

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

“Turizmin inkişafında investisiya təminatı problemləri” mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

Novruzlu Behbidalı Valeh

BAKİ – 2019

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d. dos. Əhmədov Fəriz Saleh

“ ____ ” _____ 2019-cu il

“Turizmin inkişafında investisiya təminatı problemləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404, “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: Turizmin iqtisadiyyatı

Qrup: 80

Magistrant

Novruzlu Behbədli Valeh
_____ **imza**

Elmi rəhbər

i.ü.f.d., dos. Məmmədov Elşən Qardaşxan
_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d., b.m. Hübətova Suqra İnqilab
_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi
_____ **imza**

BAKİ – 2019

“Investment support problems in the development of tourism”

Summary

The urgency of the research is the choice of the tourism industry as a priority direction in the development of non-oil sector in our country is the attention to this area. The Strategic Road Map, identified planned activities and targets for this sector. Our country has a great potential in tourism, as well as researches in improving the tourism potential and investments for the development of tourism. The purpose of the research is to examine theoretical and practical aspects of investment in the tourism sector, to identify key features and to substantiate entrepreneurship development directions in the efficient use of investment in the tourism sector. Research methods used in the paper: a systematic approach, comparative analysis, statistical, theoretical methodology, observation and judgment methods. The information base of the research project were the findings of The State Statistics Committee, the literature of Ministry of Culture, Tourism Agency and World Tourism Organization. Restrictions of the research are mainly due to the lack of a specific legal framework and statistical information. Results of the research, suggestions, and recommendations on the problem of investment in the development of tourism can be used in the preparation of legal documents, programs, and projects related to the development of tourism. The scientific and practical significance of the results, suggestions and recommendations on the problem of investment in the development of tourism can be used in the preparation of legal documents, programs, and projects related to the development of tourism.

Keywords: Tourism investment, foreign direct investment, incentives, capital

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AB	Avropa Birliyi
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
AİŞ	Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti
AR	Azərbaycan Respublikası
ASC	Açıq Səhimdar Cəmiyyəti
BOM	Beynəlxalq Otel Müəssisələri
BOŞ	Beynəlxalq Otel Şəbəkələri
BTM	Beynəlxalq Turizm Müəssisələri
BXKİ	Birbaşa Xarici Kapital İnvestisiyası
DTT	Dünya Turizm Təşkilatı
İEÖ	İnkişaf Etmiş Ölkələr
İOÖ	İnkişafda Olan Ölkələr
KİV	Kütləvi İnformasiya Vasitələri
KOB	Kiçik və Orta Biznes
KOS	Kiçik və Orta Sahibkarlıq
MTTB	Milli Turizm Təbliğat Bürosu
SIYMF	Sahibkarlığın İnkişafına Yardım Milli Fondu
SYX	Strateji Yol Xəritəsi
TMŞ	Trans Milli Şirkətlər
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul

MÜNDƏRİCAT

	GİRİŞ.....	6
I Fəsil	TURİZMDƏ İNVESTİSİYA TƏMİNATININ ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI.....	10
1.1.	Turizm sferasında investisiya qoyuluşlarının səciyyəvi xüsusiyyətləri.....	10
1.2.	Turizmdə maliyyə resurslarının əsas mənbələri.....	21
1.3.	Turizmdə investisiya qoyuluşlarının əsas istiqamətləri.....	27
II Fəsil	AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFINDA İNVESTİSİYA TƏMİNATI İMKANLARININ TƏHLİLİ.....	32
2.1.	Turizmin inkişafında investisiya qoyuluşlarının səviyyəsinin təhlili..	32
2.2.	Turizmdə investisiya təminatı üzrə beynəlxalq təcrübə.....	37
2.3.	Turizmdə rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi yolları.....	46
III Fəsil	TURİZM SFERASINA İNVESTİSİYA QOYULUŞLARININ SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI.....	54
3.1.	Turizmə investisiya qoyuluşunda dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri.....	54
3.2.	Turizm sahibkarlığının inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri..	62
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	73
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....	76
	Şəkillərin siyahısı.....	80
	Qrafiklərin siyahısı.....	80

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Müasir şəraitdə turizm Azərbaycan iqtisadiyyatının prioritet sahələrindən biridir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm iqtisadiyyata təsir göstərən əhəmiyyətli qüvvə olub, dövlət büdcəsinin formalaşmasında və ticarət balansının stabilləşməsində mühüm rol oynayır. Dissertasiya işi turizmin iqtisadi səmərəliliyi və ölkənin iqtisadi inkişaf strategiyasında onun roluna həsr edilmiş tədqiqat sayıla bilər. Ölkədə turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, bu sahəyə investisiya qoyuluşlarının artırılması, mövcud olan turizm potensialından səmərəli istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, turizm fəaliyyətinin regionlarda stimullaşdırılmasını, fərqli turizm marşrutlarının yaradılmasını, eləcə də rəqabətəqabiliyyətli qiymət təklifinin təmin edilməsini məqsədi ilə “AR turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” AR Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixində ki, Sərəncamında dövlət qurumlarına müvafiq tapşırıqlar verilmişdir. 6 dekabr 2016-cı il tarixində Turizmin İnkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin hazırlanmasında bu sahədə tədqiqatlar aparılmış və görülməli işlər müəyyənləşmişdir. “Milli Turizm Təbliğət Bürosu” Strateji Yol Xəritəsində təyin edilən hədəflərə uyğun olaraq 7 fevral 2017-ci il tarixində yaradılmışdır. Onun əsas fəaliyyət istiqamətlərini: Bakı haqqında dünyada müsbət imic formalaşdırılması, şəhər brendindən istifadə etmək məqsədi ilə uzun müddətli fəaliyyət planının hazırlanması, bu brenddən istifadə zamanı müxtəlif nəzarət tədbirlərinin görülməsi, müxtəlif səviyyələrdə təkrar brendin seçimi, eləcə də marketinq işlərinin koordinasiya edilməsi və turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılması təşkil edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Son dövrlərdə yerli və xarici ölkə alimlərinin əsərlərində müxtəlif istiqamətlərdə dayanıqlı, davamlı inkişafın təmin edilməsində turizmin rolu və onun potensialından istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədi ilə araşdırmalara rast gələ bilərik. Turizm sferasında investisiya təminatı istiqamətində araşdırmalara bir sıra yerli və xarici ölkə alimlərinin əsərlərində rast gəlinir. Azərbaycan alimlərindən A.A.Nadirov, A.H.Salmanov, Ə.Q.Əlirzayev, V.S.Dərgahov, B.Ə.Bilalov, G.Ə.Gənciyev, Z.A.Səmədzadə, H.B.Soltanova, E.Q.Məmmədov və b., xarici alimlərdən O.Bahar,

M.Kozak, Chambers.N, Jolliffe.L və başqaları öz əsərlərində turizmin inkişafında maliyyə təminatı mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi, investisiya cəlb ediciliyinin yüksəldilməsi, turizmin inkişaf amilləri və s. istiqamətlərə dair nəzəri-metodoloji və praktiki məsələlərin tədqiqinə geniş yer vermişlər.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqatın məqsədi turizmdə investisiya təminatının elmi-nəzəri əsaslarının araşdırılması, Azərbaycanda turizmin inkişafında investisiya təminatı imkanlarını təhlil edərək, turizm sferasına investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin artırılması yollarının müəyyənəndirilməsidir. Həmçinin Azərbaycanın turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının səmərəli istifadəsi ilə bağlı elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasıdır.

Qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün dissertasiya işində aşağıdakı vəzifələrmüəyyənəndirilmişdir:

- Turizm sferasında investisiya qoyuluşlarının səciyyəvi xüsusiyyətləri aşkara çıxarmaq
- Turizmdə investisiya qoyuluşlarının əsas istiqamətlərini müəyyən etmək
- Turizmin inkişafında investisiya qoyuluşlarının mövcud vəziyyətinin təhlili
- Turizmdə investisiya təminatı üzrə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi
- Turizmdə rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi yollarının müəyyən edilməsi
- Turizmə investisiya qoyuluşunda dövlətin tənzimləmə mexanizmlərinin təkmilləşməsi
- Turizm sahibkarlığının inkişafında stimullaşdırıcı tədbirlərin görülməsi istiqamətləri

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Tədqiqatın obyektini turizm sahəsinin Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında əsas prioritet sahələrdən biri kimi seçilməsi, investisiya təminatının mövcud vəziyyəti, problemləri, bu sahədə inkişaf perspektivlərinin araşdırılması və təhlili təşkil edir. Tədqiqatın predmetini Azərbaycanın turizm sisteminin inkişaf baxımından bu sahəyə investisiya qoyuluşunun perspektivləri təşkil edir.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasları: Tədqiqat zamanı sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, sahəvi model, statistik, nəzəri metodoloji, müşahidə və mühakimə üsullarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Dövlət Statistika Komitəsi məlumatları, Mədəniyyət nazirliyi və Turizm agentliyinin materialları, Dünya Turizm Təşkilatının materialları, bu sahədə ölkə prezidentin sərəncamları, fərmanları və digər hüquqi aktlar, həmçinin şəxsi müşahidələr təşkil etmişdir.

Tədqiqat nəticəsində əldə edilən elmi-praktiki nəticələr: Turizmin inkişafında investisiya təminatı problemləri istiqamətində irəli sürülmüş təklif və tövsiyələr turizmin inkişafına dair müvafiq normativ-hüquqi sənədlərin, proqram və layihələrin hazırlanmasında istifadə oluna bilər, eləcə də tədqiqat işinin nəticələri elmi-tədqiqat işlərinin aparılmasında istifadə oluna bilər.

Nəticələrin elmi və praktiki əhəmiyyəti: Turizmin inkişafında investisiya təminatı problemi mövzusunda irəli sürülmüş təklif və tövsiyələr turizmin inkişafına dair müvafiq normativ-hüquqi sənədlərin, proqram və layihələrin hazırlanmasında istifadə oluna bilər.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi: dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə, təklif, ədəbiyyat siyahı, şəkillər, qrafiklər olmaqla 80 səhifədən ibarətdir.

I Fəsil TURİZMDƏ İNVESTİSIYA TƏMİNATININ ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1 Turizm sferasında investisiya qoyuluşlarının səciyyəvi xüsusiyyətləri

Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı baxımından turizmin əhəmiyyəti böyükdür. Müxtəlif regionlarda, bölgələrdə, həmçinin bütövlükdə ölkədə turizmin inkişaf etdirilməsi bir çox sosial-iqtisadi problemlərin əsaslı şəkildə həll olunması üçün əlverişli mühit yaradır. Turizmin inkişaf etməsi ilə yeni iş yerlərinin yaranmasına, kənd əhalisinin şəhərə kütləvi axınının qarşısının alınmasına, əhalinin kommunikasiya və mədəni əlaqələrinin artmasına nail olmaq mümkündür. Turizmin inkişaf etdiyi regionlarda mədəniyyətlər arasındakı inteqrasiyanın güclənməsi üçün əlverişli şərait yaranır. Bildiyiniz kimi, digər xidmət sahələri kimi, turizmin inkişafı, turist biznesi ölkədə başqa sahələrin inkişafına da təkan verir. Turizm biznesinin üstün cəhəti kimi, az miqdarda ilkin investisiya ilə artan turist xidmətləri tələbatını, yüksək səviyyəli rentabellik, qısa müddətdə gəlir əldə olunması kimi xüsusiyyətlərinə görə sahibkarları özünə cəlb edir. İqtisadi inkişafın, onun rəqabət qabiliyyətliliyi və dünya ölkələrinə inteqrasiyanı xarakterizə edən əsas göstəricilərdən biri də ölkə ərazisində iqtisadiyyata qoyulan investisiyaların həcmidir. İnvestisiya fəaliyyəti ölkədə ümumi sosial-iqtisadi rifahın yüksəlməsinə, yeni iş yerlərinin açılmasına, məşğulluq probleminin həll olmasına və müasir texnologiyaların tətbiq edilməsinə şərait yaradır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm iqtisadiyyata təsir göstərən əhəmiyyətli qüvvə olub, dövlət büdcəsinin formalaşmasında və ticarət balansının stabilləşməsində mühüm rol oynayır. Ancaq turizmin rolu iqtisadiyyatda bununla bitmir. Bütün dünyada hərəkət edən milyonlarla insana xidmət etmək, turizm sənayesi və infrastrukturunu təşkil edən əlaqəli sahələrdə işləmək üçün minlərlə işçi qüvvəsinin cəlb olunması tələb olunur. Belə olduqda isə sosial problemlərin, məşğulluğun məsələsinin həll olmasında, yaşayış səviyyəsinin və rifahın yüksəlməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Turizm fəaliyyəti ilə bəzi əlçatmaz ərazilərdə məşğulluq məsələsinin həll etmək olar. Beləki, heç bir istehsal mümkün olmuyan ərazidə turizm vasitəsilə insanların işlə təmin

etmək mümkündür. Belə olduğu halda turizm fəaliyyətinə yalnız səyahətlərin təşkili xidmətlərinin təklif olunması kimi deyil, həmçinin iqtisadiyyatın başqa sektorlarının, dövlətin gəlir mənbələri kimi baxılacaqdır. İnvestisiya fəaliyyətində əsas əhəmiyyət kəsb edən məsələ investisiyaların təşviqi və səmərəli idarə olunmasıdır. İnvestisiya - gəlir (mənfəət) və ya sosial fayda qazana bilmək üçün sahibkarlıq və digər fəaliyyət növlərinə ayrılan maliyyə vəsaitindən, həmçinin maddi və əqli sərvətlərdən ibarətdir (Ə.Q.Əlirzayev,2010, səh 138-145). Bu cür vəsait və sərvətlərə aşağıdakılar aiddir:

- pul vəsaitləri, kreditlər, məqsədyönlü qoyulan depozitlər, paylar, səhmlər və başqa qiymətli kağızlar
- daşınan və daşınmaz əmlak
- patent hüququna sahib olan elmi-praktiki və əqli sərvətlər
- istehsalın təşkil edilməsi üçün lazımlı olan ancaq texniki qeydiyyat, patent hüququ olmayan, sahəyə uyğun istehsalat təcrübəsi kimi qurulmuş texniki-texnoloji, kommersiya kimi sahələri özündə birləşdirən biliklər məcmusu (nou-hau)
- su, torpaq, digər təbii ehtiyatlar, qurğular, binalar eləcə də avadanlıqdan istifadə etməh hüququ, müəlliflik hüququ ilə bağlı yaranan digər əmlak məsələləri

İnvestisiya fəaliyyəti - investorların investisiya qoymaq prosesi və onun reallaşması ilə bağlı bütün hərəkətlərinin ümumi məcmusudur (Ə.Q.Əlirzayev,2010, səh 138-145).

Dünya bazarında ölkələr arasında xarici investisiyaların cəlb edilməsi ilə bağlı aparılan güclü rəqabət həm İEO, həm də İOÖ tərəfindən xarici investisiyalarla bağlı normativ-hüquqi bazanın formalaşdırılmasını tələb edir. Dövlətin investisiya siyasətinin əsas istiqamətləri investorların hüquqlarının qorunması və qanunvericilik təminatı ilə bağlıdır. İnvestisiyaların həcmnin artması birbaşa dövlətin investisiya siyasəti ilə əlaqəli olan müvafiq normativ-hüquqi bazanın, iqtisadi şəraitin, informasiya təminatının təkmilləşdirilməsindən birbaşa asılıdır.

Dünya praktikasında investisiyaların təşviq edilməsi baxımından əsasən istifadə edilən mexanizmlər bunlardır:

- vergi tutma obyektı və subyektlərinin, vergi dərəcələri və güzəştlərinin fərqləndirə bilən vergi sisteminin tətbiqi
- kredit və amortizasiya siyasətinin həyata keçirilməsi, o cümlədən əsas fondların sürətli amortizasiya yolu ilə, amortizasiya üzrə güzəştlər, ayrı-ayrı iqtisadi sahələr, əsas fondların və avadanlığın müxtəlif növləri və elementləri üçün dəyişkənliyi və fərqliliyi müəyyən edilə bilər
- dövlət norma və standartlarının təyin edilməsi
- ayrı-ayrı region, sahə və istehsalatların inkişafı üçün subvensiya, subsidiya büdcə borclarının verilməsi
- dövlətin balansında olan mülkiyyətin özəlləşdirilməsi
- azad bazar mühitinin qorunması üçün antiinhisar tədbirlərin görülməsi
- bazarın tələblərinə cavab verən qiymət qoyma siyasətinin reallaşması
- torpaqdan, sudan və başqa təbii ehtiyatlardan istifadə şərtlərinin müəyyənəşdirilməsi
- böyük həcmli investisiya layihələrinin standartlara uyğun şəkildə ekspertizasının keçirilməsi.

Xarici nümayəndəliklərin əsas məqsədləri dünya bazarmda ölkənin mənafeyinin müdafiə edilməsi, milli turizm məhsulunun beynəlxalq turizm bazarma çıxarılması, getmə turizmin stimullaşdırılması, xarici investisiyaların turizm sahəsinə cəlb edilməsidir. Xarici nümayəndəliklərin vəzifələri: turizm sahəsində əməkdaşlıq, turizm və turizm fəaliyyəti haqqında müddəaların öz əksini tapdığı iki tərəfli və çox tərəfli beynəlxalq müqavilələrin, digər hökumətlər arası və idarələr arası saziş və müqavilələrin icrasına nəzarət; beynəlxalq və sazişlərin bağlanması haqqında danışıqlar üçün təkliflərin hazırlanmasında iştirak; dövlət turizm orqanları və gəldikləri ölkənin turizm şirkətləri ilə əlaqələrin qurulması və inkişafı; öz ölkəsinin və gəldiyi ölkənin turizm sahibkarları arasında işgüzar əlaqələrin qurulması və inkişafına yardım; turizm bazarının konyunkturasının

öyrənilməsi; informasiya-reklam fəaliyyəti. Beynəlxalq hüquqi aktlar öz əksini turizm və turizm fəaliyyətində tapır (Ə.Q.Əlirzayev,2010, səh 138-145).

Bir ölkənin zəngin sərvətlərə sahib olması, o ölkənin digər sektorlarına qoyulan investisiyalarında maliyyə sərmayəsi tərəfindən asanlıq yaradacaqdır. Digər resurslar kimi, bir ölkə zəngin turizm qaynaqlarına və potensialına sahibdirsə, burada lazımlı infrastruktur investisiyaları ilə dəstəkləyəcək istehlakçıya uyğun keyfiyyət və qiymətdə marketinq araşdırılması edə bilirsə, bu sektora qoyulacaq investisiyaların və burdan əldə ediləcək gəlirin ölkə iqtisadiyyatına ciddi fayda yaradacağı şübhə doğurmur. İnvestisiyalar bir ölkə üçün çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Əgər investisiya yoxdursa istehsalda yoxdur deməkdir. İstehsal dayanmışdırsa iqtisadi inkişafda böyümə müzakirə mövzusu ola bilməz, belə olduğu halda isə ölkənin əhalisi getdikcə yoxsullaşacaqdır. Turizm investisiyası, “bir turizm müəssisəsinin məqsədi qənaətbəxş fəaliyyət şərtlərilə davam etdirilməsi, inkişaf etdirilməsi, rəqabət gücünün qorunması və başqa məqsədlərlə, bir ildən uzun vaxt istifadə edilə biləcək kapitalın əldə edilməsi və fəaliyyətlərin axsamadan davam edə bilməsi üçün lazımlı müəssisə kapitalı aktivlərinin satın alınması” kimi bilinir. Turizm investisiyaları, bir destinasyonu turizm məqsədilə ziyarət edən yerli və xarici turistlərin qeyd olunan destinasiyada keçirdiyi vaxt içərisində qonaqlama, yemək-içmək, əyləncə və istirahət tələbatlarını qarşılamaq məqsədilə qurulan bina, obyekt, ərazi və nəqliyyat vasitələrilə bunların istifadəsinə görə edilən xərclərin hamısı kimi ifadə olunur (Bahar, O. və Kozak, M. 2013, səh 31).

Turizm investisiyası çərçivəsində dəyərləndirilən əməliyyatlar arasında aşağıdakılar yer alır: turizmin əsas və müştərək tikililərin inşaatı, turizm obyektini genişləndirmək və ya dəyişdirilməsi məqsədilə çəkilən xərclər, xərc və riski azaltmaq məqsədilə edilən xərclər, zaman görə köhnəlmiş və ya texniki cəhətdən köhnəlmiş, bu səbəblə rasionallığını itirmiş obyekt və avadanlığın dəyişdirilməsi, yenilənməsi üçün çəkilən xərclər, peşə təminatı üçün çəkilən xərclər və əsaslı yenidənqurmalar. Bu baxımdan turizm investisiyalarını: İnfrastruktur, qonaqlama

obyektləri və digər xidmət obyektləri investisiyaları olaraq 3 qrupa bölmək mümkündür.

1. İnfrastruktur investisiyaları adətən mərkəzi və ya regional dövlət qurumları tərəfindən reallaşdırılan: yol, liman, körpü, hava limanı kimi infrastruktur obyektləri və su, elektrik, kanalizasiya, telekommunikasiya kimi əsas xidmətlərə istiqamətlənən investisiyalardır. Bu investisiyaların reallaşdırılmasında əsas məqsəd birbaşa turizm sənayesini inkişaf etdirmək olmasada, bu infrastrukturun yaranması turizmin inkişafına ciddi şəkildə müsbət təsir edir.

2. Qonaqlama obyekti investisiyaları, daim yaşadığı yerlərin kənarına çıxan insanların müvəqqəti olaraq qalma və gecələməsi kimi tələbatlarını ödəmək məqsədilə otel, motel, pansiyon, kempinq, istirahət yerləri və oxşar çarpayılı obyektlərə qoyulan investisiyalardır. Bunlar turizm üçün ictimai yaşayış obyektlərinə qoyulan investisiyaların ən vacib hissəsini təşkil edir. Turistin müəyyən bir bölgəyə səfər etməsi və iqtisadi fayda əldə etməsi üçün qonaqlama obyektlərinin əhəmiyyəti böyükdür. Digər xidmət obyektlərinə qoyulan investisiyalar, infrastruktur və qonaqlama xaricində qalan və turistlərin yemək-içmək, əyləncə, idman, alış-veriş kimi tələbatları qarşılamaq üçün qurulan restoran, kafe, çay evləri, hovuzlar, idman obyektləri, çimərlik, əyləncə məkanları, rəqs və oyun yerlərinə qoyulan investisiyalardır. Bunlar, qonaqlama obyektlərinin daxilində və ayrı şəkildə fəaliyyət göstərə bilər.

3. İnfrastrukturun və turizm obyektlərinin böyüməsi, inkişaf etməsi və yenilənməsi məqsədilə çəkilən investisiya xərcləri və mövcud turizm məhsullarının inkişaf etdirilməsi, istehsal və satışın asanlaşdırılması məqsədilə çəkilən investisiya xərcləridə turizm investisiyası daxilindədir. Nəticə etibarilə turizm məhsulunun mövcud standart və miqdarda başa gəlməsi üçün daha əvvəldən lazımlı investisiyaların planlaşdırılmalı və qoyulması lazımdır. Bir ölkə təbii, tarixi və yaxud mədəni baxımdan çox zəngin sərvətlərə sahib olsada, bunlara turistin faydalanması üçün lazımlı olan investisiya qoymadığı halda, o ölkədə turizmin inkişafı bir o qədər də mümkün deyildir. Məsələn, bir regionun çox gözəl dəniz sahilləri və qumsallıqları olsun, ancaq ora gediş-gəliş üçün uyğun nəqliyyat sistemi

olmasın və ya turistlərin qalacağı otel, istirahət yerləri və başqa ictimai yaşə obyektləri olmasın, o yerin çox ecəzkar resurslara sahib olmasının əhəmiyyəti olmayacaqdır. Bu səbəblə investisiyalar, ölkənin gələcəkdəki istehsal potensialını artıran xərclərdir. Xüsusilə az İEÖ-in turizm sektorunda, Qərb standartlarında bir turizm infrastrukturuna istiqamətlənmiş obyektlərin inşa edilməsi üçün lazım olan maliyyə mənbələrinin çatışmazlığı, turizmin inkişafında və rəqabət gücü qazanmasında destinasiya üçün böyük bir maneədir. İstənilən investisiyanı reallaşıra bilmək gücünə sahib olan destinasyalar üçün isə bu, rəqabət üstünlüyü qazanmaq baxımından bir avantaj deməkdir. Buna görə, investisiyalarla rəqabət üstünlüyü arasında düz mütənasiblik əlaqəsi olduğun deyə bilərik. Sənayeyə qoyulan investisiyaların yenidən qaytarılma vaxtı 4-5 il olmasına baxmayaraq, turizmə qoyulan investisiyalarda bu vaxt 7-10 il ola bilər. Misal üçün otellər şəbəkəsinin başa gəlmə xərci 1-1,5 milyard dollar təşkil edərsə və bununda çox ciddi bir investisiya olduğunu nəzərə alsaq, bu pulun müəssisə tərəfindən qazanılması qeyd etdiyimiz kimi 7-10 il müddətində mümkün olacaqdır. Əlbətdə ki, investisiya qoyulan regionda iqtisadi böhran, xəstəliklər, viruslar və ya təbii fəlakətlərin və digər hadisələrin baş verməyəcəyin desək. Bu səbədən, dünya miqyasında turizm investisiyaları riskli investisiya olaraq qəbul edilir və tətbiq olunan təşviq proqramları ilə dəstəklənir. Burada da, digər sahələrdə olduğu kimi, turizm investisiyalarının bəzi özünə məxsus xüsusiyyətləri var. Bu sektorda investisiya qoymaq istəyən insanlar və təşkilatların turizm investisiyalarının vacib xüsusiyyətlərinin nələr olduğunu bilmələri lazımdır. Beləcə gəlir-xərc analizinin daha real şəkildə edilməsilə təsirli və düzgün investisiya qoymaq qərarı qəbul olunacaqdır. Turizm investisiyalarının ən vacib xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- Turizm investisiyaları, xüsusilədə qonaqlama müəssisələri investisiyaları, təşkilat və müəssisələr səviyyəsində böyük miqyasda sabit kapital investisiyasına ehtiyac yaranır. Həmçinin texnoloji yeniliklər və dəyişən istehlakçı tələblərinin qarşılınması üçün ciddi həcmdə qoyulan investisiyaların olması xərcləri artırır. Dünya miqyasında bütün ölkələrdə və turizmində daxil olduğu bir çox sahədə

xərclər müxtəlif səbəblərdən artır. Ancaq əldə olunan mənfəətlər investisiyanın dəyərində görə gedərək azalır.

- Turizm investisiyalarında çox halda əlavə dəyər faizi istehsal dəyərinin 70-80 % səviyyəsinə çatır və turizm sektorunun multipikativ təsirinin yüksək olmasıda turizmə qoyulan investisiyaların gəlirliliyini yüksəldir.

- Turizm investisiyaları arasında demək olar ki, ən əhəmiyyətli infrastrukturla bağlı olanlardır. İnfrastruktur investisiyalarının qoyulmadığı bir turizm regionunda, digər turizm investisiya qoyuluşlarının mənfəətli olmasını gözləmək rəasional deyildir.

- Ətraf mühiti çirkləndirmədən reallaşdırılan turizm investisiyaları və davamlı investisiya qoyuluşları, turizm anlayışı çərçivəsində iqtisadi inkişafın baş verməsi üçün, turizm investisiya layihələrinin, regionun turizmlə bağlı nəqliyyat səviyyəsi (potensialı) və digər ətraf mühit təsirləri qiymətləndirilərək planlaşdırılması lazımdır.

- Turizm: başda terror və müharibə hadisələrilə və təbii fəlakətlərdə daxil olmaqla, siyasi, iqtisadi və regional qeyri-sabitliklərdən və digər mənfə hadisələrdən çox tez təsirlənən bir sahədir. Bu cür hadisələrin olmasına baxmayaraq iqtisadiyyatdakı digər məhsul və xidmətlərin istehsalı, istehlakı, həmçinin ixracatı davam edə bilər, lakin turizmə bu cür hadisələr çox təsir edir.

- Digər sahələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələr, məhsulun maya dəyərində əlavə olan vergi, xərclər və başqa məhsul tələbinə mənfə şəkildə təsir edən və xərclərin artmasına səbəb olan faktorları birbaşa istehlakçıya təsir etdiyi halda, turizm sektorundakı otel, qonaqlama obyektləri və başqa müəssisələrin bunları istehlakçıya yönləndirməsi hər zaman mümkün deyildir. Bunlarda investisiya dəyərini yada kapitalın geri qayıtma müddətinə mənfə təsir edəcəkdir.

- Turizm sahəsinin fərqliliyi səbəbindən, məhsul əsasən ilin müəyyən vaxtlarında istehlakçıya təklif edilir. Bu isə turizmdə məşğulluğun mövsümlük olmasına səbəb olur. Turizm müəssisələri, sahib olduqları kadrları itirməmək üçün bu insanlara müəyyən ödəmələr edir və bu şəkildə xərclərə təsir edir. Turizmə

qoyulan investisiyaların geri qayıtması nisbətən uzun vaxt çəkdiyi üçün bu vəziyyət müəssisənin faydlılığına mənfi təsir edə bilər (Bahar.O, (2010), səh 27-40).

Turizm investisiyaları və əlaqələrin təsirləri. Hər hansı bir sektorda fəaliyyət göstərən firma, qurulma mərhələsindəki investisiya xərclərilə, müəssisə mərhələsində istehsal etdiyi məhsul və xidmətlər (output) üçün istifadə edilən vaxt, mallara (input) çəkdiyi xərclərlə, iqtisadiyyatın digər sektorlarındakı istehsal səviyyəsinə birbaşa yada dolay şəkildə təsir etməyə sahibdir. Turizm sektorunda istehsal olunan məhsul və xidmətlər, digər sektorlardakı istehsalın bir mərhələsi şəklində ara məhsul olaraq istifadə edilə bilər. Qeyd etdiyimiz məlumatlardan bu nəticəyə gəlmək olar: iqtisadiyyatın hər hansı bir sektorunda meydana gələn iqtisadi daralma, durğunluq, tələbə mənfi təsir edir və ya bunun tam əksi yəni müsbət dəyişiklik baş verdikdə isə iqtisadiyyatda canlanma, tələbin artması baş verir. Turizm investisiyalarının istehsal-gəlir effekti arasında əlaqə mövcuddur. İqtisadiyyatda milli gəlir və məşğulluq səviyyəsini təyin edən iki xərc vardır. Bunlardan birincisi istehlak xərcləri, digəri isə investisiya xərcləridir. Bütün ölkələrdə investisiya qoyuluşlarına çəkilən xərclər, istehlak xərclərinə görə milli gəlirin proporsional olaraq daha az bir hissəsini meydana gətirməsi halında, makroiqtisadi məsələlərin həll edilməsində daha çox əhəmiyyət daşıyan bir mövzudur.

Bunun birinci səbəbi, investisiya məhsulları tələbi bütün tələbin əhəmiyyətli bir hissəsini yaratmaqla istehsal, gəlir və məşğulluqdakı dəyişikliklər istehlak xərclərindən çox, investisiya xərclərindəki dövrü dalğalanmalardan təsirlənir. İkinci olaraq investisiya məhsulları istehsalındakı dalğalanmalar, istehlak məhsul və xidmətlərinin istehsalındakı dalğalanmalardan daha çox təsirlidir. Üçüncü olaraq da, investisiya xərcləri, iqtisadiyyatın investisiya tutumu üzərindəki təsirləri səbəbilə önəmli bir yerə sahibdir. Ancaq iqtisadi analizlərdə sadəcə investisiyaların iki istiqamətli təsirindən bəhs olunur. Birincisi investisiyaların son tələb ünsürü (yəni xərc maddəsi) olaraq gəlir yaradan təsiri və digəridə, yəni ikincisi kimi də, investisiyaların sabit kapital stokunu genişləndirməsi səbəbilə meydana gətirdiyi tutum yaradıcı effektidir. Turizm sektorunda qoyulan bir investisiya xərci, ilkin

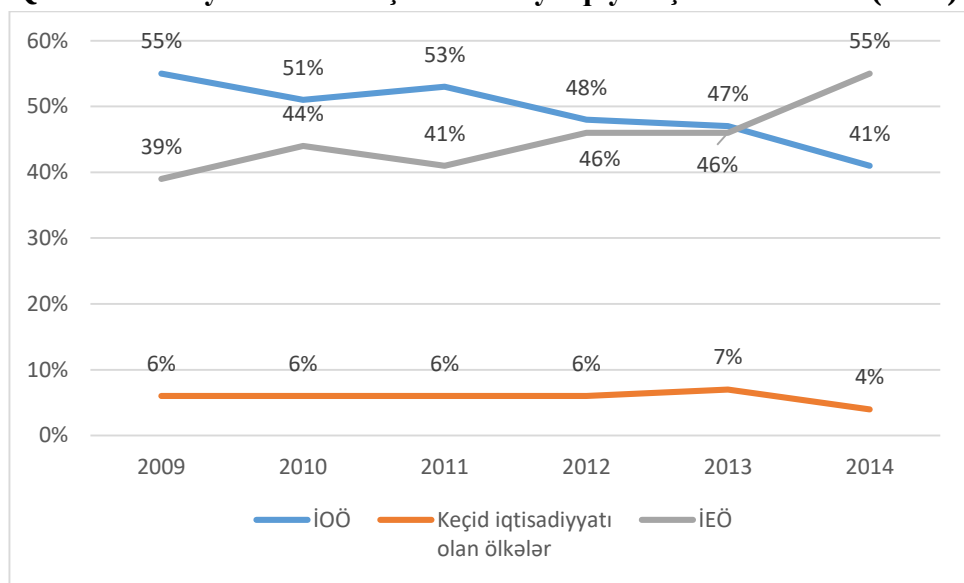
olaraq investisiya məhsulları istehsal edən digər sektorlarda bir son tələb artımı meydana gətirər. Turizmi inkişaf etdirmək və böyütmək məqsədilə çəkilən investisiya xərci və bunun nəticəsindəki pul transferi digər sektorlar üçün gəlir və stimul yaranmış bir tələb təsiri yaradaraq milli gəlirin artmasına səbəb olacaqdır. Turizm investisiyalarındakı artım başlanğıcda milli gəliri artıracaq, gəlirdəki bu artım istehlak xərclərini artıracaqdır, istehlak xərclərindəki bu artım isə təkrar gəlirin artmasına və bir-birini izləyən gəlir-istehlak xərcləri nəticəsində gəlirdə, ilk başda çəkilən xərclər məbləği üzərində bir artım təsiri yaradacaqdır. Bu effektdə makro iqtisadiyyatda multipikativ effekti deyilir. Multipikativ effekti iqtisadiyyatda əlavədən nə qədər gəlir yarandığını yada turizm gəlirinin fəaliyyətini ölçmək üçün istifadə olunur. Turizm, milli iqtisadiyyatda multipikativ effekti səbəbilə geniş əhatəli bir gəlir effekti yaradır. Çünki, turistlər getdikləri ölkədə, qonaqlama, yemək-içmək, nəqliyyat, alış-veriş və rekreasiya kimi tələbatlarını qarşılamaq üçün müəyyən istehlak xərcləri çəkmək məcburiyyətindədirlər. Bu fəaliyyətlərin edilə bilməsi üçün turizm investisiyaları şəklində turizm bölgələrində otel, istirahət məkanları, restoran, hava limanı, ticarət mərkəzləri kimi müəyyən obyektlərin inşa edilməsinə tələbat yaranır.

Beləliklə turizm investisiyalarının effektiv şəkildə qoyulması nəticəsində ortaya çıxan istehlak xərcləri isə o ölkə iqtisadiyyatı üçün müxtəlif şəkillərdə dövr edərək dolayı yoldan yeni gəlirin meydana gəlməsini əmələ gətirir. Turistlərdən gəlir əldə edən müəssisələr, verdikləri xidməti davam etdirə bilmələri üçün fərqli sektorlardakı digər müəssisələrdən məhsul və xidmət alırlar və turistlərdən əldə edilən gəlirin bir qismi təkrar xərc yolu ilə iqtisadiyyata geri qayıdır. Bu mexnizmin işləməsi nəticəsində meydana gələn son turizm gəliri, daxili və xarici turistlərin istehlak məqsədilə çəkilən xərcləri, turizm məqsədli investisiya xərclərinə müqayisədə olduqca çoxdur. Turizm və birbaşa xarici kapital əlaqəsi. Az İEO iqtisadi inkişaf söylərində vacib bir kapital çatışmazlığı ilə qarşılaşdığı halda, İOO-lərdə kapital seçimi daha çoxdur (qrafik 1).

Qrafik 1-dən göründüyü kimi ümumi dünya səviyyəsində investisiya qoyuluşlarında olan artım əsasən İOO-in payına düşür. 2014-cü ildə Keçid

İqtisadiyyatı ölkələrinə qoyulan investisiyalarda ki, azalmanın əsas səbəbi geosiyasi səbəblərə görə risk daşması olmuşdur. Ölkələr arasında kapital qoyuluşları baxımından ortaya çıxan bu qeyri-sabitlik, dünya iqtisadiyyatında resurs paylanması təsirli olmaması nəticəsini yaradır. Xaricə qapalı bir iqtisadiyyatda milli gəlir kapitalın tək mənbəyidir. Ancaq xaricə açıq bir iqtisadiyyatda milli investisiyalar xarici kapital ilə birlikdə maliyyələşdirilə bilər. Az İEÖ-in maliyyə cəhətdən sərbəstləşdirmək məqsədi ilə proqramlarla xarici əlaqələrlə beynəlxalq kapitalın dövriyyəindən faydalanmağa çalışırlar.

Qrafik 1. Dünya üzrə birbaşa investisiya qoyuluşlarının həcmi (%-lə).



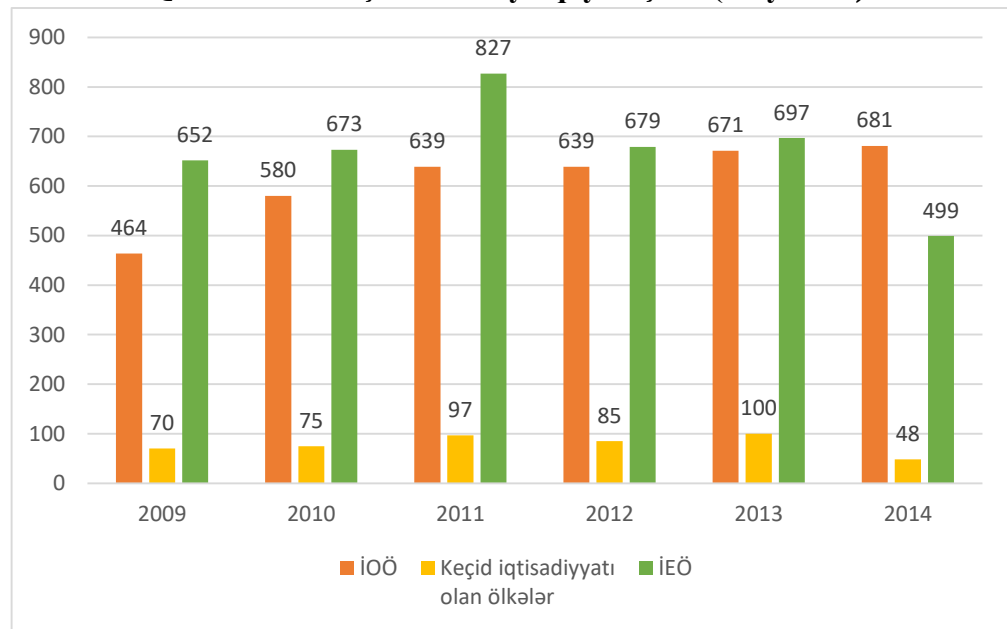
Mənbə: <http://www.turob.com/Resources/doc>

Bu baxımdan baxdığımızda, xarici kapital ölkəyə iki fərqli şəkildə daxil ola bilər: ilk olaraq qiymətli kağızlar şəklində və digər bazar alətləri şəklində, ikinci daha uzun müddətli ölkənin kapital ehtiyatlarını və istehsalını artıracaq fabrik, zavod, texnoloji investisiya ilə bina və daşınmaz əmlakın alınması və vəşqa vasitələrlə ölkəyə daxil ola bilər.

BXKİ, az İEÖ-in kapital yığıcı və texnoloji inkişafı ilə bağlı olaraq üsdündə ən çox aktiv olan maliyyə mənbəyidir. Az İEÖ-ə, İÖÖ-lərdən gələn özəl kapital investisiyaları və texnoloji baxımdan bağlanan müqavilələr və ya geniş mənada xarici maliyyə təşviqləri vasitəsilə daxil olur (qrafik 2). Qrafik 2-dən

göründüyü kimi İÖÖ- birbaşa investisiya qoyuluşlarında stabil artım göstərmişdir. Keçid iqtisadiyyatı ölkələrində yaranan vəziyyətin investisiya qoyuluşlarının azalmasına səbəb olması qrafikdəndə aydın olur. Az İEÖ-i, B XKİ qoyuluşu və texnoloji ləğv etmək üçün səbəb olan faktorlar, ölkə təsərrüfatının çatışmazlığı, ödəmələr səviyyəsindəki kəsrlər və texnoloji cəhətdən geri qalmaqdir. Necə ki, 1975-1995 ci illər ölkələr arasında məqsədyönlü görülen işlər, yalnız B XKİ qoyuluşlarının iqtisadi artımdakı qatqısının kifayət etmədiyini göstərməklə, həmçinin inkişaf etmiş maliyyə bazarlarına sahib olan ölkələrin B XKİ qoyuluşlarından daha nəzərə çarpan şəkildə fayda əldə etdiyi ortaya çıxmışdır.

Qrafik 2: Birbaşa investisiya qoyuluşları (milyard \$).



Mənbə: <http://www.turob.com/Resources/doc2>

Bu səbəblə də az İEÖ, İÖÖ istədikləri və özləri üçün çox lazım olan B XKİ qoyuluşlarını ölkələrinə gətirmək məqsədilə, pul, kapital və maliyyə bazarlarında bəzi liberal iqtisadi proqramlarla struktur baxımından tələb olunan şərtləri yaratmaq üçün çalışırlar. B XKİ qoyuluşları deyilən zaman əsasən bu anlayışın, TMS və onların istehsal və ticarət strukturu ilə əlaqələndirilir. OLI pradiqması (OLI paradigm) və ya Eektrik pradiqması (Electric Paradigm) kimi bildiyimiz teoriyaya görə TMS–in B XKİ edə bilməsi üçün üç şərtin bir yerdə reallaşması lazımdır. Birincisi, mülkiyyət üstünlükləri (ownership advantages) şərtidir. Bunlar əsasən əqli və sənaye mülkiyyəti hüquqları kimi maddi olmayan, TMS–ə yerli

firmalar qarşısında rəqabət üstünlüyü əldə etməsinə şərait yaradan üstünlüklərdir. İkincisi, yerləşdiyi yer üstünlükləri (location advantages) isə B XKİ qoyuluşunun hansı ölkədə qurulacağını müəyyən edən üstünlüklərdir. Axıncısı T MŞ-in sahib olduqları aktivləri yerli ölkə şirkətlərinə icarəyə vermək və ya satmaq yerinə özünün istifadə etməsinin daha gəlirli olduğu vəziyyəti ifadə edən daxililəşdirmə üstünlükləridir (internalisation advantages). Bu üstünlüklərin hamısını bir bütün olaraq qiymətləndirilməsi nəticəsində T MŞ, birbaşa xarici investisiya qoyuluşu, ixracat və ya lisenziya müqaviləsilə əldə edə bilməyəcəyi seçimlərdən birini seçməlidir. Başqa bir deyimlə, T MŞ-in birbaşa xarici investisiya etməsi üçün ixracat və ya lisenziya müqaviləsi vasitəsilə əldə edə bilməyəcəyi bəzi üstünlüklərin müzakirə olması və ya bunların daha gəlirli olması lazımdır. Qeyd etdiklərimizdən bu nəticəyə gələ bilərik ki, B XKİ qoyuluşlarının səbəbləri iqtisadi, davranış və stratejidir. Bunlar xam maddə mənbələri, fəaliyyətlərin bütövləşməsi fikri, ötürülməmiş məlumatların dünyada hərəkətini təşkil etməkdir. İtəlxçi ölkənin qoyduğu tarifə və kvotalardan yayınmaq, ölkə daxili məhdudiyyətlərdən xilas olmaq, investisiyaları beynəlxalq çeşitləndirmək, ucuz xarici faktor istifadəsi, xarici texnologiyaları istifadə etmək kimi səbəblərdir (Bahar və Kozak, 2013, səh 29-35).

1.2 Turizmdə maliyyə resurslarının əsas mənbələri

21-ci əsrin birinci rübündə günümüzdə iqtisadi inkişafa müəssisə funksiyalarında daxil olduğu məlumdur. Artıq müəssisələrin ən önəmli funksiyalarından biri kimi formalaşan maliyyə funksiyasında investisiya və daha sonrakı mərhələlərdə əhəmiyyətli bir hala gəlmişdir. Bu çərçivədə maliyyəni ümumi olaraq izah etsək, investisiya və fond təşkil etməyə istiqamətlənmiş bütün hərəkətlər kimi deyə bilərik. Maliyyə ehtiyacı isə ümumi şəkildə bütün müəssisələrdə olduğu kimi BOM-də kimidir. BOM maliyyə ehtiyacı üç mərhələdə yaranır. Qloballaşma dünyada beynəlxalq ticarətin artması ilə birlikdə ölkələrin idxal və ixrac rəqəmlərində də dəyişikliklərlə əlaqəli olaraq xarici ticarətdə müsbət və mənfi saldo yaratmağa başlayır. Xüsusilə idxalı, ixracından çox olan ölkələrdə ticarət saldosunda ki, fərqi azaldan təsirə malik olan turizm gəlirləri böyük

əhəmiyyət kəsb edir. Bu vəziyyət turizm sənayesinin inkişafına və dəyişməsinə səbəb olur. Müəssisələr dəyişən və inkişaf edən turizm sənayesində rəqabət apara bilmək və müəssisələrin daimiliyini qoruya bilmək üçün çox şey göstərir. Müəssisələr həm investisiya zamanında həm də fəaliyyət zamanlarında kapital ehtiyacından əmələ gələn maliyyə çətinliklərilə qarşılaşır. Bu vəziyyəti aradan qaldırmaq və minimum səviyyəyə salmaq üçün maliyyə bazarlarına müraciət edirlər. Müəssisələr maliyyələşmə ehtiyaclarını qarşılayanda maliyyələşdirmə xərclərini əldə etmək üçün sərf edilən vaxt və əldə edə bilmə imkanına diqqət göstərir. Bununla yanaşı maliyyə sahəsində müəssisə ehtiyaclarına cavab verən əhəmiyyətli yeniliklər və dəyişikliklər baş verir.

1980-ci illərin əvvəllərində baş verən maliyyə yenilikləri ilə, Lizing (Leasing), Factoring, Risk kapitalı (Venture Capital), Forfeiting kimi vasitələr istifadə olunmağa başlamışdır. Müəssisələrin ehtiyaclarına istiqamətlənmiş az xərcli, uzun müddətli, əldə etmək imkanı yüksək maliyyə vasitələri inkişaf etmişdir. Həmçinin valyuta miqdarı və ticarət məhsulu qiymətinin artımı kimi risklərə qarşı qoruya biləcək törəmə məhsulları müəssisələrin istifadəsinə verilmişdir. Hər müəssisənin olduğu kimi turizm müəssisələrinə böyüməsi və mövcud strukturunu qoruya bilməsi üçün maliyyələşmə ehtiyacı yaranır. Turizm müəssisələri həm investisiya mərhələsində, həm də fəaliyyət etdiyi dövrdəki maliyyələşmə ehtiyaclarını maliyyə bazarları vasitəsi ilə ödəyir. Bu bazarlarda olan məhsulların aktiv istifadəsi müəssisələrin fond xərclərini azaldacaq, performansına müsbət şəkildə təsir edəcəkdir. Turizm müəssisələri ölkə iqtisadiyyatına çox böyük faydalar verir. Turizm müəssisələrinin bu faydalarını davam etdirə bilməkləri üçün investisiya və maliyyə ehtiyaclarının qarşılanması lazımdır. Turizm müəssisələrinin kapital ehtiyacının qarşılanmasında maliyyə vasitələri vacibdir. Müəssisələrin aktivlərini saxlama qabiliyyətlərini, bazar şərtlərində rəqabət apara bilməsi və son məqsədləri olan mənfəət əldə etdikdə maliyyə qərarları öz təsirini göstərir. Bu səbəblə müəssisələr maliyyə məsələsindəki qərarlarını verən zaman maliyyə üsullarından istifadə edirlər. Maliyyə üsulları: Lizing (Leasing), Factoring, Risk kapitalı

(Venture), Forfaiting, Barter, Opsiyon, Forward, Futures, Swap olaraq qeyd etmək olar (Usta Ö. , (2008), səh. 84-92).

Swap müqavilələri, iki tərəf arasında edilən faiz və əsas pul ödənişlərinin, şərtlərini əvvəlcədən təyin edərək, dəyişməni təşkil edən bir maliyyə üsuludur. Swap əməliyyatında bir pul vahidi başqa bir pul vahidi ilə eyni gün içərisində dəyişdirilir. Ancaq, bir müddətli əməliyyat növü olan Swap da, satılan pul vahidi sonrakı bir gündə tərs bir əməliyyatla geri qaytarılır. Swap da məqsəd, faiz miqdarları ilə valyuta məzənnələrində dalğalanmaların yaratdığı riski minimuma endirməkdir. Opsiyon müqaviləsi, iki tərəf arasında bağlanan, tərəflərdən birinin, gələcəkdə bir məhsul və əmtəəni sabit qiymətlə almaq və satmaq hüququnu əldə etmək və bu hüququ istədiyi zaman istifadə edə bilmək imkanına sahib olmaq üçün premiya ödədiyi müqavilədir. Opsiyonların riski azaltmaq xüsusiyyəti məhdud bazarlar dürətli bir inkişaf gösdərməyindəki ən böyük faktordur. Ümumi olaraq opsiyonlar, sahibinə müəyyən sayda bir qiymətli kağızın və ya malın, əvvəlcədən təyin olunan qiymətdən, müəyyən bir vaxt ərzində alqı və satqı hüququnu verən müqavilədir. Forward vaxtı, miqdarı və qiyməti əvvəlcədən təyin edilmiş bir qiymətli kağızın və ya malın gələcək bir tarixdə verilməsini bildirən forward müqavilələri olaraq bilinir. Qiymətlərdə ola biləcək dalğalanmaların yarada biləcəyi naməlumluqlara qarşı, faydalana biləcək bir riskdən yayınmaq və qorunmaq üsulu (hedging) kimi də tanınır.

Futures qiyməti bu gündən sabitlənməsi şərtiylə bilinən bir məhsulu gələcəkdə təhvil verilməsi yada təhvil alınmasını nəzərdə tutan müqavilələrin satıldığı mütəşəkkil bazarlarda edilən əməliyyatlardır. Belə desək, futures müqavilələr mütəşəkkil birjalarda reallaşdırılan forward əməliyyatları şəklində düşünülür. İlk investisiya, investisiyanın başladığı bu mərhələdə, ərazilə təmin olma, inşaat və təchizat ləvazimatları ilə təmin olma və layihə hazırlanması üçün maliyyə mənbələrinin tapılmasından ibarətdir. Otel investisiyalarının xərcləri çox olduğuna görə uzun dövrü maliyyə mənbələrinə ehtiyac yaranır. Bu mərhələdə turizmə təşviq kompaniyaları başlayır. Turizm təşviqləri, həm investisiya həm də fəaliyyətləri davam etdirmə baxımından investora köməklik edir. Fəaliyyətlərin

davam etdirilə bilməsi üçün xərclərin müqayisəsi, BOM-in fəaliyyətlərini qısa dövrdə davam etdirilməsi üçün lazımlı maliyyə ehtiyacının təmin olunmasından ibarətdir. Bu mərhələdə fəaliyyətlərin davam etdirə bilmək üçün maliyyə mənbəyi tapılır və xərclər ödənilir. Böyümə, beynəlxalq səviyyədə böyümə, yeni investisiyaların edilməsi və ya maliyyə baxımından fiziki tutumun artırılması kimi səbəblərə görə, dolayı mənbə yaradılması mərhələlərindən ibarətdir. Məsələn, Türkiyədə yerləşən bir otel müəssisəsinin, Dubayda otel müəssisəsi açma bilmək üçün özünə yeni səhmdar taparaq işə davam etməsi böyümə çərçivəsində məqbul hesab edilə bilər. Maliyyə mənbələri: öz hesabına, yeni müəssisənin ilk maliyyə təminatçısı müəssisə sahibi və ya sahibləridir. Müəssisələr qurulduqdan sonra yeni səhmdar alaraq, səhmlərini təklif edərək özlərinə kapital cəlb edə bilərlər.

Müəssisənin öz kapitalı, satıcılar və müəssisəyə kredit verən banklar baxımından olduqca əhəmiyyətlidir. BOM-da öz mənbəsi ilə maliyyələşdirilməsi, müəssisə fəaliyyətləri nəticəsində yaranan mənbə, bir hissəsinin və ya bütöv, həm qanuni baxımdan, həm də müəssisə rəhbərliyinin qərarları ilə dividendlərin tamamilə bölüşdürülmədən müəssisədə saxlanması yolu ilə də kapital ehtiyacının qarşılanmasıdır. Xüsusilə BOŞ-da çox yüksək səviyyədə şəxsi mənbəyə sahibdir. Bu səbəblə yeni investisiyalar qoyarkən bu investisiyanı rahat şəkildə maliyyələşdirə bilirlər (Ceylan A. və Korkmaz T. (2008), səh. 64-67).

Xarici mənbə, müəssisə xaricindən əldə edilən uzun müddətli və qısa müddətli fondlar olaraq bilinir. BOM xarici mənbə təmin edəndə əlində olan ərazi, bina və obyektlərini ipoteka göstərərək bu sahədə ixtisaslaşmış rəsmi və ya özəl maliyyə təşkilatlarından kredit ala bilirlər. Kreditin həcmi müəssisənin sahib olduğu cari dəyərin əsasən 60 % -in təşkil etdir. Xarici mənbələrlə maliyyələşdirmə ehtiyacı yaranan müəssisənin yerləşdiyi makro və mikro səviyyədəki göstəricilər və təşviqlər, müəssisənin və ya filiallarının əvvəlki performans, etibar, bazar payı, qiymət siyasəti, rəqabət şərtləri və qərarlılıq vəziyyəti müsbət olduğu ölçüdə risk azaldan təsirləri səbəbilə istifadə xərclərinin azalması maliyyə bazarındakı şərtlərdən asılıdır. Ancaq nəticə olaraq banklar və maliyyə təşkilatları borc qaytarma riskini azaltmaq üçün təminatlar və ya ipoteka tələb edirlər. BOŞ üçün

yüksək etibar və yüksək dərəcədə sahib olduqları daşınmaz əmlakları yetərli təminatı yaradır. Lizing, müəyyən bir vaxt üçün, icarəçi və icarəyə götürən arasında imzalanan və istehsalçıdan icarəçi tərəfindən seçilib, icarətə götürən tərəfindən satın alınan bir malın mülkiyyətini icarəyə götürəndə, istifadə haqqı isə icarəçidə saxlanılan bir müqavilədir. BOM-də sabit kapital tələb edən aktivlərinin bir hissəsini və ya tamamını lizing yolu ilə təmin edərək maliyyə rahatlığı əldə edə bilirlər. Turizm müəssisələri əksəriyyəti bir müqavilə ilə əmlak və bina üçün bu maliyyələşdirmə üsulunu seçirlər. Müəssisələr üçün vacib olan malın mülkiyyəti deyil istifadəsidir. Kiralar vergidən azad ola bilər, yeniləmə asanlığı var və müəssisə kapitalı ən gəlirli ola biləcək sahələrə istiqamətlənə bilər. Turizm müəssisələrində lizing vasitəsilə bina, torpaq, əvadanlıqlar, obyektlər və nəqliyyat vasitələri təmin edilərək ilk kapital investisiyası və ya uzun müddətli borclanma zərurətini əhəmiyyətli səviyyədə azalda bilər. Otel müəssisələrində Condominium, otel müəssisəsində qoyulacaq investisiyanın ümumi başa gəlməsi obyektəki, otaq sayına bölünərək, alınacaq qiymətlə otaqları satışa çıxarılır. Otağı alan insan bir tərəfdən obyektin müəyyən payına sahib olur, digər tərəfdən də müəyyən dövrlərdə qalma və kirayə vermək hüququna sahib olur. Condominium metodu ilə maliyyə təmin etmək əsasən ABŞ-da istifadə olunur. Franchising əsasən imtiyaz verən şirkətin öz adını, imtiyazı alan şirkətə müəyyən şərtlər daxilində istifadə hüququnu müəyyən bir ödəniş qarşılığında verdiyi uzun müddətli müqavilələrdir. İmtiyaz verən şirkət, ad, marka, informasiya, standart və marketinq texnikalarını imtiyaz alana verməkdir.

Turizm müəssisələri öz filiallarını genişləndirmək üçün Franchising metodunu istifadə edir. BOM imtiyaz hüququ verərək uzun müddətli dövrdə mənfəətliliyini və investisiyalarını artırırlar. Məsələn, Inter Continental Hotels Group, Marriot International və Hilton Hotels Corp. Birdən çox böyümə strategiyası apararkən, Wyndham Worldwide və Choice Hotels International isə sadəcə franchising verərək inkişaf edir. Turizm müəssisələrində venture capital, risk kapitalı, əsasən kiçik və orta həcmli xüsusilə bazara yenilik, etibarlı gələcək vəd edən layihələrlə girməyə hazırlaşan yeni investorların maliyyələşmə

ehtiyaclarının qarşılınması üçün bir maliyyə vasitəsidir. Otel idarəçiliyində layihəsi olan bir şəxs investisiya üçün lazımlı maliyyəyə sahib deyilsə, risk kapitalı şirkətlərinə təqdim edir və müsbət cavab alarsa qarantiya kimi investisiya üçün lazımlı maliyyələşdirmə mənbəyi ilə təmin edilmiş olur. Turizm müəssisələrində Angel maliyyələşdirməsi, gələcəkdəki, göstəricilərinin çox yaxşı olduğu görünən müəssisələrə girişim təcrübəsinə sahib, xüsusi investorlar tərəfindən edilən, şəriklikdə daxil olan maliyyələşdirmə mənbəyidir. Turizm müəssisələrində forfaiting, məhsul və xidmət ixracından əmələ gələn və gələcəkdə toplanan bir borcun, borc alan tərəfindən əvvəlcədən satılaraq maliyyə ilə təmin olunmasıdır (Usta Ö. (2008), səh 128-145).

Turizm müəssisələrində vəziyyət oxşardır. Beynəlxalq ticarətdə yeri olan otel müəssisələrində forfaiting maliyyələşdirmə ilə uzun müddətli borclarını alır və özünə fond mənbəyi yaratmış olur. Forfaiting-in bəzi xüsusiyyətləri:

- Müddəti 1-5 il arasında dəyişir.
- ABŞ dolları, EURO və İsveçrə frankı kimi güclü pullarla əməliyyat həyata keçirilir.
- İnvestisiya mallarının maliyyələşdirilməsində istifadə edilir.
- Daha çox BOM-dən yaranan borclar üçün istifadə edilir.
- Əsasən sənədləri ixrac tələbləri üçün istifadə edilir.
- Minimum əməliyyat məbləği 25000 dollardır.
- Faiz endirimi metodu ilə istifadə olunur.
- Əsas məqsəd: ödəmə riskini aradan qaldırmaq, həmin müddətdə nəğd pulun transfer edilməməsi riskini aradan qaldırmaqdır.

Turizm müəssisələrinin kapital bazarlarına daxil olması, otel müəssisələri milli və beynəlxalq kapital bazarlarına daxil olmaqdadır. Kapital bazarlarına daxil olanraq özlərinə maliyyə mənbəyi yaratmış olurlar və kredit dəyərlərini yüksəlmiş olurlar. BOM-də dünya kapital bazarlarında yer tapmağa başlamışdır. Həm BOM-in dəyərləri artıb həm də bunun nəticəsində fond mənbəyi yaranmış olur. Otel müəssisələrində integrasiya və əməkdaşlıqlar, otel müəssisələri milli və beynəlxalq

səviyyədə əməkdaşlıq və integrasiya yolunu seçirlər. Kiçik otel müəssisələri üçün məqsəd, böyük rəqibləri ilə rəqabət apara bilməkdir. BOM-də isə fond tapa bilməsini asanlaşdırmaqdır. BOM-in çoxu fərqli vahidləri olan bütündür. Bir çox otel üçün şəbəkələşmə və holdinqləşmə də olur. Holdinqə daxili bank tapılması maliyyələşdirmə məsələsində əlaqəli və iştirakçı müəssisələr üçün üstünlüklər yaradır.

1.3 Turizmdə investisiya qoyuluşlarının əsas istiqamətləri

Turizm fəaliyyətlərinin 1950-ci illərdən sonra milli sərhədləri aşaraq böyük inkişaf göstərməsi və baş verən qlobal iqtisadi dəyişikliklər otel müəssisələrini, yeni destinasiyalara investisiya qoymağa və məhsul çeşidləndirməyə təşviq etmişdir. TMS çox fərqli şəkildə və fərqli ölkələrdə bunu reallaşdırma imkanına sahibdir. Lisenziya müqavilələri, franchising, idarəetmə kontraktları, strateji əməkdaşlıqlar və birgə müəssisələr bunların ən geniş yayılanları arasındadır. Həmçinin nəqliyyat və kommunikasiya sistemlərindəki yeni texnologiyaların ortaya çıxması, davamlılıq və qloballaşma kimi xarici faktorlar qədər, daha liberal idarəetmə formaları, yeni turizm tələbi kimi daxili faktorlarda beynəlxalq turizm çərçivəsinin dahada genişlənməsinə səbəb olmaqdadır. Bütün bu faktorlar turizmdə istehsal və istehlak davranışlarını dəyişdirir. Turizm və boş vaxt fəaliyyətləri, beynəlxalq valyuta gəlirlərinin artması baxımından az İEO və İOÖ birbaşa əlaqəli olduğu üçün, otel və turizm layihələrindəki idarəetmə və maliyyə müəssisələrindəki informasiya çatışmazlığı, bu ölkələrdəki turizm sektoruna gələn B XKİ qoyuluşunun artmasına şərait yaradır. B XKİ 1990-cı illərdəki sürətli artmasının ardından, İOÖ-ə istiqamətlənən ən sabit və vacib beynəlxalq kapital axını olmuşdur. Bunun səbəbi də B XKİ qoyulan ölkədəki məhsuldarlığa müsbət təsir göstərərək iqtisadi inkişafa dolayı və birbaşa şəkildə göstərdiyi təsirdir (Bahar.O (2010), səh 32-37).

Belə ki, B XKİ iqtisadi artıma müsbət şəkildə iki fərqli cəhətdən təsir edə bilər. Birincisi B XKİ iqtisadi artıma birbaşa kapital təcrübəsinə kömək edir və yeni texnologiyanın ev sahibi ölkəyə köçürülməsinə şərait yardaraq təsir göstərir. İkinci

BXKİ əmək təhsili vasitəsilə ev sahibi ölkənin texnoloji informasiya bazasını köçürməsidir. Buda bacarıq təmin etmək və yeni idarəetmə sisteminin formalaşdırılması ilə dolayı olaraq artıma təsir edir. 1990-cı illərin ikinci yarısında ölkələrə qoyulan BXKİ qoyuluşlarının sektorlar üzrə paylanmasında vacib dəyişikliklər müşahidə edilməyə başlanmışdır. İOÖ-də turizmində daxil olduğu xidmət sektoruna qoyulan BXKİ, istehsal sektorunu üstələmişdir. Beləcə, qeyd olunan ölkələr xidmət sektorunu xarici investisiya qoyuluşuna şərait yaradaraq, eyni zamanda sahə ilə əlaqəli investisiya və ticarət siyasətlərində fərqli strategiyalar həyata keçirərək, BXKİ qoyuluşlarının xidmət sektorunun xeyrinə dəyişməsində əkəmiyyətli dəyişikliklər edilmişdir. İOÖ-ə BXKİ əksəriyyəti infrastruktur və maliyyə sektorlarına qoyulmuşdur. İOÖ-ə qoyulan birbaşa xarici investisiyalar maliyyə sahəsində xüsusilə bank sahəsinə istiqamətlənmişdir. Bu iki sahənin BXKİ daxilindəki payı İEO-də 30%, İOÖ-də isə təxminən 20 % səviyyəsindədir. 1980-ci illərdən bu günə qədər BXKİ –lərdə Çin, Mərkəzi və Şərqi Avropa, həmçinin Cənub-Şərqi Asianın yeni regionları kimi bilinən ölkələri investisiyalara şərait yaratması, TMS-in xidmətlər sektorunun bankçılıq, sığorta, reklam və turizm sahələrinin inkişafına, bəzi İOÖ (Honk Konq, Sinqapur, Cənubi Koreya və b.) kapital ixrac edən vəziyyətə gəlməsi və TMS-də xarici müqavilə və satınalma yolu ilə birləşməsi BXKİ-da yeni dəyişikliklərin olduğu müşahidə edilir. Bu ölkələrin cazibədarlığı və ilin böyük hissəsini mülayim hava şəraitinin küçməsi ilə yanaşı, hava yolu xərclərinin azaldılması, aşağı əmək xərcləri, turist göndərən ölkələrə olan coğrafi yaxınlıq və yerli ölkələrin dəstəyi BXKİ-ni bu ölkələrə yönəlməsinə səbəb olan üstünlüklər arasındadır.

Necə ki, İEO-in öz aralarında artan rəqabətləri, otel sənayələrinə BXKİ-ı çəkmək üçün siyasətlərini yenidən nəzərdən keçirmələrinə və düzəliş etmələrinə, beynəlxalq BXKİ-ni istədiyi şərtləri yaratmağa və onları öz ölkələrinə çəkmək üçün cəlbedici proqramlar hazırlamağa məcburdurlar. Dünyanın müxtəlif regionlarındakı yerli hökumətlər, milli turizm layihələrinin yanında infrastrukturun inkişaf etdirilməsini, otellərin inkişaf etməsinə mane olan siyasi və iqtisadi sabitliyin təmin olması ilə qlobal kapitalda keyfiyyətin artırılması, BXKİ-in ölkəyə

gətirilməsi baxımından iqtisadi, maliyyə, siyasi mənada dəstəkləyərək onlar üçün uyğun şəraiti hazırlayırlar. Turizm sektorundakı, BXKİ-a təsir edən faktorlar digər sahələrdən çoxda fərqli deyildir. Bu faktorlar, mədəni-tarixi-coğrafi yaxınlıq, siyasi və iqtisadi risklər. İqtisadiyyatın artım səviyyəsi, sosial-iqtisadi vəziyyət, sektorun özəlləşdirilməsi, birbaşa xarici sərmayə qurumunun liberallaşdırılması, vergi sistemi, investisiya təşviqi proqramları, infrastrukturun əlçatanlığı, keyfiyyəti və əməkdaşlıq strategiyası şirkətlər üçün xüsusi səbəblər halına gətirmişdir. İnvestisiyalar üçün lazımlı maliyyə təmin edilməsilə yanaşı, idarəetmə bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi və xarici bazar səviyyəsinin artırılma bilməsi istiqamətində turizm sektoruna qoyulacaq BXKİ-ın çox böyük əhəmiyyət kəsb etdiyi məlumdur. İnvestisiyalar, turizm sektorunun daha çox inkişaf etməsində vacib bir faktordur. Bu baxımdan, investisiyalara təsir edən səbəblərin ya da, investisiya mühitinin çox yaxşı bir şəkildə analiz edilməsi vacibdir. İnvestisiya qoyulacaq ölkələrin etibarlılıq və şəffaflıq mühiti hər zaman üçün riski azaldır. Bu hissələr, investisiyaların geri qayıtması müddətinin çox uzun olduğu turizm sahəsində, digər sektorlardan daha çox əhəmiyyət daşıyır (Bahar və Kozak, 2013, Səh 37-41).

Bir çox dövlət, təşviqi milli və regional bir inkişaf strategiyası olaraq istifadə edir. Bəzi ölkələrdə, turizmin inkişafı təşviq şərtləri, yüksək inkişaf xərcləri yada hiss edilən yüksək riskə görə etibarlı deyildir. Buna görə təşviqin məqsədi, digər bir şəkildə baş verməyən inkişafı təşviq etməkdir. Xüsusilə BOM-in investisiya qoyduqları regionlar və sahələrə yerli investorların maraq göstərmələri davamlı məşğulluq regionları və xidmət sektoru üçün inkişafa təkan verir. Ölkənin turizm gəlirlərinin artmasına və cari əməliyyatlar tarazlığının təşkil olunmasına dəstək göstərir. Bu səbəblə, dövlət kreditləri və təşviqləri turizm sektorunu inkişaf etdirmək istəyən iqtisadiyyatlarda dövlətlərin istifadə etməyə davam edəcəyi üsullar kimi olacaqdır. ABŞ-ın Maine ştatının sahil şəhəri Camden də turizm sahəsindəki hər investisiya üçün 3.5 hektarlıq qarşılıqsız torpaq sahəsi verilir. İlk beş il üçün dövlət qurumları vergisi və satış vergisi alınmır. Hətta sığorta premiyalarını belə Camden Bələdiyyəsi ödəyir (B.Ə.Bilalov və Ç.G.Gülalıyev, (2015),

səh 245-248). Ümumiyyətlə BTM üçün təşkil olunan dövlət kreditləri və təşviqləri üç əsas başlıq altında göstərilə bilər:

1. İnvestisiya xərclərini azaltmaq üçün təşviqlər: məqbul faiz dərəcəsi, dövlət maliyyələşdirməsi, müəssisə kapitalı qanunları, xüsusi layihələr üçün layihə köməyi, inşaat materiallarının gömrük rüsumsuz idxalı, texniki-iqtisadi əsaslandırma dəstəyi, dövlət torpaq sahəsinin bazar dəyərindən aşağı satılması, dövlət torpaq sahəsi sənədi, xarici investisiya üçün xüsusi valyuta məzənnəsi, infrastruktur köməkliyi, müştərək layihələr (dövlət və özəl sektor).

2. Müəssisə qiymətini azaltmaq üçün həyata keçirilən təşviqlər: vergi istisnası, vergi qaytarması, sürətləndirilmiş amortizasiya icazəsi, bölüşdürülməmiş mənfəətdən vergi istisnası, aşağı əmlak vergisi yada istisnası, uzatma müddəti və ya yeniləmələr üçün kreditlər/dövlət dəstəyi, pulsuz məsləhət servisi, təlim – tədris köməyi, dövlət dəstəqli təlim-tədris, marketinq dəstəyi, müəyyən işləyənlər üçün maaş köməkliyi, dolayısı vergidən istisna, idxal olunan kömək məhsullarının geri ödənməsi, elektrik, su kimi digər kamunal xidmətlərdən güzəştlər tətbiq etmə.

3. İnvestisiyanı təminat altına almaq üçün edilən təşviqlər: kapitalın, mənfəətin, mənfəət payının və səhmlərin geri qayıtması təminatı, dövlət krediti təminatı, ödənişsiz mövcud valyuta qərantiyası, daimi işçilər üçün buraxılış icazəsi, vergi artımlarını gəlirə tətbiq etməmək, gömrük vergilərindən azad etmək.

Nəticə olaraq BTM bir ölkənin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayarsa, dövlət təşviq və kredit imkanlarını yuxarıda qeyd etdiyimiz faktorlar şəklində reallaşdırır. İnfrastruktur investisiyaları dövlətin cəmiyyət daxilində işləri ələ almaq üçün və görünməyən xidmətlər olaraq həm xalqın faydalanması həm də iqtisadi inkişaf məqsədilə reallaşdırılır. Turizm sektorunun infrastruktura birbaşa təsirini müəyyən etmək olduqca çətinidir. Çünki bir bölgəyə qoyulan infrastruktur investisiyalarının nə dərəcədə turizmlə əlaqəli və ya əlaqəsiz olduğunu təyin etmək mümkün deyildir.

Yenə də turizm sektorundan təmin olunan müsbət dəyişikliklərin infrastrukturunu inkişaf etdirən və müsbət istiqamət verən təsiri vardır. Turizm sektorunun inkişafından təsirlənən başqa bir ünsür üstyapıdır. Üstyapı turizm

məqsədli ortaya çıxan tələbatları qarşılamaqdır. Turizm sektorunun inkişafı ilə birbaşa turizmə istiqamətlənmiş infrastruktur investisiyaları artacaqdır. Turizm sektorunun tipik xüsusiyyəti, bir-birindən fərqli sahələrdə fəaliyyət göstərən çox sayda kiçik vahidlərdən ibarət olmasıdır. Bu vahidlər arasında kiçik restoranlar, motellər, otellər, camaşırxanalar, əl işləri satılan yerləridə qeyd edə bilərik. Beləliklə, idarəetmənin infraqurktura və bəzəndə üstyapı layihələrinə investisiyası qoyması, bir çox müəssisələrə investisiya qoymasını təşviq edir. Bu müəssisələrin kapital ehtiyacının aşağı olması ilə birlikdə qoyulan investisiyalar sürətli nəticə verir (Bahar O. (2010) səh 42-44).

II Fəsil AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFINDA İNVESTİSİYA TƏMİNATI İMKANLARININ TƏHLİLİ

2.1. Turizmin inkişafında investisiya qoyuluşları səviyyəsinin təhlili

Turizmin sosial - iqtisadi inkişaf amili kimi bilinməsi ölkənin gələcək inkişaf strategiyasını, dünya turizminə inteqrasiya, həmçinin AR-ın iqtisadi və maliyyə mənbələrinin daha səmərəli şəkildə istifadə edilməsi zəruriyyətini yaradır. Azərbaycanın konseptual inkişaf istiqamətləri kimi turizm dövryyəsinə cəlb olunan qaynaqların artırılması, turizm potensialına ayrılan vəsaitlər vasitəsilə iqtisadi artımda turizm bazarının rolunu dahada inkişaf etdirmək məqsədi güdür. Dünya ölkələrinin inkişaf təcrübəsinə nəzər saldıqda turizm gəlirlərinin digər sahələrlə müqayisədə daha rentabelli olmasını görə bilərik. Turizmin inkişafından əldə olunan mənfəətlərə aşağıdakıları daxil etmək olar:

1. Turizmin inkişafı nəticəsində əhalinin məşğulluq səviyyəsi artırır və yerli müəssisələri dəstəkləyən gəlir gətirir. Turizmin inkişafı üçün vacib olan infrastrukturun inkişafı digər sahələrdə iqtisadi artıma səbəb olur.
2. Turizm müəssisələrinin təşkil etdiyi xeyriyyəçilik layihələrində sosial mənfəət əldə edilir.
3. İqtisadiyyatı zəif inkişaf etmiş regionların ətraf mühitin mühafizə olunması problemləri həll edilir.

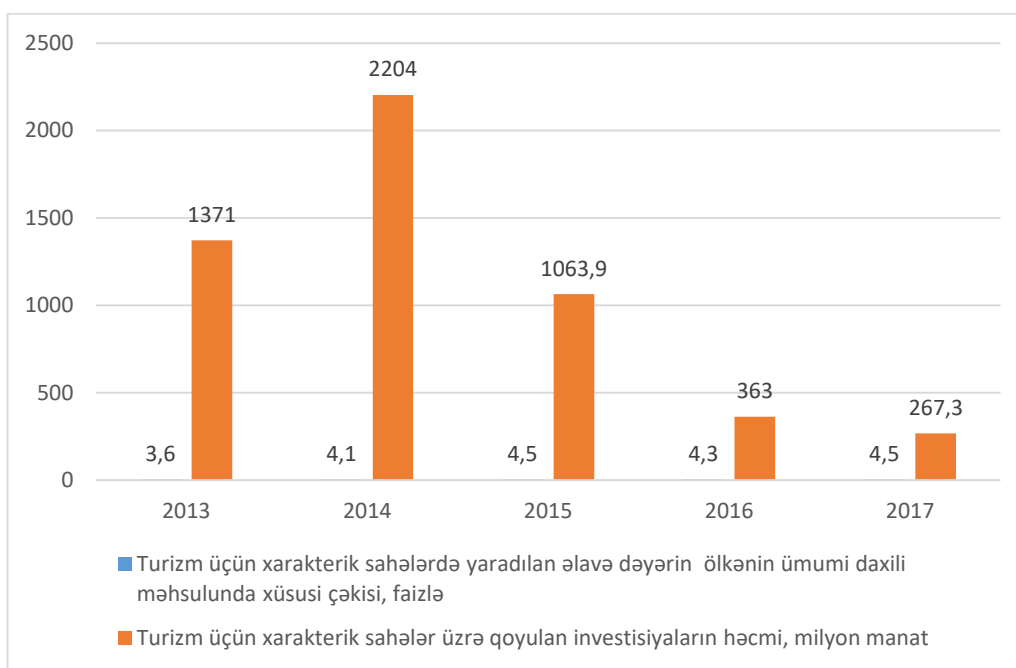
Turizm bazarının dövlət tənzimlənməsi tədbirlərinin əsas tərəfi kimi iqtisadi artımı təmin etməklə, mülkiyyət növündən asılı olmayaraq turizmin inkişafına stimula vermək olsa da, digər tərəfdən əhalinin rifah səviyyəsinin yeksəltmək durur. Birinci istiqamət dövlətin ümumi şəkildə iqtisadi tənzimləmə siyasəti olmaqla yanaşı islahatların daha səmərəli həyata keçirilməsi tələbləri ilə bağlıdır. ÜDM-un həcmində ki, artım ilə xarici investisiyaların ölkəyə axınının turizm bazarına cəlb edilməsi üçün şərait yaratmaq bu sahədə güzəştli sahibkarlıq kreditləri və digər fəaliyyətləri stimullaşdıran mexanizmlər tətbiqi vasitəsi ilə, yerli sahibkarların və fiziki şəxslərin vergi və kredit güzəştləri nəticəsində turizmə qoyulan kapitalın həcmində yüksəlməsi şübhə doğurmur. Bazar münasibətləri sistemində turizm

bazarının rolu və mexanizm kimi turizmi ərazi idarəetməsinin tərkib hissəsi kimi göstərə bilərik. Bölgənin inkişafı səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün mülkiyyət formasından asılı olmayaraq ölkədə yerli və xarici investisiyaların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi həcmi böyükdür. ÜDM-un sahə strukturu və onun bölgüsündə turizm sahəsi fəal və səmərəli rol oynadığına görə müasir integrasiya mühitində ən faydalı ərazi həlqəsidir. Turizm sahəsi, həmçinin fəaliyyət xüsusiyyətinə, istehsal məhsulunun istehlak strukturuna görə KOS üçün gəlirli sahədir.

Azərbaycan iqtisadiyyatının davamlı inkişafı nəticəsində xarici investorların ölkəmizə marağını artırır. Dövlət xarici investorların Azərbaycana olan marağını və iqtisadi mənafeələrimizi nəzərər alaraq onların fəaliyyətinə şərait yaradır. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, əlverişli investisiya mühitinin olması ölkələrə xarici sərmayədarları cəlb edən mühüm faktorlardan biridir. İqtisadi inkişaf üçün əhəmiyyətli olan investisiyaların yatırımını stimullaşdıran amillər kimi: azad sahibkarlığı, yerli və xarici sərmayədarlar üçün yaradılan münbit şərait, təhlükəsiz investisiya mühitini göstərə bilərik. Turizmin AR-ın məqsədyönlü inkişaf istiqaməti kimi prioritetliyi, investisiya obyektı olaraq qəbul edilməsi və Azərbaycanda investisiya qaynaqlarının birbaşa bu sahə ilə əlaqəli digər sahələrə cəlb edilməsi imkanları və əlçatanlığı ilə izah olunur. Azərbaycanın regionda coğrafi-iqtisadi mövqeyi, həmçinin beynəlxalq səviyyəli layihələrdə iştirak etməsi və bir sıra ölkələrin tranzit xidməti kimi ölkə ərazisindən keçərək Azərbaycanın imkanlarından istifadə etməsi, regional və beynəlxalq səviyyədə turizmin integrasiya sistemində rolunu artırır. Artıq turizm dünya üzrə qoyulan investisiyalar arasında ən rentabelli sahə kimi qəbul edilir. Bəzi ixtisaslaşmış kompaniyalar öz təcrübəsini analiz edir, onun iqtisadi faydalılığını qiymətləndirib bu sahəyə ayrılan kapital axınını artırır. Azərbaycanda digər əlaqəli sahələrin və infrastruktur obyektlərinin: hava limanları, gəmiçilik resurslarının ümumilikdə nəqliyyatın, həmçinin mehmanxana təsərrüfatında yaranan artım və bu sahələrə sərmayə qoyuluşu, daxili və xarici investorların seçim imkanlarını daha da artırır. AR-da investisiya həcmının son on ildə daha çox artması və müəyyən dövrlərdə

daxili investisiyanın həcmnin artması son nəticədə turizmin inkişafı üçün əlavə resurs potensialı yaradır (qrafik 3). Turizm sahəsi üçün ayrılan birbaşa vəsaitlər və digər əlaqəli sahələrin resurslarının turizm məqsədi ilə qarşılığı ödənməklə və yaxud kredit kimi istifadə edilməklə turizm dövriyyəsinin inkişafı potensialını artırır. Azərbaycanda investisiya mühitinin formalaşdırılması məqsədi ilə yəni, investorların hüquqlarını, mülkiyyət toxunulmazlığı, yerli və xarici sahibkarlar arasında bərabər şəraitin yaradılması məqsədi ilə 13 yanvar 1995-ci il tarixli “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” AR-ın Qanunu və 15 yanvar 1992-ci il tarixli “Xarici investisiyanın qorunması haqqında” AR-ın Qanunu və bir sıra normativ-hüquqi aktlarla tənzimlənir.

Qrafik 3 : Turizm üçün xarakterik sahələrə yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi və qoyulan investisiyaların həcmi.



Mənbə: www.stat.gov.az

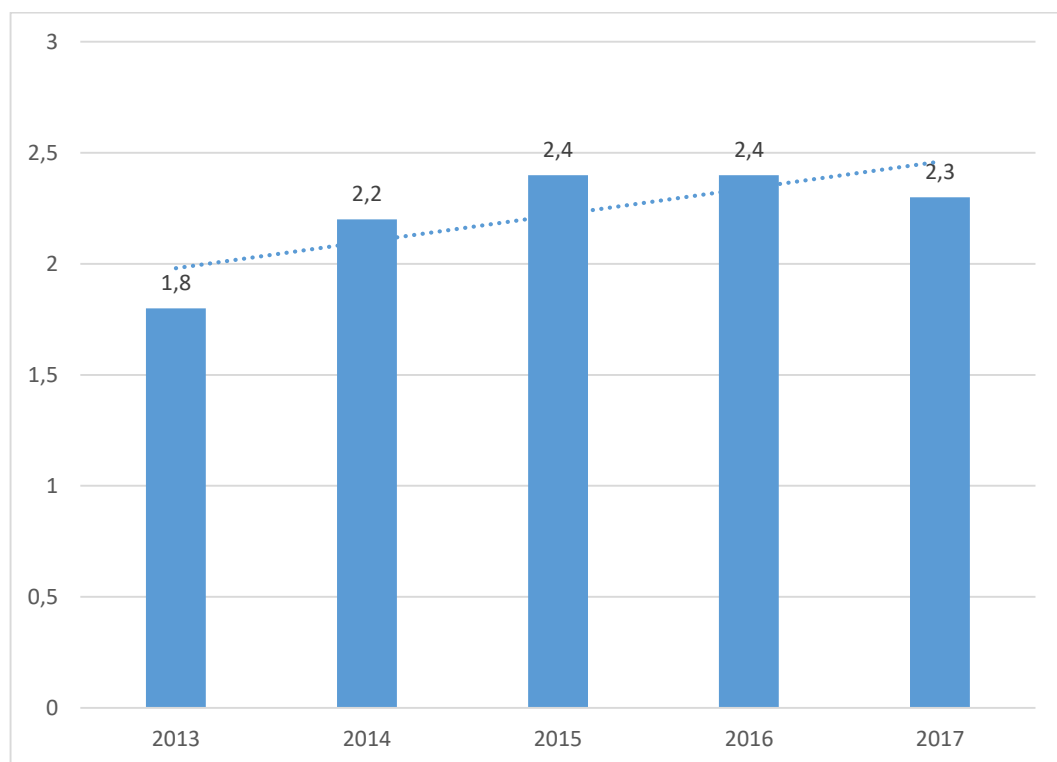
Bununla yanaşı fəaliyyət göstərən və yeni yaradılan kommersiya müəssisələrinə yerli və xarici investorları cəlb etməklə və müəssisələrin şəxsi vəsaiti hesabına müddətli investisiya qoyuluşları vasitəsilə respublikada iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə AR Prezidenti tərəfindən 30 mart 2006-cı il tarixində “İnvestisiya fəaliyyətinin təşviq edilməsi

üçün” Sərəncam imzalamışdır və bu sərəncamın əsasında “AİŞ” ASC yaradılmışdır. Özəl turizm sektoruna investorlar tərəfindən qoyulan investisiyaların dövlət tərəfindən təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, turizm sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı və sahibkarların bu sektora cəlb edilməsi üçün turizm ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadə olunması, ölkə iqtisadiyyatının qabaqcıl istiqamətlərindən birinə çevrilməsi, bu sektorun və ona qoyulan investisiyaların səmərəliliyini və effektivliyinin yüksəldilməsini təmin etmək məqsədi ilə “Azərbaycan Respublikasında 2007-2016-cı illər üçün turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” həyata keçirilmişdir. 6 aprel 2010-cu ildə prezident tərəfində turizmin inkişafı üçün “Dövlət Proqramı” sərəncamla təsdiq edilmişdir. 2010-2014 cü illər üçün nəzərdə tutulan Dövlət Proqramının əsas məqsədi göstərilən dövrdə və gələcəkdə turizm sektorunu ölkənin dayanıqlı və aparıcı iqtisadi sahələrindən birinə çevirməkdir (A.Mirzəyev,2016, Səh 117-121).

6 dekabr 2016-cı il tarixində Turizmin İnkişafına dair SYX-in hazırlanmasında bu sahədə tətqiqatlar aparılmış və görülcək işlər müəyyənləşmişdir. “MTTB” SYX-də təyin edilən hədəflərə uyğun olaraq 7 fevral 2017-ci il tarixində yaradılmışdır. Onun əsas fəaliyyət istiqamətlərini: Bakı haqqında dünyada müsbət imic formalaşdırılması, şəhər brendindən istifadə etmək məqsədi ilə uzun müddətli fəaliyyət planının hazırlanması, bu brenddən istifadə zamanı müxtəlif nəzarət tədbirlərinin görülməsi, müxtəlif səviyyələrdə təkrar brendin seçimi, eləcə də marketinq işlərinin koordinasiya edilməsi və turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılması təşkil edir. 20 aprel 2018-ci il tarixində ölkə başçısı tərəfindən imzalanan Sərəncamlar Dövlət Turizm Agentliyinin yaradılması nəticəsində ölkəmizdə turizmin inkişafı baxımından yeni imkanlar açmış, həmçinin bu sahədə gələcək hədəflərimizi müəyyənləşdirmişdir. Əgər beynəlxalq səviyyədə İEÖ-in təcrübəsinə əsaslansaq bu qənaətə gəlmək olar ki, iqtisadiyyatın fərqli sahələrində olduğu kimi turizm sahəsi üçün də investisiya qoyuluşu proseslərində birbaşa və dolaylı üsulların çevik şəkildə bir-biri ilə qarşılaşdırılaraq həyata keçirilməsi daha məqsədə uyğundur. İnvestisiya təşviqi kimi büdcə resursları hesabına və dövlət investisiya şirkətlərinin ehtiyatlarından istifadə edərək investisiya kreditlərini,

layihə və bu sahə üçün nəzərdə tutulmuş proqramların iqtisadiyyatın dövlət sektoru çərçivəsində investisiya qoyuluşlarının birbaşa maliyyələşdirilməsini, həmçinin investisiya məqsədləri üçün regionlara və yerli icra orqanlarına büdcə subsidiyalarının verilməsi metodlarını aid etmək olar. SYX-də nəzərdə tutulmuş zamanda turizm sektorunun inkişafının müxtəlif vasitələrlə yardımlar, beynəlxalq, yerli və regional bazarlarda keyfiyyətli, rəqabətədavamlı ən əsası dayanıqlı turizm məhsul və xidmətlərinin təmin edilməsi, milli dəyərlərimizə uyğun şəkildə turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, müasir dövrün tələblərinə uyğun ideya və innovasiyalara əsaslanan investisiya layihələrinin ölkəmizə cəlb edilməsi və turizmin inkişafı üçün aidiyyəti dövlət qurumları arasında qarşılıqlı koordinasiyanın təşil edilməsini və digər tədbirləri özündə ehtiva edir.

Qrafik 4: Turizmin ÜDM-də yeri (faizlə)



Mənbə: www.stat.gov.az

Son dövrlərin statistik göstəricilərinə əsasən, turizm Azərbaycanda hər zaman inkişaf edən sahələrdən biri olmuşdur (qrafik 4). Beynəlxalq səviyyədə bilinən turizm məkanları ilə biznes və istirahəti seçən turistləri cəlb etmək baxımından Bakı şəhəri hər zaman turizm sektorunun inkişafı baxımından əsas təkan verici

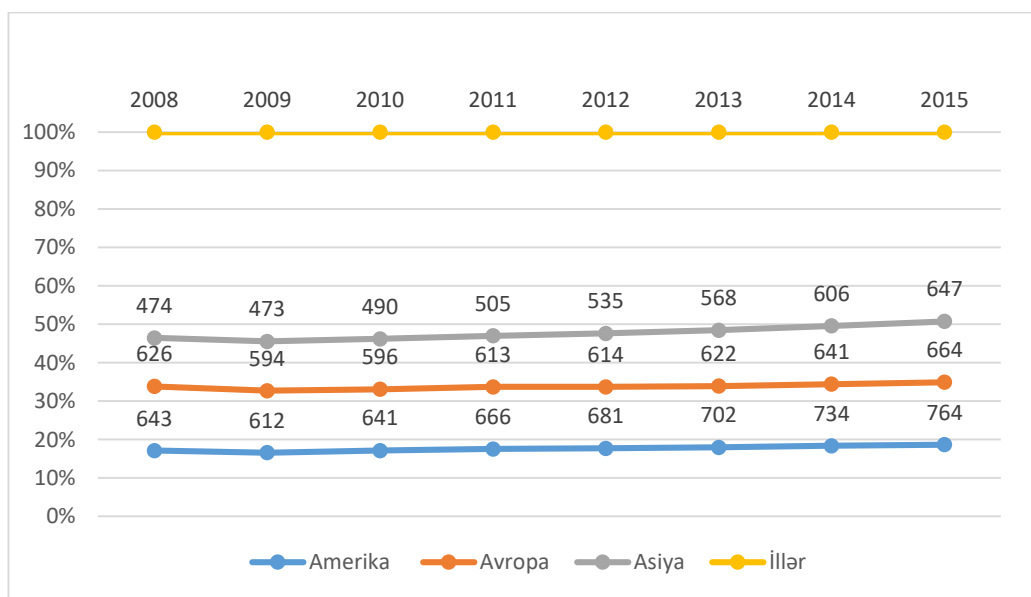
qüvvə olmuşdur. Regional turizmin inkişafına təkan verən faktorlardan biridə regionlarda turizm altsektorlarının inkişafıdır. Mütəxəssislər tərəfində aparılan təhlillər göstərir ki, Azərbaycanı ixtisaslaşmış turizm məkanına çevirə bilmək üçün qonşu ölkələrdən daha çox turist cəlb etməklə, həmçinin global miqyasda daha çox tələbatın olduğu ölkələr üçün turizm sektorunda üstünlüyü daha da artırıla bilər. Əgər mövcud imkanlardan və potensialdan düzgün və səmərəli şəkildə istifadə edildirsə Azərbaycan 2025-ci ilədək həm regionda, həm də digər dünya ölkələri arasında cəlbedici turizm regionlarından birinə çevriləcəkdir. 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün nəzərdə tutulan isə Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox seçdiyi 20 turizm məkanından birinə çevirməkdir. Digər perspektiv isə real vəziyyətə uyğun olaraq turizm ehtiyatlarından düzgün və səmərəli şəkildə istifadə etməklə göstəricilərinin maksimuma çatdırılmasını təmin etməkdir.

2.2. Turizmdə investisiya təminatı üzrə beynəlxalq təcrübə

Beynəlxalq təcrübədə inkişafında turizm sektorunun ölkədə istehsal potensialına, əhalinin gəlirləri səviyyəsinə, məşğulluğunun artımında və digər sektorlarda əhəmiyyətli dərəcədə təsiri müşahidə olunur. Statistik göstəricilərə əsasən, deyə bilərik ki, 2015-ci ildə turizmin dünya ÜDM-ində payı 9,8 faiz, məşğulluğunda isə 9,5 faiz təşkil etmişdir. Turizm sektoru iqtisadiyyatın dinamik inkişaf edən sektoru olmaqla yanaşı, davamlı şəkildə dəyişə bilən demoqrafik göstəricilərə, həmçinin beynəlxalq məsələlərə görə daim fərqli coğrafiyaya malikdir. Bu sektorun digər sahələrdən fərqli olaraq daha həssas olduğu bilinir və 2008-ci ildən baş verən iqtisadi böhranların birbaşa təsirinə məruz qalmasına baxmayaraq, turizm sektoru 2009-cu ildən etibarən dörd illik dövr ərzində bu böhranın təsirindən çıxıb bilmişdir və yenidən sürətli şəkildə inkişafa başlamışdır (qrafik 5). Bu trendin əsasında iki mühüm amil dayanır. ABŞ, Yaponiya və Avropanın bir çox İEO-də müşahidə olunan iqtisadi artımın nəticəsində bu ölkələrdən gəlmə turistlərin və uyğun olaraq onların gəlir səviyyələrinin artması, orta sinfin ümumi həcmnin artması, dövlətlərin turizmin inkişafı üçün öz

dəstəklərini artırması nəticəsində Asiya və Latın Amerikası ölkələrində turizm sektorunun inkişafı, həmçinin daha aşağı büdcəli hava nəqliyyatı xidmətlərinin inkişafı bu sektordakı inkişafın əsas təkanverici qüvvəsi qismində çıxış edir. Bu sektorun XXI əsrdə inkişafı nəticəsində Avropa və Şimali Amerikada fəaliyyət göstərən ənənəvi turizm mərkəzlərinin inkişaf etməsilə yanaşı, həmçinin müasir tələblərə cavab verən yeni turizm mərkəzlərinin də yaranması üçündə səbəb olmuşdur. İÖÖ-də yaradılmış turizm mərkəzləri İEÖ-lə müqayisədə çoxdur.

Qrafik 5: Turizm sektorunun əlavə dəyər göstəriciləri (milyard ABŞ dolları, 2011-ci ilin real qiymətləri ilə)



Mənbə: Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi

BMT-nin proqnozlarına görə, beynəlxalq turizm sənayesinin inkişafı nəticəsində dünyada xarici turistlərin sayı orta hesabla hər il 43 milyon nəfər artaraq, 2030-cu ilədə 1,8 milyard nəfərə qədər çatacaqdır. Yeni yaranmış turizm mərkəzlərinə üz tutan xarici turistlərin sayı artıq ənənəvi turizm mərkəzlərinə gələn turistlərin sayından 2 dəfə çox olacaqdır. Turizmin iqtisadiyyatdakı xüsusi çəkisinin Statistik təhlillərə əsaslanan proqnozlara baxsaq əhəmiyyətli olduğunu deyə bilərik. İqtisadiyyatın bu sektoru eyni zamanda, ölkədə sosial-iqtisadi inkişafın əsas qüvvələrindən biri kimi dünyanın müxtəlif ölkələrinin milli iqtisadi prioritet sahəsi kimi hesab olunur. Mehmanxanalar, hava nəqliyyatı, avtomobil kirayəsi

kimi bir sıra fəaliyyət göstərən şirkətlər turizmin alt sektorları ÜDM-ə birbaşa təsirindən başqa, digər sektorların dolayı təsiri iqtisadiyyatda turizmin əhəmiyyətini artırmaqdadır. Turizm sektorunun qeyd etdiyimiz təsirlərindən əlavə, tikinti, xidmət, ümumi istehsal sahələrini əhatə edən, həmçinin bu vasitəsilə ÜDM-i artıran induksiya effektləridə (induced impact) var.

Turizm sektoru İOÖ üçün xarici valyutanın ölkəyə axınını təmin edən sahə kimi çıxış etməkdədir. Turizm sektorunun inkişafetdirə bilmək üçün sahələrarası koordinasiya işlərinin intensivliyi vacibdir. Bu kontekstdə, turizm sektorunun inkişaf strategiyasının təyin edilməsi, maraqlı tərəflərin qarşılıqlı koordinasiyası və müxtəlif turizm növlərinin ölkənin şəraitinə uyğun inkişafının idarə olunması kimi məsələlərdə dövlət siyasətinin turizm sektorunda rəqabətqabiliyyətliliyin əsas təkan verən qüvvəsidir. Bunun nəticəsində, ölkələr turizm sektorunda inkişafı təmin etmək üçün turizmlə bağlı mövcud siyasətin koordinasiyasını qurmuş və turizmin marketing tədbirlərin planlarını həyata keçirmişlər. Turizm sənayesinin inkişafına nail olmaq üçün turizmdə tələb və təklifin məqsədli şəkildə qarşılığını xüsusi növləri üzrə təmin edilir. Təklif faktoru baxımından turizm növləri üzrə rəqabətə davamlı sahələrin öyrənilməsinə və həmin sahələrdə rəqabətin təmin edilməsi ehtiyacı vardır. Tələb faktoru baxımından isə müxtəlif səbəblər var: viza rejimi, nəqliyyat əlaqələri və bazarlara yaxınlıq, o cümlədən müəyyən əlaqələrin olduğu ölkələr arasında birbaşa uçuşların olması hərəkətverici mexanizmlər baxımından ən əsaslarıdır. ABŞ, Aİ ölkələri, həmçinin Yaponiya kimi ənənəvi və kütləvi turizmin inkişaf etdiyi ölkələrinin qonşuluğunda yerləşən ölkə və şəhərlərdə davamlı artımı əldə etmək istiqamətində turizm təkliflərini daha da yaxşılaşdırmaq məqsədilə turizm strategiyalarında geniş yayılmış işgüzar və şəhər turizm növlərinə xüsusi diqqət verillər. Turizmin qeyd etdiyimiz sahələrinə diqqət regional bazarlarda, xüsusilə Asiya və Yaxın Şərq kimi İOÖ-də artmaqdadır. Ümumiyyətlə, ölkələr əsasən ixtisaslaşmış turizm təkliflərini artırmağa cəhd göstərillər, çünki uyğun olan turizm növlərinin və strategiyalarının seçilməsi ölkənin müqayisəli üstünlüklərindən çox asılıdır. Belə bir misal göstərə bilərik ki, bəzi ölkələr üçün sağlamlıq turizmi uğurlu inkişaf etsədə, başqa bir ölkədə eyni

dərəcədə fayda verməyə bilər. Turizm sənayesinin dəyişən dinamikasına görə turizm strategiyasının inkişafı sahəsində 5 əsas istiqaməti global trend kimi müəyyənləşdirilib.

1. Ölkələr və turizm subyektləri turizm məhsulunun və ya xidmətinin brendinin hazırlanmasına və təbliğinə ümumiyyətlə marketinqinə daha çox diqqət verillər. Qlobal bazarı dünya həcmində sosial şəbəkələr, əsas istehlakçı kütləsi və müasir biznes modelləri nəzərə çarpan şəkildə dəyişmişdir. Turistlərin miqdarı əhəmiyyətli dərəcədə artması, fərqli maraqlara sahib turistlərə xidmət göstərmək məqsədilə turizm sektoru mümkün olan bütün növ və seçimləri şaxələndirmişdir. Bu baxımdan, turizm mərkəzlərini daha da təşviq edə bilmək üçün dövlət və özəl sektorun nümayəndələri qarşılıqlı əlaqələrilə eksklüziv və innovativ təkliflərini artıraraq ixtisaslaşmış turizmi, müxtəlif növ məhsul brendlərini və biznes modellərini hədəfləyərək, müəyyən təşəbbüslər həyata keçirmək üçün çalışırlar.

2. Dünya ölkələrində hava nəqliyyatına və onun əlçatanlığının dahada möhkəmlənməsinə əhəmiyyətli faktor kimi xüsusi diqqət verilir. Qabaqcıl ölkələrin təcrübəsinə baxsaq, milli aviadaşıyıcıya sahib olmaqla yanaşı, həm də münasib qiymətə aviabiletlərin yaradılması məqsədilə ayrı-ayrı istiqamətli tədbirlər həyata keçirilir və bazarın genişləndirilməsini təmin edirlər. Ölkədə ciddi həcmli investisiya layihələrinin reallaşmasından əvvəl, ölkəyə gəlişin əlçatanlığını yaxşılaşdırmaq məqsədilə viza verilməsi proseslərini daha rahat və asanlaşdıracaq tədbirləri həyata keçirirlər.

3. Turizm məkanlarını əhatə edən flaqman layihələr sahə strategiyasının reallaşması baxımından vacib element kimi hesab edilir. Belə ki, Flaqman layihələri sektor strategiyasını dəstəkləyən böyükmiqyaslı, operativ, nəzərəçarpan və effektiv investisiya layihələridir. Geniş islahatların tətbiq edilməsində həm marketinq aləti rolunu, həm də güclü əlaqə vasitəsi kimi yardım edə bilər. Sonda belə layihələr coğrafi əhatəsini kiçiltməklə və islahatların mürəkkəbliyini azaltmaqla, ümumilikdə sektor üçün səmərəli təsirini göstərə bilər.

4. Turizm sektorunun dahada sürətli inkişaf etməsi üçün master planın inkişafı əsas alətlərdən biri kimi istifadə olunur. Belə planların hazırlanmasında və

icrasında Dövlət Qurumları məsuliyyət daşıyır. Master planın prosesləri sadələşərək investorlara görə uyğun və cəlbedici edilməsini, həmçinin integrasiya olmuş brend strategiyasının tətbiqinə zəmin yaradır. Master planda qeyd edilən inkişafın ayrılmaz bir tərkib hissəsi kimi dövlət təşkilatları nəzərdən keçirilir.

5. İOÖ -də turizmi inkişaf etdirə bilmək üçün birbaşa xarici investisiyalar daha çox əhəmiyyət daşıyır. Bu əsasən, bəzi yüksək investisiya qoyuluşları tələb olunan, xüsusilə də infrastruktura investisiya qoyuluşlarının daha çox vacib olduğu vəziyyətlərlə daha çox əlaqəlidir. Buna baxmayaraq, dəyər zəncirində ən çox TMSŞ iştirak etdiyi üçün, müəyyən sahələrdə investisiyaya tələb zəruri olmasa belə, beynəlxalq investorlarla əməkdaşlıq ölkə üçün daha səmərəli ola bilər (B.Ə.Bilalov, 2006, səh 11-22).

Xarici turistlərin ölkəyə gəlişini stimullaşdırmaq və ölkədən vətəndaşlarının xarici ölkələrə turist kimi getmələrinin sayını azaltmaq üçün valyuta məzənnəsinin beynəlxalq məzənnələrə uyğun şəkildə dəyişdirmək siyasəti məqsədə uyğundur. Beynəlxalq turizm bazarının valyuta problemləri beynəlxalq turist bazarının necə formalaşması və inkişafı ilə sıx bağlıdır. Beynəlxalq turist bazarı əmtəə mübadiləsi sferasıdır. Bu sferanın əmələ gəlməsi turist xidmətlərinə və mallarına beynəlxalq səviyyədə olan təklif və tələbdən asılıdır. Bundan əlavə, xarici turistlərin ziyarət etdiyi ölkədə suvenir və digər malların alınması çox faydalı və əlverişli ticarət əməliyyatıdır. Belə ki, turistlər tərəfindən alınan mallar həmin ölkənin daxili pərakəndə qiymətinə satılır, bunun nəticəsində də kənar valyutanın ölkəyə daxil olmasına və ümumi həcmnin çoxalmasına səbəb olur. Turizmin inkişaf etdiyi ölkələrin əksəriyyətində bu daxili ixraca stimül verir və müxtəlif sənaye sahələrinin xidmət edir. Məsəl üçün, Azərbaycanda milli naxışların istifadə olunduğu xalçalar və s., İsveçrədə - xüsusi texnologiya və ya əl əməyi ilə hazırlanmış saatlar, Fransada müasir dəbli paltarlar, kosmetika və ya parfümeriya məhsullarına yüksək tələbat olur. Turizm sənayesinin resurs sənayesindən fərqli olaraq daha çox insanlar üçün əlçatandır çünki turist xidmətlərinin həyata keçirilməsində və malların istehsalında çox adam iştirak edir. Belə olduğu halda beynəlxalq səviyyədə turizm sənayesindən cəmiyyətin bütün təbəqələri gəlir əldə etmiş olur.

Gəlirin ədalətli şəkildə paylanması əhalinin rifahının yüksəlməsinə nəticədə ölkənin iqtisadi inkişafına səbəb olur. Müasir dövrdə turizm sektorunu investisiya qoyuluşlarının əsas istiqamətləri kimi iqtisadiyyatda investisiyaların dövlət tərəfindən dəstəklənməsi, təşviq edilməsi, qanunvericilik sistemində müvafiq tənzimləmə üsulların qeyd edə bilərik.

Tənzimləmə metodu kimi ən aktual variant iqtisadi üsullarla həyata keçirilməsidir. Həmçinin investisiya-inovasiya fəaliyyətində dövlət tənzimləməsinin müasir tətbiq etmə metodları rəngarəngdir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz metodlar investisiyalaşma prosesini həyata keçirən fərdi və ya kollektiv təsərrüfat subyektləri qarşısında müxtəlif situasiyalarda: sadə, mürəkkəb, böhranlı, həmçinin ümumdövlət və milli mənafelərimizə uyğun şəkildə müəyyən istiqamətlərdə fəaliyyət göstərmək üçün müxtəlif inzibati tədbirləri də özündə ehtiva edir. Makroiqtisadi səviyyədə investisiyaların dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyi iki əsas istiqamətdə: təkrar istehsalda və cəmiyyətin tam şəkildə həyat tsikilində investisiyanın gördüyü işlərin artması ilə müəyyənləşdirilir. İntestisiyaların dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin əsas məqsədlərini aşağıdakıları qeyd edə bilərik: dayanıqlı iqtisadi artımın təmin etmək, yüksək məşğulluq, aşağı inflyasiya və tarazlı tədiyyə balansının əldə olunmasıdır. İqtisadiyyatda investisiya qoyuluşu prosesinin sürətləndirilməsi və stimullaşdırılması tərəfindən çıxış edir.

Dolayı tənzimləmə üsulları İEO-də geniş şəkildə istifadə olunur, bu sahədə ABŞ və Almaniya təcrübəsinə nəzər yetirək. İnvestisiya əlavələri müəssisənin ümumi investisiya xərclərinin 6-8% həcmində gəlir vergisindən azad olunan məbləğə bərabərdir. Beynəlxalq təcrübəyə baxsaq, ölkə iqtisadiyyatında turizm sektorunda investorların təşviq edilməsi prosesi birinci növbədə sahibkarlıq subyektlərinin vergi xərclərinin aşağı salınması ilə bağlılığın görürük. Lakin görülən tədbirlər ayrı-ayrılıqda deyil kompleks şəkildə həyata keçirilməlidir. Əgər vergi sahəsində hansısa stimullar yaradılması nəticəsində investisiya qoyuluşunda yüksək səmərə əldə edilirsə bu prosesi tamamlayan digər tədbirlər planını ilə birlikdə ardıcıl şəkildə reallaşdırmaq lazımdır. İEO-in qanunvericiliyinə nəzər salsaq amortizasiya dövrü, illik normativlər müəyyən olunur və daha sonra əmək

vasitələrinin qiymətinin həmin vasitələrin hesabına istehsal edilən məhsullara və xidmətlərin üzərinə keçirilməsi kimi obyektiv iqtisadi qanunauyğunluğu özündə əks etdirir. Dövlət müəyyən vaxtdan bir amortizasiya normalarına dəyişiklik etməklə əsas kapitalla təkrar istehsal təsirini göstərə bilər. Əslində avadanlığın amortizasiya normaları ilə onların real istifadə müddətindən xeyli azdır. Qeyd etdiyimiz prosesin nəticəsində ABŞ-da 33% -ə qədər, Almaniyada isə 25% -dən yuxarı, amortizasiya xərcləri yenilənən istehsal gücünün həcmnin genişləndirilməsi, birbaşa öz təyinatından başqa "əlavə" işlər görməsi, fəaliyyət göstərən fondlara texniki yardım göstərmək məqsədi üçün istifadə olunur (Fərəcova D.D. (2008), səh 6-8). Amortizasiya ayırmaları əsas vacibliyi onunla dəyərləndirilir ki, bəzi qərb ölkələrinin təcrübəsinə əsaslanaraq deyə bilərik ki, bu normaya cəlb edilmiş vəsaitlər mənfəət vergisindən azad edilir. Buna görə də müddətlərini azaltmaq və amortizasiya normalarını yüksəltmək üsulu ilə müəssisələr onların artırılmasında hər zaman maraqlı olur. Hazırda qərb ölkələrində sürətli amortizasiya prosesinə yeni, amortizasiya normalarını standartdan yüksəlməyə meyllidir. Bu proses öz növbəsində investisiya prosesinə stimül verir. Bu təcrübəni ölkəmizdə turizm sektoruna müəyyən stimullar verilməsi baxımından xarakterik ola bilər. Buna görə də turizm sektorunda və onunla əlaqədar digər fəaliyyət növləri daim istehlakçıların dəyişən tələbatı fonunda hər zaman yenilənmə siyasətinin tətbiq edildiyindən burada amortizasiya normalarında müəyyən dərəcədə yüksəldilməsi səmərəli investisiya strategiyalarından biri kimi təşkil edilə bilər. Amortizasiya siyasəti qarşılıqlı surətdə vergi siyasəti ilə, şərtləndirilən tədbirlərin qəbul edilməsi ilə birlikdə razılaşdırılmasını qeyd etmək zəruridir. Korporasiyaların mənfəət vergisindən dərəcələrin artırıldığı vaxt, sürətli amortizasiya üsullarına rəvac verilir. Sürətli amortizasiya prosesini tətbiq etmək hüququnun yalnız yeni avadanlıqlara verilməsi vacib bir faktdır. Eyni zamanda, bütün müəssisələrin sənaye tsiklinin fərqli fazalarında və real şəraitə uyğun olaraq yarana bilən konyuktur zamanı baza normalarında ki, 20%- lik artım və yaxud azalma sərhədi daxilində amortizasiya ayırmaları standartlarını tətbiq etmək ixtiyarları vardır (Fərəcova D.D. (2008), səh 8-10). Turizm sektorunda investisiya

fəaliyyətinin cəlb edilməsini və maliyyələşdirilməsi prosesinin mühüm mənbəsi kimi qiymətli kağızların: istiqrazların, səhmlərin buraxılışı və müxtəlif kredit növləridir. Bu metoddan adətən, illik mənfəətin həcmindən asılı olmayaraq, inhisarlaşmış, faizlərin və dividendlərin ödənilməsində maddi baxımdan məsuliyyət daşımağa qadir ola bilən iri şirkətlər istifadə edir. Maliyyə investisiyalarının bu formasından KOS-da demək olar ki, çox az istifadə edilir. Kredit sektorunun inkişafının əsas istiqaməti kimi banklar, bank olmayan kredit təşkilatları və digər maliyyə təşkilatları tərəfindən qısa və uzun müddətli borcların verilməsi, kommersiya kreditləri xətti vasitəsi ilə həyata keçirilir. Maliyyə resurslarının çatışmazlığı hiss olunduğu durğunluq, tənəzzül və ya böhran dövrlərində investisiya qoyuluşlarının payçılıq əsasında maliyyələşdirilməsi metoduna maraq hər zaman dahada artır. Investisiyalara dövlətin himayəsi və onların qorunması üçün müvafiq sisteminin müasir tələblərə uyğun inkişaf etdirilməsi üçün islahatların aparılması, rahat və asan mühit yarada bilmək üçün qanunvericilik bazasında təkmilləşdirilməsi onun reallaşdırılmasına böyük təkan verəcəkdir. Ölkəmizdə turizm sektorunda investisiyanın səmərəliliyini təmin etmək üçün metodlardan birində dünya təcrübəsində investisiya qoyuluşunu təşviqi istiqamətində uğurlu şəkildə həyata keçirilən sığorta müəssisələrinin bu fəaliyyətə cəlb edilməsidir. Məsələn ABŞ iqtisadiyyatında özəl investisiyaların böyük maddi mənbəyi kimi həyat sığortası fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlər çıxış edir. Əhəmiyyətinə görə bu şirkətlər investisiya təminatında banklardan sonra ikinci pillədə qərarlaşmışdır. Milyonlarla sığorta polisinə sahib olan şəxslər həm də bu şirkətlərin mülkiyyətçisidir və həmin polislərə görə yalnız sığorta ödənişləri almır, həm də onlardan mənfəətdə əldə edirlər. Sığorta şirkətləri dövlətə, korporasiyalara, fərdi şəxslərə borc kimi pul verir, habelə yüksək gəlir əldə edilən qiymətli kağızlara investisiya qoyurlar. Başqa bir təcrübə kimi qeyri-bank kredit qurumları arasında kiçik fərdi sahibkarların maddi vəsaitlərini akkumulyasiya edən yəni yığıb saxlayan, daha sonra isə yüksək faizlə, ən çox da uzun müddətli kredit kimi verən borc-əmanət assosiasiyalarının ölkəmizdə yaradılmasını göstərə bilərik. Qeyd etdiyimiz metodun timsalında ölkəmiz üçün yeni təcrübə kimi qanuni

mexanizmlərin hazırlanması “Turizm Asosiasiyasının” investisiya siyasəti istiqamətində fəaliyyətinin yaradılması bu baxımdan müsbət addım olardı. Müasir dünya praktikasından çıxış edərək qeyd etmək olar ki, ölkəmizdə turizm sektorunun səmərəli investisiya siyasəti istiqaməti “investisiyanın təşviqi” siyasətidir. Əsas məqsəd xarici investorları ölkəmizə cəlb edə bilmək üçün münbit biznes mühitinin formalaşdırılma bilməsidir. Müəyyən qabaqcıl dünya ölkələrinin təcrübəsinə baxsaq “İnvestisiyanın təşviqi” tədbirləri çərçivəsində bunları qeyd edə bilərik. Məsələn: İtaliyada xarici investisiyaların cəlb edilməsi üçün bu məsələ ilə bağlı koordinasiya işlərini bu agentlik: Sahibkarlığın İnkişafı və İnvestisiyaların Cəlb edilməsi Agentliyi (İnvİtaliya) həyata keçirir. Agentliyin təşkilati-hüquqi forması səhmdar cəmiyyətdir. Yeganə səhmdarı İtaliya dövlətinin İqtisadiyyat və Maliyyə Nazirliyidir. Xarici investisiyalar üçün ölkədə favorit sahələrdə “İnvİtaliya” agentliyi təyin edir: logistika, İKT, innovasiya, turizm, elmi-tədqiqat, bərpa olunan enerji və s. İspaniyada isə investisiyaların tənzimlənməsində prioritet istiqamətlər əmək qanunvericiliyi (işə qəbul etmək və işdən çıxarma prosesində işə götürən müəssisələrin hüquqlarının müəyyən çərçivədə artırılması) sahəsində və maliyyə sektorunda reallaşan islahatlardır. Belə fəaliyyətlər, həmçinin investisiya sahəsində müəyyən çətinlikləri olan digər İEÖ üçün aktuallığını qoruyur (A.Mirzəyev, 2016, səh 132-148). Ümumiyyətlə, investisiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması üçün dövlət tərəfindən icra olunan fəaliyyətlər qrupuna aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

1. Vergi güzəştləri:
 - a) vergi dərəcəsinin azaldılması
 - b) digər ölkələrlə vergi müqavilələrinin bağlanması və s.
2. Özəl investisiya layihələrinin stimullaşdırılması,
3. Maliyyə güzəştləri:
 - a) güzəştli kreditlər
 - b) investisiya qarantı
 - c) faizsiz kreditlər və s.
4. İnfrastruktur təminatı :

5. a) İnvestisiya fəaliyyətini həyata keçirə bilmək üçün zəruri ərazinin təmin olunması
- b) İnvestorların güzəştli qiymətlərlə təmin olunması
6. Proteksionist tədbirlər

Nümunə kimi Türkiyədə tətbiq olunan qərarı göstərmək olar. Beləki, İnvestisiyalara dövlət dəstəyi haqqında qəbul edilmiş qərar investisiyaların təşviqi sistemi ilə birlikdə qüvvəyə minmişdir. Bu qərarla nəzərdə tutulan dəstək vasitələrinin həyata keçirilməsi üçün regionların sosial-iqtisadi inkişafı səviyyəsinə bağlı olaraq 6 bölgəyə ayrılmışdır. Türkiyədə dövləti tərəfindən həyata keçirilən dəstək tədbirlərinə aşağıdakılar daxildir:

1. Gömrük rüsumundan azad olunma;
2. Sosial sığorta dəstəyi
3. Vergi güzəşti
4. İdxalda ƏDV-dən azad olunma
5. Kredit faizi dəstəyi
6. ƏDV-nin qaytarılması
7. Torpağın ayrılması.

2.3. Turizmdə rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi yolları

Dünyada turizm ölkələrinin beynəlxalq turizm bazarındakı uğuru heç şübhəsiz rəqabət gücü tərəfindən müəyyən edilir. Bir bölgənin turizm gəlirlərinin davamlılığı və artırılma bilməsi, turizm məhsulunun təqdim etmədəki rəqabətçi gücünə bağlıdır. Qloballaşma təsiri hansı sektor olmasına baxmayaraq ölkədaxili bazarların dünya bazarları ilə bütövləşməsinə məcburi hala gətirmişdir. Dünya ticarətinin sərbəstləşdirilməsi, rabitə, texnologiya və nəqliyyat sahəsindəki inkişafı artıq dünya tək bir bazar formasını almışdır (O.Bahar, M.Kozak,2013, səh 183-184). Qloballaşma müddəti qısaca, ölkələr və firmalar arasındakı rəqabət yarışını artırmışdır. Bu vəziyyət, turizm sektoru üçün aktualdır. Qloballaşmanın təsiri ilə birlikdə, turizm bazarında müəyyən genişlənmə olmuşdur. Artan bazar payından arzu edilən payın alınması isə turizm destinasiyaları arasındakı rəqabətin daha da

artmasına şərait yaratmışdır. Rəqabət, bir bazarda satıcıların bir-birilərinin əleyhinə daha çox müştəri çəkərək məhsul və xidmət satışlarını, dolayısı ilə mənfəətlərini artırmaq üçün aralarında ki, yarışdır. Rəqabətin özü isə bir bazarda var olmaq və bunu davam etdirə bilməkdir.

Firma baxımından rəqabət: “təklif etmiş olduqları məhsul və xidmətlərin alternativləri qarşısında seçim edilməsini təşkil etməkdir”. Sektor baxımından rəqabət: “bir sektorun rəqiblərinə bərabər yada daha üst səviyyədə bir məhsuldarlıq səviyyəsinə çatması və bunu davam etdirə bilməsi və ya rəqiblərinə müqayisə ilə bərabər yada daha az xərclə məhsul istehsal etmək/satmaq” deməkdir. Milli rəqabət gücü; bir ölkənin sahib olduğu resurslardan əhəmiyyətli dərəcədə gəlir əldə etməsi və xarici ticarətdə məhsul fərqliləşdirməsi, yeni məhsul ortaya qoyması və bunu paylamasıdır. Beynəlxalq rəqabət gücü isə; yerli bir firmanın xarici və daxili bazarda beynəlxalq rəqabət gücünə sahib olması demək, rəqib yerli/ xarici firmalara müqayisədə məhsul qiyməti və keyfiyyəti, çatdırılmada dəqiqlik, satış sonrası servis kimi qiymətdən kənar ünsürlər baxımından o anda və gələcəkdə eyni vəziyyətdə yada onlardan daha üstün olmasıdır. Turizm sektoru baxımından Türkiyənin Ağdəniz bölgəsindəki ən yaxın rəqibləri İspaniya, Yunanıstan, İtaliya, Fransa və Cənubi Kiprdir. Turizmin təklif şərtləri, xərcləri, investisiya, təşviq və maliyyə tənzimləmələri, davamlı turizm və ətraf mühit, xidmət keyfiyyəti, müştəri məmnuniyyəti, məhsuldarlıq, resursların düzgün istifadəsi, turist məhsulu seçilməsi, PR və yenilik, turizm rəqabət strategiyası ilə rəqabət gücünə təsir edən digər faktortların Türkiyənin beynəlxalq turizm sektorunda ki, rəqabət gücünə müsbət ancaq qlobal kapital və təhsil, informasiya texnologiyaları, turizm tələb şərtləri, marketinq strategiyası, bazar payı və bürokratiya kimi faktorların da ölkənin turizmdəki rəqabət gücünə mənfi təsirləri məlumdur. Səyahət və Turizm Rəqabət İndeksində Türkiyə 52 ci sıradadır. Dünya səyahət və turizm təşkilatının qiymət rəqabəti indeksinə görə Türkiyənin rəqabət gücü yüksək bir turizm ölkəsi olduğunu göstərir. Ancaq Türkiyənin infrastruktur vəziyyəti baxımından rəqiblərindən daha geridə, ətraf mühitinə nəzər salsaq rəqiblərinin çox daha geridə olduğunu görürük (O.Bahar və M. Kozak, 2013, səh188).

Beynəlxalq turizm sektorunda, 1990-cı illərdən əvvəl rəqabət deyildi zaman, ilkin olaraq əhəmiyyətli faktor kimi qiymət ağıla gəlirdi. Ancaq 21-ci əsrin qlobal iqtisadiyyatında rəqabət gedərək daha qarışıq, daha həcmli, rəqiblərlə və təhdidlərlə daha çox mübarizə etmək üçün səbəb olan bir struktura çevrilmişdir. Turizm sektorunda daxil olmaqla iqtisadiyyatın digər sektorlarında əhatə edən yeni istehsal texnologiyalarındakı artım, istehsal üsullarında olduğu qədər istehlakçı davranışları, istəklərinin və nəticədə də bazar rəqabətinin dəyişməsinə səbəb olmuşdur. Turizm iqtisadiyyatı ədəbiyyatında rəqabət deyildi zaman, ilk olaraq bilinən anlayış destinasiya rəqabətidir. Destinasiya bir ölkə ola biləcəyi kimi, bir şəhər, bir kənd və müqayisə olunmaz bir mənzərəyə sahib bir yer ola bilər. Turizm rəqabəti, bir destinasiyaya gələ biləcək turistləri bölgəsinə cəlb edə bilməsi və onları məmnun edə bilməsidir. Bir destinasiyanın bazar payının və gücünü davam etdirməsi, qorunması və zamanla onu inkişaf etdirməsidir. Bu təriflərin ortaq xüsusiyyəti: rəqabətin davam edən bir müddəti əhatə etməsi yəni dinamik olması, ölkədə yada bölgə əhalisinin rifah səviyyəsinin artırma bilməsi və müştərinin (turistin) lazımlı ölçüdə məmnun edilməsini təşkil etməkdir. Turizm və səyahət sektorunun gələcəyi, destinasiyaların mövcudluğundan asılıdır. Beynəlxalq turizm və səyahət sektorundakı destinasyonlar arasındakı rəqabət artmaqdadır. Turizm bazarında yeni destinasyonlar, məhsullar və turist profili ortaya çıxır, müştəri yönümlü strategiya təyin edərək, turisti məmnun edən və müsbət imic yaradan destinasiyalar, rəqabət gücü əldə etmək üçün daha üstün bir vəziyyət yaratmaqdadır. Həmçinin destinasiyalar klassik məhsul yanaşmasından kənarlaşaraq, müştəri məmnuniyyətini maksimum səviyyəyə çatdıran metodlara üstünlük verir. Rəqabətə qarşı çıxma bilmək üçün, rəqabətdə üstünlüyü qorumaq üçün də, destinasiyalar məhsul çeşitliliyi, reklam və tanıtma, marketinq, imic inkişaf etdirmə, xidmət keyfiyyətini və müştəri məmnuniyyəti ilə fərqli texnologiyaların istifadə edilməsi kimi anlayışları özündə ehtiva edir (O. Bahar və M. Kozak, 2013, səh 189-202).

Müasir dövrdə İEÖ və İOÖ beynəlxalq turizm sektorunda, Azərbaycanın turist bazarı artıq formalaşmaq üzrədir. Formalaşan bazarın daha dayanıqlı olması

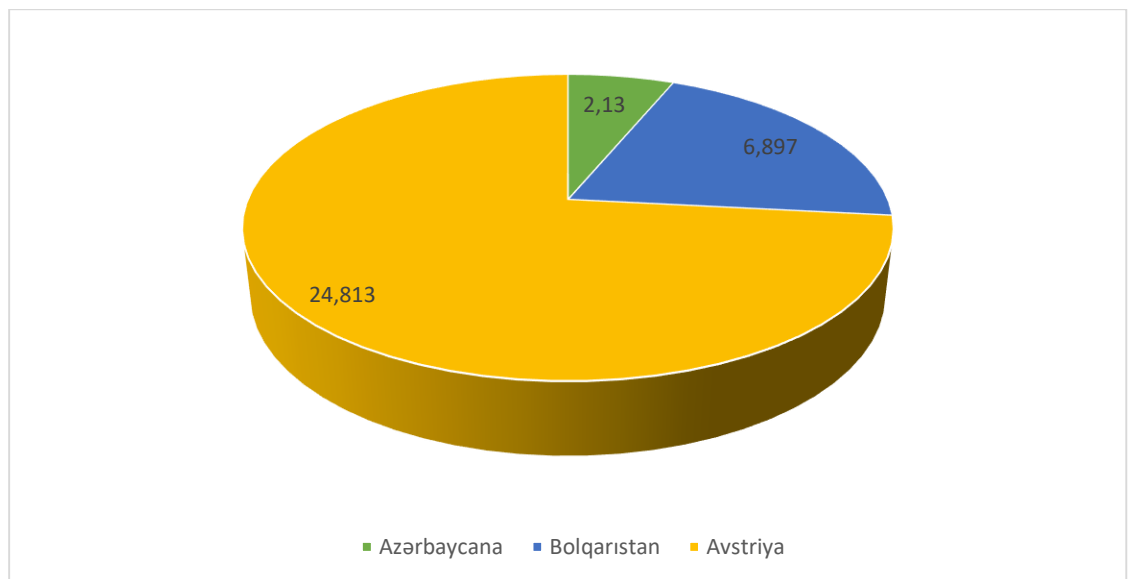
üçün istehsal olunan xidmətin və məhsulun qiyməti ilə keyfiyyəti arasında müsbət mütənasiblik yaratmaq lazımdır. Belə mütənasibliyin yaranması xüsusilə ölkə daxili turizmdə çox vacibdir. XX əsrin sonlarındamüstəqillik əldə etdikdən sonra, artıq vətəndaşlarımız münasib qiymətlərlə keyfiyyətli turist xidmət və məhsulunu ölkə daxilində deyil, xaricdə axtarıb tapırlar. Ölkəmiz turizmin hər iki istiqaməti üzrə (daxili, gəlmə) yüksək potensiala malikdir. Beynəlxalq bazarlarda təklif edilən turizm xidmətləri və məhsulları ilə müqayisə etdikdə güclü rəqabət mövcuddur. Ölkəmizin Dünya İqtisadi Forumunun “Turizm və səyahətlər üzrə rəqabət qabiliyyətlilik” haqqında hesabatında turizmxidmətləri üzrə dünya bazarında 141 ölkə arasında 84-cü yerdə göstərilmişdir. Ölkəmizdə neft sektorundan əldə olunan gəlirlərin şaxələndirilməsinin yeni qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsinin prioritet olduğunun nəzərə alsaq bu göstərici bizi qane etməməlidir. Buna görə də, ilkin olaraq mövcud potensialımızın əsasında yerli turizm məhsul və xidmətlərimizin hansı növlərinin rəqabətə davamlılığının artırılmasınadair məqsədimizə uyğun ola biləcək strategiyalar tərtib etmək lazımdır. İqtisadi fikir tarixinə nəzər salsaq rəqabət strategiyası sahəsində öz tətqiqatları ilə məşhur olan M.E.Porterin “Ümumi rəqabət strategiyası” konsepsiyasından yararlanı bilərik. Bu konsepsiyaya əsasən rəqabət gücünün strategiyalarının nə cür formalaşdığını və hansı strategiyaların rəqiblər arasında rəqabət üstünlüyünə sahib ola biləcəyini göstərmək olar. Porterin fikrinə görə, beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti xüsusiyyətlərində milli iqtisadiyyatın 4 mərhələsi və ona uyğun olaraq 4 hərəkətverici stimula bölünür. Qeyd etdiyimiz istiqamətlərə investisiya istehsal, var-dövlət, yenilikçilik və amilləri aiddir. Porterin konsepsiyasına görə hansısa bir sənaye sektorunda rəqabətin real vəziyyəti həmin sektordakı beş əsas rəqabət gücündənə asılıdır (Əliyev S.İ. (2010), səh 108-114). Sektordakı rəqabətin quruluşu aşağıdakı beş gücün komponenti kimi ortaya çıxır: a) təchizatçıların (turizm sahəsində buna turizm məhsul və xidmətlərini təklif edən subyektlər demək olar) təsiretmə gücü; b) istehlakçıların/müştərilərin təsir qüvvəsi; c) əvəzləyici məhsul və xidmətlərin yaratdığı təsir; d) bazara yeni daxil olan firmaların gətirdiyi təhlükələr və təhdidlər; e) bazarda fəaliyyət göstərən rəqiblər arasında ki, rəqabətin

intensivliyi. Qeyd etdiyimiz 5 rəqabət qüvvəsinin təsiri vasitəsi ilə, rəqiblərin qarşısında onlara nisbətə daha üstün mövqeyə sahib ola bilmək üçün M.Porter üç konsepsiya təklif edir: diferensiallaşdırma, fokuslanma və ümumi strategiya – liderlik.

Xərclərdə liderlik strategiyasının əsas məqsədi məhsulun və xidmətlərin maya dəyərinin rəqabətə davamlı ola bilməsi siyasətidir. Xərclər strategiyasının ana xətti hazır məhsul və xidmətlərin keyfiyyətində hansısa mənfi istiqamətdə dəyişiklik olmadan firma xərclərinin azaldılması vasitəsi ilə rəqabətdə üstünlük əldə etməkdən ibarətdir. Əgər beynəlxalq təşkilatların hesabatlarına nəzər salsaq görərik ki, bu strategiyanın qaydalarına riayət edən ölkələr turizm bazarında rəqabət üstünlükləri qazanırlar. Dünya Forumunun rəqabətliliy hesabata əsasən Azərbaycan və Bolqarıstanın turizm sahəsində ki, qiymət strategiyalarını müqayisəli təhlil etsək, Azərbaycan qiymət indeksi üzrə 4,8 balla, rəqabətlik indeksiə görə isə dünyanın 141 ölkəsinin göstərilədi hesabata 65-ci yerdə dayanmışdırsa, Bolqarıstan isə bu göstəricidə 5,1 balla 35-ci yerdə qərarlaşmışdır. Verilən məlumatları daha detallı şəkildə nəzərdən keçirtsək görərik ki, ölkəmizdə otellərin sutkalıq qiymətləri orta hesabla 174,2 \$ təşkil edərək bu siyahıda 77-ci mövqedə yerləşirsə, Bolqarıstanda isə bu göstərici günlük 81,6 \$ təşkil edərək siyahıda ilk 5-likdə yer almışdır. Digər müqayisəli qiymət siyasətinə nəzər salsaq, Dünya Rəqabətlik Hesabatında 2013-cü ildə Azərbaycana ziyarət edən turistin orta xərc əmsalı 11103,3 \$ olmuşdur, uyğun olaraq bu əmsal Bolqarıstanda 588,6, Avstriyada isə 810,3 \$ təşkil etmişdir. Bu təhlillərin nəticəsində, deyə bilərik ki, qiymət strategiyasının tətbiqi ərazisinə və əhalisinə görə bizə oxşar göstəriciləri olan Avstriya və Bolqarıstanın turizm axınlarında ki, rəqabət üstünlüyünə malikdir (şəkil 1). Ölkəmizin rəqabət üstünlüyünü əldən verməməsi üçün turizm sektoru iştirakçılarının maliyyə imkanları yaxşılaşdırılmalı, güzəştli vergi tarifləri tətbiq edilməli və bu sektorda yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi ilə istehsal xərclərinin azaldılması istiqamətində güzəştli kreditlərin verilməsi siyasəti düşünülmüş şəkildə yeridilməlidir. Diferensiallaşdırma strategiyası: bu strategiya öz mahiyyətinə görə bazarda təklif edilən mal və ya xidmətləri fərqləndirərək bütün sənaye sektorunda

bənzərsiz yəni fərqli bir məhsul və ya xidmətlərin yaradılmasıdır. Bu strategiyanın tətbiq edilməsi bir sıra formalarda ola bilər. Məsələn: marka adı və dizayn, əmtəənin, texnologiya və xidmətlərin xüsusiyyətləri, müştəri servis xidmətləri, mal və ya xidmətlərin istehlakçılara çatdırılması metodu və b. Ölkəmiz üçün turizm sektorunda bu siyasətin tətbiqi mövcud potensialdan daha çox istiqamətli istifadənin əsasında dünya turizm bazarında rəqabət üstünlüyü əldə edilməsini ehtiva edir.

Şəkil 1: 2013-cü ildə Azərbaycan, Bolqarıstan və Avstriyaya gələn turistlərin sayı (min nəfərlə).



Mənbə: Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi.

Belə bir misal göstərmək olar ki, ölkəyə istirahət etmək məqsədi ilə gələn turislər üçün xidmət müxtəlifliyi elə təklif olunmalıdır ki, gələn turistin məmnunluq səviyyəsi tək istirahətlə məhdudlaşmasın. Turistin istirahəti çərçivəsində onlara qısa müddətli ekskursiyalar vasitəsi ilə ölkəmizin tarixi gerçəkliklərini və abidələrini, o cümlədən müxtəlif kontekstdə animasiya proqramları təşkil etməklə istirahətin zənginliyi artırılmalı və milli mətbəximizin dadlı-ləziz təamları ilə çatdırılmalıdır. Qeyd olunanlardan əlavə turizmin inkişafı üçün rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsinə yönəldilən siyasətdə bu strategiya ölkəmizdə turizmin mövsümlilik rejimindən il boyu (yay, qış və d.) rejimə keçməsinə yönəldilməlidir. Azərbaycanın adını dünyada tanıdacaq müxtəlif

markalanmış adlardan istifadə etməklə də diferensiasiya strategiyasının digər istiqamətlərindən biri kimi tətbiqi nəticəsində turizmin inkişafına nail olmaq olar. İlk olaraq ölkəmizdə diferensiallaşdırılmış turizm strategiyasının həyata keçirilməsi üçün regionun mövcud potensialının və ona təsir edəcək faktorların qiymətləndirilməsi çərçivəsində, yəni əsaslandırılmış şəkildə tətbiq ediləcək turizm məhsulu, xidməti çeşidi müəyyən edilməlidir. Fokuslanma strategiyası: rəqabət mübarizəsində üstünlüyünə nail ola bilmək üçün rəqabət yarışı aparan iştirakçıların seçilmiş müştəri qrupu, ayrı bazar segmentini ya da bazarın müəyyən coğrafi ərazi vahidi üzərində fokuslanma siyasətidir. Bu strategiyayı bazarda rəqiblərin zəif olduğu sahədə, heç diqqət vermədikləri məsələləri hədəf olaraq korporasiyalar faydalana bilər. Buna görə də bu strateji istiqamət üzrə ölkəmizin yerləşdiyi bölgədə yəni Qafqaz regionunda turizm bazarında rəqabət üstünlüyünü əldə edilməsindən və turizm növlərinin davamlı və dayanıqlı şəkildə inkişafı barəsində danışılmalıdır. Turizm növlərinə aşağıdakıları daxil edə bilərik:

1. müalicəvi
2. çimərlik
3. ov
4. ekoturizm
5. qolf
6. konqres
7. dağ-xizəkçilik
8. speloturizm (mağara turizmi)
9. etnoqrafik (müxtəlif xalqların folklor nümunələri ilə, adət-ənənələri və mədəniyyəti ilə tanışlıq)

Qeyd etdiyimiz istiqamətlər turizmin fokuslanma strategiyasının ölkəmizin mövcud potensialına uyğun hədəfləri kimi seçilə bilər. Hazır ki, dövrdə turizm xidmətləri və məhsullarının keyfiyyətin artırılması sahənin bütün iştirakçıları üçün əsas məqsəddir. Dünya turizm bazarında keçmiş illərlə müqayisədə ölkəmizə turist axınının artması istiqamətində əhəmiyyətli təcrübələr qazanılmışdır. Artıq ölkəmizdə beynəlxalq səviyyəli rəsmi xarakter daşıyan tədbirlər,

mədəniyyətlərarası əlaqələr, reklam və informasiya təminatı, həmçinin digər əlaqə vasitələrindən istifadə edərək turizm sektorunun inkişaf baxımından çoxsaylı tədbirlər görülmüşdür və davam etdirilməkdədir. Ölkənin turizm mərkəzlərinə daxili istehlakçılarında cəlb edilməsi prosesinə xüsusi diqqət vermək və müəyyən cəhdlər etmək lazımdır. Qeyd olunanlara əsaslanaraq belə bir nəticəyə gəlirik ki, turizm sektorunun inkişafında müxtəlif rəqabət gücləri strategiyalarının tətbiq edilməsi ölkədə ümumi rəqabət mühitünün yaradılmasına, formalaşdırılmasına, həmçinin daxili turizm bazarında davamlı şəkildə inkişaf etdirilməsinə eləcə də dayanıqlı xarici bazarlara (dünya bazarına) çıxılmasına zəmin yaradır (B.Ozan və M. Kozak,2013, səh 130-150).

III Fəsil TURİZM SFERASINA İNVESTİSİYA QOYULUŞLARININ SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI

3.1. Turizmə investisiya qoyuluşunda dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri

Azərbaycanda turizm sektorunda ki, artan tələbat surətində bu sfera çərçivəsində müasir elmi biliklərin, yeni texnologiyaların (metodların) və korporativ iqtisadi qərarların ahənginə istiqamətlənmiş yanaşmaların meydana gəlməsi gündəmə çıxır. Bu baxımdan regionda həm daxili, həm də xarici turizmin davamlı və dayanıqlı inkişafı məsələsinin dahada dərindən araşdırılması bu məqsədlərə çatma bilmək üçün investisiya qoyuluşu proseslərinə dair yeni və daha səmərəli yanaşmanın meydana gəlməsinə münbit zəmin yaradır. Turizmdə baş verən investisiya prosesinin xüsusiyyətləri bəzi amillərlə xarakterizə edilir, onların daxilində aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- 1) İnvestisiya qoyuluşları turizm sektorunun daxili və xarici mühitinə təsir etməklə yanaşı, həmçinin daxili mühiti sağlamlaşdırır və xarici mühütdə rəqabət üstünlüyünün yaranmasına təminat verir
- 2) İnvestisiya sferasına yalnız investisiya əmtələri deyil, həm də bazar dəyəri olmayan yəni əmtəə və xidmətlər bazarında tədavi ilə daxil olmayan resurslar da, cəlb olunur.
- 3) İnvestisiya prosesi, həmçinin regionda təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyini və sonsuzluğunu təmin etməklə davamlı iqtisadi inkişafa stimül verir.
- 4) Regionda turizm sektoruna yönəldilmiş investisiya prosesi təkcə bu sektorla deyil, həm də daha böyük sistemin əlamətlərinə sahibdir, bunun üçün də böyük sistemin başqa sektorlarında baş verən müəyyən qanuna uyğunluqlarına tabedir.
- 5) İnvestisiyalar turistlərin istəklətinə cavab verən, müsbət multiplikativ effekti yüksək verən obyektlərə tərəf yönəldilir. Misal olaraq deyə bilərik ki, mədəni-əyləncəli obyektlərə qoyulan investisiyalar nəticəsində tikilən obyektlər yalnız turistlər tərəfindən deyil, o cümlədən də yerli əhali tərəfindəndə yüksək maraq

göstərilir və yekunda bunun nəticəsində müsbət sosial-iqtisadi multiplikativ effekti əmələ gəlməsinə səbəb olur (Abbasova Q. F, 2013, səh. 135-147). Turizm sənayesinin inkişafını ləngidən bir sıra problemlər mövcuddur:

- Regionlarda aeroportların, dəmir yolu və su yolu kimi nəqliyyat infrastrukturunun aşağı səviyyədə, bəzən heç olmaması.
- Əhəmiyyətli turizm potensialına sahib olan regionlarda yolların, telekommunikasiya xətlərinin, mərkəzi su və isitmə sisteminin, eyni zamanda turizm marşrutları üzrə istirahət dayanacaqlarını özündə əhatə edən regional infrastrukturun olmaması və ya mövcud infrastrukturun beynəlxalq standartlara cavab verməməsi
- Regionlarında yerləşən qonaqlama obyektləri arasında üç ulduzlu otellərin, motellərin və hostellərin yetəri qədər olmaması, həmçinin yüksək səviyyəli alış-veriş mərkəzlərinin çatışmazlığı.
- Turizm müəssisələrinin əksəriyyətinin Bakı şəhərində yerləşməsi.
- BXİQ-u təşviq edən və xarici investisiyanın stimullaşdırılması üçün xüsusi proqramların olmaması.
- Turizm sahibkarlığının inkişafı üçün aşağı faizli kreditlərin verilməməsi
- Turizm obyektlərini müəyyən müddət çərçivəsində gəlir vergisindən azad olunması və ya aşağı dərəcələrin tətbiq edilməsi proqramlarının olmaması.
- Turizm müəssisələrinin tikintisinə lazım olan malların idxalında gömrük rüsumlarından azad edilməməsi.
- Ölkəmizin mövcud olan turizm imkanları beynəlxalq səviyyədə yetərinə tanındılmayıb, buna görə də sərmayəçilərin öz vəsaitlərini yönəltmək üçün lazımlı sahələrdən kifayət qədər informasiyası yoxdur.
- Müasir turizm komplekslərinin qurulmasına iri həcmli maliyyə mənbələrinin tələb olunmasına görə sərmayəçilər bu sahəyə investisiya qoymamaqla böyük riskdən çəkinir.
- Müəyyən miqdarda qoyulacaq investisiyalar üçün hüquqi, məsləhət servisi, personal köməkliyinin göstərilməsi kimi tədbirlərin olmaması.

- Qonşu ölkələrlə müqayisədə bir gün qalmaq üçün çəkilən xərclərin daha çox olması.
- SSSR-i dönməndən qalmış Kurort-sağlamlıq müəssisələrinin tam özəlləşdirilməməsi və yenidən qurulmaması və s.

Bu problemlərin aradan qaldırılması nəticəsində investisiya qoyuluşlarında artmasına müsbət təsir göstərməsi şübhə doğurmur. Turizm resurslarından məqsədyönlü şəkildə formalaşmasına dair metodoloji yanaşma, ilkin olaraq turistlərin dəyişkən istək, tələbatlarının dinamikliyi və dövriyyəliyinə, xidmətlərin zəruriliyi və yetərliyinə, əlaqəli xidmətlərin istehlak edilən daha çox tələbat olan turizm xidmətlərinin xarakter və keyfiyyətinə uyğunluğuna, təqdim edilməsinin vaxtlı vaxtında olması kimi, innovasiya-investisiya fəaliyyətlərinə əsaslanmalıdır. Məlum olduğu kimi tsiklləri bu sənayedə müəyyən sistemlilik əlamətlərinə malikdir. Ayrı-ayrı regionlarda turizmin davamlı və dayanıqlı inkişaf edə bilməsi üçün bu sənayedə xidmət və məhsulların təkrar istehsal prosesləri sistemli və qarşılıqlı şəkildə bir-biriləri ilə bağlı olması nöqtəyi-nəzərdən dəyərləndirilməlidir. Regionlarda turizm infrastrukturuna daxil olan elementlərinin həyat dövrlərinin yəni tsikllərin maksimallaşdırılması prinsipi təklif edilmişdir. Yekun nəticədə onlardan regionun turizm sistemi tsiklinin mövcud olması asılı olacaqdır. Bu prinsiplərə, ilkin olaraq aşağıdakıları aid etmək olar:

- təklif olunan turizm xidmətlərində müasir standartlara uyğunlaşdırılması və keyfiyyətinin yüksəldilməsi

- turizm müəssisə və obyektlərinin daim modernləşdirilməsi:

1) turizm infrastrukturuna daxil olan obyektlərin fiziki və mənəvi cəhətdən köhnələ bilməsi prosesi ilə əlaqədar mütəmadi olaraq texniki baxışlar keçirilməsi və yenidən təchiz olunması

2) təklif olunan xidmətlərin müxtəlifliyinin genişləndirilməsi və b.

- ölkəmizdə rəqabətə davamlı və rəqabət qabiliyyətli daha münbit biznes mühitinin inkişaf etdirilməsi, formalaşdırılması istiqamətlərində daxili və xarici investisiyaların həm regionlar həm də müxtəlif bazarlar çərçivəsində tarazlı bölüşdürülməsi, eləcə də onlardan daha səmərəli istifadə etmək imkanları

istiqamətində müxtəlif tədbirlər planı işlənilib hazırlanmalıdır. Dövlət turizm sektorunun inkişafına yönəldilmiş səmərəli, effektiv investisiya proqramı aşağıda qeyd etdiyimiz prinsipial tələblərə söykənməlidir:

- Turizmə eləcə də bu sahənin inkişafına multiplikativ effekt təsirinə sahib olan başqa sektorların qarşılıqlı səmərəli fəaliyyətini tənzimliyə bilməsi üçün normativ hüquqi aktlar müəyyən edilməsi və effektiv iqtisadi mexanizmlərin sistemləşdirilmiş qaydada təkmilləşdirilməsi.
- Ölkəmizin turizm sektorunda prioritet funksional növlərini düzgün təhlil edilərək nəzərə alınması qeyd etdiyimiz fəaliyyət növlərinin inkişafına dəstək olması istiqamətində motivasiya baxımından bir sıra həvəsləndirici və stimullaşdırıcı tədbirlər planının işlənilib hazırlanması.
- Turizm sektorunun inkişafına təkan verən qüvvələrin: yerli və xarici investorları ölkəmizə gəlməsi istiqamətində və axınlarını gücləndirmək baxımından güclü, çevik və işlək mexanizmlərin hazırlanması prosesi.
- Digər sahələrdə olduğu kimi turizm sektorunda da ixtisaslı kadr çatışmazlığı probleminin həll edilməsi üçün müəyyən işlər görülməlidir. Bu çərçivədə bu sahə üzrə kadrların təkmilləşdirilməsi və potensialının optimallaşdırılması, o cümlədən onun elmi prinsiplər üzərində qurulması vacibdir. Bura yalnız ali peşə ixtisasına yiyələnmiş kadrlar deyil, həmçinin xidmətin alt səviyyəsində kadr təminatının hazırlığı (orta peşə-ixtisas səviyyəsində) əsas rol oynuyur.
- Bu sektorda informasiya təminatı məsələsinin modernləşdirərək optimallaşdırılması.
- Gəlmə turizmində yaranan maneələrin aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlər (məsəl: viza prosedurunun sadələşdirilməsi və bu sahədə baş verən bürokratik əngəllərin tamamilə aradan qaldırılması).
- Turizm sektorunda sağlam və keyfiyyətli rəqabət mühitinin formalaşdırılmalı və müxtəlif yersiz çətinlik və maneələrin tamamilə aradan qaldırılması.

- Dövlət investisiya fondu hesabına ölkənin ayrı-ayrı regionlarının inkişafına dəstək çərçivəsində sahibkarlar üçün güzəştli kreditlərin verilməsi, həmçinin şərtlərin dahada təkmilləşdirilməsi.
- Turizm sektorunda investisiya təminatı məsələsində beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq korporativ idarəetmə mexanizmlərinin işlənilib hazırlanması.
- Ölkəmizin zəngin təbii-rekreasiya ehtiyatlarına sahib olması məlumdur bu səbəbdən regionlarda azad iqtisadi zona kimi oxşar şəkildə turist-rekreasiya tipli yerlərin yaradılması.
- Effektivliyinə görə daha səmərəli olan, fərqli regionlar, sektor və istehsal sahələrinin inkişafı üçün dövlət tərəfindən verilən borcların: subvensiya və subsidiyaşəklində verilməsi.
- Dövlət regionlarda genişmiqyaslı turizm layihələrinin həyata keçirilməsinə dəstək vermək üçün öz nəzdində olan torpaq fondundan həmin yerdə istifadə üçün ərazilərin ayrılması.
- Məqsədli şəkildə investisiya proqramlarının həyata keçirilməsinə büdcə trust fondlarının dəstək olması vasitəsilə maliyyələşdirilməsi mexanizmi.

Dövlət tənzimlənməsində bir neçə istiqamət vardır ancaq investisiyaların idarə olunması çərçivəsində istifadə olunan dolayı metodları aşağıdakılardır:

- vergi stimulları
- amortizasiya və diskont siyasəti
- icbari qaydada kommersiya banklarının mərkəzi bankda maliyyə resurslarının ehtiyata qoyması
- kreditlər üzrə dövlət təminatı və s

Ölkəmizdə kompleks tədbirlər sistemi çərçivəsində turizm sektoru üçün investisiya prosesinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi metodu kimi maliyyə sferası vasitəsilə reallaşdıran fəaliyyətlərdir. Ümumiyyətlə investisiyalaşma prosesində daxili (xüsusi ilə müəssisənin mənfəəti və amortizasiya xərcləri) və kənar (qiymətli kağızlar və müxtəlif kreditlər vasitəsi ilə) maliyyələşmə mənbələri üçün çevik təsir vasitələrindən biri kimi bu sektordan istifadə məqbul hesab olunur. Dövlət sürətli

amortizasiya siyasətinin köməkliyi ilə investisiyaların müxtəlif kateqoriyaları üzrə stimullaşdırılmasına, mənfəət vergisinin isə müəyyən şərtlər daxilində güzəştli tarif dərəcələri və digər mexanizmlərin tətbiq edərək, dövlətin investisiya resursları həcmi və istiqamətlərini tənzimlənməsinə xidmət edir. Digər iqtisadi fəaliyyət növləri daxilində müxtəlif sahələrdəki, kimi turizm sektorundada başlıca istiqamət investisiya prosesi həyata keçirildiyi region üçün təkrar istehsalın fasiləsiz və sonsuzluğunu təmin edərək davamlı və dayanıqlı iqtisadi inkişafı təmin edə bilən alətlərdən biri olan amortizasiya standartları (və ya normaları) siyasətinin daha da təkmilləşdirilməsidir. Dövlətin amortizasiya ayırmaları ilə bağlı siyasətində qanunvericilik mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi investisiya fəaliyyəti üçün ən sabit mənbələrdən biri kimi hesab olunur. Dünya təcrübəsinə əsaslanaraq deyə bilərik ki, iqtisadiyyatın təşviq etdirilən müxtəlif sahələrində olduğu kimi bu sektorunda investisiya fəallığını yüksəltmək və stimullaşdırılması üçün dövlət tərəfindən hər zaman istifadə olunan alətlərdən biri də investisiyalar üçün vergi kreditidir. Həmçinin turizm sektorunun inkişafı üçün dövlət tərəfindən edilən stimullaşdırıcı tədbirlərdən biri kimi investisiya layihələrinin və proqramlarının böyük korporativ şirkət və ya müəssisələr tərəfindən payçılıq əsasında kapitalla təmin edilməsi ola bilər. Belə olduqda lokal əhəmiyyətli, müqayisədə sadə həcmli layihələri maliyyələşdirə bilmək üçün yerli hakimiyyət orqanlarının yardımı ilə müxtəlif səhmdar cəmiyyətlərinin yaradılması mümkündür. Fərdi kapital qoyuluşları əsasında əmanətçilərin payçılıqla maliyyələşdirilmə prosesində stimullaşdırılması kimi bu metodlarla yaradılmış müəssisənin əldə etdiyi mənfəətin 50 % -nə qədər olan hissəsindən vergi dərəcəsinin azaldılması, habelə yeni yaradılan obyektlərə payçı qismində sahib olmaq imkanının verilməsini aid etmək olar (A.F.Mirzəyev, 2016, Səh 140-145).

BXİQ-ın köməkliyi ilə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan KOS subyektləri burada yaranan artıma əsas təkan verən qüvvə olacaq. İnkişaf prosesləri isə ekoloji dayanıqlılıq prinsiplərinə əsaslandırılacaq, o cümlədən Azərbaycanda kəndlərin və ümumilikdə, regionların inkişafının mühüm tərkib hissəsinə çevriləcəkdir. Potensialdan düzgün, səmərəli şəkildə istifadə etmək məqsədilə xüsusi idarəetmə

mexanizmlərinin yaradılması, kifayət qədər informasiya bazasının daha da təkmilləşərək artması, turoperator və turagentlərin təklif etdikləri ümumilikdə isə turizmə xidməti paketlərinin keyfiyyətinin artırılaraq yeniliklərə cavab verə bilməsi, fərqli turizm fəaliyyəti sahələrinin səmərəli şəkildə KİV, həmçinin digər kanallar vasitəsilə təbliği, eləcə də ölkədə ki, bu sahə üzrə infrastrukturunun məqsədli şəkildə inkişafı planlaşdırılır. Proqramda nəzərdə tutulan ikinci əsas hədəf kimi, ölkə səviyyəsində daha keyfiyyətli idarəetmənin təşkil edilməsi, yeni turizm-rekreasiya bölgələrinin yaradılması, ölkə turizmində mövsümlilik məsələsini aradan qaldırmaq üçün region kontekstində ilin hər fəslində fəaliyyət göstərə biləcək turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, hava əlaqələrinin beynəlxalq integrasiya edərək inkişafı, viza prosesləri və şərtlərinin İEÖ-in təcrübəsinə əsaslanaraq sadələşdirilməsini də, əhatə edən turizm sektorunda inkişafı təmin edə bilmək üçün ölkədə əlçatan, dayanıqlı mühitin formalaşdırmaqdır. Üçüncü hədəf isə regional turizm təşəbbüsləri cəhdini göstərməklə ölkədə turizm sənayesini inkişaf etdirməkdir. Təşəbbüslər dedikdə nəzərdə tutulanlar, daha müasir, dayanıqlılığa, davamlılığa və integrasiya etmə qabiliyyətinə sahib turizm sahəsinə nail ola bilmək məqsədinə görə turizmin sağlamlıq, qış və ekoturizm kimi növlərinin inkişafına müxtəlif şəkildə kapital qoyuluşları təmin ediləcəkdir. Sonda dördüncü hədəf kimi turizm sahəsinin hər bir istiqamətini əhatə edən müxtəlif təhsil proqramlarının yaradılması üçün bu sahəyə investisiya qoyuluşlarını artırmaq və turistlərin məmnunluq səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədilə standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemlərini ölkəmizdə təkmilləşdirməkdən ibarətdir.

Azərbaycan kontekstində nəzər salsaq ölkə iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və diversifikasiyası, eləcə də regionların inkişaf etməsi baxımından bu sənaye həlledici rol oynayır. Turizmdə AR-ın rəqabət etmə potensialı çox yüksəkdir. Zəngin flora və faunaya, rəngarəng iqlimə, qədim tarixi-mədəni irsə sahib olmağımız cəlbedici turizm məhsulları yaratmaq üçün əhəmiyyətli zəmin təşkil edir. Bununla yanaşı, dövlət turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsini iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda prioritet istiqamət kimi elan edib. Son dövrlərdə ölkədə turizmin təşviq etdirilməsi, aparılan islahatlar, yeni qəbul edilən dövlət proqramları

və normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsində həyata keçirilən işlər bunu yenə sübut edir. Görülən işlər nəticəsində Azərbaycanda turizm sənayesi artıq yeni bir mərhələyə qədəm qoymuşdur. Ölkəmiz artıq dünyada yeni turizm destinasiyası kimi tanınmağa başlayıb bunun yanında beynəlxalq turizm bazarına integrasiya edilməsi prosesi ilbə-il daha aktual şəkildə davam edir. Ölkə rəhbərinin çıxışlarında qeyd etdiyi kimi müntəzəm olaraq, normativ hüquqi bazanın təkmilləşməsi, 2013-cü ildən başlayaraq inkişaf etmiş turizm ölkələrində olduğu kimi ölkəmizdə elektron viza sisteminin tətbiq edilməsi məsələsinə, turizm sahəsində qabaqcıl ölkələrin təcrübəsinə əsasən turistlərə hava limanlarında vizanın verilməsi kimi aktual məsələlərin diqqətində olmasını vurğulamışdır. Azərbaycanın turizm sektoru, iqtisadi böhran şəraitinin mövcud olmasına baxmayaraq, bu vəziyyətdə inkişaf edir (Strateji Yol Xəritəsi, 2016, Səh 7-10).

Turizmin inkişafı üçün 2010-2014-cü illəri əhatə edən "Dövlət Proqramı" hazırlanmışdır. Bu proqramda turizmlə bağlı bir neçə prioritet istiqamət seçilmişdir. Bunlara misal olaraq aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- Xüsusi zonaların yaradılması, həmçinin yaradılan obyektlərin əsasnamələrinin və nizamnamələrinin yaradılması
- Azərbaycanın turizm sənayesinə investisiya qoyuluşlarının artırılması məqsədi ilə beynəlxalq səviyyədə investisiyaların cəlb edilməsi
- Ölkədə turizm potensialının artırılması üçün onun geniş təbliğ edilməsinə xüsusi önəm verilməsi
- Azərbaycanın zəngin mədəni irsinin və mədəni imkanlarının nə dərəcədə geniş olması məlumdur, bu səbəbdən də turizm əsərləri üçün geniş istifadə olunması proqramda nəzərdə tutulan istiqamətlərdən biridir
- Dahada inkişaf etmiş yeni infrastrukturun yaradılması və s.

Ölkəmizdə turizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq müxtəlif illərdə müəyyən Dövlət proqramları təsdiq olunmuşdur. Misal olaraq 2002-2005-ci illəri əhatə edən Dövlət Proqramında nəzərdə tutulan tədbirlərin təxminən 90 faizi icra edilib. Qalan hissəsi isə daha uzun müddətli işlər olduğu üçün müəyyən zaman tələb edir və

tədqilənən yeni proqram çərçivəsində qalan işlər davam etdirilmişdir. Bu sahənin inkişafı dair müəyyən tədbirlər nəzərdə tutulub:

- beynəlxalq və daxili turizm bazarı üçün müəyyən marşrutlarının yaradılması
- xarici ölkələrdə geniş şəkildə müxtəlif reklam kampaniyaları aparmaq
- xarici ölkələrin turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan dövlət qurumları ilə sıx əməkdaşlıq əlaqələrinin müntəzəm hala gətirilməsi
- dövlət səviyyəsində beynəlxalq müqavilələrin bağlanması
- müasir tələblərə cavab verən turizm infrastrukturunun qurulması
- həmçinin məşğulluq səviyyəsinin artması nəzərdə tutulub.

Burada müxtəlif sahələri özündə ehtiva edir ki: nəqliyyat, iaşə xidmətləri, mehmanxanalar və digər s. bunlar da öz növbəsində yeni iş yerlərinin yaranması deməkdir. İşçilərin beynəlxalq standartlara cavab verən mütəxəssislər səviyyəsində formalaşa bilməsinə görə Türkiyənin Turizm Nazirliyi və TİKA adlı beynəlxalq təşkilatın köməkliyi vasitəsilə müxtəlif təlim kursları təşkil olunmuşdur. Ölkəmizdə olan geniş turizm potensialı imkan verir ki, fərqli regionlarda müxtəlif turizm bazaları yaradılsın və bu istiqamətdə baş verən müəyyən çatışmamazlıqları aradan qaldırıq. Hökumətin müxtəlif sahələrdə aparığı islahatlar turizm sektorundan da yan keçməmişdir. Belə ki, turizmin inkişafı məqsədi ilə lisenziya verilməsi prosedurası asanlaşdırılıb və dövlət rüsumunun azaldılmasını göstərə bilərik (Əlirzayev Ə.Q. 2005, Səh 111-113).

3.2. Turizm sahibkarlığının inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri

Azərbaycanda daxili turizm bazarının təhlili əyani olaraq göstərir ki, iqtisadi islahatlar, ölkə əhalinin rifahının artması, müvafiq infrastrukturun təkmilləşməsi, regionlarda yaranan iqtisadi canlanma kimi səbəblər turizm sənayesinin gələcək perspektiv inkişafını təmin edəcəklər. Daxili turizm bazarında bölgələrin üstün rola sahib olması və yeni tikilən qonaqlama-yerləşmə müəssisələrinin çoxunun regionlarda aparılması, yekunda prioritet sahələrdən biri olmasına şərait yaradır. Turizmin strateji planlaşdırılması zamanı ölkədə aparılan iqtisadi islahatların nəzərə almaqla aparılır. Ölkədə iqtisadi islahatların əhatəsinin genişlənməsi,

iqtisadi artım tempinin yüksək olması daxili və xarici turizmin inkişafı üçün baza rolunu oynayır. Buna görə ölkənin mövcud rekreasiya potensialını səmərəli istifadə edilməsini zəruri amillərdən biri edir. Daxili turizmin strateji planlaşdırılması zamanı aşağıdakı amillərin üstün tutulması aktualdır:

- turizm potensialından səmərəli istifadə edərək, ümumi iqtisadi inkişafda payının artması
- turizmin sosial-iqtisadi faydalığını və əhəmiyyətliliyini artırmaq üçün bölgələrin rekreasiya imkanlarını bu dövriyyəyə cəlb edilməsi istiqamətində işlərin gücləndirilməsi
- marketinq fəaliyyətinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi, tələb-təklifin əsasında turizm bazarının meyllərinin öyrənilməsi
- maliyyə imkanlarının genişlənməsinə şərait yaratmaq üçün yerli və xarici sərmayədarların ölkəmizə cəlb olunmasına əlverişli və dayanıqlı investisiya mühitinin formalaşdırılması
- idarəetmənin müasir tələblərə uyğun təkmilləşdirilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətində yerli əhalinin yaxından iştirakının təmin edilməsi.

Turizmin strateji planlaşdırılması həm bazarının öyrənilməsinin həm də investisiya qoyuluşlarını özündə əks etdirir. Planlaşdırma zamanı turizm dövriyyəsinə cəlb olunan digər əlaqəli sahələrin inkişafının proqnozunun göstərilməsində vacibdir. Ölkə daxili turizmin modelləşdirilməsi və sağlam rəqabət mühitinin formalaşması vacib şərtlərdən sayılır. Mövcud turizm modeli həmin ölkənin spesifik xüsusiyyətlərinə malik olmaqla, daşdığı əsas məqsəd sahibkarlığın inkişafı, sahib olduğu ehtiyatların dövriyyəyə cəlb etmək, nəticə etibarı ilə əhalinin rifahının yüksəldilməsindən ibarətdir. Azərbaycan kontekstində turizmin inkişaf etdirilməsi konsepsiyası sosial- iqtisadi modelləşdirmə ilə birbaşa bağlı olub, bölgələrdə ki, iqtisadi artım tempinin yüksəlməsinə şərait yaradır. Daxili turizmin formalaşmasında yerli özünü idarəetmə orqanlarının, bələdiyyələrin və kiçik sahibkarlığın iştirakı nəticəsində regionda proqnozlaşdırılan mikroiqtisadi nəticələrin əldə edilməsi ilə əlaqəli hazırlanan modeldir. KOS-ların turizmdə ki, rolunun artması nəticəsində əldə edilən vergilər ölkənin mikroiqtisadi səviyyədə

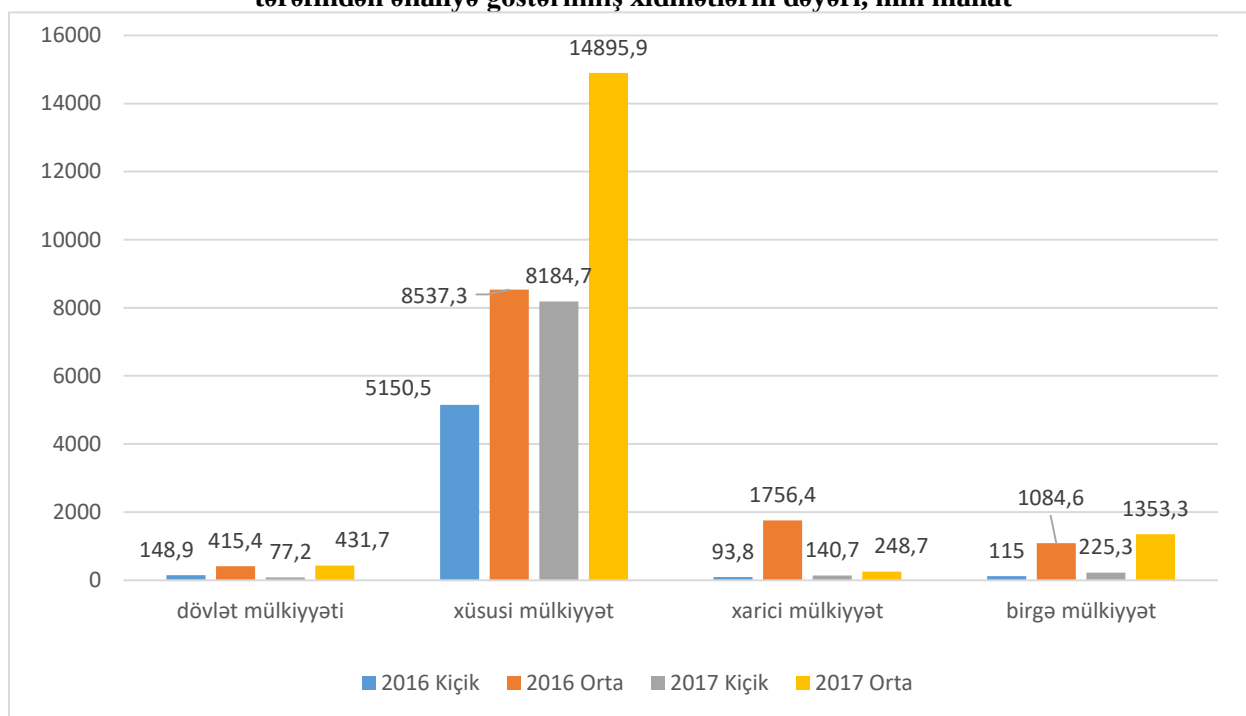
sabitliyin yaranmasında əhəmiyyətli vasitədir. Daxili turizm modelləşdirilməsi zamanı KOS-in rolunun artması nəticəsində yerli resurslardan artıq daha səmərəli istifadəyə zəmin yaradır. Regionların təbii-iqtisadi rekreasiya qaynaqlarından əsas istifadə edilən sahə kimi turizm sahibkarlığının payının artması, gələcəkdə dövlətin bu sahədə rolunun ciddi dərəcədə azalmasına səbəb olacaqdır. Turizm modelləşdirilməsi zamanı tələb və təklifin düzgün təyin edilməsi turpaketin formalaşmasına təsir edə biləcək amillərdən hesab olunur. Ölkəmizdə daxili turizm tələbatının öyrənilməsi elmi cəhətdən geniş əhatəli aparılmasa da ancaq aparılan tədqiqatlar zamanı aydın olur ki, ÜDM-in artımı, xidmət səviyyəsindəki artım, infrastruktur sahələrin yenidən qurulması və maddi-texniki bazasının təkmilləşməsi nəticəsində əhalinin tələbatına müsbət effekt göstərmişdir. Nəzərə alsaq ki, ölkədə əsas turizm tələbatını formalaşdıran əhali qrupu Bakı-Sumqayıt aqlomerasiyasında yerləşir və şəhərdə yaşayan insanların təbiətin ekzotikliyi ilə fərqlənən ərazilərə üstünlük verir, o, zaman bu amilin regionlarda turizmin inkişafına stimül verməsi məlumdur. Son illərdə əhalinin kütləvi istirahətini təşkil etmək məqsədilə özəl istirahət mərkəzləri ölkədə fəaliyyət göstərən böyük təşkilat və müəssisələrlə müqavilə bağlayaraq orada çalışan işçilərə istirahət təşkil edirlər. Bu tip müqavilələr ARDNŞ, nazirliklər, digər dövlət qurumları, əməkdaşlıq edilən xarici şirkətlər və s. arasında imzalanmışdır. Regionlarda mövcud olan geniş turizm imkanlarından səmərəli, faydalı şəkildə istifadə etmək zəruridir. Hər bir ölkədə daxili turizmin inkişafı üçün KOB-in formalaşması çox vacib faktorlardan biridir (qrafik 6).

Ümumilikdə iqtisadi sferada KOB daha çox xidmət və ticarət sahələrində yayılmışdır. KOS-ların özünəməxsus xüsusiyyətləri var, idarə olunmasının daha asan və rahat olması, fəaliyyət göstərdiyi bazarda rəqabət imkanlarının genişliyi, eləcə də investisiyaların cəlb olunması baxımından digər müəssisələrdən daha çoxdur. Bununla yanaşı kiçik və orta müəssisələrdə xidmət və məhsulların bazara uyğunlaşması, tez adaptasiya olması, manevr imkanlarının genişliyi, müxtəlif çeşidli məhsullar üzrə ixtisaslaşa bilməsi onun imkanlarını digərlərinə nisbətə

artırmış olur. KOS-ın turizm sənayesində müxtəlif üstünlükləri var, bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

- turoperatorların əksəriyyətinin kiçik və orta müəssisələrdən ibarət olması
- KOS-ın turizm bazarında əlverişli rəqabət mövqeyinin olması
- turizm sənayesində fəaliyyətdə olan və bu sənaye ilə əlaqəli olan digər xidmət sahələrinin əksəriyyət hissəsinin kiçik və orta müəssisələrdən ibarət olması, həmçinin onlar arasında faydalı əlaqələrin təşkilinə şərait yaratması
- turizm sənayesində fəaliyyətdə olan kiçik və orta müəssisələrin vergi öhdəliyinin az olması, həm də kapital cəlb etmək istiqamətində imkanlarının üstünlüyü.

Qrafik 6: İqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri tərəfindən əhaliyə göstərilmiş xidmətlərin dəyəri, min manat



Mənbə: www.stat.gov.az

KOS-ın inkişafına ölkə səviyyəsində xüsusi diqqət verilir, regionların inkişafı ilə bağlı qəbul edilən proqramlarda bu sahənin prioritet sahə kimi götürülmüşdür. Ümumi sahibkarlığın inkişafında DOST Agentliyinin yaradılması böyük əhəmiyyət daşıyır. Belə ki, agentliyin daxilində eyni adlı mərkəzlər fəaliyyət

göstərəcək, həyata keçirilən xidmətlər “bir pəncərə” sistemi vasitəsi ilə olduğu üçün öz effektivliyi və səmərəliliyi ilə diqqət çəkir. DOST mərkəzlərin regionları əhatə etməsi üçün addımlar atılmış, 2019-2025-ci illər aralığında Bakı və regionlarda 31 mərkəzin yaradılması planlaşdırılır Xidmət sektorunun bu sahədə geniş yayılmasına səbəb isə onun tamamilə özəlləşdirilməsi prosesinə görədir. Ölkəmizin turizm sektoruna nəzər KOS-ın payının yüksək olması ilə yanaşı onun bütün sahələrinə əhatə etməsinin şahidi olarıq. Belə ki:

- restoran xidmətlərinin hamısı
- kempinq
- motel
- mehmanxana təsərrüfatının böyük əksəriyyəti KOS-ın subyektlərinə məxsusdur.

Yuxarıda qeyd olunanlarla yanaşı ölkədə turizmlə qarşılıqlı əlaqədə olan və əlavə xidmətlər göstərən digər sahələrin (əyləncə, ticarət, nəqliyyat, suvenir istehsalı və s.) böyük hissəsi KOS-a məxsusdur. Turizmdə KOB-in formalaşması və inkişafı nəticəsində əhəlinin məşğulluq səviyyəsinin artması, ölkə iqtisadiyyatında ümumi stabilləşməsinə, o cümlədən müxtəlif xidmət sahələrinin yaranmasına genişlənməsinə böyük təkan verir. Bu baxımdan, ölkənin mövcud olan sosial-iqtisadi siyasəti və qanunvericilik bazası ilə turizmin inkişafında KOB-in daha da genişlənməsi yaxından əlaqələndirilir. O cümlədən turizm sahəsində vergilərin miqdarının azaldılması qeyd etdiyimiz bu siyasətin vacib tərkib hissəsini təşkil etməkdədir. Beynəlxalq səviyyədə turizm sənayesinin inkişaf etdiyi ölkələrdə bu göstəricilərə nəzər salsaq aradakı fərqi görə bilərik: Fransada analoji sahə üzrə 12% (müqayisə digər sahələrdə 22% olduğu halda), İspaniyada 10%, Türkiyədə isə 14% təşkil edir. Postsovet məkanında yerləşən ölkələrdə isə turizm sektoru üzrə tutulan vergilərin miqdarı 10-20% aralığında dəyişir. Bu baxımdan deyə bilərik ki, əgər ölkədə ümumi turizm vergilərinin miqdarı azaldılsa və maksimum hədd olaraq 10%-dən yuxarı olmasa, KOS-ın inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təkan vermiş olardı. Həmçinin xarici turist axınını inkişafı üçün viza

şərtlərində müəyyən güzəştlər olmalıdır: daha çox ölkələrlə əməkdaşlıq və ümumi viza qiymətinin miqdarının daha məqbul səviyyədə olması. Hazır ki, şəraitdə turizm bazarının təkmilləşdirilməsi, maliyyə imkanlarının miqyasının genişlənməsi, biznes bu sahəsinə daxil olmaq istəyən fiziki və ya hüquqi şəxslərin yüksək səviyyədə kapitalının olması tələb olunur. Həmçinin lisenziya hüququna sahib olan şirkətlərin turizm sənayesində kapital qoyuluşlarını artırmaqla yanaşı bu sahədə real fəaliyyət göstərə bilər.

Turizm sahəsi inkişaf etdikcə həmin ölkədə ki, müxtəlif səviyyəli kiçik sahibkarlıq subyektlərinin genişlənməsinə dəstək olur, buna misal olaraq restoranların, kempinq xidməti, motel və pansionat tipli qonaqlama müəssisələri, həmçinin suvenir və əl əməyi kimi yerli istehsalın, əyləncə mərkəzlərini göstərə bilərik. Bölgələrdə əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artması, investisiya qoyuluşlarının artmasına, eləcə də sosial infrastrukturun əhəmiyyətli dərəcədə inkişafına böyük təkan vermiş olardı. Ölkəmizdə mövcud olan kurort təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi daxili turizmde istifadə olunan əsas vasitələrdən biri hesab edilir. Kurort təsərrüfatının inkişafı üçün ölkədə zəngin təbii-balneoloji qaynaqlar mövcuddur. SSSR-in dağılmasından sonar ki, dövrdə Azərbaycanda kurort təsərrüfatı demək olar tamamilə tənəzzül etmişdir. Ölkədə azsayda kurort təsərrüfatı sovet dövrünnən qalma metodlarla fəaliyyət göstərir, bu da, xəstəxana tipli müəssisələr rolunu oynayır və nəticədə inkişaf meylləri çox aşağı olur və bu sahədə özəl təşkilatların iştirak səviyyəsi aşağıdır. Bu məqsədlə kurort müəssisələrinin tabe olduğu «Kurort» ASC-ində müxtəlif istiqamətlərdə islahatlar aparılmalıdır. Sanatoriyaların bərpa və yenidən qurma işləri yekunlaşmalı, bu müəssisələrdə yaşayan qaçqın və məcburi köçkünlər digər ərazilərdə yerləşdirilərək daha sonra özəlləşdirilməyə çıxarılmalıdır. Bu müəssisələri özəlləşdirilməsi prosesindən sonra actual vasitə kimi olan xarici investisiyaların cəlb edilməsi məsələsi mümkün olardı. Qeyd olunanlarla yanaşı kurort xidmətlərinə özəl sektorun nümayəndələrini cəlb edə bilmək üçün mövcud balneoloji rekreasiya imkanlarından istifadəyə uyğun şərait yaradılmalı, bu sahəyə ayrılan investisiyaları stimullaşdırılmalı, həmçinin yeni müasir standartlara cavab

verən özəl sanatoriyaların açılmasına müxtəlif təşviqlərlə dəstəklənməlidir (B.Ə. Bilalov, Ç.G. Güllalıyev, 2015, səh 239-252).

Regionların mövcud potensialının bütövlükdə iqtisadiyyata yəni ümumi dövriyyəyə cəlb edilə bilməsi, həmçinin turizm sənayesinin inkişafının daha da sürətlənməsinə görə investisiyaların artırılması vacib şərtlərdən biri kimi hesab edilir. Buna görə də deyə bilərik ki, regionların resurs potensialının nəzərə alınaraq turizm sahəsinə qoyulan investisiyaların artırılması mümkündür. Bu da öz növbəsində regionda KOS-ın inkişafının turizm sektoru ilə birbaşa bağlı olmasını göstərir. Turizm xidmətləri göstərən müəssisələr ümumilikdə bu sektorun fərqli istehlak seqmentlərinə uyğun qaynaqlara və onların təşkili standartları ilə qarşılandığı üçün kapital qoyuluşu zamanı onların təsnifləndirilməsi və rentabənlik səviyyəsinin öyrənilməsi böyük əhəmiyyət daşıyır. Turizm müəssisələrinin kredit ala bilməsi onun məhsulunun vahid göstəricisi kimi əmtəəlik məhsulu və xidmətlərin fərqli sahələri üzrə əldə etdiyi gəlir səviyyəsindən asılıdır. Bu səbəbdən də turizm potensialı ilə investisiyalar arasında olan əlaqə daha çox onun göstərə biləcəyi effektivliyi ilə müəyyənləşdirilir. Burada əsas diqqət verilən məsələ turizmin resurs potensialına çəkilmiş xərcləri, eyni zamanda onun ayrı-ayrı subyektlərinə istiqamətləndirilən kapitalın turizm məhsulunun ərsəyə gəldikdə qiymətləndirilməsi zamanı real şəkildə öz əksini tapmasıdır. Yəni turizm dövriyyəsində kompleksliliyin təmin olunma səviyyəsi, o cümlədən turməhsulun qiymətləri və gəlir səviyyəsi elə həddə olmalıdır ki, gələcəkdə alınmış kreditin qaytarılması zamanı götürdüyü öhdəlikləri yerinə yetirmə imkanlarına malik olsun. Turizm resurslarının investisiya renta miqdarını müəyyənləşdirilməsi zamanı, müəyyən səbəblərdən biridə onların funksional təyinatından asılı olaraq dəyişməsidir. Belə ki, mövcud resurslardan istifadə edildikdə (müxtəlif məqsədləri və çox sahəli texnoloji variantlarda) onların gəlirlilik səviyyəsinin həcmindən asılı olaraq dəyişir. Buna uyğun bir məsələ göstərə bilərik ki, həm İEO həm də İOO-də infrastruktur sahələrinə yönəldilən investisiyalar çox vaxt rentabəllilik səviyyəsinə (aşağı olmasına) görə sahibkarlar bu sahəyə yatırım etmirlər və ya ümumi payları

azlıq təşkil edir. Buna görə də infrastruktur layihələrinə yönəldilən maliyyə vəsaitlərinin əsas təminatçısı kimi dövlətin rolu böyükdür.

Turizm sənayesinin nisbətən daha az, maliyyə vəsaiti tələb edən sahələrindən olan yerləşmə, qonaqlama müəssisələri və digər xidmətlər göstərən sahələrinə kapital qoyuluşu səviyyəsinə görə yerli sahibkarların və xarici şirkətlərin, iş adamlarının payı olduqca yüksəkdir. Turizm resurslarının istifadəsi zamanı mövcud ehtiyatların bərpa olunmasına, həmçinin qorunub saxlanılması üçün nəzərdə tutulan investisiyaların təminatçısı kimi dövlətin burada oynadığı rolu əsas faktordur və qisməndə qeyri-hökumət təşkilatlarının iştirakı vardır. Hazırda ölkəmizdə turizmin inkişafına təsir edən dövlətin resurs mənbələri, özəl sektorun bu sahəyə cəlb olunması üçün maliyyə imkanlarının daxilində bir sıra çətinliklər (təminat, risk faktoru, xidmətlərin və investisiyaların etibarlılığı) yaranır ki, bu baxımdan xeyli qeyri-müəyyənlik mövcuddur. Dövlətin geniş maliyyə imkanlarına sahib olması onun məqsədyönlü şəkildə turizmə yönəldilməsi müəyyən vasitələrlə baş tutur. Bunun nəticəsində bu vasitələrə bank faizlərinin özəl, xarici bank və bank olmayan kredit təşkilatlarına nisbətən aşağı olması ölkədə KOS-ın inkişafı üçün daha cəlbədicə hala gəlir. Digər tərəfdən iri turizm layihələrində özəl sektorun daha aşağı payının olması belə əsaslandırılır ki, KOS-ın yetərli dərəcədə geniş maliyyə imkanlarının olmamasına görə onları həyata keçirilməsində iştirak edə bilmirlər. Hazırda ölkəmizdə reallaşdırılan iri həcmli turizm layihələrində və beynəlxalq marketinq işində özəl təşkilatların iştirakı aşağı olmaqla yanaşı əsasən yardımçı xarakter daşıyır.

Azərbaycanda turizmin inkişafına dəstək göstərilməsi dövlətin maliyyə-kredit imkanlarından əsasən geniş miqyaslı layihələrin həyata keçirilməsində istifadə olunur. Həmçinin dövlət büdcəsindən bu sahəyə ayırdığı vəsaitləri əsasən turizmin idarə olunmasına, beynəlxalq tədbirlərdə iştirak edərək ölkəmizin zəngin mədəni-tarixini və rekreasiya ehtiyatlarına sahib olmasının təbliği və reklamına, sahib olduğu resursların qiymətləndirilməsinə və d. sahələrdə iri layihələrin həyata keçirilməsi üçün istiqamətləndirilir. Bununla yanaşı ölkənin ümumi səviyyədə maliyyə imkanları yüksəldikcə KOB-in intensiv şəkildə inkişafı üçün ayrılan

vəsaitlərin müəyyən hissəsini turizm sənayesinə yönəltmək daha da, məqbul hesab edilir. Dövlətin maliyyə qaynaqlarının turizm sənayesinə yönəldilməsi əsasən yuxarıda qeyd olunduğu kimi ölkənin həm regionlarında daxil olmaqla əsasən infrastrukturunun inkişafı və rekreasiya potensialının davamlılığının təmin edilərək qorunması üçün yönəldilir. Dövlətin investisiya qoyuluşları, həmçinin güzəştli kreditlərin verməsi prosesi onun maliyyə imkanları çərçivəsində “SİYMF”-dan ayrılan vəsaitlərin səmərəli istifadəsidir. Bu baxımdan turizm üzrə verilən Biznes Planlarının təhlilinə əsaslanaraq bu sahəyə dövlət tərəfindən vəsaitlər ayrılır. Turizm sənayesi üzrə KOB üçün ayrılan vəsaitlərin əsas hissəsi müxtəlif regionlarımızda tikilən yerləşmə və qonaqlama müəssisələrinə, eləcə də kiçik ölçülü istirahət zonalarına yönəldilir. Dövlət tərəfindən qoyulan investisiyalarının turizm sənayesinə yönəldilməsində aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilə bilər:

- KOB sektoruna büdcədən ayrılan vəsaitlərin turizm şirkətlərinin vasitəsilə icra edilməsi
- İnfrastruktur sahələrinin yenidən qurulmasında və bərpasında dövlət investisiyalarının həcmnin artırılması
- Turizmin sosial-iqtisadi inkişafda göstərdiyi fəal rolunu nəzərə alaraq bölgələrin inkişafına yönəldilən dövlət maliyyə resurslarının müəyyən hissəsinin bu sahəyə ayrılması
- Dövlətin maliyyə və vergi siyasətində fəal şəkildə turizmlə məşğul olan subyektlərin: yeni yerləşmə müəssisələri və turist obyektləri tikən təşkilatların stimullaşdırılması üçün müəyyən tədbirlərin həyata keçirilməsi
- Turizmin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının prioritet istiqamətlərindən biri olduğuna görə ölkənin rekreasiya ehtiyatları proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi prosesinin miqyasının genişliyi nəzərə alınmalı və buna görə də dövlət yardımlarının ayrılması vacibdir.

İqtisadi baxımdan özəl turizm təşkilatları tərəfindən qoyulan investisiyalar dövlət və xarici təşkilatların bu sahəyə ayırdığı yatırımlardan daha üstündür. Turizm sektorunda sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən özəl təşkilatların nisbətində daha üstün olması onların investisiyaların qoyuluşu miqdarında özünü göstərmişdir.

Turizm sahəsi üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin getdikcə artması regionlarda investisiyaların həcmnin genişlənməsinə böyük dəstək verən qüvvələrdən biri olmuşdur. Ona görə bu sahədə fəaliyyət göstərən subyektlər tərəfindən yönəldilən kapitalın böyük payı bölgələrdə ki, istirahət və əyləncə mərkəzlərinin payına düşür. Bu sahə üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsi nəticəsində regionlarda investisiyaların müqayisəli artımına səbəb olmuşdur. Belə olduqda, qəbul edilmiş dövlət proqramının məqsədinə uyğun olaraq həmin bölgədə turizmin ayrı-ayrı növlərinə dəstək vermişdir. Ölkə turizmində yerli sahibkarlığa məxsus investisiyaların miqdarının yüksəldilməsi üçün ölkənin vergi siyasətini təkmilləşdirməli, yeni layihələrin reallaşdırılmasında müəyyən güzəştlərin tətbiq edilməsi, bank-kredit sistemində müxtəlif stimullaşdırıcı tədbirlərin görülməsi məqsədəuyğundur. Həmçinin infrastrukturun müvafiq sahələrinin müasir tələblərə cavab verəcək səviyyəyə çatdırılmasında yerli sahibkarların yaxından iştirakının təmin edilməsi bu sahədə müsbət effektini göstərəcəkdir. Xüsusilə qeyd edə bilərik, beynəlxalq təcrübədən faydalanaraq bölgələrimizdə sosial infrastrukturun yenilənməsində güzəştli şərtlərlə yerli və xarici sahibkarların cəlb edilməsi mümkündür. Xarici investisiyalar, çox vaxt böyük otel və mehmanxanaların tikilməsinə cəlb olunub. Bu proses əsasən ölkədə fəaliyyət göstərən 5 ulduzlu BOŞ-in tikintisi zamanı xarici investisiya hesabına reallaşib.

Azərbaycanın turizm bazarında nisbətən xarici investisiyaların payının azlıq təşkil etməsinə baxmayaraq, hazır ki, dövrdə müxtəlif ölkələrin bu bazarda iştirakı təmin olunmuşdur. Xarici təşkilatların əsas fəaliyyət istiqaməti müasir turizm obyektlərinin ələxüsus çoxulduzlu otellərin tikintisi olmuşdur. Ölkəyə xarici investisiyaların gətirilməsi, ilkin olaraq rekreasiya ehtiyatları zəngin olan regionlarda turizm infrastrukturun bərpasından asılıdır. Keçid iqtisadiyyatı ölkələrinin təcrübəsinin təhlili nəticəsində məlum olur ki, bu sahəyə xarici kapitalı cəlb etmək üçün konkret tələblər mövcuddur. Belə ki, ilk öncə regionlarda nəqliyyat və kommunikasiya infrastrukturunun bərpası olur daha sonra isə ölkənin sahib olduğu rekreasiya mənbələri qiymətləndirilərək, turizm fəaliyyətinə yönəldilməsi mümkündür. Ölkəmizdə xarici iş adamlarının fəaliyyət göstərə

bilməsinə görə bir neçə faktor vardır: bu sahədə investisiya qoyuluşları, vergi mühitinin özəl sektorun inkişaf etməsi üçün daha uyğun olması, marketinqin və reklam bazarının inkişaf etməsi nəticəsində onların turizm sahəsinə daha çox kapital ayırmasına əhəmiyyətli dərəcədə təkan verə bilər (R.Səfərov, T. Həsənov, 2006, səh 255-272).

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun inkişafını çərçivəsində turizm sektorunun prioritet istiqamət kimi seçilməsi, bu sahəyə olan diqqətin göstəricisidir. Bu baxımdan xarici və daxili investorların bu sahəyə investisiya qoymasını təmin etmək məqsədilə dövlət tərəfindən bir çox layihələr həyata keçirilmişdir və bu proses davam edir. Regionların inkişafı proqramları vasitəsi ilə, geniş miqyaslı infrastruktur layihələri həyata keçirilmişdir. Ölkədə turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, bu sahəyə investisiya qoyuluşlarının artırılması, mövcud olan turizm potensialından səmərəli istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, turizm fəaliyyətinin regionlarda stimullaşdırılmasını, fərqli turizm marşrutlarının yaradılmasını, eləcə də rəqabətqabiliyyətli qiymət təklifinin təmin edilməsini məqsədi ilə “AR turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” AR Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixində ki, Sərəncamında dövlət qurumlarına müvafiq tapşırıqlar verilmişdir. 6 dekabr 2016-cı il tarixində Turizmin İnkişafına dair SYX-in hazırlanmasında bu sahədə tədqiqatlar aparılmış və görülməli işlər müəyyənləşmişdir. 7 fevral 2017-ci il tarixində Turizmin İnkişafına dair SYX-nə uyğun olaraq Bakının beynəlxalq imicinin formalaşdırılması, şəhər brendinin istifadəsi üzrə uzunmüddətli fəaliyyət planının hazırlanması, brenddən istifadə üzrə nəzarət tədbirlərinin görülməsi və fərqli səviyyələrdə təkrar brendin seçimi və marketinq işlərinin əlaqələndirilməsi, turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə “MTTB” yaradılmışdır. 20 aprel 2018-ci il tarixində ölkə başçısı tərəfindən imzalanan Sərəncamlar Dövlət Turizm Agentliyinin yaradılması nəticəsində ölkəmizdə turizmin inkişafı baxımından yeni imkanlar açmış, həmçinin bu sahədə gələcək hədəflərimizi müəyyənləşdirmişdir. Dünya təcrübəsində turizmin inkişafında investisiya amilinin əhəmiyyəti şübhə doğurmur. Bu baxımdan ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün investisiya təminatı probleminin tədqiq edilməsi nəticəsində müəyyən çatışmazlıqların olduğunu görürük. Turizm sənayesinin inkişafını ləngidən bir sıra problemlər mövcuddur:

- Regionlarda aeroportların, dəmir yolu və su yolu kimi nəqliyyat infrastrukturunun aşağı səviyyədə, bəzən heç olmaması.
- Əhəmiyyətli turizm potensialına sahib olan regionlarda yolların, telekommunikasiya xətlərinin, mərkəzi su və isitmə sisteminin, eyni zamanda turizm marşrutları üzrə istirahət dayanacaqlarını özündə əhatə edən regional infrastrukturun olmaması və ya mövcud infrastrukturun beynəlxalq standartlara cavab verməməsi
- Regionlarında yerləşən qonaqlama obyektləri arasında üç ulduzlu otellərin, motellərin və hostellərin yetəri qədər olmaması, həmçinin yüksək səviyyəli alış-veriş mərkəzlərinin çatışmazlığı və qonşu ölkələrlə müqayisədə bir gün qalmaq üçün çəkilən xərclərin daha çox olması.
- BXİQ-u təşviq edən və xarici investisiyanın stimullaşdırılması üçün xüsusi proqramların olmaması.
- Turizm sahibkarlığının inkişafı üçün aşağı faizli kreditlərin verilməməsi və turizm müəssisələrinin tikintisinə lazım olan malların idxalında gömrük rüsumlarından azad edilməməsi.
- Ölkəmizin mövcud olan turizm imkanları beynəlxalq səviyyədə yetərinə tanındılmayıb, buna görə də sərmayəçilərin öz vəsaitlərini yönəltmək üçün lazımlı sahələrdən kifayət qədər informasiya yoxdur.
- Müəyyən miqdarda qoyulacaq investisiyalar üçün hüquqi, məsləhət servisi, personal köməkliyinin göstərilməsi kimi tədbirlərin olmaması.

Buna görə də tədqiqatın nəticəsi kimi bir sıra təkliflər hazırlanmışdır:

- Turizmə, eləcə də bu sahənin inkişafına multiplikativ effekt təsirinə sahib olan başqa sektorların qarşılıqlı səmərəli fəaliyyətini tənzimliyə bilməsi üçün normativ hüquqi aktlar müəyyən edilməsi və effektiv iqtisadi mexanizmlərin sistemləşdirilmiş qaydada təkmilləşdirilməsi.
- Digər sahələrdə olduğu kimi turizm sektorundada ixtisaslı kadr çatışmazlığı probleminin həll edilməsi üçün müəyyən işlər görülməlidir. Bu çərçivədə bu sahə üzrə kadrların təkmilləşdirilməsi və potensialının optimallaşdırılması, o cümlədən onun elmi prinsiplər üzərində qurulması vacibdir. Bura yalnız ali

peşə ixtisasına yiyələnmiş kadrlar deyil, həmçinin xidmətin alt səviyyəsində kadr təminatının hazırlığı (orta peşə-ixtisas səviyyəsində) əsas rol oynayur.

- Dövlət investisiya fondu hesabına ölkənin ayrı-ayrı regionlarının inkişafına dəstək çərçivəsində sahibkarlar üçün güzəştli kreditlərin verilməsi, həmçinin şərtlərin dahada təkmilləşdirilməsi.
- Ölkəmizin zəngin təbii-rekreasiya ehtiyatlarına sahib olması məlumdur bu səbəbdən regionlarda azad iqtisadi zona kimi oxşar şəkildə turist-rekreasiya tipli yerlərin yaradılması.
- Effektivliyinə görə daha səmərəli olan, fərqli regionlar, sektor və istehsal sahələrinin inkişafı üçün dövlət tərəfindən verilən borcların: subvensiya və subsidiya şəklində verilməsi.
- Dövlət regionlarda geniş miqyaslı turizm layihələrinin həyata keçirilməsinə dəstək vermək üçün öz nəzdində olan torpaq fondundan həmin yerdə istifadə üçün ərazilərin ayrılması.
- Vergi tutma obyekt və subyektlərinin, vergi dərəcələri və güzəştlərinin fərqləndirə bilən vergi sisteminin tətbiqi, gömrük rüsumundan azad olunma, sosial sığorta dəstəyi, idxalda ƏDV-dən azad olunma.
- Turizmin sosial-iqtisadi faydalığını və əhəmiyyətliliyini artırmaq üçün bölgələrin rekreasiya imkanlarını bu dövriyyəyə cəlb edilməsi istiqamətində işlərin gücləndirilməsi.
- Mülkiyyətin dövlətsizləşdirilməsi, özəlləşdirilməsi, antiinhisar tədbirlərin görülməsi, investisiya layihələrinin ekspertizasının keçirilməsi.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” - Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı, B., 27 avqust 2002.
2. “Azərbaycan Respublikasında 2004-2008-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” - Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı, B., 11 fevral 2004.
3. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında Qanunu”. Qanun, 2000.
4. “Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi”, Sənaye şöbəsinin Sənaye siyasəti sektorunun müdiri Bədirxanov Zamin (2015) “İnvestisiyanın təşviqi haqqında ARAYIŞ”, Bakı, - 17 səh.
5. “İnvestisiya təşviqi sənədinin və həmin sənədi almaq üçün ərizənin formalarının təsdiq edilməsi barədə” Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin Kollegiyasının 2016-cı il 24 fevral tarixli 2 nömrəli Qərarında dəyişikliklər edilməsi haqqında
6. Abbasova Q. F. (2013) “Turizm sferasında investisiya qoyuluşundan səmərəli istifadə edilməsi istiqamətləri” Bakı - 150 səh.
7. Bilalov B.Ə. (2006), “Turizm Fəaliyyətinin Tənzimlənməsi” Bakı, “Mütərcim” . - 280 səh
8. Bilalov B.Ə (2005) “Turizmin Menecmenti” Bakı, “Mütərcim nəşriyyatı” . – 372 səh
9. Bilalov.B.Ə., Gülləliyev Ç.G. (2015) “Turizmin Əsasları” Bakı,“QHT”. - 496 səh
10. Dərgahov V.S. (2008) “Rekreasiya-turizm ehtiyatları” Bakı, “MBM”. –səh
11. Əlirzayev Ə., Aslanova. S. İ. (2006) “Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri” Bakı, “Adiloğlu” – 164 səh.

12. Əlirzayev Ə.Q. (2005) “İslahatlar və sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafı: təcrübə, meyillər, perspektiv istiqamətlər” Bakı, “Səda” . – 138 səh.
13. Əlirzayev Ə.Q. (2010) “Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” Bakı, “İqtisad Universiteti”. – 326 səh.
14. Əlirzayev Ə.Q. (2010) “Turizmin İqtisadiyyatı və İdarə Edilməsi” Bakı, “İqtisad Universiteti”. - 529 səh.
15. Əlirzayev Ə.Q., Əlirzayeva T.Ə. (2007) “Əhəlinin gəlirləri və istehlakın maliyyə mexanizmləri” Bakı, “Elm”. – 248 səh.
16. Əliyev S.İ. (2010), “Ümumi rəqabət strategiyası modelinin tətbiqində marketinq kanallarının rolu” Bakı, səh.108-114
17. Fərəcova D.D. “İnkişaf etmiş ölkələrdə investisiya prosesinin tənzimlənməsi və stimullaşdırılması mexanizmləri”, “İqtisadiyyat və audit”. №9(99), 2008, səh. 6-10.
18. Hüseyn A. (2015) “Turizmin inkişafı: dünya praktikası və Azərbaycan reallıqları” Bakı, “Azərbaycanın İqtisadi və Sosial Araşdırmalar Jurnalı”. – 257 səh.
19. Hüseynov İ. və Əfəndiyeva N., (2007) “Turizmin Əsasları” Bakı, “Mars-Print”. – 442 səh
20. İqtisadi Resursların Öyrənilməsi Mərkəzinin Sədri İ.F.D. Ruslan Atakişiyev (2014), “İnvestisiyaların əhəmiyyəti” , Bakı. – 22 səh
21. Qurbanov F.İ., (2007) “Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri, Bakı, “Adiloğlu” .
22. Məmmədov E.Q.(2013) “Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri” Bakı -145 səh.
23. Mirzəyev.A.F. (2016) “Azərbaycanda Turizm potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri” Bakı, “Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti” – 166 səh.

24. Salifov T. (2012) “Turizm və rekreasiya XXI əsrdə: problemlər və perspektivlər” Bakı – 257 səh.
25. Soltanova H., Ş.Hüseynova (2007) “Turizmin Əsasları” Bakı, “Mütərcim”.
26. Soltanova H.B (2015) “Azərbaycan Respublikasında Turizm və Onun İnkişafı” Bakı, “AZTU”. – 475 səh.
27. Strateji Yol Xəritəsi (2016), səh-98.
28. Yeganlı S.T., Hacıyev E.M. (2006) “Turizm” Bakı, “ABU”. - 324 səh
29. Yusupov Q. (2011) “Turizm işinin təşkili” Bakı, - 211 səh.

Xarici dildə

1. Lanza A., Markandya A., Pigliaru F., (2005) “The Economics of Tourism and Sustainable Development” UK, “Edward Elgar Pub”. – 315 səh
2. Jolliffe L.and Farnsworth R. (2003) “Seasonality in Tourism Employment: Human Resources Challenges”, “International Journal of Contemporary Hospitality Management”. – 157-172 səh
1. Bahar O. (2010) “Turizm Sektorüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi” Ankara, “Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi” . – 27-40 səh
2. Bahar O. ve Kozak, M. (2005) “Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik” Ankara, “Detay”. – 240 səh.
3. Bahar O. (2008) “Turizmin Yoksulluğu Önlemedeki Etkisi ve Mikro Kredi Sistemi, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar” "Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi”. – 184 səh
4. Bahar O. və Kozak M. (2013) “Turizm Ekonomisi”, Ankara “Detay”. – 207 səh
5. Ceylan A. ve Korkmaz T. (2008) “İşletmelerde Finansal Yönetim” Bursa, “Ekin Kitabevi”. – 117 səh.

6. Ozan Bahar, Özkoç H. ve Samırkaş M. (2014) “Turizm ve ekonomik kalkınma ilişkisine ampirik bir yaklaşım: Panel Kointegrasyon Analizi. / Farklı Boyutlarıyla Türkiye’de Kalkınma” Ankara, “Efil”. - 297 säh
7. Seferov R., Hesenov T., (2006) “Azerbaycanın Turizm Potansiyeli ve Turizm Etkinliklerinin Değerlendirilmesi” Konya, “Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türkiyat Araştırmaları Dergisi”. - 272 säh
8. Usta Ö. (2008) “İşletme Finansı ve Finansal Yönetimi” İstanbul, “Detay Yayıncılık”. - 288 säh.
9. Usta Ö. (2009) “Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım” Ankara, “Detay Yayıncılık”. - 256 säh.
10. Yılmaz H. (2007) “Turizm Sektörü KOBİlerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği”, “MUFAD Journal 33”. – 170 säh.

İnternet resursları

1. <https://tourism.gov.az/az/site/tourism-investment-promotion>
2. <https://www.anatoliajournal.com/atad/?sayfa=anasayfa&lang=tr>
3. https://www.academia.edu/Documents/in/Turizm_Ve_Otel_Isletmeciligi
4. https://dergipark.org.tr/guntadhttp://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/lojistik_raporlari_2017_12_25.PDF
5. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/tdtad/article/view/5000206015/5000179339>
6. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
7. <http://www2.unwto.org/>
8. <http://www.worldbank.org/en/search?q=tourism>
9. <https://www.weforum.org/agenda/2017/08/the-growth-paradox-can-tourism-ever-be-sustainable/>

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1. 2013-cü ildə Azərbaycan, Bolqarıstan və Avstriyaya gələn turistlərin sayı (min nəfərlə).....	51
---	----

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Dünya üzrə birbaşa investisiya qoyuluşlarının həcmi (%-lə).....	19
Qrafik 2. Birbaşa investisiya qoyuluşları (milyard \$).....	20
Qrafik 3. Turizm üçün xarakterik sahələrə yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi və qoyulan investisiyaların həcmi.....	34
Qrafik 4. Turizmin ÜDM-də yeri (faizlə).....	36
Qrafik 5. Turizm sektorunun əlavə dəyər göstəriciləri (milyard \$).....	38
Qrafik 6. İqtisadi fəaliyyət və mülkiyyət növləri üzrə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri tərəfindən əhaliyə göstərilmiş xidmətlərin dəyəri (min manat).....	65