных преимуществ региона, города, туристского объекта. Стратегия экономического роста и безопасности основана на планировании туризма. Стратегия концептуального развития регулируется основными областями планирования туризма.

Туристический оборот и необходимые ресурсы отражают технологические процессы и инвестиции как объект стратегического планирования сферы. Исследовательские, эффективные и управленческие проблемы всего этого следует изучать с точки зрения концепции перспективного развития. Вышеупомянутые актуальные проблемы составляют основные направления стратегического планирования туризма и теоретико-методологические подходы к решению этих проблем в диссертационной работе.

Summary

"Problems of strategic tourism planning in modern conditions"

Strategic planning for tourism development is seen as a system of training, designing and implementation of complex strategic decisions aimed at ensuring a balance of interests in solving the problems of tourism development, as well as the increase and development of tourist potential and competitive advantages in the region, city or tourist facility.

The strategy of economic growth and security is based on tourism planning. The conceptual development strategy is controlled by the major direction of tourism planning.

Tourist turnover and required resources reflect technological processes and investment as the areas strategic planning object.

Research, efficiency and management problems of all these should be explored in terms of perspective development concept. The above-mentioned actual problems constitute the main directions of strategic planning of tourism and theoretical-methodological approaches to the solution of these problems in the dissertation work are considered.