

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“TURİZMİN AQRAR PROBLEMLƏRİ VƏ
EV TƏSƏRRÜFATLARI İLƏ ƏLAQƏSİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Sehranov Nurlan Telman

BAKI – 2021

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

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu

_____ **imza**

“ _____ ” _____ **20__-ci il**

“TURİZMİN AQRAR PROBLEMLƏRİ VƏ
EV TƏSƏRRÜFATLARI İLƏ ƏLAQƏSİ”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404 “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: Turizmin iqtisadiyyatı

Qrup: 84

Magistrant:

Sehranov Nurlan Telman

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

i.e.d.prof Əlirzayev Əli Qənbərəli

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d., dos.Hümbətova Suqra İnqilab qızı

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

i.e.d., prof.Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu

_____ **imza**

BAKI – 2021

Elm andı

Mən, Sehranov Nurlan Telman oğlu and içirəm ki,“Turizmin aqrar problemləri və ev təsərrüfatları ilə əlaqəsi” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

TURİZMİN AQRAR PROBLEMLƏRİ VƏ EV TƏSƏRRÜFATLARI İLƏ ƏLAQƏSİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktuallığı:Müasir dövrdə kənd təsərrüfatı və turizm qeyri-neft sektorunun ən intensiv inkişaf edən sahələrinə çevrilir.Turizm dünyanın əksər ölkələrinin iqtisadi quruluşunun getdikcə daha vacib bir elementinə çevrilir. Təbii-coğrafi potensial və mədəni və tarixi obyektlərlə yanaşı, kənd yaşayış məntəqələrinin imkanlarından istifadə etməklə fəaliyyət dairəsi genişlənir. Kənd turizmi onsuz da bir çox ölkədə turizm sənayesinin inkişafında mühüm rol oynayır.

Tədqiqatın məqsədi:Kənd turizminin inkişaf etdirilməsində məqsəd bölgələrdəki təbii-coğrafi, sosial-iqtisadi və demografik potensialdan, mədəni və tarixi abidələrdən istifadə etmək, əhalinin istirahəti və sağlamlığının yaxşılaşdırılmasını təşkil etmək, kəndlərin turizm sənayesindəki rolunu artırmaq və xarici turistləri bölgələrə cəlb etmək və gəliri artırmaqdır.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları:Tədqiqat işində analiz, təhlil və müqayisə metodlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası:Seçilmiş tədqiqat metodlarının informasiya bazasını turizmin dinamikası, gəlmə və getmə turizminin dəyişməsi və regionlarda turizmin növü və əsas göstəriciləri təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri:Tədqiqatın məhdudiyyətləri, pandemiya şəraitində turizmin inkişafına mane olan səbəblər və mexanizmlər tədqiq olunur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri:Tədqiqat işində iqtisadiyyatın turizm sektorunun kənd təsərrüfatı sahələrindəki təsiri üzərindəki rolu və əhəmiyyəti araşdırılmışdır.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:Tədqiqat işi bir sıra sahələrdə tətbiq edilir:

- Aqroturizm sahəsində;
- Ekoturizm;
- Kənd turizmi;
- Sağlamlıq turizmi;
- Qida turizmi;
- Etnik turizm;
- Ekskursiya və səyahət turizmi.

Açar sözlər: turizm, kənd turizmi, kənd təsərrüfatı, intensiv inkişaf, qeyri-neft sektoru

RELATIONS OF TOURISM WITH AGRICULTURAL PROBLEMS AND HOUSEHOLDS

SUMMARY

The actuality of the subject: In modern times, agriculture and tourism are becoming the most intensively developing areas of the non-oil sector. Tourism is becoming an increasingly important element of the economic structure of most countries around the world. Along with the natural-geographical potential and cultural and historical objects, the scope of activity is expanding using the opportunities of rural settlements.

Purpose and tasks of the research: The purpose of developing rural tourism is to use the natural-geographical, socio-economic and demographic potential, cultural and historical monuments in the regions, to improve recreation and health of the population, to increase the role of villages in the tourism industry and to attract foreign tourists to the regions.

Used research methods: Analysis, analysis and comparison methods were used in the research.

The information base of the research: The information base of the selected research methods consists of the dynamics of tourism, changes in inbound and outbound tourism, and the type and main indicators of tourism in the regions.

Restrictions of research: The limitations of the study, the causes and mechanisms that hinder the development of tourism in a pandemic are studied.

The novelty and practical results of investigation: The research examines the role and importance of the economy in the impact of the tourism sector on agriculture.

Scientific-practical significance of results: The research is applied in a number of areas:

- In the field of agro-tourism;
- Ecotourism;
- Rural tourism;
- Health tourism;
- Food tourism;
- Ethnic tourism;

Keywords: tourism, rural tourism, agriculture, intensive development, non-oil sector

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	1
I FƏSİL. TURİZMİN AQRAR MAHİYYƏTİ VƏ VƏZİFƏLƏRİ.....	5
1.1.Turizmin aqrar sahə ilə əlaqəsi.....	5
1.2.Aqraturizmin inkişaf istiqamətləri.....	17
1.3.Aqraturizmin maddi-maliyyə əsasları.....	21
II FƏSİL TURİZMİN KƏND TƏSƏRRÜFATI İLƏ ƏLAQƏSİ.....	28
2.1.Turizmin inkişafının kənd təsərrüfatında rolu.....	28
2.2.Turizm bazarında kənd təsərrüfatı məhsullarının istifadəsi.....	31
2.3.Kənd təsərrüfatı məhsullarının turizm idxalında rolu.....	35
III FƏSİL. KƏND TƏSƏRRÜFATININ TURİZMƏ YÖNƏLDİLMƏSİ.....	40
3.1 Aqraturizmin təşkili istiqamətləri.....	40
3.2 Aqraturizmin ev təsərrüfatı ilə əlaqəsinin təkmilləşməsi.....	43
3.3 Ev təsərrüfatının inkişaf istiqamətləri.....	54
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	58
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	63
Sxemlərin siyahısı.....	66
Cədvəllərin siyahısı.....	66
Qrafiklərin siyahısı.....	66

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Turizm sahələrinin müxtəlif ölkələrdə özünün ixtisaslaşma səviyyəsi və rolu ilə fərqli cəhətlər mövcuddur. Təbii-coğrafi və əhalinin demoqrafik tərkibinə uyğun turizm sahələri formalaşır. Azərbaycanda coğrafi iqlim və təbii sərvətlər ehtiyatları, rekresiya şəraiti turizmin əsas istiqamətlərini formalaşdırır. Respublikada iqtisadi artım tempi və dayanıqlı inkişaf, sahibkarlığın inkişafı turizmə əsas yaradır. Turizmin tədqiqi və təşkili elmi-nəzəri və metodoloji aspektlər kəsb edir. Azərbaycanın qeosiya vəziyyəti, onun tranzit ölkə kimi əlamətləri turizmin çox şaxəli aspektlərini yaradır. Respublikada əsas turizm kənd təsərrüfatı, ekoloji vəziyyət və ev təsərrüfatı ilə bağlıdır.

Ev təsərrüfatı ilə turizm əlaqəsi araşdırma obyektı olaraq nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Mövzu çoxşaxəli və sistemli yanaşma metodlarını tələb edir. Ona görə də aktualdır. Turizm hazırda dünyanın dinamik inkişaf edən və ən gəlirli sahələrindən birinə çevrilmişdir. Mütəxəssislərin hesablamalarına görə bütün dünyada məşğulluğun 10 faizi təşkil edən turizm sahəsində çalışanların sayı 200 milyon nəfərdən çoxdur. İnkişaf etmiş ölkələrdə turizmdən əldə edilən gəlirlər ümumi daxili məhsulun 30 %-ni təşkil edir.

Turizmin ölkə iqtisadiyyatına təsiri onun növlərindən və istiqamətlərindən asılı olaraq fərqlənir. Məlumdur ki, turizmin gəlmə növü ölkəyə daha böyük iqtisadi xeyr gətirir. Bundan fərqli olaraq, turist göndərən ölkələr üçün turizmin iqtisadi əhəmiyyəti azdır. Bununla belə, getmə turizmin sürətli inkişafı onun insanlar üçün əhəmiyyət kəsb etdiyini qiymətləndirməyə imkan verir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Turizm ölkəmiz üçün yeni canlanan bir sahə olduğundan onun araşdırılması və tədqiqi xüsusilə XXI əsrin başlanğıcından etibarən həyata keçirilməkdədir. Müstəqilliyimizin bərpasından sonrakı illərdə bir çox sahələr kimi turizmin də dirçəlməsinə çalışılsa da, bu sahə xüsusən bu əsrin başlanğıcından etibarən qeyri-neft sektoru sahələrinin inkişafına marağın artması ilə canlanmağa başlamışdır. Bu səbəbdəndir ki, məhz turizm yönümlü araşdırmalar və tədqiqatlar azlıq təşkil edir. Turizm sahəsinin ölkəmizdə yeni-yeni formalaşan bir sahə, belə demək düzgündürsə, tendensiya olması

səbəbdəndir ki, bu sadədə ədəbiyyat azdır. Bununla belə bir sıra coğrafi ədəbiyyatlarda həmçinin turizm sahəsi ilə bağlı ədəbiyyatlarda Azərbaycandakı turizm imkanları, turizm mərkəzləri, ehtiyatları, növləri, tarixi, turizmdə mövcud problemlər, perspektivlər haqqında məlumatlar öz əksini tapmışdır.

Qeyd olunanlardan göründüyü kimi, Azərbaycanda ümumilikdə turizm sahəsi araşdırılmaqla problem və perspektivləri müəyyənləşdirməyə çalışılmışdır. Lakin bununla belə məhz müalicə turizminin tədqiqi, onun resurs və imkanlarının, onların istifadəsinin tədqiqi, eləcə də problemlərin müəyyənləşdirilməsi və həlli yollarının tətbiqi ilə bağlı elmi araşdırmalar edilməmişdir. Tədqiqat üçün nəzərdə tutulan mövzu ümumi aspektdə tədqiqat obyektinə çevrilməmişdir.

Daxili və gəlmə turizmin inkişaf etdiyi ölkələrdə və regionlarda o, iqtisadiyyata, infrastrukturun genişlənməsinə, sahibkarlıq subyektlərinə təsir göstərir. Bu səbəbdəndir ki, turizmin inkişafının əsas məqsədi və vəzifələri ölkə iqtisadiyyatının potensialını artırmaq, sosial inkişafın məşğulluq problemini həll etmək və regionların sosial-iqtisadi inkişafını təmin etməkdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Bu məqsədlə turizmin potensialını qiymətləndirmək, onun ehtiyatlarını və inkişaf meyillərini tənzimləmək, təşkilatı baxımdan aktualıq kəsb edir.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Turizmin nəzəri və praktiki aspektlərini təsvir etmək və mexanizmlərini yaratmaq yollarını müəyyən etməklə reallaşır. Bu məqsədlər və vəzifələr turizmin inkişafının konseptual əsasları, turizmin inkişafı modelləri, aqroturizm, ekoloji turizm, xüsusi maraq turizmi öz əksini tapmışdır. Turizm aktual sahə və ərazi iqtisadiyyatı olmaqla, sosial və ev təsərrüfatı üçün əsas rol oynayır.

Tədqiqat metodları: Dissertasiya işinin yazılışında sistem təhlil, proqnoz və idarəetmə üsulları istifadə edilmişdir. Metodoloji aspekt olaraq sistem təhlildə sahələr arasındakı əlaqələrin səbəb və nəticə əlaqələri tədqiq edilməlidir. Statistik metodlar aqroturizmin inkişaf dinamikasını, onun turizmə təsirini riyazi-iqtisadi modeli ilə verilməlidir.

Amillər metodu olaraq turizmə təsir edən amillərlə kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatı arasında reqresiya asılılığı verilməlidir.

İqtisadi – riyazi metodlar, iqtisadi artıma turizm və kənd təsərrüfatı arasında elastiklikformulları ilə açılır.

Tədqiqatın informasiya bazası: Seçilmiş tədqiqat metodlarının informasiya bazasını turizmin dinamikası, gəlmə və getmə turizminin dəyişməsi və regionlarda turizmin növü və əsas göstəriciləri təşkil edir.

Tədqiqatın mədudiyyətləri: Turizmin inkişafının əsas istiqamətlərini əsaslandırmaq və regionlar üzrə yerləşməsi sxemini tərtib etməyə imkan verir. Regional turizm və aqroturizmin inkişaf istiqamətlərini verir.

Turizm ölkə iqtisadiyyatında aparıcı rol oynamaqla gəlir gətirmək, resurslardan istifadə etmək və ixracat potensialının artımı üçün səmərəli bir sahədir. Azərbaycanda aqrar sektor onun məhsulu və resursları turizmin infrastrukturunu ilə uyğunlaşır. Coğrafi amil və resurs potensialı olmaqla, turizm obyektinə və onun nəticəsinə daxil edilə bilər. Bu baxımdan turizm və aqrar sektorun, kənd təsərrüfatı, emal sənayesi və kəndin sosial iqtisadi inkişafı ilə əlaqəsi aktual sferadır. Pandemiya şəraitində turizmin problemləri meydana çıxır, bu aspektdə aqrar sektorla əlaqəsi daha aktualdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Sistem yanaşması proqmatik nəticələr və iqtisadi-riyazi metodlarla təsviri

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqatın nəzəri praktiki əhəmiyyəti aşağıdakılardır:

- turizm kompleks tədqiq olunur və onun əsas amilləri və resursları ilə ölkə iqtisadiyyatının inkişafına şərait yaradır;
- nəzəri nəticə olaraq turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün zəruri olduğu elmi cəhətdən və praktiki aspektdən əsaslandırılır;
- turizmin və ev təsərrüfatının əlaqəli tədqiqi, Azərbaycanda sosial inkişaf üçün əhəmiyyətlidir;
- yeni iş yerləri açılır, əmək ehtiyatları geniş istifadə edilir. Turizmin və ev təsərrüfatının əlaqəli tədqiqi sistemli və kompleks inkişaf strategiyasıdır.

Dissertasiya işi bir sıra sahələrdə tətbiq edilir:

- Aqroturizm sahəsində;
- Ekoturizm;
- Kənd turizmi;
- Sağlamlıq turizmi;
- Qida turizmi;
- Etnik turizm;
- Ekskursiya və səyahət turizmi.

Bu sahələrdə dissertasiya işinin mahiyyəti təşkili və idarəetməyə dair nəticələri tətbiq oluna bilər. Dissertasiyanın nəticələri nəzəri və praktiki aspektdə daha çox islahatlar şəraiti və regional turizmin ailə və kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsinin qurulması üçün daha aktualdır. Ölkədə kənd turizminin və ev təsərrüfatının turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi aspektində az elmi-metodiki axtarışlar vardır. Bu iş müasir şəraitdə işğaldan azad olunan regionlarda turizmin yeni forma və məzmununu əsaslandırmaq üçün əhəmiyyətlidir. Ev, ailə və sosial turizm fəaliyyəti müasir Azərbaycan şəraitində yeni sahələrin, nəqliyyat, loqistika mərkəzlərinin turizmlə bağlı problemlərini həll etməyə imkan verir.

Dissertasiya işinin strukturu və baxılan məsələlərin dərinliyi, onun əsas məqsədi və vəzifələrinə uyğun tərtib olunub. daha çox aqroturizm, kənd turizmi və ev təsərrüfatı ilə əlaqə mexanizmləri, tənzimlənmə və idarəetmə aspektləri təhlil olunub. Dissertasiya işi daha çox qoyuluş və təsviri model olaraq müəllifin düşüncələri və aparılan tədqiqatların bağlı aspektlərini əlaqələndirməklə yazılıb. Onun nəzəri və metodoloji aspektləri sonrakı tədqiqatların metodoloji əsası ola bilər. Ona görə də onun əhəmiyyətli, perspektiv araşdırmalar üçün təməl olmalıdır.

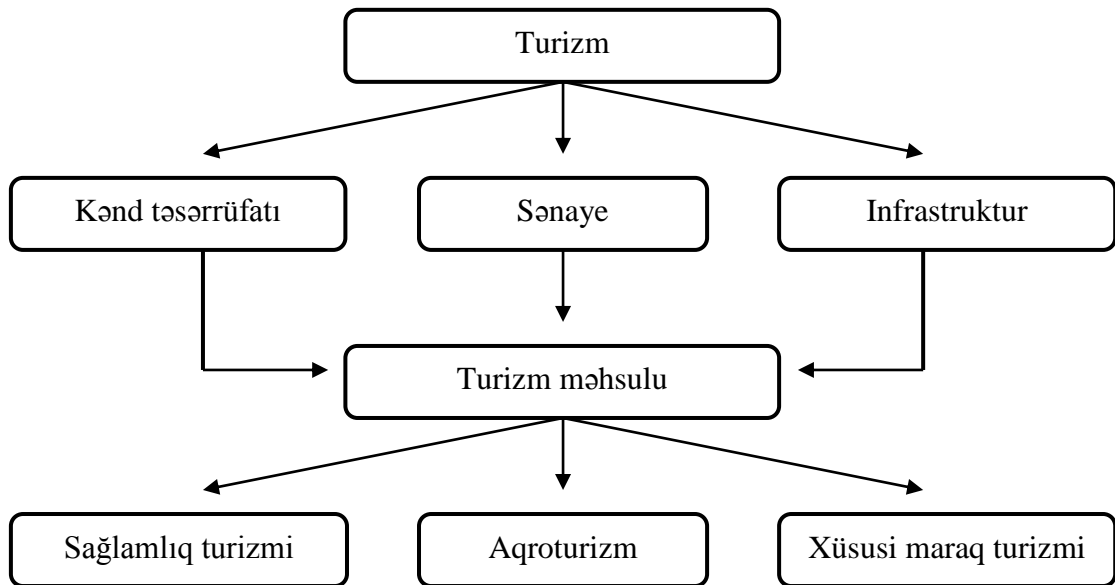
I FƏSİL. TURİZMİN AQRAR MAHİYYƏTİ VƏ VƏZİFƏLƏRİ

1.1. Turizmin aqrar sahə ilə əlaqəsi

Turizmin sahə mənası onun əsas istiqaməti olaraq ixtisaslaşması və turist məhsulunun xarakteri istehlak dəyəri ilə ölçülür. Aqrar sektor respublika iqtisadiyyatında əmək tutumuna, iqtisadi artıma görə mühüm yer tutur. İş qüvvəsinin 40%-ə qədəri, ümumi daxili məhsulun 9%-ə qədəri kənd təsərrüfatının payına düşür. Aqrar sektorun iqtisadi və sosial rolu, bütün sahələrə təsir edir. Daha çox turizm və ixracat potensialını artırır. Aqrar sektorun daxili quruluşu və onun məhsulunun təkrar istehsalı üçün mühüm rol oynayır.

Turizmin aqrar sektorla əlaqəsi məqsəd-resurs və idarəetmə prinsipləri üzrə əməliyyatları əhatə edir. turizm və aqrar sektor əlaqəsi nəzəri baxımdan hədəflər və resurslardan istifadə prinsipi ilə həll olunur.

Sxem 1: Turizmin aqrar məzmunu



Mənbə: Aslanova.S.İ., Əlirzayev.Ə.Q. (2006). "Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri" kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Sxemdən göründüyü kimi turizm məhsulu olaraq, sağlamlıq, qida və digər sahələrin inkişafı formalaşmış turizm potensialından asılıdır.

Turizmin aqrar xarakteri onun məhsulunda aqrar sektorun xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Aqrar sektor bitkiçilik, heyvandarlıq məhsullarının turizm bazarında iştirak

payı ilə ölçülür. Ərzaq tələbatı Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyəti, kəmiyyəti ilə müəyyənləşir. Funksional olaraq turizm məhsulunun artımı ilə aqrar sektorun potensialı arasında əlaqə ilə ölçülür.

$$TM=f(Ag,TS)$$

Burada: TM – turizm məhsulunun artımı;

Ag – aqrar potensial;

TS – turistlərin sayı. Turizm məhsulu iqtisadi artımın tərkib hissəsidir.

Cədvəl 1: Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə göstəricilər

Göstərici	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı (nəfər)	37,600	38,839	40,892	41,886	49,449	43,477	46,837	53,222	58,972
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin həcmi (milyon manat)	-	-	2,080.2	2,404.2	2,437.3	2,746.1	3,151.0	3,464.3	3,704.9
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi çəkisi (faiz)	-	-	3.6	4.1	4.5	4.3	4.5	4.3	4.5
Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi (milyon manat)	1,407.8	1,478.2	1,371.0	2,204.0	1,063.9	363.0	267.3	229.7	133.7

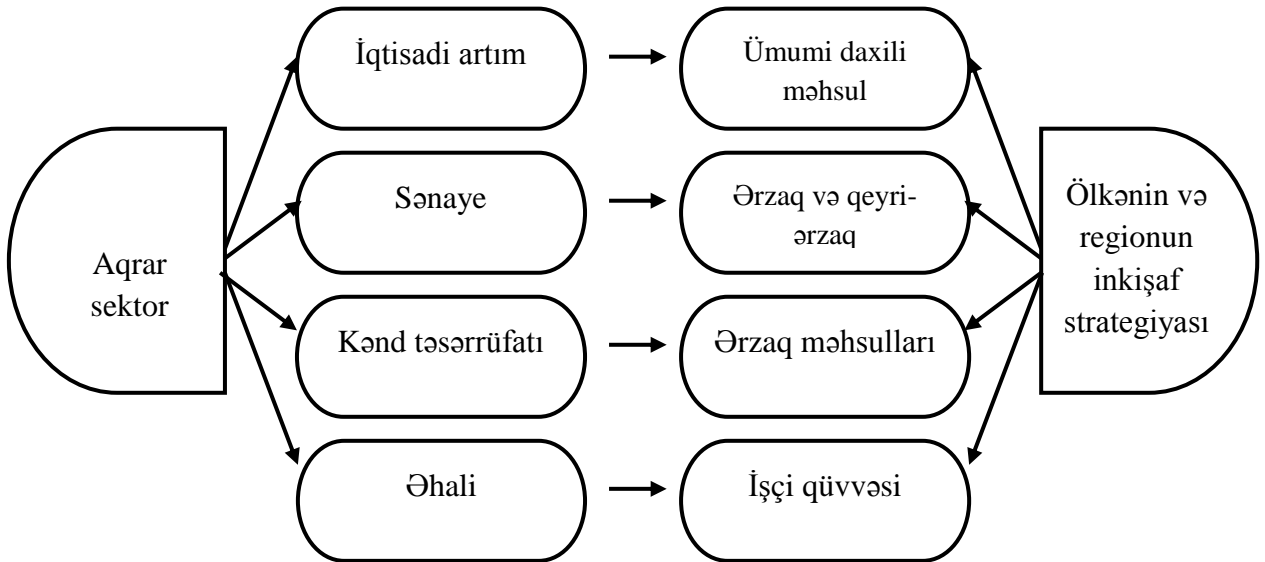
Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, (<https://www.stat.gov.az/source/tourism/>)

Turizmin aqrar sektorla əlaqəsi bir sıra sahələrin və əhalinin sosial inkişafına təsir edir. İlk növbədə aqrar sektorun inkişafı, regionların sosial inkişafına, kənd təsərrüfatının yerli və xarici tələbata uyğun kənd təsərrüfatı və sənaye məhsulu istehsal etməkdir.

Aqrar sektor kənd təsərrüfatı, yeyinti sənayesi və ev təsərrüfatının istehsal etdiyi məhsulların məcmusu və onun strukturu ilə müəyyənləşir. Aqrar sektor kənd əhalisi, turistlər və kəndin sosial iqtisadi inkişafını müəyyənləşdirir.

Aqrar sektorun strukturu, resursların miqdarı və onlardan istifadənin iqtisadi səmərəsi ilə ölçülür. Hər bir aqrar sahəni digər sahələrlə istehsal və istifadə əlaqələri tarazlaşdırır. Aqrar sahə iqtisadi artım və əhali məskünlaşmasına təsir etməklə iqtisadi və sosial inkişafın prioritet sahəsidir. Sahədaxili əlaqələr tarazlı inkişafın əsas amilidir. Belə ki, istehsal və bölgü, istehlak sferasının aşağıdakı kimi ifadə etmək olar.

Sxem 2: Aqrar sektorun strukturu



Mənbə: Abbasov.T.A. (2001). “Kənd təsərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Aqrar sektor maliyyə kredit və sosial siyasətin islahatları və proqramları ilə tarazlı səbəb və nəticə əlaqələri ilə inkişaf edilir. Maliyyə sisteminin təsiri aşağıdakı proseslərə təsir edir:

- investisiya artır;
- kreditlər dəyişir;
- vergi ödəmələri təkmilləşir;
- subsidiyalar müəyyənləşir;
- dövlət proqramları tətbiq edilir;
- sahə və ərazi inkişaf proqramlarına maliyyə dəstəyi göstərilir;
- ixracat potensialı artır;
- daxili bazarda pul və əmtəə münasibətləri formalaşır.

Aqrar sektorun əsas tərkibi olan kənd təsərrüfatı ümumi daxili məhsulun formalaşmasında əsas rol oynayır.

Cədvəl 2: Ümumi daxili məhsulun tərkibi

Göstəricilər	2010	2015	2019
Ümumi daxili məhsul (cari qiymətlərlə), mln. Manat	42465,0	5438	81681,0
ÜDM-in deflyatoru, əvvəlki ilə nisbətən, faizlə	113,6	113,6	93,8

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi (2020), "Azərbaycanın statistik göstəriciləri", 377 səh.

Cədvəl 3: Ümumi daxili məhsulun tərkibi (yekuna görə, faizlə)

Göstəricilər	2010	2015	2019
ÜDM məhsul	100	100	100
Məhsul istehsalı	65,3	51,2	54,4
Xidmət	27,8	39,9	36,9
Məhsula və idxala xalis vergilər	6,8	8,9	8,7

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi (2020), "Azərbaycanın statistik göstəriciləri", 377 səh.

Aqrar sahənin əsas məqsədi ölkədə ərzaq tələbatını ödəmək, əhalini iş yerləri ilə təmin etmək və qeyri neft sektorunun əsas üstün artmasını təmin etməkdir. Aqrar sektor coğrafi iqtisadi və əhali ilə sıx əlaqələrini müxtəlif istiqamətlərdə reallaşdırır. Aqrar sektorun səmərəsi iqtisadi artımla və sosial inkişafı müəyyənləşir. müasir şəraitdə aqrar münasibətlər əhalinin tələbatını ödəyən kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək, ixracat potensialını artırmaq, iş yerlərini təmin etmək və kəndin, regionların inkişafını təmin etməkdən ibarətdir. Aqrar sektor daha çox təbii-coğrafi və torpaq investisiya siyasəti ilə bağlıdır. İnvestisiya mənbəi olaraq gəlirlər və dövlət büdcəsi təşkil edir. Aqrar məhsul ərzaq sənaye və xidmət ilə ifadə olunur. Ərzaq istehsalı ictimai əmək bölgüsündə idxal və ixracat məhsulları ilə bağlıdır. Hər bir məhsula görə balans tərtib olunur.

$$M_i = \text{İS}^i + \text{İX}^i - \text{İD}^i$$

Burada: M_i -məhsulun təklifi;

İS^i -i- məhsulun istehsalı;

İX^i -i- məhsulun ixracı;

İD^i -i- məhsulun idxalı.

Kənd təsərrüfatını istehsal etmək qabiliyyəti iqtisadi artım, kapital qoyuluşu ilə formalaşır. Kapital qoyuluşu mənbəyi dövlət büdcəsi və xüsusi vəsaitdir.

Turizmin aqrar sektorla əlaqəsi xüsusi maraq-turizmi olaraq aqroturizm sferasını formalaşdırır. Aqroturizm özü sahə olmaqla regionun iqtisadi və sosial potensialının tərkib hissəsi olmaqla hər bir regionda aqrar sektorun xüsusiyyətlərini əks etdirir.

Turistlərin aqrar məhsullarla tələbatı və onun ödənilməsi üçün sfera olaraq aqroturizm ixtisaslaşır. Onun məhsuluna sərf olunan xərclər azalır.

Təşkilatı prinsip olaraq aqroturizm sferası xüsusi və sahibkarlığa əsaslanır. Rəqabət mühiti sahibkarların turizm sferası ilə məşğul olmasına və potensialı olan regionlarda turizm obyektlərinin artmasına yönəldilir. Turizmin aqrar sektorla əlaqəsi aqrar sektorun təkmilləşməsinə yönəldilir. Turistlərin motivini nəzərə

alaraq və perspektiv istiqamətlərini qiymətləndirərək aqrar sektorun yerləşməsi və ixtisaslaşması layihəsi tərtib edilir.

Turizmin inkişafının nəzəri metodoloji əsasını, ölkə iqtisadi inkişaf strategiyası və potensial imkanlar təşkil edir. Hər bir ölkədə turizm potensialını qiymətləndirmək kompleks göstəricilər və real imkanlar ilə ölçülür.

Azərbaycanın iqtisadi inkişaf konsepsiyası müasir şəraitdə aşağıdakı metodlar üzərində formalaşır. Turizmin inkişaf istiqamətləri onun məhsulunun tələbat sistemində rolu ilə müəyyənləşir. Aşağıdakı turizm məhsulları mövcuddur:

- ekoturizm;
- sağlamlıq turizmi;
- etnik turizm;
- turizm sənayesi;
- ekskursiya turizmi;
- qida turizmi;
- səyahət turizmi.

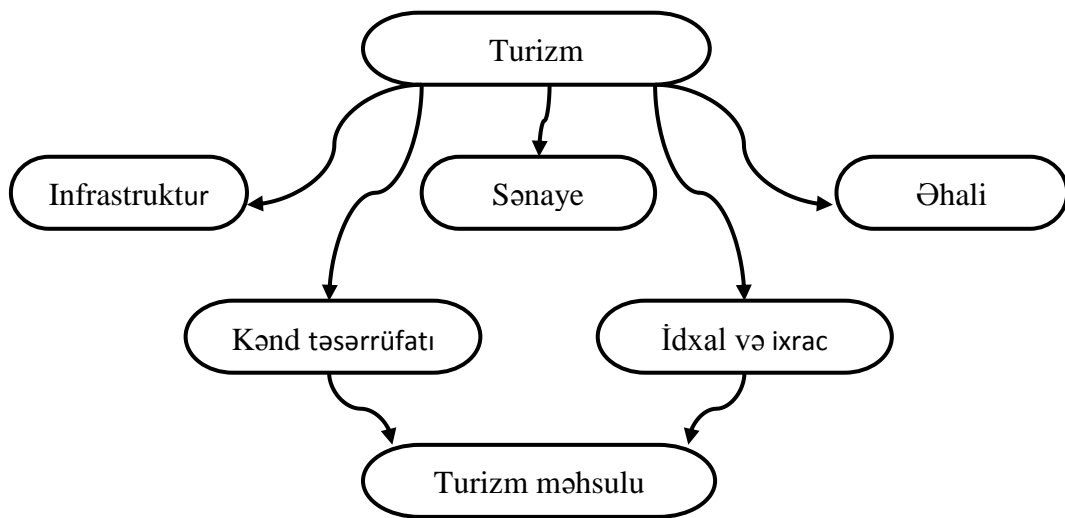
Təcrübə göstərir ki, turizm sferası müxtəlif resurslara və istehlakçılara bölünür. Daha çox bu sahədə məşğul olan alimlərdən Ə.Q.Əlirzayevin işlərini göstərmək olar. Turizmin sahələrarası kompleks fəaliyyət dairəsi olması onun tədqiqində yeni metodoloji prinsiplər yaradır. Buna turizm sistemi də demək olar:

- ❖ makrosəviyyəli turizm strategiyası;
- ❖ sahə turizmi;
- ❖ istehlak turizmi;
- ❖ mədəni turizm;
- ❖ mənəvi turizm;
- ❖ sağlamlıq turizmi.

Qeyd edək ki, turizmin tədqiqində sistemli yanaşma daha çox məqsəd-resurs və istehlak mərhələlərini əhatə edən problemləri və həlli yollarını birləşdirir. Məqsəd funksiyası olaraq maksimum gəlir, sosial inkişaf və yeni iş yerləri əsas götürülür. Sahə isə həmin fəaliyyətin təşkilidir.

Turizm və digər sahələrlə əlaqə prinsipləri kommersiya marağı, iştirak payı və gəlirlər üzərində qurulur. Maraqlar uyğun olduqda səmərə maksimumlaşır. Onun səmərəsi iştirak payına görə bölünür. Maksimum səmərə əldə etmək üçün turizm potensialı qiymətləndirilir. Turizm potensialı özünün və turizm dövryyəsinə cəlb olunan bütün resursları əhatə edir. Daha çox bu sistem kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatı ilə bağlıdır. Sxematik olaraq turizm və sahələr arası əlaqələri aşağıdakı kimi təsvir edək:

Sxem 3: Turizmin sahələr arası əlaqəsi



Mənbə: Bilalov.B.Ə. (2006).“Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Sxemdən görüldüyü kimi turizm istehsal və istehlak sferası olmaqla iqtisadi, demoqrafik və sosial sahələri əhatə edir. Onun sosial mahiyyəti və funksiyası iş yerləri, məşğulluq, gəlirlər və ixracat potensialını artırmaq məqsədini güdür. Bnizim tədqiqatlarda turizmə sosial sahə kimi baxılır. Bu məqsədlə sosial sahə olaraq turizm tələbatı öyrənilir.

Turizmin tədqiqinin metodoloji əsasını, sahələrin əsas istiqamətlərini turizm məqsədi ilə transformasiyasıdır. Transformasiya modeli olaraq aqrar və kənd turizmi aktual sahədir. Kənd turizminə dair müxtəlif nəzəri və metodoloji yanaşmalar mövcuddur.

Aqroturizmin Azərbaycanda əsas istiqamətləri, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və istifadəsi yollarını əhatə edir. Daha çox istehlak xarakterli məhsullar turizm üçün əlverişlidir. Gəlmə turizminin ərzaq təminatı ev təsərrüfatı ilə bağlıdır. Azərbaycanda gəlmə turizminin motivləşməsi onun proqnozu üçün metodoloji əsasdır.

Azərbaycanın işğaldan azad olmuş regionlarında turizm daha çox kənd təsərrüfatı və kiçik sahibkarlığın inkişafı ilə genişlənəcək.

Metodoloji aspekt olaraq turizm çox şaxəli və çox aspektli meyarlar və göstəricilər üzrə təhlil olunur. Turizm motivi olaraq turistlərin seçiminə təsir edən xarici və daxili amillər qiymətləndirilir. Region və sahə turizmi meyarları əsaslandırılır. Əgər bütün sahələr üzrə komplekslik təmin olursa sinergetik sərəfə əldə olunur.

$$E(X_{ij}) \rightarrow \max$$

Burada: X_{ij} – j məhsulu,
i-fəaliyyət üzrə.

Turizmin sahələrarası xarakteri onun kompleks proqramlarının əsasında planlaşmasını tələb edir. Kənd təsərrüfatı bazarı ilə turizm bazarı əlaqədarlaşdırılır. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı turizm bazarı üçün ərzaq və qida məhsullarını formalaşdırır. Ərzağın kalorili və gəlmə turizmi üçün keyfiyyəti onun xərclərini azaldır. Azərbaycan turizm məkanı olmaqla, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etməklə ərzaq və qida məhsullarını istehsal edən sənayeni artırır. Bu da sosial mənə yükünü artırır. Ev təsərrüfatında məşğulluğu artırır. Funksional asılı olaraq istehsal-turizm və istehlak formalaşır. Turizmin kənd əhalisi ilə bağlılığı, həmçinin rifah problemi ilə əlaqəlidir. Rifah yüksək olan kəndlərdə turizm tələbatı artır.

Turizmin fəaliyyətində əhalinin kənd, şəhər və funksional fəaliyyəti əsas rol oynayır. kənd əhalisinin rifahı və ev təsərrüfatı ilə məşğulluq səviyyəsi, turizm səyahətinə və məqsədlərinə təsir edir. Daha çox coğrafi mühit mövsümlülük və məşğulluq turizmə təsir edir. Sənaye mərkəzlərində işçilərin turizm tələbatı formalaşır. Daha çox sağlamlıq turizmi və istirahət daha çox prioritetlərə təşkil edir.

Kəndin əhalisinin rifahı maddi və mənəvi tələbatla ölçülür, adam başına düşən gəlir səviyyəsi turizmə tələbatı artırır.

$$T_T=f(G)$$

Burada T_T – tələbat,

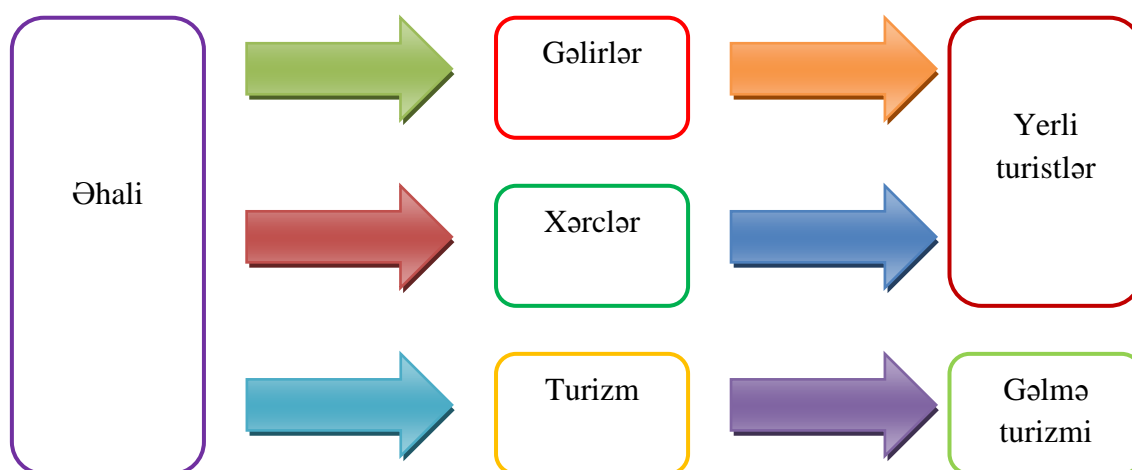
G-gəlirlərdir.

Kənd əhalisinin həyat şəraiti, onun sahibkarlıq fəaliyyəti və ev təsərrüfatı ilə məşğulluğu ilə müəyyənəlsir. Qeyri formal məşğulluq ev təsərrüfatında gəlirləri artırır. Bu da ailə gəlirlərinin strukturuna təsir edir. Ailə gəlirləri iki əsas istiqamətdə alıcılıq qabiliyyətini formalaşdırır:

- natural gəlirlər;
- satış və xidmətdən olan gəlirlər.

Hər iki halda turistlər istehlakçı olaraq əmtəə və xidmət bazarına təsir edir. Əmtəə bazarında daha çox gəlmə turistlər və xidmət bazarında infrastruktura sahələrinin gəlirləri əsas rol oynayır. Sxematik olaraq turizm və kəndin sosial iqtisadi inkişafı bir başa və dolayısı iqtisadi əlaqələrlə formalaşır. Burada dominant rolunu kəndin əhalisinin rifahı oynayır.

Sxem 4: Turizm və əhali əlaqələri



Mənbə: Əlirzayeva.T.Ə., Əlirzayev.Ə.Q., (2007) «Əhalinin gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri» kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Kənd turizminin sosial iqtisadi mənası kəndin potensialının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi intensivliyi ilə ölçülür. Kənd əhalisi, onların maddi vəziyyəti, əmlak strukturu və əhalisinin təhsil, səhiyyə və intellektual səviyyəsi turizm potensialını müəyyənləşdirir. Əgər bu potensialın tərkibində struktur dəyişmələr baş verirsə, turizm tələbat artır. Belə ki, qiymət, infilyasiya və gəlirlər hər bir kəndin turizm potensialını müəyyənləşdirir.

$$TP = f(G, \Theta H, \Theta M)$$

Burada: TP – turizm potensialı,

G – gəlirlər,

ΘH - əhali tərkibi,

ΘM - əmlak strukturu.

Kənd turizmi inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox xarakterikdir. ABŞ və avropada kənd turizmi beynəlxalq əhəmiyyət kəsb edir. Onun bazarı dünya turist amillərindən asılıdır.

Planlaşma turizmin yerləşməsi və mexanizmlərini nəzərdə tutur. Turizmin fəaliyyətinin davamlı inkişafı, gəlirli olması və təkrar istehsalı resursların daimi təminatı problemlərini əhatə edir. Turizmin rolu və vəzifəsi onun planlaşmasının konturunu cızır. Onun planlaşması, iqtisadi artım və rifah baxışından təşkil olunur və iqtisadi planlaşma kimi qiymətləndirilir. Planlaşma obyektı olaraq turizm sənayesi, turizm müəssisəsi və fəaliyyət növü planlaşdırılır.

Turizmin strategiyası meyllərinə uyğun hazırlanan tədbirlərdir. Strategiya hədəflər seçilməsi ilə tədbirlər məcumudur. Hədəflərə çatmaq və onun sosial nəticələrini əsaslandırılan prioritetlərdir. Turizm prioritetləri, inkişafına uyğun transformasiyasıdır. Aqro turizmin strategiyası kənd təsərrüfatı, sosioloji tarazlıq əsaslanan meyllərdir. Obyekt olaraq aqro turizm sferası qeyri neft sektorunun inkişafı, resurs potensialı və dövlətin proqramlarını əhatə edir. Turizm strategiyası keyfiyyətli xidmət, standart şərait və strukturunda təkmilləşməsi istiqamətlərini əhatə edir.

Turizmin planlaşması, regional makro və regional problemlərini əhatə edir. Turistlərin sayı, turist obyektlərinin gücü, turist sənayesi və kənd təsərrüfatının

turizmlə əlaqəsi təşkil edir. Turizmin beynəlxalq əlaqələri, gəlmə və getmə balansını qiymətləndirilir.

Strateji məqsəd resurs-proqram ardıcılığı ilə reallaşır. Qanunlar normativ-hüquqi sənədlər və proqramları təşkil edir. Turizm proqramları inkişafının əsas istiqamətlərini özündə əks etdirir. Turizmin inkişaf strategiyası rəqabət qabiliyyətlik prinsiplərinə uyğun tərtib olunur. Strateji araşdırmalar alternativ qərar qəbulu və proqramı ilə nəticələnir.

Kənd turizmi strategiyası struktur dəyişmələri, onun sahə və ərazi potensialının məqsədlərinə yönəldilir. İqtisadi artımın transformasiya olaraq turizm potensialını artırmaq və ondan istifadə etmək yollarını təkmilləşdirmək üçün variantlar hazırlanır. Strateji planlaşma struktur dəyişmələrin son məhsula yüksəldilməsinə yönəldilir. Struktur dəyişmələr uzun müddətli və rəqabət qabiliyyətliyin perspektiv layihələrini vermək yolu ilə mümkündür. Struktur islahatlar bazarların genişlənməsi metodologiyası əsasında baş verir. Islahatların prioriteti müddətli və cari planlaşma investisiya siyasəti və mexanizmləri ilə mümkün olur. Daxili və xarici potensialın turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi regionların iqtisadi potensialından səmərəli istifadə mexanizmlərini əhatə edir. Strateji araşdırmalar elmi əsaslarla hazırlanmış strategiya və onların istifadə imkanları ilə genişlənilir.

Islahatların əsaslandırılması və metodiki təminatı, elmi və təşkilatı mexanizmlərin tərtibi və tətbiqi ilə mümkündür. Turizm siyasəti, sosial yönlü tədbirlər və proqramlar layihələri ilə mümkündür. Turizmin inkişafında strateji planlaşma sosial-iqtisadi və inteqrasiya səmərəliyi ilə ölçülür.

Sahə ilə ərazi strukturunda təkmilləşmə, tədbirlər islahatların alt sistemi kimi tətbiq olunur. Strukturlaşma hər bir elementin dominatı olması ilə qiymətləndirilir. İqtisadi artım, rifah və məşğulluq strategiyası əsas götürülür.

Turizm strategiyası, rəqabət qabiliyyətli və davamlı inkişaf məqsədlərinə yönəldilir. Turizmin layihələrinin səmərəsi təşkili, onun resurs potensialının variantlarının tapılması reallaşır.

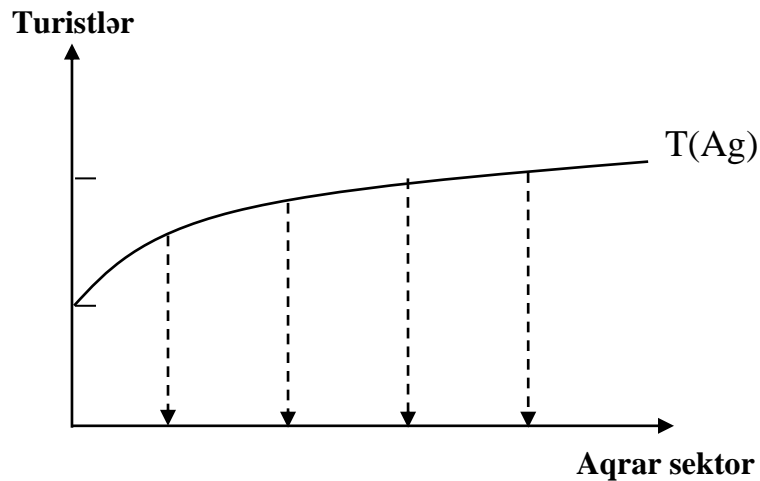
Uzun müddətli inkişaf strategiyası, planlaşma metodlarını və sistemini əsaslandırır. Marketing planlaşması hər bir məhsulun çeşidi, keyfiyyəti, onun istehlakçılara uyğun planlaşmanın təşkilini təmin olunur. Aqroturizmin informasiya bazası, onun idarə edilməsi sahələr arasındakı təsirləri və xarici amilləri nəzərə almaqla kompleks metodları ilə mümkün olur.

Marketing planlaşması turizm məhsulunun keyfiyyəti, çeşidi və onun iqtisadi səmərəsi ilə qiymətləndirilir. Onun makro meyarı faydalılığı maksimumlaşdırmaqdan ibarətdir.

Turizmin tədqiqi və proqnozu onun qiymətləndirilməsi, dəyərləndirilməsi və proqnozu metodları ilə təşkil olunur. Strateji və marketing planları tərtib olunur. Strateji yanaşma turizmin məqsədi, vəzifələri və həlli yollarını müəyyən edir.

Aqrar sektor məqsədi proqram olaraq turistlərin sayının artmasına yönəldilir. Qrafik olaraq turizm və aqrar sektor arasında əlaqə proporsional qanunla tənzimlənir.

Qrafik 1: Turizm və aqrar sektor arasında əlaqə



Mənbə: Алексеева.Н.П. (2012). “Туризм”, 145 səh

Aqrar sektor olaraq Azərbaycan xüsusiyyətləri keyfiyyətli məhsul, xidmət və ətraf mühitin qorunması tədbirləri hazırlanır. Ətraf mühit aqrar sektorun dinamikası ilə səciyyələnir. Turizmin aqrar sektorla əlaqəsi sosial aspektlərlə də təhlil olunur. Birincisi əhalinin məşğulluğu və kəndin, regionun sosial inkişafı baş

verir. Sosial nəticə olaraq aqrar sektorda turizm fəaliyyəti ekoloji mühiti dəyişdirir. Saf qida, hava və infrastruktur inkişaf etdirilir.

İnsanların yaşamaq üçün turizm bazalarında məşğulluğu artır. Kənd əhalisinin ev təsərrüfatının məşğulluğu, əmək haqqı gəlirləri artır.

Sosial inkişaf olaraq turizmə cəlb olunan resursların xüsusi istehsalda rolu artır. Əhalinin bazara çıxardığı məhsulun miqdarı çoxalır. Bu da onların gəlirlərinin artırır.

1.2. Aqroturizmin inkişaf istiqamətləri

Aqroturizm sahəsi, kənd təsərrüfatı, sənaye kəndin özünün infrastruktur təminatını əhatə edir. Aqrar sahənin turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi, təbii coğrafi və iqlim şəraiti ilə müəyyənleşir.

Aqroturizmin əsas mənası turizmin fəaliyyət istiqamətlərini aqrar resurslar üzərində qurulması deməkdir. Aqroturizmin istiqamətləri onun məhsuluna yönəldilən resurslar, onlardan istifadə və nəticələrinin idarə edilməsi ilə ölçülür. Aqroturizmin əsas istiqamətlərini aşağıdakı kimi təsnifatlaşdırmaq olar:

- son məqsədi və məhsulun məhiyyətinə görə;
- resurslardan istifadə qaydasına görə;
- təşkilatı quruluşuna görə.

Aqroturizmin əsas məqsədlərinə görə inkişafı aşağıdakılardır:

- sağlamlıq turizmi;
- qida turizmi;
- tarixi abidələr və torpaqlar üzrə tanışlıq turizmi;
- idman turizmi;
- etnik turizm;
- vətənpərvərlik turizmi;
- ekoloji turizm;
- kənd turizmi;
- dağ turizmi;
- meşə turizmi;

➤ səyahət turizmi.

Təbii ki, bu turizm istiqamətləri bir-biri ilə yaxın olmaqla ümumi məqsəd olan turizm fəaliyyətini tamamlayır. Beləliklə, seqmentləşmə meydana çıxır. Əgər biz turizmin bütöv təsvirini versək Azərbaycanda ekoloji turizm və aqroturizm 60% təşkil edə bilər. Bu da resurslardan istifadəni formalaşdırır. Aqroturizm məhsulunun əsas istehlakçısı yerli və xarici turistlərdir. Müasir şəraitdə xarici turistlərin azalması və pandemiya şəraitində böhran halına düşməsi ilə yanaşı daxili turizmə tələbat artır.

Azərbaycanın iqlim və coğrafi şəraiti, daxili turizmi daha da artırır. Azərbaycanda iqlim şəraiti səyahət və dağ turizminin inkişafına şərait yaradır. Qış turizmi üçün Şah dağ turizm bazası, çimərlik turizmi üçün Bakı və Abşeron turizm mərkəzləri xüsusi rol oynayır. Azərbaycanda dağ turizmi regionlarda dağ, təbii resurslar bitki örtüyünün olması sağlamlıq və ekoturizmin inkişafına şərait yaradır. İsti hava şəraiti, Xəzər və dağ çayları ekolojiturizmin əsas təbii faktorudur.

Turizmin ekoloji istiqamətləri, qida turizminin inkişafına səbəb olur. Qida istehlakı milli xorəklərin, meyvə - tərəvəz istehsalının, keyfiyyətli və dadlı xorəklərin olması xarici turistlərin axınına səbəb olur. Milli xorəklərin təbii tərkibi və onun texnoloji saflılığı qida təhlükəsizliyi tələblərinə cavab verir. İqlim şəraitinin çox aspektli olması regionlara səyahəti gücləndirir. Respublikaya gələn turistlər bir sıra regionlara səyahət edir. Regionlara səyahət üçün otel infrastrukturası, yol və nəqliyyat resursları müasir tələblərə cavab verir. Ekoloji turizmin əsas amili olan bitki və təmiz mineral sulardan istifadə genişlənilir.

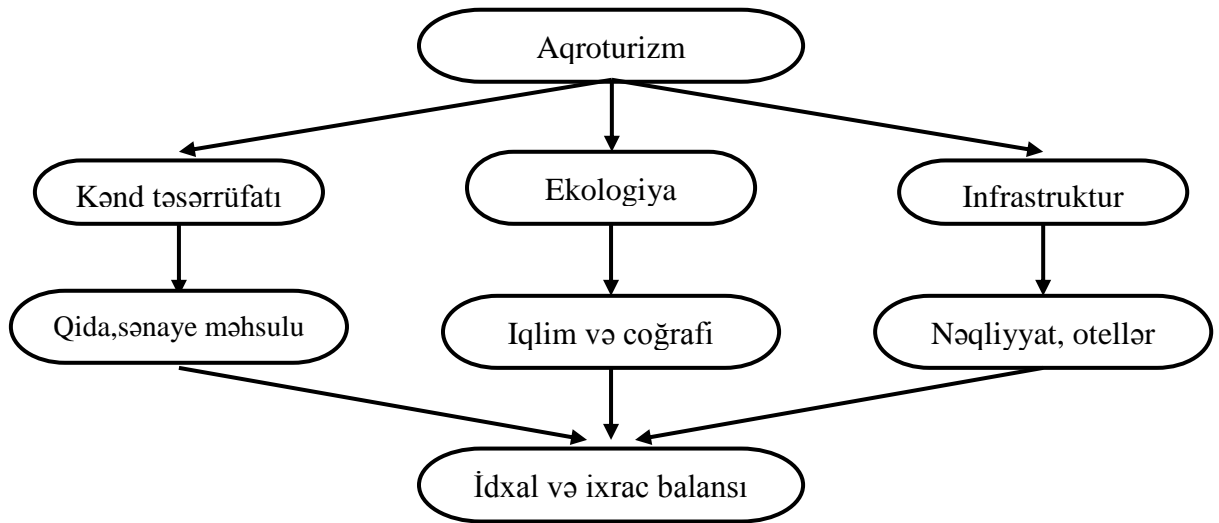
Aqroturizmin regional xarakteri, həmin regionların təbii-coğrafi, demoqrafik resursları ilə müəyyənləşir. Regionlarda saf və keyfiyyətli qida, su və digər istehlak məhsulları, xarici turistlərin seçiminə, qərarına təsir edir. Aqroturizmin əsas istiqaməti olaraq, sağlamlıq turizmi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sağlamlıq turizmi, insanların ömür səviyyəsini yüksəldmək və və sağlam ailə turist xidmətini formalaşdırır. Ekoloji mühit və təsərrüfat formaları turizm şəraiti yaradır. Turizm biznes fəaliyyətidir. Onun gəlirli və bazar tələbinə uyğun inkişaf meylinə malikdir. Aqro turizmin əsas istiqaməti olaraq sağlamlıq və ekoturizmdir. Sağlamlıq adətən

əhalinin fiziki fəaliyyətinin təkrar istehsal etmək üçün saf qida, təbii coğrafi şərait və fauna ilə bağlıdır. Sağlamlıq turizm beynəlxalq əhəmiyyətli olub, digər turizm məkanlarından daha çox müştəri cəlb edir. Sağlamlıq turizminin təşkili otel şəraiti, mineral resurslar, sağlamlıq proqramlarının səmərəsi ilə əlaqədə idarə olunur. Sağlamlıq turizm sahəsi olaraq idman obyektləri, qida saflığı, ekskursiya və mədəni servis xidməti ilə təşkil olunur. Azərbaycan Respublikasında mineral su ehtiyatları, təbii resurslar sağlamlıq üçün mühüm resurs kimi istifadə olunur. Respublikada tibbi müəssisələr, sənaye obyektləri turizmin əsas bazasıdır.

Aqroturizmin əsas istiqaməti olaraq etnik turizm, əhalinin miqrasiyası ilə bağlıdır. Dünya əhalisinin Azərbaycan məhsuluna ehtiyacı formalaşmış tələbat üzərində qurulur. Azərbaycanın qida məhsulları, təbii coğrafi şərait, adət-ənənəsi vaxtilə burada yaşamış, yaxud soykökümüz olan insanlar üçün daima cəzbedicidir.

Azərbaycanda miqrasiya problemi dərinləşdikcə buraya gələnlərin sayı artır. Turizm infrastrukturunu səyahətləri artırır. Aqroturizmin ekoloji problemləri onun resurslarının mahiyyəti və ondan istifadənin səmərəli təşkili ilə daha da genişlənir. Ekoloji turizm qida sənayesinin və qida məhsullarının ekoloji cəhətdən saf olması ilə daha da turizm bazarında öz müştərilərini artırır. Dünya kontekstində ekoturizm inkişaf etmiş dövlətlər və intensiv əmək şəraitinə malik olan dövlətlər üçün xarakterik cəhətdir. Ekoloji amil təbii coğrafi şəraitlə bağlı olmaqla turistlərin turizm məkanında istehlak etdiyi və özü ilə apardığı qida istehsalını artırır. Bu da Azərbaycan kənd təsərrüfatı məhsulunun yerli sənaye məhsullarının reklamını artırır, işgüzar turizmə təsir edir. Aqrar məhsulun ixracı və onun istehsalı üçün texnologiya idxalına təkan verir. İdxal-ixrac siyasətini onun əsas istiqamətlərini formalaşdırır. Ekoturizmin, aqrar turizmin və region infrastrukturunun kompleks təsiri aşağıdakı kimi təsvir edilir.

Sxem 5: Aqroturizmin sahə əlaqələri



Mənbə: Ahipaşaoğlu.S, Çeltek.E (2006) “Sürdürülebilir Kırşal Turizm” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Aqroturizm sferası müasir şəraitdə kənd təsərrüfatı, əhali və infrastruktura ilə bağlıdır. Aqroturizmin məhsul istehsalı çoxşaxəli olub, turistlərə xidmət və turistlərin motivinə uyğun şərait yaradır. Daha çox turizm obyektlərinin region potensialı ilə istifadəsini ödəyir. Aqroturizm sahələri sosial-iqtisadi amilləri və məhsulunun nəticələri ilə müxtəlif ölkələrdə digər sahələrə təsir etmə gücündən asılı olaraq müxtəlif təsir güclərinə malikdir.

Azərbaycan şəraiti turizm dövryyəsinə cəlb olunan məhsulları özü istehsal etdiyi üçün onun hər bir turistə çəkilən xərclər ucuz başa gəlir. Hər bir turistin xərci, onun göndərişinin qiymətindən başqa, yerində aldığı məhsullar və istehlak etdiyi məhsullarla ölçülür. Ona görə də turizm məhsulunun qiyməti xərc strukturuna görə formalaşır.

$$X = \Theta H X + \Theta X + \dot{I} X$$

Burada: X-xərclər;

$\Theta H X$ - əmək haqqı xərcləri;

ΘX -ərzaq xərcləri;

$\dot{I} X$ -ixrac xərcləri.

Respublikada kənd təsərrüfatı potensialı, insan inkişafı və sosial infrastrukturun inkişafı aqroturizmi daha da təkmilləşdirir. Aqrar sektorun iqtisadi rolu, onun xarici turistlər üçün baza olmasından ibarətdir. Respublikada bir sıra infrastruktur obyektlərinin artması otel təsərrüfatı, regionlarda infrastrukturun təkmilləşməsi aqrobiznes mühiti və turizm formalaşdırır. Turizm biznesi kənd əhalisinin məşğulluğunu artırır.

Kənd təsərrüfatında istehsal və əmək prosesi təkmilləşdikcə, ixracat artdıqca turizmin inkişafına şərait yaradır. Turizmin digər sahələrlə əlaqəsi müasir şəraitdə strateji planlaşmanı formalaşdırır.

1.3.Aqroturizmin maddi-maliyyə əsasları

Aqroturizmin təşkili və idarəedilməsi onun imkanları, maliyyə resursları və idarəetmə mexanizmləri ilə ölçülür. Aqrosferada maliyyə-büdcə, kredit münasibətləri onun təşkili və idarəedilməsinin əsas amilləridir.

Maddi əsas olaraq, aqroturizmdə istifadə olunan texnologiyalar, keyfiyyətli məhsul istehsalı və həmçinin təbii-coğrafi şəraitlə bağlı olan resurs təminatı, torpaq, su və digər infrastruktura növləri daxildir. Maddi resurslar digər sahələrin inkişafı və onların aqrar sektora yönəldilməsi intensivliyindən asılıdır.

Müasir şəraitdə inovasiyalı istehsal daha çox səmərəli nəticələrə gətirib çıxarır. Bu da əldə olunan nəticələrin təkrar istehsalı üçün şərait yaradır. Maddi təminatın başlıca səbəbi maliyyə potensialı və ondan istifadədir. Aqroturizmin maliyyə əsasını onun fəaliyyətinə yönəldilən investisiyalar, maliyyə resursları və kredit resursları təşkil edir. Ölkə iqtisadiyyatının gücü, potensialı sahələrin inkişafına və onların əsasında iqtisadi artım meylləri ilə ölçülür. Müasir şəraitdə aqrar sektor neft sektoru ilə yanaşı inkişaf edən xarakterik sahə olub Azərbaycanda sosial-iqtisadi inkişafın əsas hissəsidir. Maliyyə sistemi aqrar sektorda və turizmdə özünəməxsus meyillər və dinamika kəsb edir. Maliyyə resursları aşağıdakı mənbələr hesabına formalaşır:

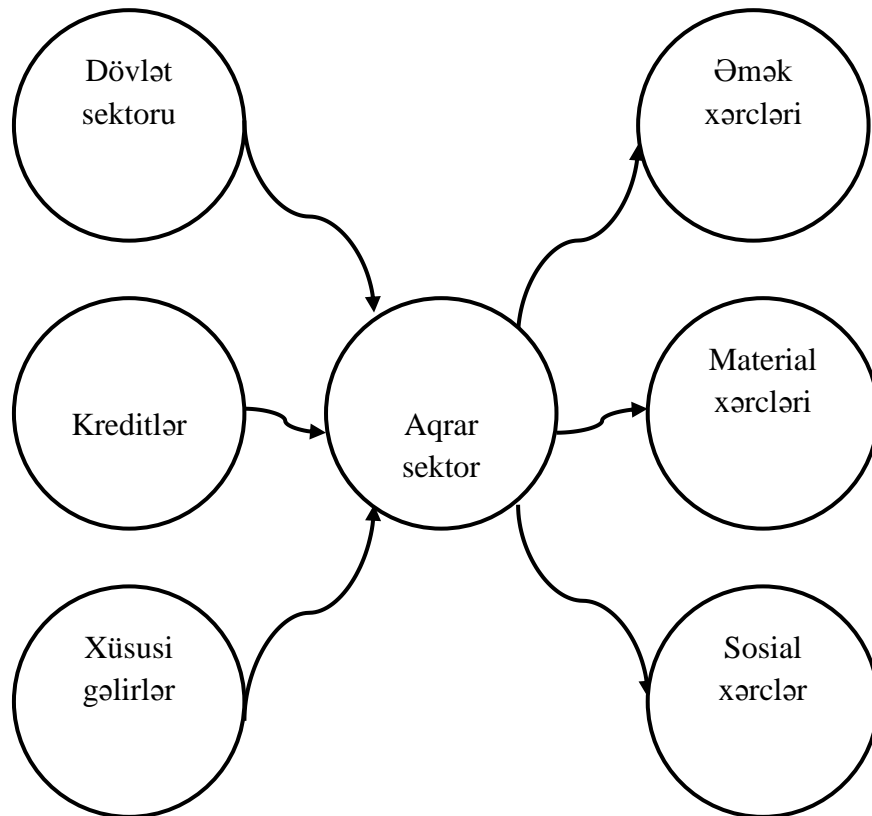
- dövlət büdcəsi;
- xüsusi vəsaitlər;

- kredit hesabına;
- xarici investisiyalar;
- əhalinin hesabına.

Dövlət büdcəsi gəlir və xərclərdən ibarət olmaqla ölkədə iqtisadi və sosial inkişafın maliyyə təminatını ödəyir.

Dövlət büdcəsinin gəlirlərində aqrar sektor rol oynadığı üçün, onun xərc strukturunda sosial məqsədlər üçün ayrılan vəsaitlə sosial yönümlü tədbirlərə uyğun dəyişir. Aqrar sektorun xüsusi vəsaitləri onun gəlirləri hesabına formalaşır. Rentabellik səviyyəsindən asılı olaraq gəlirlilik dövlət və özünün sosial xərclərini ödəmək üçün istifadə olunur. Sxematik olaraq gəlir və xərc balansları tərtib olunur.

Sxem 6: Aqrar sahədə gəlir və xərc strukturu



Mənbə: Abbasov.T.A.(2001).“Kənd təsərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Aqroturizmin gəlirlərinin artması, onun iqtisadi artımda rolunu və özünün xərclərini ödəyir. Rəqabət mühiti turizm müəssisələrində səmərəli texnologiyalar tətbiqinə, turistlərin şəraiti üçün kompleks texniki-iqtisadi tədbirlərin reallaşmasına

stimul yaradır. Turist müəssisələrinin əsas və dövriyyə fondları onun potensialını təşkil edir. Turist potensialında əsas fondlar, onun otelləri və turist texnologiyalarıdır. Turizm məhsulunun keyfiyyəti bu fondların istifadə səmərəsindən asılıdır. əgər biz turizm məhsulunu onun fond və iş qüvvəsindən asılılığını çox dəyişən funksiya ilə ifadə etmək olar

$$TM=f(\Theta F, DV, IQ)$$

Burada: TM-turizm məhsulu;

ΘF - əsas fondlar;

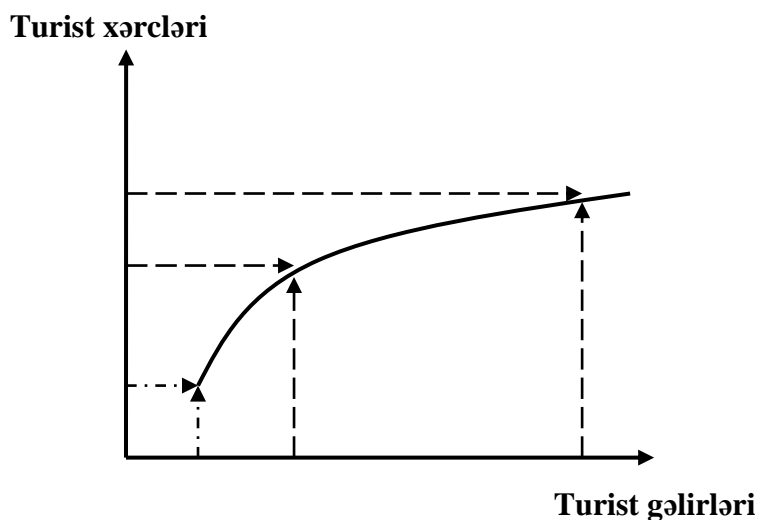
DV- dövriyyə vəsaitləri;

IQ - işçi qüvvəsi.

Funksional vəzifə olaraq turizm sahəsində fəaliyyət mexanizmi iş qüvvəsi ilə fondların səmərəli əlaqəsi onun inkişaf texnologiyasını əhatə edir. Turizmin texnologiya ehtiyatları, onun informasiya bazası, reklamın səmərəli təşkili, kompleks xidmət və həmçinin perspektiv təşkilatı quruluş, inovasiyalı idarəetmə üsulları daxildir. Aqroturizm sferası aqrar sahədə yeni texnologiyaların tətbiqi, emal sənayesi, məhsulun keyfiyyəti, növü və turistlər üçün səmərəli variantlarının proqnozunu da əhatə edir. Beləliklə maddi sfera xidmət keyfiyyəti ilə nəticələnir, sosial tələbata çevrilir. Aqroturizmdə maliyyə mənbəi olaraq əhalinin gəlirləri rol oynayır. Çünki ev təsərrüfatı ilə bağlılıq məhz onun gəlirlərinin bölgüsü və yenidən bölgüsü ilə baş verir. Hər bir turist özünün maddi, sağlamlığı ilə turizm obyektini seçir, onun gəlirləri turizm xərclərinin ödəmə mənbəidir.

Turistlərin həyat səviyyəsinə görə qütbləşməsi onların istehlakında turist məqsədlərinə çəkilən xərcləri formalaşdırır. Əgər qrafiki təsvir etsək turist xərcləri ailə gəlirlərinin həcmi ilə ölçülür.

Qrafik 2: Turist xərcləri və gəlirləri arasında əlaqə



Mənbə: Əlirzayeva.T.Ə., Əlirzayev.Ə.Q., (2007) “Əhalinin gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri”, 78 səh

Turizmin sferası biznes mühiti ilə əlaqəlidir. Sahibkarlıq inkişaf etdikcə, rəqabət mühiti gücləndikcə turizmə kapital qoyuluşu artır. Bütün maliyyə mənbələri hesabına turizmə kapital qoyuluşu yüksəlir. İnvestisiyanın təşviqi turizmə kapital axınıni stimullaşdırır. Aqroturizm sferasında əsas maliyyə mənbəi sahibkar gəlirləridir. Turizmin maliyyə potensialı artdıqca onun çoxşaxəlilyi və təsərrüfat əlaqələri genişlənir. Daha çox xidmət ehtiyacları çoxalır və onların turizm dövriyyəsinə cəlb olunması intensivləşir.

Kredit resurslarının turizmə yönəldilməsi yolu ilə maliyyə potensialı güclənir. Maliyyə potensialın strukturunda kredit resursların artması bank sektoru, faiz siyasəti və kredit bazarının tələb və təklifindən asılıdır. Kredit resursları Azərbaycan respublikasında xüsusi bank sektoru ilə idarə olunur.

Sosial xidmət müəssisələri hüquqi və fiziki şəxs kimi dövlət və mülkiyyəti qarşısında qanunvericilikə cavab verir. Gəlirlərinin bir hissəsini dövlət büdcəsinə ödəyir. Dövlət büdcəsinin gəlirləri artdıqca onun xərcləri də artır. Xərc strukturu olaraq hər bir fiziki və hüquqi şəxs gəlirlərinin bir hissəsini yerli büdcəyə, dövlət büdcəsinə və bələdiyyə büdcəsinə vergi verməklə öhdəliklərini yetirir.

Ailə büdcəsinin gəlir və xərclərinin formalaşmasında ailə xərcləri və gəlirləri əsas rol oynayır. Ailə gəlirləri sığorta ödəməklə perspektiv gəlirlərini formalaşdırır.

Sosial işin məqsədi resursları və təşkilatı quruluşu onun səmərəli fəaliyyətini formalaşdırır. Müasir şəraitdə aqroturizmin əsas tərkib hissələri olan aqrar sektor, onun elementləri, turizm bazarında baş verən hadisələr və dünya turizm təşkilatının tövsiyələri aqroturizmin iqtisadi və sosial nəticələrinin proqnozunu verir. Aqroturizm müasir şəraitdə Azərbaycan üçün mühüm iqtisadi və sosial inkişaf məqsədi ilə islahatlar proqramının tərkib hissəsidir. Neft sektorunun azalması və qeyri-neft sektorunun üstünlüyünün artması meyilləri və yanaşma metodları aqrar sektorda konseptual yanaşmanı əsaslandırır.

Nəzəri və praktiki meyillər, aqrar elmin inkişafını onun təşkilində innovasiyaların tətbiqini və kənd təsərrüfatı, ev təsərrüfatı, insan amilinin idarə edilməsi spektrini yaradır. Müasir turizm dünya meyillərinin təsirləri və çağırışları ilə əlaqədar inkişaf edir. Dünyada bazar münasibətləri, müasir pandemiya şəraiti turizmin geriləməyini və yeni yanaşmaların iqtisadi və sosial əsaslarını yaratmağı tələb edir. Məhz islahatlar bu tələbləri nəzərə almalıdır.

Innovasiyalı iqtisadiyyat elmi metodlarının tətbiqi ilə mümkün olur rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalı, yeni texnologiyaların tətbiqi ilə mümkündür.

Texnologiyaların tətbiqi və funksional vəzifələrə uyğun olaraq ixtisaslaşır. Turizmə texnologiyalar parametrlər olub, onun rəqabət mühiti şəraitində yenilənməsi və səmərəli təşkili vasitəsi ilə həll olunur.

Turizm şaxələnməsi infrastrukturun inkişafı ilə bağlıdır. Sahələr üzrə xüsusi səmərəsi ilə multipikasiya effekti ilə ölçülür, təklifi ilə əlaqədə təkmilləşir. Bu baxımdan turizmdə aqrar elminin idarəetmə və sahə elmlərinin əsas istiqamətlərinə söykənən mexanizmlər tətbiq edilir. Innovasiya xarakterli tədbirlər, xərclər və son məhsula görə qiymətləndirilir.

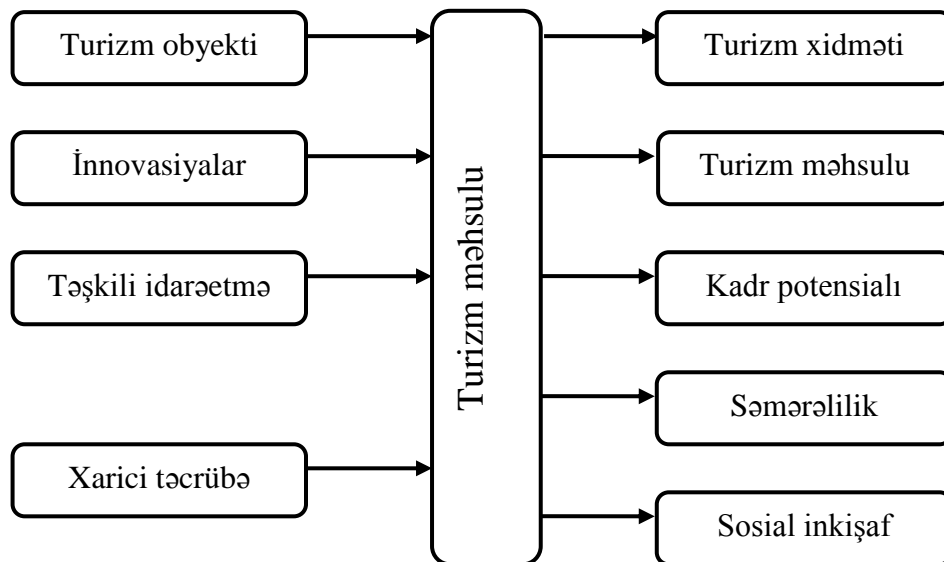
$$\Theta = \frac{\dot{U}DM}{X\dot{\Theta}RC} \times 100\%$$

Xüsusi səmərənin prioritetliyi alternativ qərar qəbuluna səbəb olur. Turizmdə innovasiyaların əsas istiqaməti resurslara, təşkilatı iqtisadi idarəetmə metodları və mexanizmlərinə görə şaxələnilir. Innovasiyalılığı xarici amillər və turizm

müəssisəsini özəl daxili potensialı ilə qiymətləndirilir. Potensialın inkişafı, onun idxalı və tətbiqi əlavə xərclər tələb edir. Bu da turizmin gəlirlərinin bölgüsü və rəqabətqabiliyyəti ilə formalaşır. Kadr potensialının formalaşması və istifadəsinin təşkili turizmdə menecment idarəetmə metodların planlaşma strategiyasının mexanizmlərinin təkmilləşməsi əsaslanır. Innovasiyalı xidmət sferası turist axını xarakterini və turistlərin motivini nəzərə alır. Turizm məhsulunun marketinq quruluşunu, innovasiyalı texnologiyalar xidmətinin forma və məzmununu tapır. Turizm növünə, onun texnoloji sxemi, sosial iqtisadi nəticələri qiymətləndirilir.

Innovasiyalı turizm xidməti, turizm strukturunda dəyişmələrlə idarə olunur. Turizm xidməti turizmin innovasiyalı formalarını zəruriləşdirir. Innovasiyaların tətbiqi, əlaqəli nisbət dəyişiklərini formalaşdırır. Yeni məhsul, yeni texnologiyalar formalaşdırır. Məntiqi sxem olaraq aşağıdakı modeli vermək olar:

Sxem 7: Turizmin innovasiyalı təşkili



Mənbə: Bilalov.B.Ə. (2006).“Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

İnnovasiyalı turizm modeli aşağıdakı istiqamətlər üzrə reallaşır:

1. Elmi-texniki və texnoloji proseslərin tətbiqi.

2. Əmək ehtiyatlarının istifadəsi.

3. Turizmin idarə edilməsi və təşkilatı-iqtisadi quruluşun təkmilləşməsi.

Turizmin fəaliyyətində innovasiyaların tətbiqi, elmi potensialı, keyfiyyətli qida məhsulu istehsalı, turizm xidmətinin təkmilləşməsi istiqamətlərini əhatə edir.

İnnovasiyalı inkişaf, onun proqnozlaşması, alternativ resurslarının tapılması və idarə etmə sistemində elektron tətbiqi ilə bağlıdır. Sistem olaraq məqsədlərin əsaslandırılması onun səmərəli variantlarının seçilməsi, dözümlü inkişaf meylləri ilə həll olunur. Turizmdə əməyin xarakteri, onun çox şaxəliliyi və resursların müxtəlif peşə quruluşu, siyasət olaraq yeni istiqamət olaraq əsaslandırılır.

Ekoloji turizm səmərəsi, iqtisadi və sosial amilin rolu ilə ifadə olunur. Turizmin innovasiya artımı ilə funksional elastiklik əmsalını ifadə edir.

$$\Delta TM = f(\Delta MA + \Delta TA + \Delta ETT)$$

$$\Delta TM = \frac{\Delta MA}{\Delta TM} + \frac{\Delta IA}{\Delta TM} + \frac{\Delta ETT}{\Delta IN}$$

Burada: ΔTM – turizm məhsulunun artımı

ΔMA – texniki artımı

ΔIA – insan artımı

ΔETT - innovasiya və elmi texniki təəqqinin tətbiqi.

İnnovasiyanın turizmə axını, kommersiya marağı, turist müəssisəsi maraqları özünün davranış qabiliyyətinə görə seçilir. Bu amillər təbii ki, daxili amillərdir. Xarici amillər isə turizmə təsir edən beynəlxalq normalar, standartlar təsir edir.

İnnovasiyalı turizm struktur dəyişmələri tələb edir. Resurs və amilə təsir edən innovasiya amili, multiplikasiya effektini verməlidir. İnnovasiyanın tətbiqində daha həssas elementə effekti artırır. Ona görə də innovasiya tətbiqi üçün prioritetlər, innovasiyalar digərlərinin təsir gücünə görə şaxələnir.

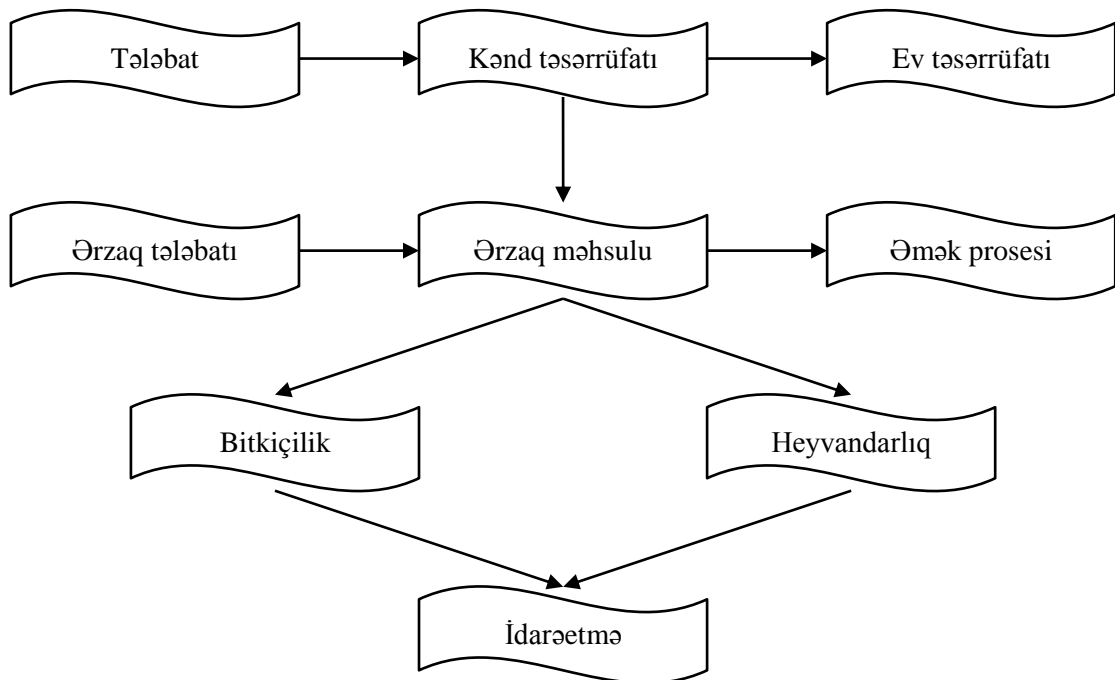
Aqroturizm, ekoturizm və kənd təsərrüfatı, regional inkişaf strategiyaları uzlaşmış və sistemli həll olduqda regionun kompleks inkişafı baş verir. Azərbaycanın regional inkişaf strategiyası proqnoz xarakterli, elmi və texnoloji problemlərin həlli ilə mümkündür. Daha çox müasir şəraitdə regional hədəflər və mikro məqsədlər uzlaşır.

II FƏSİL. TURİZMİN KƏND TƏSƏRRÜFATI İLƏ ƏLAQƏSİ

2.1. Turizmin inkişafında kənd təsərrütünün rolu

Kənd təsərrüfatı Azərbaycan iqtisadiyyatında öz roluna və sosial mənasına, inkişaf dinamikasını və dayanıqlı inkişaf strategiyasını təmin edən və onun asılı olan bir istehsal və istehlak sferasıdır. Ona görə də kənd təsərrüfatının makro iqtisadi problemləri onun sahə, ərazi, sosial və institusional problemləri ilə reallaşır. Aparıcı həlqə olaraq sənaye, turizm, sosial infrastruktura, məşğulluq və təkrar istehsal problemləri tədqiq olunur. Sosial sahə olaq kənd təsərrüfatı və ərzaq problemləri meydana çıxır. Müstəqil Azərbaycan iqtisadiyyatına kənd təsərrüfatı yerli bazarın istehlak malları ilə təmin olunmalı amildir. Daha çox idxal və ixrac potensialını formalaşdırır. Kənd təsərrüfatının Azərbaycanda inkişaf modeli təsviri olaraq aşağıdakı kimi ifadə oluna bilər.

Sxem 8: Kənd təsərrüfatının məqsədi və əsas istiqamətləri



Mənbə: Abbasov.T.A. (2001). “Kənd təsərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Kənd təsərrüfatı global tələbat və əhali istehlakı ilə tarazlı inkişaf etdirilir.

- xarici turistlərin turizm sənayesi məhsuluna tələbatını ödəmək;
- əhalinin məşğulluq səviyyəsini yüksəltmək, əmək ehtiyatları balansını daha fəal və mobil etmək;
- ev təsərrüfatında gəlirləri artırmaq və turizm motivizasiyasını daha çox əhali qrupları üzrə təmin etmək;
- ev təsərrüfatında ərzaq bazarına çıxarılan ərzaq və qeyri ərzaq məhsullarını artırmaq;
- özünəməşğulluq üçün kənd təsərrüfatına qoyulan investisiyaları, kredit resurslarını, subsidiyaları daha genişləndirmək və onun paylanma sferasını təşkil etmək;
- kreditlərin artırılması və onun bazarında daha səmərəli kredit istiqamətləri əsaslandırmaq.

Bu istiqamətlər regionlarda bir sıra sosial problemləri həll edir. Kənd əhalisinin rifahını yüksəldir, onların ev təsərrüfatına bağlılıq, məskünləşmə və kənd təsərrüfatı ilə məşğulluğu artırır.

Turizmin kənddə inkişafı üçün yerli və dövlət institutlarını kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatına himayəsi genişlənilir. Müasir şəraitdə kənd təsərrüfatı ilə məşğul olanlara güzəştli kreditlər verilir. Material xərclərinin 40%-ə qədəri dövlət tərəfindən ödənilir. O, cümlədən kənd əhalisinin bank maliyyə sistemi ilə əlaqəsi daha da genişlənilir.

Kənd təsərrüfatı istehsalı region resursları və tələbat sistemi ilə ölçülür. Xarici bazarların genişlənməsi ixracat potensialını artırır. Bu da yerli sahibkarlığın inkişafına və idxalın azalmasına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı istehsalının əsas istiqamətləri səmərəli resurs potensialına uyğun yerləşdirilir. Kənd təsərrüfatının daxili strukturu biri-birini tamamlayan sahələrin qarşılıqlı əlaqəsi ilə təşkil olunur. Belə ki, coğrafi, mühit, otlaq sahələri, emal sənayesi, tələbat sistemi kompleks şəkildə sahələr arası nisbətləri formalaşdırır.

Struktur siyasət olaraq sahələrin əlaqəsi və son məhsul istehsalı sahələrarası balansla tarazlılığı təşkil edir.

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m A_{ij} X_{ij} + Id$$

Burada: A_{ij} -j-məhsulunun i-kənd təsərrüfatı məhsulunun istehsalına sərfidir.

X_{ij} - j məhsulunun, i-sahəsində istehsalı;

Id -idxal məhsulu funksional olaraq maksimum istehsal funksiyası iki əsas amillə müəyyənləşir:

$$İs=f(MA-İn)$$

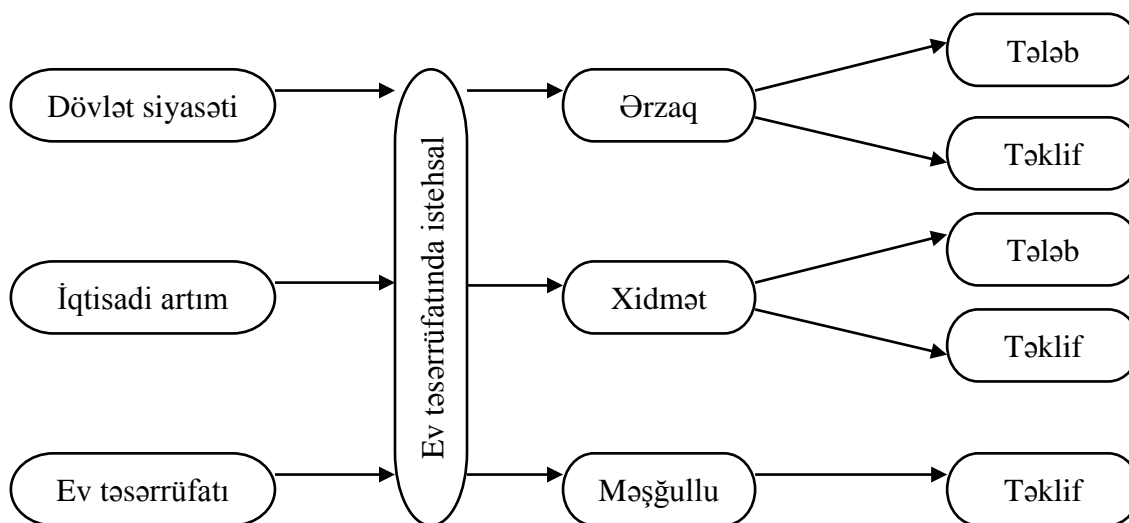
Burada: $İs$ -istehsal həcmi;

MA -maddi amil;

$İn$ -insan amili. Bu amilləri proqnozlaşdırmaqla istehsal həcmi proqnozlaşır.

Ev təsərrüfatı aqroturizmin inkişafına maddi və maliyyə amili olaraq təsir edir. Azərbaycan respublikasında ev təsərrüfatının istehlak bazarına təsiri böyükdür. Daha çox ailənin ərzaq tələbatını ev ev təsərrüfatı istehsalı və satışı ilə pul gəlirləri hesabına alıcılıq qabiliyyəti təşkil edir. Ev təsərrüfatı özəlləşmə xüsusi təsərrüfata dəstək proqramları hesabına daha da genişlənir.

Sxem 9: Ev təsərrüfatının sosial mənası və əsas təsirləri



Mənbə: Əlirzayev.Ə.Q. (2013). “Sosial sahələrin iqtisadiyyatı” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Ev təsərrüfatı turizm bazarına, onun məhsuluna natural və gəlirlərin formalaşması mənbəi kimi təsir edir. Ev təsərrüfatı bir sıra amlələrdə istehlak xərclərini 70%, 80%-ni təşkil edir. Bu da biznes mühitini genişləndirir. Ev təsərrüfatının artmasının iqtisadi və sosial mənası və dövlətin himayəçilik

siyasətinin səmərəsi kimi ifadə olunur. Prinsipal olaraq ev təsərrüfatı iqtisadi və sosial inkişaf sistemində aşağıdakı rolunu oynayır.

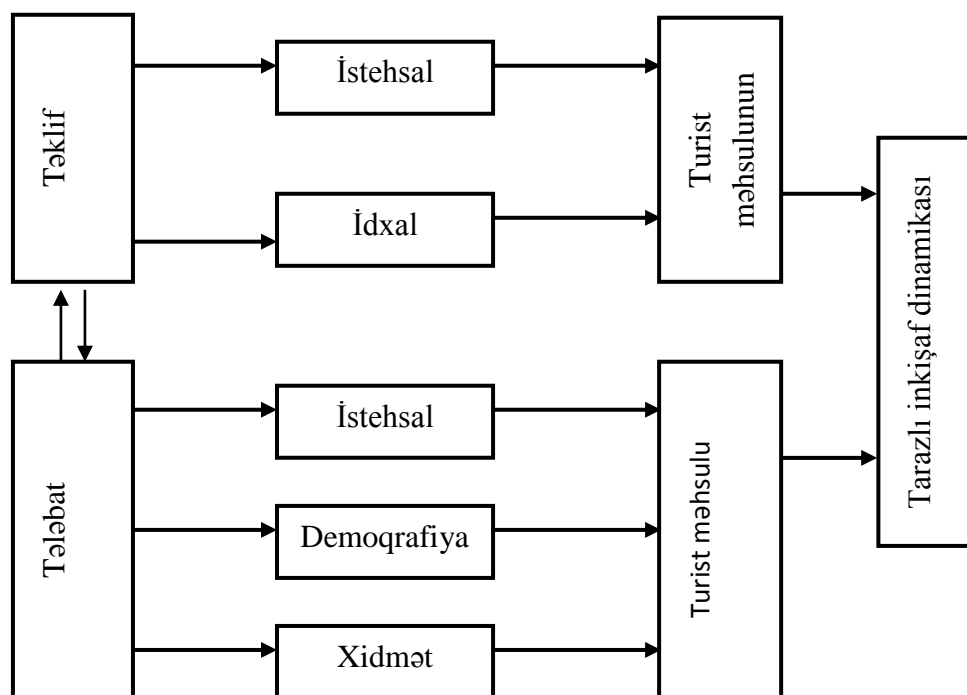
Ev təsərrüfatı məşğulluq məqsədi ilə digər fəaliyyətlərə nisbətən daha prioritetdir. Ev təsərrüfatına dəstək dövlətin sosial siyasətini ən səmərəli formasıdır. Ölkənin məşğulluğu, formal fəaliyyəti onun özünü təmin etməyə şərait yaradır. Daha çox gəlirlər əldə etmək məqsədi ilə stimullar yaradır. Bu baxımdan Azərbaycan iqtisadiyyatında özünə məşğulluq, sosial müdafiə və ünvanlı sosial xidmət məhz fərdi fəaliyyətə stimulyar yaratmağa yönəlir. Regionlarda əhalinin resurslarına sahib olması dövlət resurslarının səmərəli bölgüsü məhz bütün sahələri və ev təsərrüfatının turist axını ilə qovuşmasına səbəb olur. Aqroturizmin ev təsərrüfatı ilə əlaqəsi daxili turizm üçün faydalı metodudur.

2.2. Turizm bazarında kənd təsərrüfatı məhsullarının rolu

Turizm bazarı bir sıra amillərin və resursların təsiri və dinamikası ilə formalaşır və perspektiv istiqamətlər kəsb edir. Turizm bazarı istehsal, bölgü və istehlak səviyyəsi ilə əlaqəli olub turistlərin alıcılıq qabiliyyəti, və turizm müəssisələrinin istehsal gücləri ilə tarazlaşır. Turizmdə bazar münasibətləri riskli amillərlə yanaşı, alternativ resurs təminatı ilə təşkil olunma bildiyinə görə müasir şəraitdə idarə edilir. Beynəlxalq səviyyəli tədbirlər reallaşma yolu ilə tənzimlənməyə başlayır. Turizm bazarı tələb təklif və qiymət amili olaraq iqtisadi amillərdən təhlükəsizlik, ekoloji və təminat tədbirlərindən rəqabət, rentabellik və səmərəli təşkili amillərdən asılı olaraq formalaşır. Turizmin əsas ekoloji amili regional xüsusiyyətlər olmaqla istehsal infrastrukturuna səviyyəsi, keyfiyyətli xidmət sferası və ayrı-ayrı sahələrə dair informasiyadan asılıdır. Turizm bazarında tələbat turistlərin sayı, hansı ölkədən gəlməsi, motivi və turistlərin iqtisadi sosial xarakteristikası ilə müəyyənləşir. Ərazi amili olaraq tranzit sahələri, relyefi, təbii-coğrafi şəraiti, bitki örtüyü və mineral su, neft ehtiyatları ilə əlaqədə proqnozlaşdırılır. Turizm dövriyyəsinə cəlb olunan əsas məhsullar kənd təsərrüfatı, ev təsərrüfatı, infrastrukturaya və canlı əmək məhsullarıdır. Tələbat sistemində daxili və xarici turistlərin sayı ilə və turist müəssisələrində istifadə olunan hazır və

xidmət məhsullarının həcmi ilə ölçülür. Tələb və təklif arasında aşağıdakı əlaqəni təsvir etmək olar.

Sxem 10: Tələb təklif dinamikası



Mənbə: Cabbarov.Ə.X. (2015). “Turizmin iqtisadi əsasları” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Turizmin şaxələnməsi onun hər bir istehsal və xidmət sahəsi ilə əlaqəsini açmaqla tədqiqat obyektini genişləndirmək olar. Biz ancaq ev təsərrüfatı, kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsini verməklə müasir dövrdə kənd təsərrüfatının istehsalının turizm marketinginə uyğun sxemini vermiş oluruq.

Bu məqsədlə turizm məhsulu ilə kənd təsərrüfatı məhsulu arasında marketing planlaşması tətbiq edilir. Marketing istehsal və istehlak sferasını əhatə etməklə məhsulun keyfiyyətinin istehsal amili ilə əlaqəsini açmaqla nəticələnir. İstehlak amili isə marketingin bazar tələbinə uyğunluğunu müəyyən edir. Turizmin marketing tədqiqi turistlərin motivi ilə turizm bazarına çıxmaq qabiliyyətini, planlaşma metodlarını əhatə edir.

Turizm marketingi ilə istehlak bazarının segmentləşməsi arasında əlaqələr tərtib edilir və həmin segmentləşmənin prespektiv istiqamətləri verilir. Turistlərin

istehlak sferasında qida istehlakı 60%-ə qədər seqmentin sahəsini əhatə edir, 20%-i isə xidmət sferası təşkil edir. Məhz qida istehlakının turistlərin motivindən asılı olaraq dəyişməsi iki əsas müstəviyə görə üçüncü istehlak müstəvisini qurmağa gətirib çıxarır.

$$X_i = EQ \longrightarrow Y_j = CE$$

Burada: X_i – istehsal həcmi və vektoru;

i -istehsal məhsulunun növü;

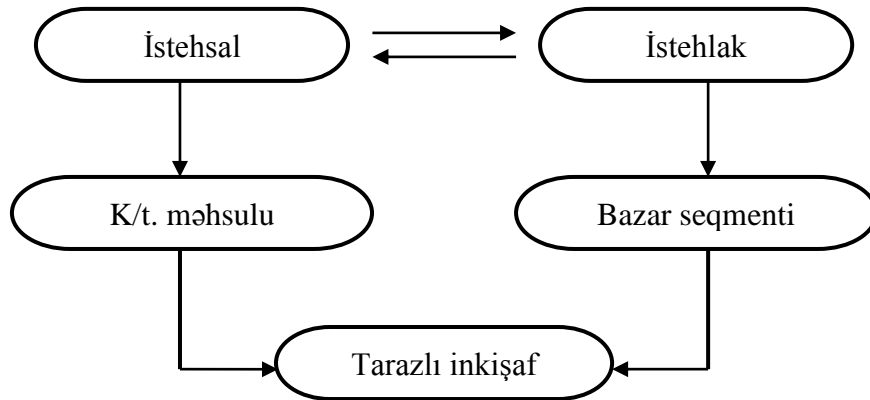
Q -mümkün istehsal həcmi və vektoru;

Y_j -istehlak həcmi və vektoru;

E -istehlak bazarında məcmu məhsullar

Strateji planlaşma obyektı olaraq istehsal- kənd və ev təsərrüfatı- istehlak – turizm bazarı arasında məntiqi və funksional əlaqələr qurulur

Sxem 11: İstehsal və istehlak arasında məntiqi sxem



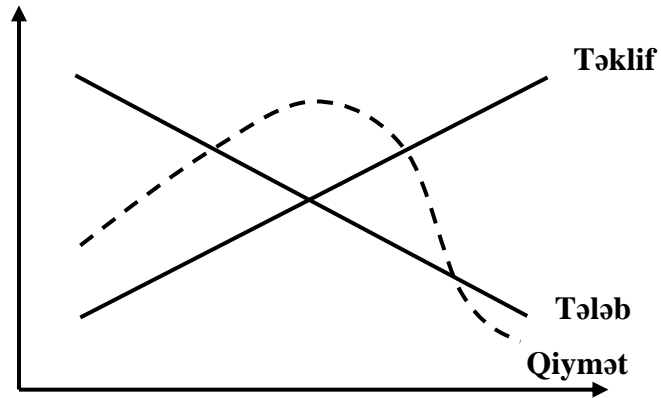
Mənbə: Əlirzayev.Ə.Q. (2005). “İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Turizm bazarında kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətləndirilməsinin əsas prinsipə uyğun olur. Belə ki:

- kənd təsərrüfatı məhsulunun xərc strukturuna görə;
- kənd təsərrüfatı məhsulunun istehlak, bazar tələbi qiymətinə görə.

Hər iki halda rəqabət mühiti şəraitində kənd təsərrüfatı istehsalçıları arasında qərabət formalaşır. Gəlirlərə stimül olaraq hər bir istehlakçı tələb, təklif və qiymət amilinə uyğun olaraq özünün qərarını verir.

Qrafik 3: Tələb, təklif və qiymət



Mənbə: Cabbarov.Ə.X. (2015). “Turizmin iqtisadi əsasları”, 131 səh

Ev təsərrüfatı məhsulları birbaşa və yaxud təkrar istehsal yolu ilə əhalinin və turistlərin ərzaq, xidmət tələbatını, hədiyyə və ixrac ehtiyaclarını ödəyir.

Ev təsərrüfatı məhsulları çevik, müntəzəm bazara çıxarıla bilən məhsullardır. Natural formada ailə, kənd və gəlmə turistlərin ehtiyaclarını ödəyir. Müasir pandemiya şəraitində gəlmə turizmi azalır. Daxili turistlərin regionlara axına intensivləşir. Bu da kənd əhalisinin icarəyə verdiyi əmlaka, xidmətə görə məşğulluğunu artırır. Ailə və kənd turizmi Azərbaycan üçün xarakterik hal olaraq genişlənilir. Kənd turizmi kəndin resursları hesabına artır və onun kənd daxili rəqabət forması, kənddə tikinti, mənzil və kommunal şəraitin yaxşılaşmasına səbəb olur. Kənd turizmi fikrimizcə perspektivdə ən əlverişli sahə olaraq inkişaf etməlidir. Ev təsərrüfatının xidmət sferası müasir şəraitdə əmək proseslərinin təşkili, məşğulluq və əhalinin rifahı sahəsində yeni xüsusiyyətlər kəsb edir. Daha çox bağçılıq, heyvandarlıq sahəsi olan ev təsərrüfatı və kiçik sahibkarlığın bazarı evdə natural istehlak, kəndə satış və turistlər üçün ərzaq və xidmət təyinatıdır. Azərbaycanda mənzil təminatı daxili turizm sahəsi üçün əhəmiyyət kəsb edir. Ev təsərrüfatında heyvandarlıq sahəsi, milli məhsullar və ərzi yaxınlığı daxili turizmi artırır. Azərbaycanda Şəki, Şamaxı, İsmayıllı, Lənkəran, Lerik, Quba, Xaçmaz

rayonlarında iqlim dağ örtüyü, saf su ehtiyatları, əhalinin təmtəraqlı evləri turizm üçün əhəmiyyətlidir. Bu təminat növü, yerli əhalinin iki-üç günlük və çox müddətli turist axınının artmasına səbəb olur. Azərbaycanda Şəki, Qax, Balakən, İsmayıllı rayonlarında yayda evlərin kirayəsi yolu ilə xeyli ailələr qazanc əldə edir. Turizmin sferasında əl əməyi və yeniyetmə, təqaüdcülərin əməyi işçi kimi istifadə olunur.

Beləliklə ev təsərrüfatı, sosial inkişafın əsas istiqaməti olaraq daha da genişlənir. Ev təsərrüfatına dəstək proqramları, dövlət və yerli icariyyə orqanları tərəfindən reallaşır. Kredit, vergi, maliyyə dəstəyi, fərdi şəxs kimi, fiziki şəxs olaraq inzibati cəzadan azad edilir. Müasir şəraitdə Azərbaycanda daha çox sağlamlıq və qısa müddətli yerli əhalinin regionlara səfərləri, yay və qış turizmini artırır. Azərbaycanda turizmin qiymətlərinin aşağı düşməsi rəqabətə və sahibkarlığa dəstək proqramları ilə tənzimlənir. Dövlətin 2016-2020-ci illərdə turizm proqramları mövcuddur.

2.3. Kənd təsərrüfatı məhsullarının turizm idxalında rolu

Ölkə iqtisadiyyatının strateji inkişaf yolu olaraq, hər bir sahənin ixracat potensialını artırmaq, daha çox xarici bazarlara çıxmaq ehtiyatlarını yüksəltməkdən ibarətdir. İdxal və ixrac təsərrüfat əlaqələrinin xüsusiyyətləri ilə dəyişir. Daha çox xarici bazarlara can atmaq, daha keyfiyyətli məhsul və xidmət rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal etmək deməkdir. Aqrar sektor indiki şəraitdə xarici bazarlara çıxmaq resurslarına görə mühüm imkanlara malikdir. Daha çox kənd təsərrüfat istehsalı perspektiv sahədir. Digər yol xarici turistlərin gəlməsi onların aqrar sektor ilə əlaqəsidir. Gəlmə turizmə yerli məhsulların istehsalına və xidmət sferasına bir başa təsir edir. Hər bir turistin xərci, onun qida məhsuluna və xidmətə sərf olunur. Aqroturizmin ixracat potensialı məhz kənd təsərrüfatı məhsullarının yerində istifadəsi və ixracı ilə nəticələnir. İxracat potensialı ölkədə olan resurslar ilə bağlıdır. Azərbaycanın ixrac potensialı neft və neft məhsulları üzərində dayanır. Bununla yanaşı strateji xətt olaraq qeyri neft məhsullarının ixracı daha intensiv artır. Tərəvəz və bitki məhsulları xarici bazarlara çıxarılır. Son illərdə ölkədən meyvə-tərəvəz və bir sıra bitki məhsulları öz bazarını Rusiya, Ukrayna və digər

ölkələrə ixrac edir. Turistlərin gəlişi istehlak bazarında yerində istehlak hesabına ixracat məhsulu kimi qəbul edilə bilər. Turistlərin ixracata təsiri onların istehlak bazarının genişlənməsində rolu ilə proqnozlaşdırılır. Hər bir turist respublikada, regionda olan qida məhsulları ilə öz tələbatını ödəyir və öz vətəninə aparır. Bu da istehsal həcmi artırır.

İxrac potensialı həmçinin dünya bazarında yerli əhali və həmin regionlarda səyahətdə olan insanların ərzağa olan tələbatını ödəyir. Azərbaycan təbii iqlim şəraitinə görə doqquz iqlim zonası ilə seçilir. Onun ərzaq rasionunda daima çox keyfiyyətli meyvə-tərəvəz və qida növləri vardır. Bu da xarici qonaqların məhz qida üçün respublikaya gəlməsinə təkan verir. Daha çox elmi konfranslarda xarici qonaqlar bu məhsullara ehtiyac yaradır.

Turizmin özünün gəlmə və getmə xarakterinə görə idarə edilməsi və uyğun potensialının yaradılması problemləri mövcuddur. Azərbaycanda gəlmə turizmi, getmə turizmindən çoxdur. Onun sayı son illərdə artır. Amma pandemiya şəraiti gəlmə turizmini azaldır və nəqliyyat əlaqələrini, otel təsərrüfatını, ictimai iaişə müəssisələrinin fəaliyyətini dayandırır.

Turizmin ixrac və idxal prosesində rolu, həmçinin məhsullara təsiri tələb və təklifin formalaşmasına səbəb olur. İdxal getmə turizmi ilə əlaqəlidir. Respublikada qazanılan pul gəlirlərinin bir hissəsi getmə turist xərclərinə sərf olunur. Balans olaraq saldo müsbətdir.

$$S=T^c-T^j$$

Burada: S – saldo;

T^c –gəlmə turizmi,

T^j – getmə turizmi.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracat potensialı, respublikaya gəlmə turistlərin, insanların və respublikadan gedən turistlərin gəlirlərinin formalaşmasında rolu ilə qiymətləndirilir.

Getmə turizmi respublikada olan turizm resurslarının az olması, yaxud turizm xidmətinin keyfiyyəti ilə ölçülür. Məhz rəqabət mühiti olaraq turizm fəaliyyəti ilə əlaqəlidir.

Turizm fəaliyyətinin xarici turistlərə hesablanması üçün gələn turistlərin motivini qiymətləndirmək və turist şəraiti yaratmaqla respublikada turist komplekslərini yaratmaqdan ibarətdir.

Gəlmə turizmi istehsal və xidmət sferasının xarici bazarlara hesablanması metodikasıdır. Gəlmə turizmini inkişaf etdirməklə ölkədə müəyyən valyuta ehtiyatları artır. İşgüzar turizm genişlənir, daxili turizm sferasına rəqabət yaranır. Gəlmə və getmə turizmi arasında nisbətlərin dəyişməsi istehsal və bazar arasında nisbətlərin dəyişməsinə gətirir. Bu da ölkədə sosial təyinatlı proqramların və məşğulluğun həmçinin turizm infrastrukturunun yaranmasına səbəb olur. Turizm infrastrukturunu yeni nəqliyyat xidmətlərinin, beynəlxalq aeroportların və otel təsərrüfatının, turizm kadrlarının hazırlanmasına səbəb olur.

Beləliklə turizm sferası aparıcı həlqə olaraq ölkənin iqtisadi əlaqələri ticarət və beynəlxalq əlaqələrin bütün forma və məcmununu dəyişməklə əmək bölgüsü şəraitində yeni aspektlər kəsb edir.

Aqroturizmin xarici əlaqələr istiqamətləri turistlərin seçiminə uyğun olaraq bazar tipli maraqlar üzərində qurulur. Belə ki, ən çox genişlənən turizm növü ev təsərrüfatı və ekoloji mühitlə bağlı olan resurslara ehtiyac üzərində qurulur. Belə ki, ən çox genişlənən turizm növü ev təsərrüfatı və ekoloji mühitlə bağlı olan resurslara ehtiyac üzərində qurulur.

Kənd turizminin inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox yayılıb. Kənd turizminin xarici əlaqələri, sərbəst və təbii qida, xidmət və kənd mühitində istirahət deməkdir. Bu da kənd əhalisinin gəlirlərini və onların formal və qeyri formal məşğulluğunu artırır. Aqroturizmin gəlirləri, öhdəlikləri, bələdiyyə və yerli budcələri formalaşdırır.

Kənd turizminin iqtisadi səmərəsi, onun daha ucuz əməklə başa gəlməsidir. Kənd əhalisi elə yerindəcə öz təbii məhsullarını turistlərə təqdim edir. Respublika daxili regionlarda infrastruktur layihələrini artırır. Əl əməyinə və daxili imkanlara əsaslanan turizmin inkişafı baş verir.

Ev təsərrüfatı daxili turizmin, etnik turizmin, ailə turizminin inkişafına səbəb olmaqla xarici pul axınını azaldır. Gəlmə turizmi hesabına ölkədə valyuta

ehtiyatlarını artırır. Balans olaraq müsbət saldo həm tədiyyə balansında həm də idxal ixrac balansında təmin olunur.

Müasir şəraitdə ölkədə müsbət saldo təmin olunmaqla maliyyə kredit və bank sektoru səmərəli fəaliyyət göstərir. İdxalın strukturunda inovasiyalı dəyişmələr kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan sahibkarların fəaliyyətinə təsir edir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının idxalının azalması daxili istehsalı artırır.

Daxili istehsalda ixracat yönümlü potensial artır. Yeni texnologiyaların tətbiqi ixracata yönümlü struktur dəyişmələrə səbəb olur. Daxili turizmin və xarici turistlərin zövqünə uyğun xidmət sferası müəyyən normalara əsaslanmaqla yanaşı resursların səmərəli variantları və idarəetmənin təşkili baxımından daima inkişaf edir. Aqroturizmin idxal və ixracat əlaqələri, bazar münasibətləri şəraitində bir başa hüquqi şəxs kimi təsərrüfatlar və ayrı-ayrı şirkətlər, mərkəzləşdirilmiş formada dövlət tənzimlənməsi yolu ilə formalaşır.

Turist təşkilatları özlərinin potensial imkanlarını, maliyyə resurslarını nəzərə alaraq bir başa turist bazarına çıxır. Turist bazarına şərtlər və xidmətlər göstərməklə öz məhsulunun qiymətini formalaşdırır. Turizm qiymətləri region və ölkə daxili rəqabətlə müəyyənləşir. müasir şəraitdə resursların mahiyyəti turizm mahiyyətini açır. Daxili və xarici turizm sahəsində ixtisaslaşma istiqamətini müəyyənləşdirir. Region turizm kompleksi yaradılır.

İxracat potensialı gəlmə və getmə turizmi ilə bağlıdır. Gəlmə turizmi ölkədə maliyyə potensialını artırır. Maliyyə resursları turizm sferasında investisiya və dövriyyədə alıcılıq qabiliyyətini artırır. Turizm potensialı turizmin beynəlxalq səviyyədə tələbat və təklifi ilə müəyyənləşir. Gəlmə turistlərin strukturunda Rusiyadan gələn turistlər aparıcı rol oynayır.

Cədvəl 4: Azərbaycanca gələn turistlərin ölkələr üzrə sayı 2019

Ölkələr	Turistlərin sayı	Artım %-lə
Rusiya	932984	6
Gürcüstan	725465	18
Türkiyə	316628	8
İran	255628	6
Ukrayna	59116	2.4
Böyük Britaniya	36914	25
Almaniya	20509	19

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi (<http://mct.gov.az/az>)

Azərbaycanda gəlmə turizmi ixracat potensialını artırır. Ölkədən gedən pulların miqdarı əhali gəlirləri və istehlakı ilə bağlıdır. Bu da proqnozlarda istifadə olunur.

III FƏSİL. KƏND TƏSƏRRÜFATI VƏ EV TƏSƏRRÜFATININ TURİZMƏ YÖNƏLDİLMƏSİ

3.1. Aqroturizmin təşkili istiqamətləri

Aqroturizm sferası çox şaxəli və əhali ilə bağlı olan sosial yönümlü sahədir.

Onun inkişafı aşağıdakı hədəflərə yönəlir:

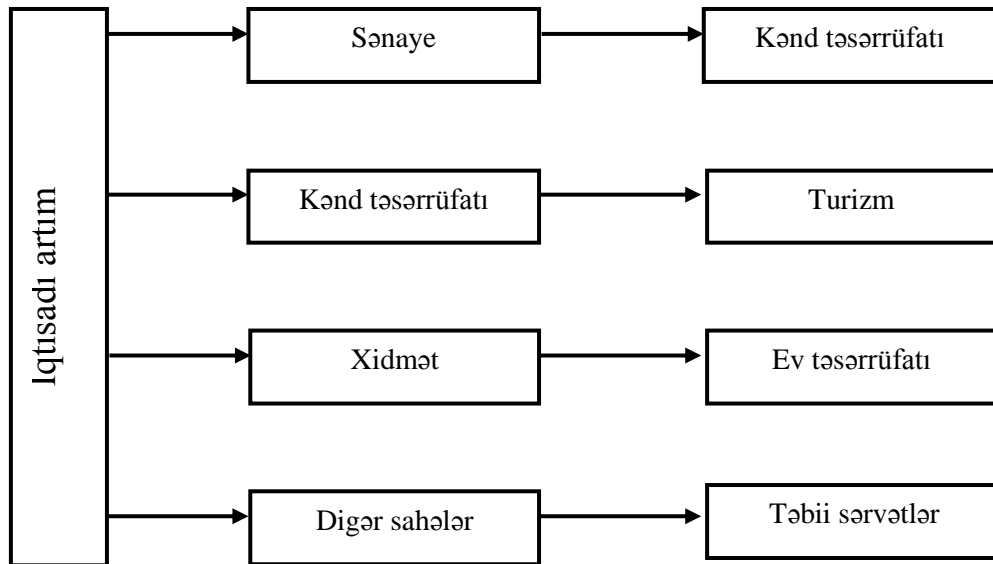
- iqtisadi artıma nail olmaq və maddi nemətlərə olan tələbatı ödəmək;
- ərzaq tələbatını və ərzaqla məşğul olan sahibkara və əhaliyə şərait yaratmaq;
- regionların sosial iqtisadi inkişafını və əhalinin məskunlaşmasını təmin etmək;
- ev təsərrüfatının inkişafına baza yaratmaq, əhalinin məşğulluğunu təmin etmək;
- ərzaq təminatı və ixracat balansını müsbət saldo ilə təmin etmək üçün tədbirlər hazırlamaq;
- ərzaq təhlükəsizliyi proqramlarını hazırlamaq, fərdi və sahibkar mühiti yaratmaqla tələbata uyğun məhsullar istifadə etmək;
- kənd təsərrüfatı ekologiya və sosial inkişaf qanunlarını hazırlamaqla kompleks proqramlar hazırlamaq;
- kəndin sosial iqtisadi inkişafını təmin etmək;
- Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığa yönəlmiş iqtisadi və sosial islahatlar reallaşdırmaq.

Kənd təsərrüfatı iqtisadi artımda və ərzaq bazarında aparıcı rol oynayır. Ona görə də kənd təsərrüfatı dövlət və bazar diktəsi, xarici sifarişlər yolu ilə inkişaf etdirilir. Kənd təsərrüfatı ümumi daxili məhsulun 8 %-ni əhali məşğulluğunun 35%-ni və ixracat potensialının 35%-ni təşkil edir. Bu aspektdə qeyri-neft sektoru olaraq kənd təsərrüfatı, ev təsərrüfatı strateji əhəmiyyət kəsb edir. Onun sosial mənası əmək tutumu sahə olması ilə seçilir. Azərbaycan üçün əlverişli əmək

ehtiyatları şəraitində məşğulluq aparıcı hədəfdir. Ona görə də prioritetlik iqtisadi və sosial hədəflər üzərində qurulur.

Turizm hadisələri iqtisadi və sosial potensial üzərində qurulur. Onun cari və perspektiv resusları ölkə iqtisadiyyatının makro səviyyəsi artımı, ehtiyatların artımı və investisiyalarla əlaqəlidir. Prioritlər müstəvisində alternativ yol olaraq turizm, ekoturizm, kənd turizmi ilə sahibkarlığın inkişafı strategiyası qurulur, proqnoz xarakterli hesablamalar və variantlar hesablanır. Proqnoz xarakterli tədbirləri aşağıdakı kimi təsvir etmək olar.

Sxem 12: İqtisadi artım strategiyası



Mənbə: Abbasov.C.R. (2005). “Azərbaycan Respublikasının iqtisadi və sosial coğrafiyası” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Kənd təsərrüfatı sahə və ərazi strukturu olmaqla institusional baxımdan dövlət, yerli və sahibkarlıq obyektiv olaraq idarə edilir.

Kənd təsərrüfatının dövlət tənzimlənməsi və bazar tipli modeli resurs və tələbat sistemə uyğun strateji planlaşma əsasında idarə olunur. Dövlət ölkənin iqtisadi artım mənbəi olaraq əsas resurslarını kənd təsərrüfatı istehsalına yönəldilir. Bazar tipli model olaraq kənd və ev təsərrüfatları ölkədə tələbatı ödəmək və ixracat potensialını artırmaq məqsədini güdür. Dövlət aşağıdakı yollarla kənd təsərrüfatına stimül yaradır:

- məhsulun həcmi və strukturu təkmilləşir;
- resurslardan maksimum səmərə almaq üçün himayəçilik edir;
- dövlət investisiyanın təşviqi, sahibkarlığın inkişafı üçün öz daxili resurslarını və xarici resursları kənd təsərrüfatına istiqamətləndirir;
- dövlət stimulyat yaratmaq üçün subsidiyalar, kreditlər, güzəştli vergi sistemi tətbiq edir. Kənd təsərrüfatı infrastrukturuna əsaslı vəsait yönəldir;
- dövlət kənd təsərrüfatı məhsullarının reallaşması üçün ticarət, anbar saxlama və daşıma infrastrukturunu yaradır;
- dövlət turizmi və emal sənayesini inkişaf etdirməklə bazarları genişləndirir;
- dövlət ölkədə sosial müdafiə və sığorta sistemini yaradır.

Turizmin inkişafında sahələr arası əlaqələr və regionun inkişafı ədalətli və səmərəli bölgü sistemi ilə təmin olunur.

Gəlirlərin və məhsulların bölgüsü səmərəli və faydalı meyarlarla tənzimlənir. Hər bir subyekt olaraq turizm və digər sahələrin payı onun iştirakına və fəaliyyətinə təsir edir. Daha çox gəlir əldə etmək üçün əmək, maliyyə və iştirak payında fəal olmaqla stimullar yaradılır. Hər bir iştirakçının payı maksimum maraqlarla tənzimlənir. Daha çox son məhsulda iştirak etməklə gəlirlərin artırılmasına can atılır. Bütün fəaliyyətlərin məcmuu gəlirlər və xərclər ilə qiymətləndirilir.

Aqroturizmin inkişafında iqtisadi artım, dayanıqlı iqtisadi inkişaf və aşkarlı maliyyə-kredit siyasəti rol oynadığı kimi fəal sosial yönümlü ucot hesabat, sığorta və idarəetmə məsələləri rol oynayır. Ev təsərrüfatı və kənd təsərrüfatı riskli sahələr və bir sıra qeyri müəyyən təsirlərdən asılı olduğu üçün onun sığortalanması inkişafa təsir edir. Daha çox əmlakın sığortalanması xarici mühitin təsirindən dəyən ziyanı ödəmək, kəndlinin risklərini artırır.

Bu baxımdan ev təsərrüfatı dövlət və əhali tərəfindən sığortalanır. Sığorta ödəmələri dövlət və əhali, şirkət tərəfindən ödənilir. Sığorta hadisəsi əmək bazarında bölgü münasibətlərini təkmilləşdirir. Dövlət büdcə hesabına sığorta haqqını ödəməklə riskli fəaliyyətə təminat verir.

Sığorta şirkətləri təsərrüfat, hüquqi şəxs və fiziki şəxslərlə müqavilə bağlamaqla ona uyğun məhsulun ödənilməsinə təminat verir.

Turizm sahəsində sığorta sistemi həyat sığortası ilə bağlıdır. Hər bir turist göndərişi olanda özünü sığortalayır. Sığorta haqqı onun qiymətini artırır. Amma sığorta haqqının ödənilməsində müəssisə, dövlət müəyyən rol oynamaqla müştəriləri həvəsləndirir. Beləliklə sığorta mexanizmi turistlərin qərarına təsir edir. Sığorta bazarı hər bir sahənin məhsulundan istifadə etməyə tələb yaradır. Hər bir fəaliyyətə giriş onun sığortası olması ilə əlaqəlidir. Belə ki, təsərrüfat subyektləri və fiziki şəxslər təminatlı sığorta şirkəti ilə müqavilə bağlayır. Hətta kredit və maliyyə hesablarını sığortalı banklarla və şirkətə tabe olan müəssisələrlə reallaşdırır. Ev təsərrüfatında sığorta prosesi həyat sığortası ilə bağlı olmaqla yanaşı əmlak, torpaq və nəqliyyat sığortasını da genişləndirir. Bu da iqtisadi fəaliyyəti artırır.

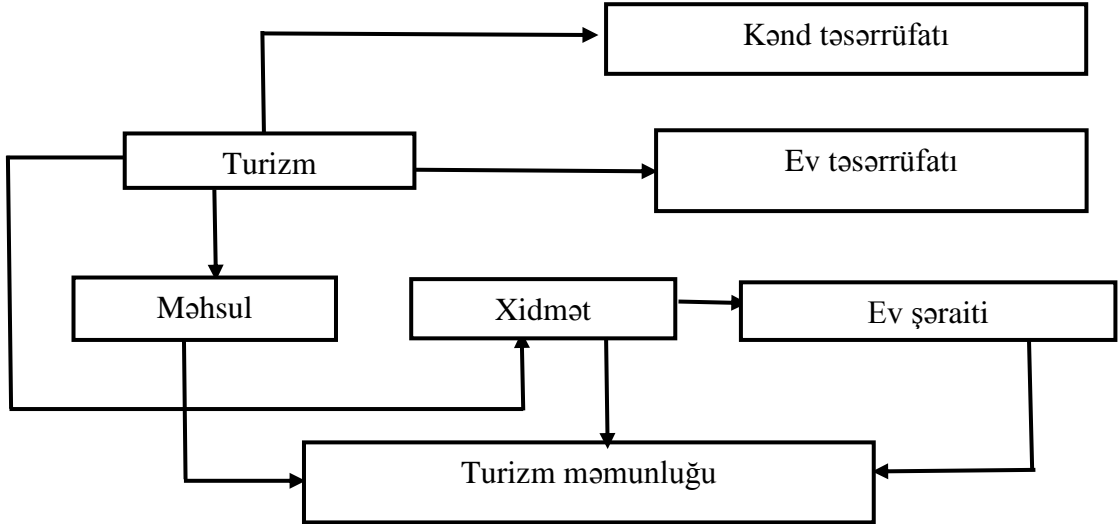
3.2. Aqroturizmin ev təsərrüfatı ilə əlaqəsinin təkmilləşməsi

Turizmin aqrar və ev təsərrüfatı ilə əlaqəsi perspektiv sahədir. Azərbaycanda ev təsərrüfatı özəl sektorun aparıcı həlqəsidir. Ev təsərrüfatı aşağıdakı istiqamətlərdə inkişaf edir:

- heyvandarlıq;
- əkinçilik;
- sənaye məhsulları;
- xidmət;
- əmək prosesi;

Ev təsərrüfatının perspektivi özəlləşmə ilə bağlıdır. Respublikada kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti özəl sektorun rolunu artırır. Müasir şəraitdə özəl sektorun hesabına maddi nemətlərin 70 faizi ödənilir. Ev təsərrüfatı turizm sferası üçün ərzaq imkanları yaradır. Turistlərin əsas yaşayış yeri, ərzaq istehlakı və xidmət istehlakı ev təsərrüfatı ilə bağlıdır. Ev təsərrüfatı ilə turizm istehlakı arasında aşağıdakı əlaqə mövcuddur:

Sxem 13: Ev təsərrüfatı və turizm əlaqəsinin perspektivi



Mənbə: Əlirzayev.Ə.Q. (2013). “Sosial sahələrin iqtisadiyyatı” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

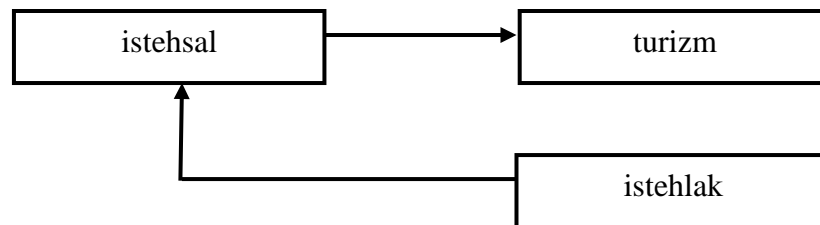
Ev təsərrüfatı region, ərazi və sahələr üzrə fərqlənir. Ev təsərrüfatı və turizm əlaqəsi modeli sahələr arası balansı tənzimləyir.

$$\sum_j^a a_{ij} X_{ij} + E^h = X_i$$

Burada: i -məhsulu, X_{ij} -i – məhsulun, j -turizm sferasının, a_{ij} -istifadəsi,
 E^h –ehtiyat məhsul,
 X_i – i -sahəsində məhsul.

Sahələr arası və balans olaraq sxematik olaraq aşağıdakı kimi təsərrüfat əlaqələri təmin olunur:

Sxem 14: Turizm və ev təsərrüfatı



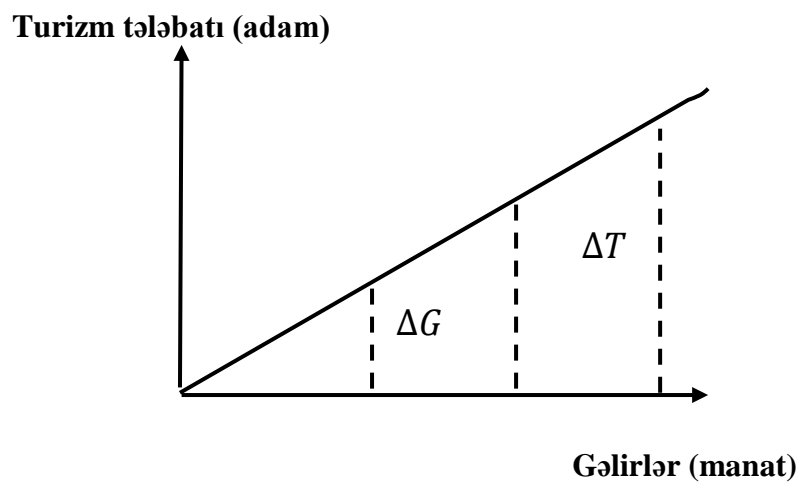
Mənbə: Əlirzayev.Ə.Q. (2011). “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Turizm sferasında ev təsərrüfatı bir sıra aspektdən təsir edir. Funksional və dolayısı yolla ev təsərrüfatı turistlərin tələbatını ödəyir. Turist tələbatı daha çox

təmiz qida, kalorili xərəklərə və təmiz ekoloji mühitə ehtiyacları vardır. Ona görə də sağlamlıq, etnik və qida turizmi yerli əhali üçün xarakterik olur. Daxili turizm indiki şəraitdə daha aktualdır. Daxili turizm sahəsi olaraq ev təsərrüfatı və infrastruktura obyektləri əsas rol oynayır.

Kənd turizminin inkişafı səmərəli fəaliyyət sahəsidir. Kənd turizmi kənd əhalisinin rifahı ilə bağlıdır. Təcrübə göstərir ki, turizm tələbatı ilə rifah arasında aşağıdakı əlaqə mövcuddur.

Qrafik 4: Turizm tələbatı ilə rifah arasında əlaqə



Mənbə:Aslanova.S.İ., Əlirzayev.Ə.Q. (2006). "Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri", 20 səh

Qrafikdə gəlirlərlə turist artımı arasında sıx əlaqəlidir. İnsanların rifahı artdıqca onun tələbatı daha çox turizm və təhsilə yönəlir. Turistlərin motivi, turizm bazarında xidmət və turizm məhsulu ilə müəyyənləşir. Daha çox varlı təbəqə turizmə meyl edir. Turizm modeli olaraq kənd turizmi kəndin əhalisinin resurslarının turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi ilə nəticələnir. Turizm bazarı bu əlaqələri tənzimləyir. Turizm tələbi və təklifi dinamikası formalaşır. Tələb əyrisi olaraq gəlirlər, demoqrafiya və əhalinin təminat səviyyəsi ilə təklif arasında tarazlıq təmin olunur. Turizm bazarına aşağıdakı amillər təsir edir:

- əhali gəlirləri;
- həyat səviyyəsi;
- istehlak səviyyəsi;

- demoqrafik göstəricilər;
- qiymət amili;
- turizm xidməti.

Turizm modeli təsviri, funksional və dinamik model olur. Turizm xidməti, onun səmərəli və keyfiyyətli təşkili amilidir. Hər bir turistin motivi mövcuddur.

Aşağıdakı motivləşmə səbəbləri bunlardır:

- iş yerləri və əməyin xarakteri;
- milli və ölkə xüsusiyyətləri;
- həyat səviyyəsi və həyat tərzini;
- ailə tərkibi və cinsiyyəti;
- davranış tərzini.

Bu amillər turistlərin qruplaşmasına səbəb olur. Motivləşmə amili olaraq hər ölkədə siyasət formalaşır. Daxili və xarici turistlərə uyğun siyasət tərtib olunur. Daxili turistlər üçün ölkə daxili siyasət formalaşdırılır. Turizmin kənd əhalisi üçün iqtisadi və mənəvi təsirləri mövcuddur. İqtisadi təsir kənd əhalisinin məşğulluğu, kommunal xidmətlərlə təminat, nəqliyyat və yol xidmətləri müasir tələblərə uyğun dəyişir.

Müasir şəraitdə ölkədə beynəlxalq nəqliyyat qovşaqları, yeni texnologiyaların tətbiqinə, işçilərin fəallığına təsir edir. Azərbaycanda regional nəqliyyat qovşaqları, beynəlxalq aeroportlar və müasir avtomobil yolları turist axınına təsir edir. Turistlərin rahatlığı, onların qərarına təsir edir.

Aqroturizmin dövlət tənzimlənməsinin metodları aşağıdakı informasiya bazasına əsaslanır:

- Sahə mexanizmləri və göstəriciləri;
- Təşkilatı iqtisadi mexanizmləri və əsas istiqamətləri;
- Maliyyə mexanizmləri, büdcə sistemi;
- Turizm bazarının idarə olunması istiqamətləri.

Rəqabət mühiti şəraitində investisiya ayırmaq maliyyə dəstəyi yolu ilə mümkündür. Vergi sahibkarlığa güzəst və bəzi məhsullar üçün subsidiyalar ayırmaq yolu ilə həll olunur. Təşkilatı mexanizmlərin müasir şəraitdə yeni

təsərrüfat formalarını biznes inkubatorlarının təşkili ilə bağlıdır. Maliyyə lizinji, büdcə ayırmaları və xarici investorların cəlb edilməsi yolu ilə həll olunur. Regionların turizmə cəlb olunması üçün, həmin regionlara mərkəzləşdirilmiş fondlardan və əhalinin xüsusi vəsaitlərindən istifadə etmək tədbirləri hazırlanır.

Aqroturizm informasiya bazasının tədqiqi xarici və daxili bazara uyğun təşkil olunur. Obyekti turistlər, subyekti isə sahibkarlar, firmalar, turist müəssisələri və xarici şirkətləritəhlil etməkdir. Turizmin idarə olunması metodları iqtisadi maraqlara və bazara uyğun təşkilatı quruluş yaradır. İqtisadi maraq, mənfəət, gəlirlər, rəqabətə dözümlülük və sosial maraqlara əsaslanır.

Aqroturizm sferası tənzimlənən idarə olunan məqsədyönlü fəaliyyət sahəsidir. Dövlətin vəzifəsi gəlirləri artırmaq, məşğulluğu təmin etmək iqtisadi sosial artımı turizmə cəlb etmə məqsədinə yönəlir. Dövlətin turizmə təsiri, dövlət büdcəsi, maliyyə resursları, kadr potensialı və onlardan istifadə mexanizmləri ilə baş verir. Dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər kənd təsərrüfatının, sahibkarlığın və rayonların inkişafına yönəlir. Dövlət sahibkarlığı təmin etmək məqsədilə sahibkarlığa kömək fondu, vergi güzəştləri, subsidiyalar hesabına turizm müəssisələrini stimullaşdırır. Investisiya mənbəyi olaraq xarici və daxili maliyyə maddi resurslardan istifadə olunur. Dövlət proqramları tərtib olunur. Investisiyanın təşviqi həyata keçirilir və turizm motivasiyası üçün əlavə tədbirlər hazırlanır.

Aqroturizmin dövlət tənzimlənməsi beynəlxalq səviyyəli standartlara yaxınlaşmaq strategiyası ilə tənzimlənir. Dövlətin himayəçilik siyasəti yaratmaq və bu şəraitdə maliyyə sahibkarlıq və biznes aşkarlığını təmin etməkdir. Dövlət strukturu sahə, ərazi qərarlarının reallığı, mümkünlüyü və əhatə dairəsinə görə əhali təhlükəsizliyini, onların minimal həyat səviyyəsinə şərait yaradır. Əsas vəzifələri funksional və ünvanlı tədbirlər yolu ilə həll olunur.

Aqroturizm sahələri sahələrarası əlaqələrin oxşarlığı və texnoloji əlaqələrə görə tənzimlənir.

Turizmin inkişafı iqtisadi siyasəti və sosial tərəqqi baxımından tarazlaşır.

Turizmin rolu onun sosial aspekti, istehsal məhsulu turist müəssisələrində ifadə edilir. Dövlət tənzimlənməsi, dövlət mexanizmlərinin özünün təkmilləşməsi, onların turizm fəaliyyətinə nəzarət edir.

Kompleks sahələri, məqsədləri və resursları əhatə edən dövlət siyasəti, ölkə iqtisadiyyatında sahibkarlıq və inkişaf təmin olunur.

Kompleksli turizm obyektləri və infrastruktur obyektlərinin istehsal və istifadə güclərinin tarazlığı və səmərəli formalaşır. Turizmdə mövsümlük kənar amillərin təsiri ilə baş verir. Bu da turistlərin ümumi sayına təsir edir, onların axını formalaşdırır. Regionun turist ərazisini ətraf mühit və istehsal əhali infrastrukturunu ilə bağlıdır. Bütün mənbələr hesabına qoyulan vəsaitin və məhsulun dəyər nisbəti ilə ölçülür. Hər manat kapital qoyuluşuna uyğun olaraq əldə olunan səmərə nəzərdə tutulur. Turizm çox şaxəli olduğuna görə onun effekti adlanır. Beləki, inkişaf etmiş infrastruktur şəraitində məsrəflər azalır. Sosial səmərə, sosial effekt infrastrukturun hər bir turistə düşən natural və dəyər göstəricisi ilə müəyyən edilir. Planlaşma baxımından səmərəlilik nisbi və müqayisəli təhlillə idarə olunur. Turizmin infrastrukturunu həmçinin kommersiya marağı ilə təşkil olunur.

Aqroturizm çox şaxəli və çox amilli sisteməlik göstəriciləri olan kompleks inkişaf amilləri ilə səciyyələnir. Aqropotensial onun ümumi xarakteristikasıdır. Turizm dövrünə cəlb olunan bütün resursları və onlardan istifadəsinin texnologiyalarını əhatə edir. Ona görə də aqrosistem və yaxud şərait yaratmaqla bir sıra problemlərin həllinə yönəldilən istiqamətlər təhlillər aparılır.

- ❖ yaşıl turizmin təhlili;
- ❖ kəndin sosial-iqtisadi inkişafının təhlili;
- ❖ ev təsərrüfatının dövrünə artımı və əhalinin rifahı;
- ❖ ərzaq təhlükəsizliyinin təhlili;
- ❖ ixracat potensialının təhlili;
- ❖ kənd potensialının təhlili.

Aqroturizmin istiqamətləri bütövlükdə turist artımında roluna uyğun olaraq prioritetlər üzrə müəyyən edilir. Daha çox turistləri ərzaq tələbatının, onların təbii

resurslara olan ehtiyaclarını, ekoloji təmiz qida, ev və istirahət obyektlərinin təminatı nəzərdə tutulur. Aqroturizm istiqamətləri dövlət və funksional vəzifələrə görə təsnifatlandırıla bilər. Sahə baxımından təyinatına və istehsal uyğunluğuna görə bölünür. Belə ki, kənd təsərrüfatının və ətraf mühitin hər bir növünün turizm tələbatının ödənilməsi onun əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Fəaliyyət mexanizmi olaraq aqroturizmin amilləri onun prioritetlərini və səmərəsini müəyyənləşdirir.

Aqroturizm dövriyyəsi kənd təsərrüfatı istehsalı və onun istehsal, emal məhsullarının turizm tələbinə uyğun istifadəsini əhatə edir. Kənd təsərrüfatının gücü, bitkiçilik, heyvandarlıq məhsulları, onun adam başına düşən istifadəsi və turistlər üçün tələb olunan intensivliyi ilə ölçülür.

Daxili ərzaq bazarı, onun yerli resurslarla istehsalı turist motivini artırır. Daha çox təbii və yerli resurslara uyğun istehsal məhsulları, ekoloji saf və turistlər üçün sərfəli stimulyar yaradır. Azərbaycanda yerli məhsulların keyfiyyəti və onun daima istehsalı mövsümü xarakteri azaldır, xarici turistlərin daha çox axınına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı və yeyinti məhsulları istehsalını artırır. Ərzaq təminatı daxili turizmin və emal sənayesinin inkişafına səbəb olur. Ərzaq bazarının formalaşmasında kənd təsərrüfatı istehsalı ekoloji tarazlıq və əhalinin rifahı tələbatı öyrənilməsinə yönəldilir.

Turizm bazarı xarici və daxili turizmin inkişafı ilə ölçülür. Turistlərin sayı, ölkəsi, rifahı, məhsul və inkişafı turizmdə tələbatın istiqamətlərini təhlil edilir. Turizm tələbatı makrosəviyyəli prizmadan tənzimlənir. Tələbatının makroiqtisadi struktur dəyişmələri, qeyri neft sahələrinin inkişafı tənzimlənir. Mikrosəviyyəli tələbat isə sahibkarlığın növü səmərəlilik və regionların potensialının istifadəsi məqsədi ilə reallaşır.

Turizmin tələbatının artırılması bir başa təsirlər və multiplikasiya effekti yaradan amillər hesabına baş verir. Belə ki, nəqliyyat xidməti və turizmin infrastrukturunu, məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi, kənd təsərrüfatı və turizm sənayesi istehsalı əhalinin sosial vəziyyəti və istehlak davranışı, turizmin inkişafının ərazi və sahə amilləridir. Turizmin tələbat sistemi daxili və xarici

turistlərin sayı, turizm məhsulunun miqdarı, turizm potensialının miqdarı və onlardan istifadə yollarını əhatə edir. Xarici turistlərin sayının artırılması dünya turizm bazarında rəqabət yolu ilə tənzimlənir. Turizm məhsulunun kəmiyyət və keyfiyyətinin tənzimlənməsi yolu ilə mümkün olur. Aqroturizmin istiqamətləri bütövlükdə turist artımında roluna uyğun olaraq prioritetlər üzrə müəyyənləşir. Turistlərin tələbatını, resurslara olan ehtiyaclarını, regionlarda təmiz qida, su və istirahət yerlərinin təminatı nəzərdə tutulur. Aqroturizm istiqamətləri rolu və məqsədlərə görə təsnifatlaşdırıla bilər. Sahə baxımından təyinatına və istehsal uyğunluğuna görə bölünür. Belə ki, kənd təsərrüfatının və ətraf mühitin və hər bir növünün turizm tələbatının öyrənilməsi onun real istiqamətlərini müəyyən edir.

Fəaliyyət mexanizmi olaraq aqroturizmin amilləri özünün prioritetliyini və səmərəliliyini qiymətləndirir. Aqroturizm dövrüyyəsi kənd təsərrüfatı istehsalı və onun istehsal, emal məhsullarının turizm tələbatına uyğun istifadəsini əhatə edir. Kənd təsərrüfatının istehsal gücü, bitkiçiliy, heyvandarlıq məhsulları, onun adam başına düşən istifadəsi və turistlər üçün cəlb olunma mütənasibliyi ilə ölçülür.

Aqrar sahə və turizm, kənd təsərrüfatı, emal sənayesi, həmçinin ev təsərrüfatı ilə ölçülür. Aqrar sahə sosial yönümlü və turizm üçün əlverişlidir. Aqrar problemlərin perspektivi turizmə sazlanır. Balans və tarazlı inkişaf baş verir.

Daxili ərzaq bazarı, onun yerli resurslarla istehlakı, podrat motivini artırır. Daha çox təbii və yerli resurslara uyğun istehsal məhsulları ekoloji saf və turistlər üçün sərfəli stimulyar yaradır. Azərbaycanda yerli məhsulların keyfiyyəti və onun daima istehsalı mövsümü xarakteri azaldır. Xarici turistlərin daha çox axınına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı və yeyinti məhsulları istehsalı turist məhsullarının qiymətini aşağı salır.

Ev təsərrüfatı əhəlinin demoqrafik tərkibi, əmlakın strukturu, maddi və mənəvi nemətlər məcmuu ilə müəyyənləşir. Ev təsərrüfatının, onun istehsal və istehlak sferasında rolunu müəyyənləşdirir.

Ərzaq tələbatının ödənilməsi və xidmət məhsulları yaratmaqla özünə məşğulluğun nəticəsi olaraq ev təsərrüfatı formalaşır. Ev təsərrüfatının potensialı və onun idarə edilməində əhəlinin və ailələrin intensivliyini özündə birləşdirir. Ev

təsərrüfatı hüquqi şəxs və fiziki şəxs statusunda sahibkarlığın inkişafını əhatə edir. Ev təsərrüfatının planlaşması bazara uyğun formalaşdırılır. Təsərrüfatçılığın formaları əmlakın strukturu, əmək fəaliyyəti istehlakçıların motivini nəzərə alaraq, məhsul və xidmət istehsalı ev təsərrüfatının istehsal strukturunu formalaşdırır. İstehsal həcmi, onun satış məhsul və şəxsi istehlak üçün istifadə olunan turizm tələbatını nəzərə alır. Ev təsərrüfatının ixtisaslaşması və marketingi bazar üçün zəruri olan məhsullar və xidmətlər üzrə tarazlaşdırılır

$$ST_S(t) = T_{ST}(t) - SM(t)$$

Burada: $ST_S(t)$ -şəxsi istehlak həcmi, $T_{ST}(t)$ -ev təsərrüfatında istehsal həcmi, $SM(t)$ -satış üçün bazara çıxarılan məhsulların növü, t - uyğun olaraq dövrlər üçün hesablanır.

Aqroturizmin ev təsərrüfatı ilə əlaqəsi sahə üzrə struktur ilə müəyyənləşir. Pensiyaçılar, tələbələr, qadınlar turizm tələbatının marketing strukturu formalaşdırır. Xidmət, ərzaq və nəqliyyat infrastrukturunun və ev təsərrüfatının rolu artır. Ev təsərrüfatının potensialı böyük rəqabət mühütü, turistlərin alıcılıq qabiliyyəti və motivi digər tərəfdən kənd və turizm istehsal həcmi ilə uyğunlaşır. Turist obyektlərinin və firmaların sifarişi, müqavilələr və əldə olunan məhsul və xidmətlərin strukturu təsir edir. Məhsulun qiyməti ev təsərrüfatının gəlirlərini formalaşdırır. Ev təsərrüfatının təşkilində hər bir regionda torpaq, su və digər resursların həcmi istifadə olunur. Tələb milli məhsulun, xidmətlərin çeşid və keyfiyyətinə təsir edir. Ərzaq növləri təbii şəraitdə və yerli resurslarla istehsalı və istifadəsi tələbi daha da stimullaşdırır.

Turistlərin ərzaq tələbi müəssisələri iaşə xidmətini və hazır məhsulları ilə tələbatı ödəyir. Maliyyə dəstəyi ilə turizm müəssisələrindən sifarişlər ödənilir. Ev təsərrüfatı istehsal edir və xidmətlər göstərir. Meyvə və tərəvəz konservləri, ət məhsulları, xəmir xörəkləri, kabablar və digər ərzaq məhsulları turistlərin tələbatına uyğun olaraq təkmilləşir. Turistlər, şəxsi əmlakdan və mənzil şəraitindən, nəqliyyat vasitələrindən istifadə edirlər. Gəlmə turistlər üçün ənənəyə uyğun milli ərzaq və qeyri-ərzaq məhsulları, yarımfabrikatlar və əl işləri istehsal

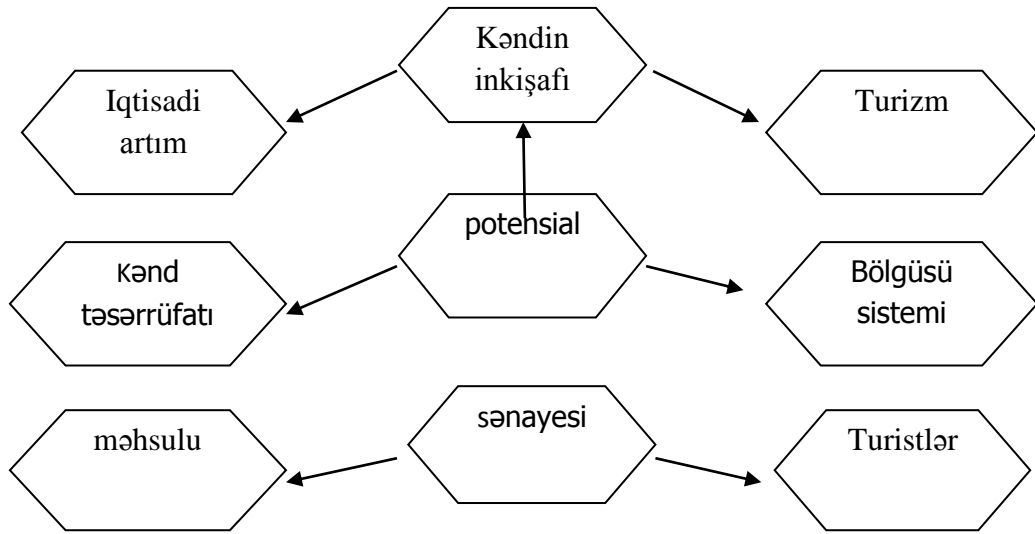
etməklə pul qazanırlar. Yerli rüsumlar, yaradıcı adamlar uyğun olaraq istehsal məhsullarını və xidmətlərini göstərməklə qazanc edirlər.

Ev təsərrüfatı innovasiyalı xarakterə malikdir. Ev təsərrüfatının sərbəstliyi və məhdud olmayan bazar tələbinə uyğun marketing strukturu formalaşdırır. Daxili və xarici bazar tələbi, ixracat imkanları, regionda istehlak amili təsir edir. İstehsal potensialı və əhalisinin artım tempi, işçilərin sayı və onların fəallığı məhsulun strukturunu formalaşdırır. Ev təsərrüfatına turizm strukturu və turistlərin motivizasiyası təsir edir.

Müasir şəraitdə, Azərbaycan şəraitində daha çox qonaqpərvərlik və istirahət,ictimai iaşə müəssisələrindən istifadəsi daha fəal artır. Birbaşa ev təsərrüfatının milli və kalorili yemək, təbiətin zənginliyi ilə bağlıdır. Azərbaycanda qida məhsullarının bioloji və təbii keyfiyyəti və ərzaq istehsalının təbii resurslarla təmin olunması istehlak bazarında qida istehsalının keyfiyyətini artırır. Ekoloji təmiz məhsul istehsalı, ev təsərrüfatında, istehsalın keyfiyyətinə təsir edir. Dünya standartlarına uyğun keyfiyyət gəlmə turizmini daha da artırır.

Aqroturizm kəndin və kənd təsərrüfatının sosial inkişafını bu sahələrdə yaranan münasibətləri formalaşdırır. Aqroturizm regionun,infrastrukturun, əhalinin dinamikasını özündə əks etdirir. Aqroturizm və kəndin qarşılıqlı əlaqəsi bölgü və istehlak sferasını əks etdirir.Kəndin sosial problemləri formalaşır. Kəndin potensialı, və ixtisaslaşma səviyyəsi iqtisadi artıma təsir edir.Kəndin inkişafı, məşğulluq və istehlak bazarının artımı ilə ölçülür. Turizmin kəndin sosial-iqtisadi inkişafına təsiri kəndin iqtisadi və sosial rolu onun sahələrinə təsiri ilə qiymətləndirilir. Kompleks inkişaf istiqamətləri ilə formalaşır.

Sxem 15: Turizmin təsiri



Mənbə: Cabbarov.Ə.X. (2015). “Turizmin iqtisadi əsasları” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Əhali rifahı, infrastruktura təminatı, təhsil, səviyyə ilə və resurslarla ölçülür. Turizm müəssisələri yerləşən ərazilərdə yol infrastrukturu, işə müəssisələri inkişaf edir. Aqroturizmin müəssisələri inkişafına, müəssisə işçilərinin rifahına, ev təsərrüfatına, ehtiyacları artırır. Daşınan və daşınmaz əmlakın istifadəsi üçün stimül yaradır. Xüsusi kapitalın və investisiyalara, fəaliyyətlərin marketing quruluşunun dəyişməsinə səbəb olur. Məşğulluq və rifah məqsədləri turizm fəaliyyəti ilə genişlənir, kadrlar hesabına formalaşması, müəssisələrində işləmək üçün mütəxəssislərin hazırlanmasına yönəldilir.

Məskünlaşma, miqrasiyasının qarşısının alınması və turizm məhsuluna ehtiyacları ödəyən əmək prosesinin təşkili lazımdır. Turist müəssisələrinin kompleks inkişaf strategiyasına şərait yaradır. Turizm müəssisələri haqq ödəməklə bələdiyyə büdcə gəlirlərini təmin edir. Turizm gəlirləri yerli büdcənin və dövlət büdcəsinə ödənilənlərlə sosial tədbirlərin təsir edir. Regionların potensialı, onların əhali dinamikası investisiya ilə müəyyənləşdirilir.

Aqrar sektorun potensialından istifadə etməklə fəaliyyətinin iqtisadi səmərəsi yüksəlir. Biznesin təşkilində sahələrin iqtisadi sosial potensialı ilə planlaşma həyata reallaşır. Aqroplanların tədqiqi, ixracat potensialı və alternativ istifadəsində imkanların olması ilə izah olunur. Aqrobiznesin reallaşması sxemi şaxələnir. Aqrar

potensialı genişləndirmək üçün aqroservis və turizm sektorunun əlaqəli təşkili və planlaşması vacibdir.

Kəndin potensialı, sahələrin inkişaf dinamikası, struktur dəyişmələri idarəetmə metodları ilə təkrar olunur. Kəndin inkişafı onun resurslarını istifadə edilməsinin səmərəsi və islahatların reallaşması dövlət tənzimləmə mexanizmlərinin tətbiqi ilə vacibdir. Ərazidə olan müəssisə və fəaliyyət dairələrinin sistemli təşkili, transformasiya effekti ilə ölçülür. Kənd əhalisinin özünə məşğulluğu onun gəlirlərini formalaşdırır. Gəlirlər kənddə mənzil təminatını, xidmət üçün fəaliyyətini maliyyə mənbəi rolunu oynayır, turist tələbinə uyğun ixtisaslaşır. Turistlərin motivi, sosial iqtisadi xarakteristikası, kəndə uyğun xidmət fəaliyyətini formalaşdırır. Məhsuldar qüvvələrin yerləşməsində resurslar, əmək prosesi, istehlakçı davranışı resursların təkmilləşməsinə əsas yaradır. Əhalinin təhsil səviyyəsi, əməyinin təşkilindəki yeni texnologiya, turizm və onun əhatəsi olan turizm infrastrukturuna uyğun təkmilləşir. Turizmin rolu qiymətləndirilərək meyllər çoxalır.

3.3. Ev təsərrüfatının inkişaf istiqamətləri

Ev təsərrüfatı müasir şəraitdə bütün iqtisadi və sosial sahələrin səmərəli təşkili və həyat səviyyəsi kimi strateji problemlərin həlli yoludur, mexanizmdir.

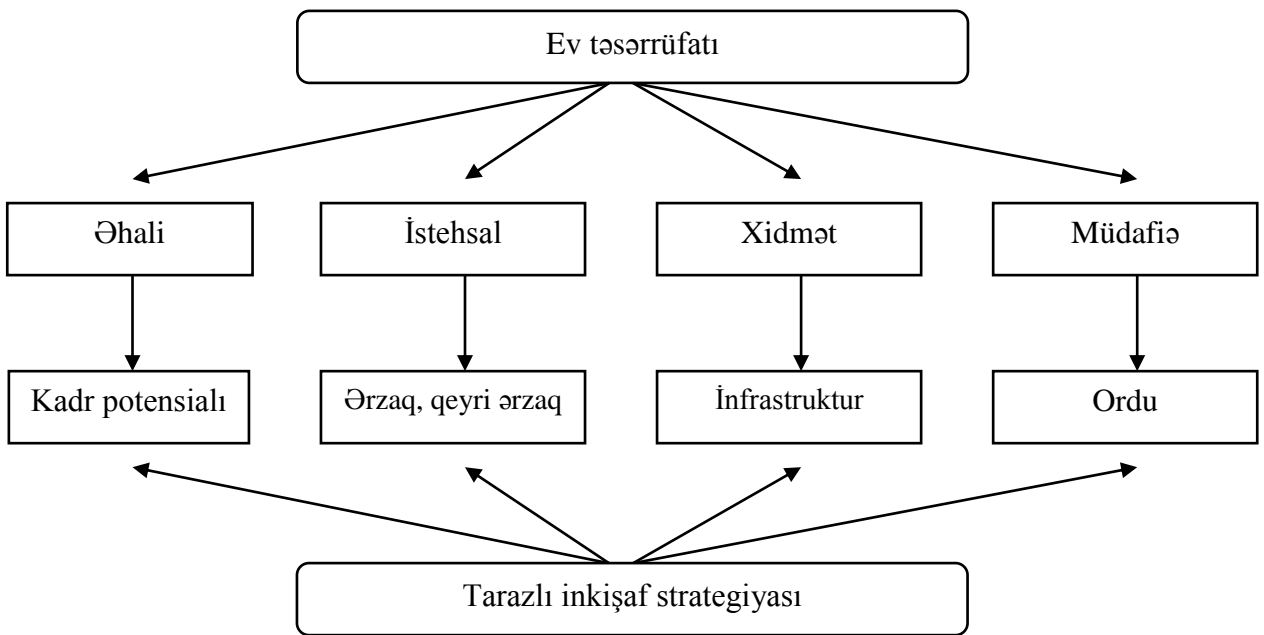
Ev təsərrüfatı müxtəlif ölkələrdə özünün mexanizmləri və rolu ilə fərqlənir. Hər hansı iqtisadi və sosial sahələrin dominantı rolunu oynayır. indiki şəraitdə ev təsərrüfatı məşğulluq, özünü təminat, bazara tələb olunan məhsul və xidmət istehsalı, gəlirlər və xərclər, təminat funksiyasını reallaşdırır.

Planlı təsərrüfat sistemində ev təsərrüfatına müəyyən məhdudiyyətlər qoyulurdu. Müasir şəraitdə ev təsərrüfatı gəlirlərin formalaşması, büdcə, vergi mexanizmində rol oynayır. ev təsərrüfatı çox şaxəli təsərrüfat fəaliyyəti olduğu üçün bütün sahələrlə əlaqəlidir. Belə ki, ev təsərrüfatı bazar tələbinə uyğun məhsul və xidmət istehsal edir. Əhalinin məşğulluğunu təkmilləşdirir. Bazarda satmaqla pul gəlirlərini artırır.

Ev təsərrüfatı modeli ölkədə iqtisadi strukturun inkasıdır. Onun qanuna uyğunluqları və əsas istiqamətləri ölkə iqtisadiyyatının sahə və ərazi quruluşu ilə tarazlı əlaqədə inkişaf edir.

Ev təsərrüfatının sosial mənası, Azərbaycanın sosial yönümlü iqtisadi siyasəti ilə uyğun dəyişilir. Belə ki, ərzaq tələbatı, ixracata yönümlü siyasət, daxili tələbat, turizm tələbatı ev təsərrüfatı sistemində özünün strukturunu formalaşdırır. Ölkədə özünəməşğulluq müasir siyasətin əsas dominantıdır. Ev təsərrüfatında imkanların artırılması dövlətin himayəçilik siyasətidir. Bu proses daha da genişlənir. Ev təsərrüfatı ölkədə sahələrin, kadr potensialının ehtiyat mənbəsidir. Təhsilin, səhiyyənin, xidmət sferasının və ölkənin müdafiə qabiliyyətini təmin edən sosial-iqtisadi, siyasi-millətə tərkib elementidir. Onun əlaqəsini aşağıdakı kimi modelləşdirmək olar.

Sxem 16: Ev təsərrüfatının rolu



Mənbə: Əlirzayev.Ə.Q., Əlirzayev.E.Ə. (2012). "Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri, konseptual yanaşma, maliyyə-büdcə və sahələrarası proqnozlaşma mexanizmləri" kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Bu model olaraq ev təsərrüfatını məcmu təsirini kompleks göstəricilərdə ifadə edir. Makro və mikro səviyyədə kiçik sahibkarlığın rolu aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapır.

Cədvəl 5: Fəaliyyətdə olan mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı

Göstəricilər	2019		
	Cəmi	o cümlədən	
		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar
Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı	271304	31196	240108
Mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı	262622	22514	240108
Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	5956	5956	-
Orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı	2726	2726	-

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, (<https://www.stat.gov.az/source/tourism/>)

Ev təsərrüfatının sahə və ərazi ilə əlaqəsi və tənzimləmə modeli bir sıra müstəvidən təşkil olunur. Təcrübə və nəzəri ümumiləşmələr aşağıdakıları təklif etməyə əsas verir.

- ev təsərrüfatının iqtisadi artım və onun bütün göstəricilərində təsir gücü;
- ev təsərrüfatının yerli sahə və ərazi komplekslərində təsir gücü və tarazlı inkişafa töhvəsini verir;
- ev təsərrüfatı məşğulluq və kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarda təklifini artırır;
- kəndin sosial-iqtisadi inkişafına təsir edir. Məskünlaşmanı təmin edir;
- ərzaq və qeyri ərzaq məhsullarına tələbatı ödəmək və bazara çıxışı artırmaq;
- ev təsərrüfatı əhalinin gəlirlərini, dövlət və bələdiyyə gəlirlərini artırır;
- ixracat potensialını artırır;
- sosial infrastrukturaya təsir edir. Təhsil, səhiyyə, mədəni servis və nəqliyyat xidmətlərini artırır;
- daxili turizm və gəlmə turizmi üçün maddi mənbəə rolunu oynayır;
- insan kapitalı, insan ömrü üçün ekoloji mühit yaradır.

Beləliklə, turizm və kənd əhalisi arasında əlaqələr, daxili və xarici təsirlərlə uzlaşır. Kəndin sosial-iqtisadi inkişafı mühüm strateji istiqamətdir. Ev təsərrüfatımüəyyən dəstək və tənzimləmə proqramları ilə təkmilləşir. Daha çox

dövlətin proteksionizm siyasəti, dəstək proqramları, maliyyə və kredit müdaxilələri, həmçinin təşkili məsələlər rol oynayır. Regionların sosial iqtisadi inkişaf proqramları 2004-cü ildən hər dörd ildən bir təzələnir. Artıq dördüncü proqram tətbiq edilir. Bu proqramlarda regionlarda sosial iqtisadi inkişafa yönəldilən alt proqramlar, onların nəticələri qiymətləndirilir. Müasir şəraitdə sahə proqramları, əhalinin sosial müdafiəsi tədbirləri və resursları artırılmaqla yanaşı ünvanını dəqiqləşdirir. Bu da adekvat inkişafa səbəb olur. Dövlətin regional siyasəti onun ərazisində region potensialının istifadəsində əlverişli alternativ sənaye və kənd təsərrüfatı sahələrini inkişaf etdirməklə regionun sosial inkişafını təmin etməkdir. Dövlətin prioritet sahələri insan inkişafı sferalarına və insanın rifahının artmasına yönəlir.

İnsan amili olaraq bütün sahələr inkişaf etdiyi məqsədi ilə regionlarda infrastruktur layihələri tətbiq edilir. Dövlətin sosial siyasəti daha çox yoxsulluğun azalması, əmək qabiliyyətli insanların işlə təmin olunması üçün investisiya siyasəti formalaşır.

Azərbaycanda turizmin inkişafına yönəldilən sahibkarlara dəstək proqramları tətbiq edilir. Müasir turizm ənənəvi hal deyil, kommertiya maraqları üzərində qurulan fəaliyyət dairəsidir. Turizm kommertiya üzərində qurulduğu kimi sahələr arası rəqabətə əsasən inkişaf edir. Onun mənfəəti maksimum mənfəət əldə etmək və dövlətin investisiya fəaliyyətinə səmərəli yolla təsir etməkdir.

Bu strateji istiqamətdə ev təsərrüfatı özünün istehsal və kommertiya fəaliyyətini qurur.

Turizm fəaliyyəti və ev təsərrüfatı arasında tarazlı inkişaf maraqlarının üzləşməsi və ekvivalent gəlir mənbələrinə malik olmaqla reallaşır. Dövlətin siyasəti bu maraqlara uyğun qərarlar qəbul etməkdir. Turizmin inkişafının müasir problemləri onun xarici təsirlər şəraitində dayanıqlı inkişaf istiqamətlərini saxlamaq və dəstək proqramları əsasında iqtisadi və sosial səmərəsini yüksəltməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə Azərbaycanda turizm infrastrukturunu inkişaf etdirmək olmalıdır.

Tikinti sektoru, kompleks xidmət sferası və otel təsərrüfatı, turizm sənayesinin ayrı-ayrı sahələri geniş yayılmalıdır. Turizm sektorunun mütərəqqi forması olan aqro, eko turizmi müasir şəraitdə respublikada dayanıqlı inkişaf etdirilən sahə ola bilər. Ona görə də tövsiyə olaraq əko turizmin proqnozlaşdırılmasını və onun idarə edilməsi yollarını təkmilləşdirmək vacibdir.

Ev təsərrüfatı regionlarda əhatə dairəsinə və məhsulun istehsal strukturuna görə yerli coğrafi təbii resurslardan və ailə, fərdi sahibkarlıq fəallığından asılıdır. Məhs regionlar ev təsərrüfatının məhsuldarlığı və səmərəsinə görə daha səmərəli sahibkarlıq obyektinə çevrilir.

Ev təsərrüfatına ilkin şərait özəlləşmə, torpaq islahatları müasir tələblərə uyğun texnologiyaların tətbiqi imkanları təsir edir. Təcrübə göstərir ki, dağ regionları həm turizm üçün həm də heyvandarlıq məhsullarının istehsalı üçün əlverişli coğrafi mühitə malikdir. Ona görə də biz sahibkarlığın inkişafında ev-ailə turizmini geniş yayılmasını təklif edirik. Azərbaycanda ev təsərrüfatının rolu, məşğulluq və xidmət sferasını formalaşdırmaqdır. Ev təsərrüfatı əhali gəlirlərinin 80%-ni təşkil edir. Müasir şəraitdə özünəməşğulluq sferası natural gəlirləri artırır. Bir sıra məhsullar daxili bazarı və ixracat potensialını formalaşdırır. Ərzaq məhsullarının 70-80%-i daxili istehsal hesabına ödənilir. Əhalinin gəlirləri turizmin istiqamətlərinə təsir edir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dissertasiya işinin nəzəri, metodoloji və praktiki nəticələri, müasir turizmi qiymətləndirmək və perspektiv yollar olan təşkili məsələləri irəli sürməyə imkan verir. Turizm və aqrar sektor üzvü surətdə bağlı olub, yeni bir sistem yaşamanın təşkili aspektidir. Bu sistem mülkiyyət münasibətlərini, müxtəlif resurslar və maraqları vahid bir meyar və tarazlıq müstəvisinə gətirir. Sistem olaraq qlobal-ərazi-sahə-əhali və beynəlxalq münasibətlər uzlaşır və əmək bölgüsündə vəzifələr müəyyən edir. Aqro sistem və eko sistem, turizm kimi formalaşma konturları yeni bir tamamlayıcı aqroturizm sferasını formalaşdırır. Fikrimizcə, aqroturizm daha çox coğrafi, təbii sistemdən fərqli olaraq müasir dövrün, qloballaşma və milli iqtisadi inkişaf arenasında yeni təsərrüfatçılıq və insan inkişafı strategiyasıdır.

Dünya integrasiya sistemi yeni istiqamətlər, maddi maliyyə, insan amili kimi dəyişmələr, çağırışlarla dəyişir. Belə şəraitdə turizmin yeni böhran və yaxud pozitiv dəyişmə meyilləri meydana çıxır. Bu nəzəriyyələr baxımından mövzu və tədqiqat metodu yeni aspektlər kəsb edir.

Praktiki cəhətdən Azərbaycanda aqroturizmə xüsusi maraq kimi baxmaqla onun xüsusiyyətləri tədqiq edilir. Bu xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

1. Aqrosistem olaraq respublikada turizm üçün münbüt sahələrin və təcrübənin olması;
2. Turizmin potensialının yuxarı olması və ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinin inkişafı;
3. Sosial yönümlü siyasətin prioritetliyi və idarə etmə təcrübəsi.

Turizmin aqrar sektorla əlaqəsinin tədqiqi bir sıra aspektdə aparılmalıdır:

1. Turistlərin istehlak bazarında tələbatını ödəmək üçün aqrar sektorun məhsullarının istifadəsi;
2. Turizm bazarında ayrı-ayrı aqrar sektor fəaliyyətlərinin təhlili və proqnozu;
3. Kəndin və regionun sosial iqtisadi inkişafında turizmin rolunun tədqiqi və faydalı integrasiya amillərinin proqnozlaşması;

4. Kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatının strateji və marketing planlaşmasında turizm marketinginin tətbiqi.

Turizmin müasir növü olan sağlamlıq, istirahət və işgüzar turizmində aqrar sektor və ev təsərrüfatı mühüm rol oynayır. Ev təsərrüfatı turistlərin mənzil, komunal və qida tələbatını ödəyir. Təcrübə göstərir ki, ev təsərrüfatı bir sıra məhsulların, o cümlədən ət, tərəvəz, meyvə tələbatının tam ödənilməsinə səbəb olur.

Azərbaycanda ev təsərrüfatının rolu və onun ərzaq təhlükəsizliyində yeri tarixən aparıcı rol oynayıb. Natural istehlak və pul gəlirlərinin formalaşmasının əsas mənbəi olaraq ailə və ev təsərrüfatı mühüm rol oynayır.

Dissertasiya işinin nəticələri olaraq Azərbaycan respublikasında onun milli, mədəni və psixoloji aspektlərini nəzərə alaraq xidmət və infrastruktur sahələrinin kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatı ilə əlaqəsi təhlil olunur.

Ev təsərrüfatı Azərbaycan iqtisadi və sosial həyatında istehsal və istehlak münasibətlərini formalaşdırır. Məşğulluq və özünə məşğulluq sferası olaraq kənd təsərrüfatı, turizm və digər sahələrə təsir etməklə kompleks şərait yaradır. Ev təsərrüfatı genişləndikcə, onun turizm bazarında, xüsusən daxili turizmə müsbət təsir edir. Respublikada xüsusi maraq turizmi olan aqroturizm, ekoturizm, səyahət və etnik turizm genişlənir. Ev təsərrüfatı turizm tələbinə uyğun çevik idarəetməyə çevrilir.

Dissertasiya işinin nəticəsi olaraq daxili turizmin təşkili üçün dövlətin sahibkara və turistlərə dəstək proqramları, maliyyə-kredit sisteminin təkmilləşməsi mexanizmləri verilir.

Xüsusi sahibkarlıq növü olaraq daxili turizmin regionlarda inkişafı ev təsərrüfatından istifadə etmək üçün güzəştli vergi, kreditlər verilməsinə baxılır.

Dissertasiya işində aqroturizmin təşkilində region potensialının istifadəsi yolları verilir. Əmək ehtiyatları, ailə imkanları, muzzdlu əmək prosesi və qeyri formal əmək prosesinin təşkilində aşkarlıq prinsipləri verilir.

Turizmin inkişafının amilləri olaraq kəndin sosial-iqtisadi potensialı iqtisadi inkişafı yanaşı olaraq təkmilləşir.

Dövlət, kənd əhalisinin məskunlaşması, özünəməşğulluq və kənd əhalisinin sosial tələbatlarına dəstək olmaqla, bir başa və dolayısı turizmə şərait yaraqır.

Azərbaycanda kommunal şərait, infrastruktura, təhsil və səhiyyənin regionlarda inkişafı həm turist xidmətlərini həm də orada yaşayan əhalinin məskunlaşmasına təsir edir. Regionlarda turist bazalarının artması və onların təyinatının işlənməsi, həmin regionun kompleks inkişafına təsir edir.

Sosial-iqtisadi inkişafın potensialı olaraq kompleks tədbirlər proqramları tətbiq etməklə istehsal-turizm və əhali arasında əlaqə ən əlverişli və iqtisadi cəhətdən səmərəli vəziyyətə gətirilir.

Turizmin sosial-iqtisadi rolu ölkə iqtisadiyyatında bir sıra nəticələrə ifadə olunur:

- ölkəyə turist axını artır və ölkədə əmtəə xidmət bazarı genişlənilir;
- yerli əhalinin həyat səviyyəsi və pul gəlirləri artır;
- məşğulluq səviyyəsi yüksəlir. Ailə və ev təsərrüfatına təkan verir.
- infrastruktura istehlak xarakterli olmaqla əmtəə və xidmət bazarını genişləndirir.

Turizm və ev təsərrüfatı biri-birini tamamlayan, bazarın formalaşmasında insan və maddi amillər, xidmətlər və istehlakçılar arasında münasibətlərdir.

Turizmin inkişafına maddi amil olaraq məhsul və xidmət təklifi yaradılır. Ev təsərrüfatının artımına təsir edir. Daha çox yerli turizmin inkişafında respublikanın turizm potensialı kimi, turizm bazarına təsir edir.

Ev təsərrüfatının inkişafı regionun potensialından səmərəli istifadə etmək imkanlarını artırır.

Ev təsərrüfatında istehsal və xidmət məhsullarının keyfiyyəti, milli xorəklərin istehsalı və ev təsərrüfatı ilə bağlı xidmət növləri, yerli əhalinin turist motovini formalaşdırır.

Turizmin inkişafında perspektiv islahatlar onun iqtisadi və sosial səmərəsini yüksəltmək üçün təkmilləşir. riskli sahələr olmaqla, xarici çağırışlar və şoklar şəraitində turizm obyektlərinin və subyektlərinin transformasiyası və maliyyə-kredit münasibətlərinin bu şəraitə uyğun tarazlaşması söyləri edilir.

Pandemiya şəraitində turizm dövriyyəsi azalır. Daha çox daxili turizm üstünlük təşkil edir. Bu da əhalinin rifahı və turizm xidməti qiymətlərinin düşməsi yolları ilə mümkündür.

Turizmin perspektivi onun motivasiya amilinin proqnozu ilə mümkündür. Bu da öz növbəsində investisiya şəraitinin yüksəldilməsi amillərini tənzimləməyi tələb edir. Müasir turizmin inkişafının əsası ölkə resurslarının daha səmərəli sahə olan xidmət sferasına yönəlməkdir. Regional turizm Azərbaycan üçün daha proqmatik sahədir. Kompleks və sistemli hədəflərin tərtibi Azərbaycanda ev təsərrüfatının inkişafı ilə bağlıdır.

Ev təsərrüfatına dəstək proqramları, dövlət siyasətinin əsas istiqamətidir. Turizm sahibkarlığı xarakterik xüsusiyyət kəsb edir. Kiçik sahibkarlıq, ailə təsərrüfatı və birgə müəssisə forması genişlənməlidir.

Dissertasiya işi elmi-tədqiqat işi olmaqla iqtisadi və sosial elmlərin əlaqəsini formalaşdırır. Onun nəticələri tədris – metodiki təminat üçün istifadə oluna bilər.

Aqroturizm, ekoturizm və kənd turizmi beynəlxalq meyarlara uyğun olaraq turistlərin motivi ilə inkişaf etdirilir. Rəqabət qabiliyyətlik dünya dəyərlərinə uyğun formalaşdırılır. Azərbaycanda ekoturizm və ekoloji tarazlıq müasir şəraitdə yeni layihələrin və proqramların tərtibi ilə mümkündür.

Kənd turizmi respublikada münbit şəraitlə səciyələndir. Regionların resursları daxili turizmi inkişaf etdirmək üçün daha sərfəlidir.

Beynəlxalq turizm layihələri ilə daha çox sosial yönümlü fəaliyyətlə bağlıdır. Fikrimcə turizmin daxili problemləri iqtisadi inkişafı ilə yanaşı aparılmalıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Abadov.M., (2014). "Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri" , Bakı, "Şərq-Qərb", 248 səh.
2. Abbasov.A.F. (2007). "Ərzaq təhlükəsizliyi", ,Bakı, "Nasir", 602 səh
3. Abbasov.C.R. (2005). "Azərbaycan Respublikasının iqtisadi və sosial coğrafiyası" (tədris vəsaiti), Bakı.
4. Abbasov.T.A. (2001). "Kənd təsərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri", Bakı.
5. Aslanova.S.İ., Əlirzayev.Ə.Q. (2006). "Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri" ,Bakı, "Adiloğlu", 216 səh
6. "Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası", Bakı, 2003.
7. "Azərbaycanın statistik göstəriciləri",Bakı, 2020.
8. "Azərbaycan Respublikasında 2014-2018-ci illərdə turizmin inkişafına dair" Dövlət Proqramı.
9. "Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı haqqında" Dövlət proqramı, Bakı, 2018
10. Bilalov.B.Ə. (2006). "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi", Bakı, "Mütərcim", 280 səh
11. Cabbarov.Ə.X. (2015). "Turizmin iqtisadi əsasları", Bakı, "ADPU", 267 səh
12. Dərgahov.V.S. (2008). "Rekreasiya-turizm ehtiyatları",Bakı, "MBM", 216 səh
13. Əhmədov.M.A. (2003). "Qloballaşma və milli iqtisadiyyatın formalaşması", Bakı, "Azərnəşr", 520 səh
14. Əlirzayev.Ə.Q. (2006). "Azərbaycan dövlətçiliyinin qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi üzrə təcrübə və perspektiv düşüncələr", Bakı, "Adiloğlu", 512 səh.

15. Əlirzayev.Ə.Q., Əlirzayev.E.Ə. (2012). "Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri, konseptual yanaşma, maliyyə-büdcə və sahələrarası proqnozlaşma mexanizmləri", Bakı, "İqtisad Universiteti", 584 səh
16. Əlirzayeva.T.Ə., Əlirzayev.Ə.Q., (2007) «Əhalinin gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri», Bakı, "Elm", 246 səh
17. Əlirzayev.Ə.Q. (2005). "İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri", Bakı, "Adiloğlu", 538 səh
18. Əlirzayev.Ə.Q. (2016). "Sosial-mədəni sahələrin iqtisadiyyatı" (dərs vəsaiti), Bakı.
19. Əlirzayev.Ə.Q. (2013). "Sosial sahələrin iqtisadiyyatı", Bakı.
20. Əlirzayev.Ə.Q. (2011). "Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması", Bakı, "İqtisad Universiteti", 493 səh
21. "Kooperasiya haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1996.
22. "Torpaq məcəlləsi", Bakı, 1999.
23. "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1999.

Türk dilində

1. Ahipaşaoğlu.S, Çeltek.E (2006) "Sürdürülebilir Kırsal Turizm", "Gazi Kitapevi",Ankara.
2. Çıkmın.A, Çeken.Ç, Uçar.M. "Turizmin Tarım Sektörünə Etkisi: Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları", Tarım Ekonomisi Dergisi, № 15, 2009, s. 1-8.
3. Hikmet Haberal (2015) "Turizmde alternatif Ekolojik turizm-Doğa turizmi, Kırsal turizm-Yayla turizmi", "Detay", Ankara, 304 say.
4. Soykan.F. "Kırsal turizm ve Avrupada kazanılan deneyim", Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, № 11, 2000,s. 21-33.
5. Soykan.F. "Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: Kırsal turizm", Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, № 10, 1999,s.67-75.

Rus dilində

1. Алексеева.Н.П. (2012). “Туризм”, “Флинта”, Москва, 336 стр.
2. Еганлы.С.Т., Гаджиев.Э.М. (2003). "Международный туризм и развитие туризма в Азербайджанской Республике, Баку, 291 стр
3. Каурова.А.Д. (2005). “Организация сферы туризма”, 154 стр
4. Лебедко.Е. Я. (2011) " Сельский туризм", БГСХА ,Брянск, 265 стр
5. Римашёвская.Н.М. (2003). “Человек и реформы”, ИСЭПН РАН, Москва, 392 стр

İngilis dilində

1. Dettori,.D.G, Paba. A, Pulina. M, (2004), “European rural tourism; agrotouristic firms in Sardinia and their life cycle, Unpublished manuscript”, CRENOS.
2. Kosmaczewska J, “The Relationship Between Development of Agritourism in Poland and Local Community Potential”, Studies in Physical Culture and Tourism, Vol.15, 2008, p.141-148
3. Phillip.S, Hunter.C, Blackstock.K. “A Typology for Defining Agritourism”, Tourism Management, 2010, p 754–758
4. Sznajder M, Prezborska L, Scrimgeour F, “Identification of Rural and Agri-Tourism Products and Services”, Journal of Agribusiness and Rural Development, 3,2004 ,p 165-177.

İnternet resursları

1. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
2. <http://mct.gov.az/az/>
3. <https://www.tourism.gov.az>
4. <https://www.wto.org>

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Turizmin aqrar məzmunu.....	5
Sxem 2: Aqrar sektorun strukturu.....	7
Sxem 3: Turizmin sahələr arası əlaqəsi.....	11
Sxem 4: Turizm və əhali əlaqələri.....	13
Sxem 5: Aqroturizmin sahə əlaqələri.....	19
Sxem 6: Aqrar sahədə gəlir və xərc strukturu.....	22
Sxem 7: Turizmin innovasiyalı təşkili.....	26
Sxem 8: Kənd təsərrüfatının məqsədi və əsas istiqamətləri.....	28
Sxem 9: Ev təsərrüfatının sosial mənası və əsas təsirləri.....	30
Sxem 10: Tələb təklif dinamikası.....	31
Sxem 11: İstehsal və istehlak arasında məntiqi sxem.....	32
Sxem 12: İqtisadi artım strategiyası.....	39
Sxem 13: Ev təsərrüfatı və turizm əlaqəsinin perspektivi.....	42
Sxem 14: Turizm və ev təsərrüfatı.....	42
Sxem 15: Turizmin təsiri.....	50
Sxem 16: Ev təsərrüfatının rolu.....	53

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə göstəricilər.....	6
Cədvəl 2: Ümumi daxili məhsulun tərkibi.....	8
Cədvəl 3: Ümumi daxili məhsulun tərkibi (yekuna görə, faizlə).....	8
Cədvəl 4: Azərbaycana gələn turistlərin ölkələr üzrə sayı 2019.....	38
Cədvəl 5: Fəaliyyətdə olan mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı.....	53

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Turizm və aqrar sektor arasında əlaqə.....	16
Qrafik 2: Turist xərcləri və gəlirləri arasında əlaqə.....	23
Qrafik 3: Tələb, təklif və qiymət.....	33
Qrafik 4: Turizm tələbatı ilə rifah arasında əlaqə.....	43