

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

“Turizmin inkişafının regional məşğulluğa təsirləri”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İsmayılov Rəhman Kamal oğlu

BAKİ – 2020

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

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu
_____ **imza**
“ ___ ” _____ **2020-ci il**

“Turizmin inkişafının regional məşğulluğa təsirləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İstiqamətin şifri və adı: 060404 - İqtisadiyyat
İxtisaslaşma: Turizmin iqtisadiyyatı
Qrup: 82

Magistrant

İsmayılov Rəhman Kamal

_____ **imza**

Elmi rəhbər

i.ü.f.d, dos. Məmmədov Elşən Qardaşxan

_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d., dos. Hübətova Suqra İnqilab

_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

BAKİ – 2020

Elmi andı

Mən, İsmayılov Rəhman Kamal oğlu and içirəm ki, “Turizmin inkişafının regional inkişafa təsirləri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

TURİZMİN İNKİŞAFININ REGIONAL MƏŞĞULLUĞA TƏSİRLƏRİ

Xülasə

Tədqiqatın aktuallığı: Qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün turizm çox vacib bir sahədir. Regionların turizm potensialından düzgün istifadə etməklə regionlarda yaşayan əhalinin məşğulluq problemi qismən həll oluna bilər və bu sahədə fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına nail olmaq olar.

Tədqiqatın məqsədi: Turizm sahəsinin inkişafının ölkə iqtisadiyyatına və əhalisinə olan sosial-iqtisadi təsirlərini qiymətləndirmək, turizmin inkişafı ilə məşğulluq səviyyəsi arasındakı əlaqəni öyrənməkdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Dissertasiya işində müşahidə, müqayisə, təhlil və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqat işində turizmin sosial-iqtisadi təsirləri ilə bağlı yerli və xarici kitablardan, Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatları, habelə müəllifin şəxsi müşahidələrindən və Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatlarından da istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat işində məhdudiyyətlərdən biri turizm sahəsində lazımı və düzgün statistik məlumatların olmaması. Xüsusilə Azərbaycanın regionlarında infrastruktur aşağı səviyyədə olması nəticəsində ölkəyə gələn turistlərin daha çox Bakı ilə kifayətlənməsi görə regionlarda turizmə marağın aşağı səviyyədə olmasıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: İşin praktiki əhəmiyyəti çox böyükdür. Tədqiqat işində aparılmış araşdırmalardan məlum olur ki, turizm sektorunun fəaliyyətindən əldə olunan gəlir, bu sahədə işləyənlərin fəaliyyəti, irəli sürülmüş problemlərlə yanaşı onların həll edilməsi iqtisadiyyatın inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Dissertasiya işində mövcud turizm potensialının qiymətləndirilməsi və səmərəliliyin əldə edilməsi baxımından nəticə və təkliflər öz əksini tapmışdır.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Azərbaycan Respublikasının turizm potensialından istifadənin səmərəlilişdirilməsi və inkişafı istiqamətində verilmiş təklif və tövsiyələrdə, turizmin inkişafına dair müvafiq normativ-hüquqi sənədlərin, proqram və layihələrin hazırlanmasında istifadə edilə bilər.

Açar sözlər: turizm sektoru, regional inkişaf, məşğulluq, turizm sahibkarlığı.

IMPACTS OF TOURISM DEVELOPMENT ON REGIONAL EMPLOYMENT

Summary

Relevance of the research: Tourism is a very important area for the development of the non-oil sector. By properly using the tourism potential of the regions, the employment problem of the population living in the regions can be partially solved and the development of small and medium enterprises operating in this area can be achieved.

The purpose of the study: To assess the socio-economic impact of the development of tourism on the country's economy and population, to study the relationship between the development of tourism and employment.

Research methods used: Observation, comparison, analysis and generalization methods were used in the dissertation.

Research database: The study used local and foreign books on the socio-economic impact of tourism, information from the World Tourism Organization, as well as the author's personal observations and official data from the State Statistics Committee.

Limitations of the study: One of the limitations of the research is the lack of necessary and accurate statistics in the field of tourism. Especially due to the low level of infrastructure in the regions of Azerbaijan, the low level of interest in tourism in the regions due to the fact that tourists come to the country are more satisfied with Baku.

Scientific novelty and practical results of the research: The practical significance of the work is very great. The dissertation reflects the results and recommendations in terms of assessing the existing tourism potential and achieving efficiency

Areas where the results can be used: Proposals and recommendations for the rationalization of the use of the tourism potential of the Republic of Azerbaijan can be used in the preparation of relevant regulations, programs and projects for the development of tourism.

Keywords: tourism sector, regional development, employment, tourism entrepreneurship.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ÜDM	Ümumi daxili məhsul
ÜTT	Ümumdünya Turizm Təşkilatı
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
ATSİİ	Azərbaycan Turizm Sənayesinin İnkişafı İttifaqı
Məs	Məsələn
OECD	İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı

MÜNDƏRICAT

	GİRİŞ	8
I FƏSİL.	TURİZMİN İNKİŞAFININ REGIONAL ASPEKTLƏRİ	13
1.1.	Turizm regionun sosial-iqtisadi inkişaf amili kimi.....	13
1.2.	Turizmin əhali məşğulluğunun təmin olunmasında rolu.....	20
1.3.	Regionlarda turizm sahibkarlığının formaları və inkişaf imkanları.....	27
II FƏSİL.	AZƏRBAYCANDA REGIONAL TURİZM SAHİBKARLIĞININ MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ	38
2.1.	Azərbaycanda regional turizm sahibkarlığının inkişaf xüsusiyyətləri.....	38
2.2.	Turizmin inkişafının regionlarda əhalinin məşğulluq səviyyəsinə təsirinin qiymətləndirilməsi.....	45
2.3.	Azərbaycanda regional turizmin inkişaf perspektivləri.....	56
III FƏSİL.	TURİZM SAHİBKARLIĞININ İNKİŞAFININ SÜRƏTLƏNDİRİLMƏSİ YOLLARI	60
3.1.	Turizm sahibkarlığının inkişafında dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	60
3.2.	Azərbaycanda turizm sahibkarlığının inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri.....	63
3.3.	Regionlarda turizm məşğulluğunun sosial-iqtisadi səmərəsinin yüksəldilməsi yolları.....	68
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	71
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT	74
	Cədvəllərin siyahısı.....	77

Giriş

Mövzunun aktuallığı: Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun ölkə iqtisadi potensialının formalaşması və dinamikasında rolu, xüsusi resursları və digər iqtisadi və əhali potensialı ilə izah olunur. İqtisadi ədəbiyyatlarda turizmə fəaliyyət növü, iqtisadi sahə, sahələrarası kompleks və ya bazar, ərazi potensialı və həmçinin sosial-iqtisadi inkişaf amili kimi baxılma istiqamətləri mövcuddur.

Azərbaycan dövləti milli turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsini iqtisadiyyatın qeyri-neft sektoru üzrə prioritet istiqaməti elan etmişdir. Son illər turizmin təşviqi ilə bağlı görülən işlər, qəbul edilən dövlət proqramları, normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi bunu bir daha sübut edir. Dövlət və regional səviyyələrdə həyata keçirilən sosial siyasətdə turizm strateji əhəmiyyətli məsələ kimi çıxış edir.

Turizm sosial-iqtisadi problemləri çoxşaxəli amillər, məqsədlər və nəticələr baxımından öyrənilməsi mümkün olduğu üçün biz onun əsas sosial və region problemlərini və istiqamətlərini tədqiq etməklə məşğul olacağıq.

21-ci əsrin birinci rübündə Azərbaycan kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrin qarşılaşdığı ən vacib problemlərdən biri işsizlikdir. Bu problemi qabaqcıl mərhələlərə çatmadan ölkəyə məxsus bir sıra mənbələri böyütmək və qiymətləndirməklə aradan qaldırmaq olar.

Bu mənbələrdən və bəlkə də ən vaciblərindən biri 'Turizm' dir. Azərbaycanın geosiyasi və geostrateji mövqeyi, son illərdə fərqli bir mədəniyyətin paytaxtı olmuş, rəqibləri ilə müqayisədə təmiz çimərliklər və yaylaqları olması və xüsusiyyətləri ilə dörd mövsümün birləşməsinə yaşamaq kimi xüsusiyyətlərə sahibdir.

Cari və gələcək əhəmiyyəti daim artmaqda olan turizm sektorunu digər sektorlardan fərqləndirən ən vacib xüsusiyyət, bu sektorun xidmət sektoru olmasıdır, buna görə də turistik məhsullarda keyfiyyətə çatmağın yeganə yolu işçi qüvvəsindən asılıdır. İqtisadiyyatın heç bir sahəsi turizm sektoru qədər insanlar və ya insanlarla birbaşa əlaqəli deyil. Bir tərəfdən turizm tələbatını meydana gətirən fərdi fəaliyyətlər və şəxslərin birbaşa hərəkətləri, digər tərəfdən turizmin təklifini mənalı edən və tələbə cavab verən ən vacib amillərdir.

Turizmin əmək tələb edən bir sektor olması və insan elementindən çox asılı bir görünüşə sahib olması bu sektorun iş yerlərinin açılmasında təsirli rol oynaya biləcəyi fikrini doğrurur. Buna görə, bir ölkədə turizm sektorunun inkişafı, sözügedən ölkə xalqının bu sektorda işlə təmin olunmasına imkan verə bilər, eyni zamanda işsizlik probleminin kortəbii şəkildə aradan qaldırılmasında mühüm rol oynaya bilər.

Bu işin məqsədi; Qlobal və Azərbaycan turizmi baxımından turizm sektoru ilə məşğulluq arasındakı əlaqəni araşdırmaq, iş yerlərinin açılmasında turizmin gücünü aşkar etmək və ortaya çıxan məlumatlar fonunda təkliflər hazırlamaqdır.

Turizmin sosial mənası regionlarda sahibkarlığın inkişafı hesabına əhali məşğulluğunun təmin olunması, ev təsərrüfatlarının inkişafı və əhəlinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sferası yaratmaqdır. Həmçinin dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm biznesinin inkişaf etdiyi regionlarda əhali və dövlət gəlirlərinin 30 faizə qədəri bu sahənin hesabına olur. Turizmin sosial sferanın tərkib hissəsi olmaqla xidmət sektorunun inkişafı ilə bağlıdır.

Qeyd olunanlar onu göstərir ki, turizmin sosial tərəflərinin araşdırılması bu günün ən aktual məsələlərindən biridir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Turizm sahəsi üzrə mövcud potensialı daha səmərəli istifadə etməklə bölgələrə turist axının artırılması nəticəsində kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı ilə əhali məşğulluğunun artırılması öyrənilir. Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, məsələlərin araşdırılması və öyrənilməsini bir çox yerli və xarici ölkə alimlərinin əsərlərində görmək olar. Azərbaycanlı alimlərdən bir çoxu əsərlərində turizmin tərəqqisi, müxtəlif turizm növlərinə məxsus xidmətlərin təkmilləşdirilməsi, regional turizmin payının artırılması, işsizlik səviyyəsinin azaldılması yolları, kapital cəlbediciliyinin yüksəldilməsi və s. istiqamətlərə aid nəzəri - metodoloji və digər məsələlərin tədqiqinə böyük yer ayırmışlar.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri: Tədqiqatın aparılma məqsədi Azərbaycanda turizmin sosial-iqtisadi səmərəsinin yüksəldilməsi və regional məşğulluğu artırmaq yollarının müəyyən edilməsidir. Müəyyən olunmuş məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulmuşdur:

- Azərbaycanda turizmin inkişafının regional xüsusiyyətlərinin aydınlaşdırılması;
- Turizm sahəsində həyata keçirilən dövlətin regional siyasəti və turizm sahibkarlığının inkişaf potensialının təhlili;
- Turizmin ölkə regionlarının sosial-iqtisadi inkişafına təsirinin qiymətləndirilməsi;
- Turizmin regional inkişafda və əhali məşğulluğunun təmin olunmasında rolunun artırılması yollarının müəyyən edilməsi.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Tədqiqatın obyektı kimi regional turizm bazarı və bu bazarda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri göstərilmişdir. Tədqiqatın predmeti – regional turizm bazarının inkişafının əhali məşğulluğu arasındakı əlaqə təhlili və onun təkmilləşdirilməsindən ibarətdir.

Tədqiqat metodları: Qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün bir sıra tədqiqat metodlarından istifadə olunur ki, bunlarda əsasən sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, sistemli təhlil və müşahidə metodlarıdır.

Müşahidə metodunda tədqiqatçının şəxsi müşahidələri və araşdırmaları nəticəsində Azərbaycanın bölgərində turizmin inkişafına müsbət təsir edə biləcək məqamlar, turizm potensialı olan regionlarda turizmin inkişafı ilə məşğulluq arasındakı əlaqə öyrənilmişdir. Müqayisə metodu vasitəsilə illər üzrə turizm və onunla əlaqəli sahələrdə işləyən insanların sayı, turizm obyektlərinin illər üzrə artım tempi öyrənilmişdir. Müqayisə metodunda Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin hər il üzrə açıqladığı statistik rəqəmlərdən və cədvəllərdən istifadə edilməklə müqayisələr aparılır. Təhlil metodu ilə müşahidə və müqayisə metodlarının aparılmasından əldə olunan nəticələr ətraflı təhlil edilməklə bu sahənin inkişaf etirilməsi üçün yeni formalar, metodlar müəyyənləşdirir. Ümumiləşdirmə metodu isə digər üç metodun nəticələrini ümumiləşdirməklə yekun nəticənin əldə edilmişdir. Bu metodun digər metodlardan bir sıra üstünlükləri vardır ki, bu ilk növbədə digər metodların aparılması nəticəsində əldə olunan nəticələrin istifadəsinə əsaslanır.

Tədqiqatın informasiya bazası: Turizmin inkişaf konsepsiyası, onun qanunları, ölkə iqtisadiyyatında gələcəyə baxış konsepsiyası, Dövlət Turizm Agetliyinin fəaliyyət mexanizmləri və beynəlxalq turist təşkilatlarının əsas iş prinsipləri, Azərbaycanda turizm sisteminin inkişafı mövzusunda müxtəlif yerli və xarici məqalə və ədəbiyyatlardan istifadə olunmuşdur. Ölkənin turist ixrac, idxalına, yerli və xarici investisiyalarına dair və digər statistik göstəricilərinin öyrənilməsində Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi statistik məlumatlarından istifadə olunmuşdur. Habelə İqtisadiyyat Nazirliyinin, Mədəniyyət Nazirliyinin və Dövlət Turizm Agetliyinin rəsmi məlumat və statistikalarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Apardığımız tədqiqat işində mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlər öz əksini tapmış və turizm sahəsinin potensial inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir. Qeyd olunanlarla yanaşı tədqiqat işi hazırlanarkən müəyyən məhdudiyyətlərə rast gəlinmişdir.

Tədqiqat işində məhdudiyyətlərdən biri turizm sahəsində lazımı səviyyədə statistik məlumatların olmamasıdır. Xüsusi ilə Azərbaycanın regionlarında infrastruktur aşağı səviyyədə olması nəticəsində ölkəyə gələn turistlərin daha çox Bakı ilə kifayətlənməsi və s. Regionlardakı turizm potensialından düzgün və səmərəli istifadə edilməməsi, bölgələrdə yerləşən mehmanxanaların turistlərə lazımı səviyyədə xidmət göstərə bilməməsi və s.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Dissertasiya işinin əsas yeniliyi turizm sektorunun regionların sosial-iqtisadi inkişaf amili kimi tədqiqi, turizmin inkişafının regionlarda əhalinin məşğulluq səviyyəsinə təsirinin qiymətləndirilməsi, regional turizm sahibkarlığının inkişafının stimullaşdırılması mexanizmlərinin müəyyən edilməsi və bu istiqamətdə dövlətin rolunun artırılmasına dair təkliflərin verilməsidir.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: İşin praktiki əhəmiyyətini qeyd etsək, aparılmış araşdırmanın nəticələrinin tətbiqi regional turizmin inkişafını stimullaşdırmaqla regionların həm iqtisadi, həm də sosial inkişafına öz töhvəsini verəcək. Regional turizm sahibkarlığının inkişafı nəticəsində sahibkarlıq gəlirləri, yerli əhalinin məşğulluğunun təmin olunması, bu sahədə işləyənlərin gəlirlərinin formalaşması, regionun xidmət sferasının inkişafı, həmçinin sosial problemlərin həll

olunmasında mühüm rol oynaya bilər.

Azərbaycanın regionlarında turizmin inkişafı və turizm potensialından istifadənin səmərəliləşdirilməsi istiqamətində irəli sürülmüş təklif və tövsiyələr turizmin inkişafına dair müvafiq normativ-hüquqi sənədlərin, proqram və layihələrin hazırlanmasında istifadə edilə bilər.

I FƏSİL. TURİZMİN İNKİŞAFININ REGIONAL ASPEKTLƏRİ

1.1. Turizm regionun sosial-iqtisadi inkişaf amili kimi

Turizm əsasən xidmət sahəsi olub, məqsədi yerli və xarici turistlərə xidmət göstərməklə gəlir əldə etmək və bu gəlir nəticəsində bir sıra sosial, iqtisadi, mədəni və regional inkişaf problemlərini həll etməkdir.

İnkişaf anlayışının cəmiyyətlərin inkişaf vəziyyətinə uyğun olaraq fərqli mənaları ola bilər və eyni dövrdə fərqli məzmun üçün istifadə edilə bilər. Konsepsiya bəzən oxşar mənaları olan sənayeləşmə, modernləşmə, tərəqqi, böyümə və struktur dəyişikliyi kimi anlayışlarla bir-birinə qarışır və bu, inkişaf fenomeninin mənasında qarışıqlığa səbəb olub.

Başqa bir tərifə görə, iqtisadi inkişaf böyümə fenomenini özündə cəmləşdirən və iqtisadi sosial və mədəni quruluşda inkişaf və tərəqqi ehtiva edən bir anlayışdır. Regional və ya yerli inkişaf ərazisi və sərhədləri bilinən müəyyən bir bölgənin sosial və iqtisadi potensialının artması və bu bölgədə yaşayan insanların həyat səviyyələrini yüksəldərək gələcəyini yaxşılaşdırması kimi ifadə edilə bilər.

Regionlararası inkişaf fərqlərini azaltmaq üçün dörd əsas vasitə var.

1. İqtisadi fəaliyyətlərin, ilk növbədə, bir sıra stimullaşdırıcı tədbirləri (maliyyə və vergi güzəştləri) vasitəsilə müəyyən bölgələrə yönəldilməsini təmin etmək; inkişaf və təşviq fondları, faizsiz və ya aşağı faizli kreditlər, dövlət zəmanətləri və törəmə şirkətlər, gömrük güzəştləri, əlavə dəyər vergisinin geri qaytarılması və bənzər tədbirlər.

2. Regional inkişaf üçün tələb olunan dövlət sərmayələrinin reallaşdırılması,

3. İnzibati təşkilatın regional inkişaf problemlərinə uyğunlaşmasını təmin etmək,

4. Böyük ərazilərin inkişafının məhdudlaşdırılması. Bundan əlavə, bölgələrarası inkişaf fərqliliyini azaldan bu siyasətin səmərəliliyini artırmaq üçün mütləq regional planlaşdırma tətbiq edilməlidir.

Şübhəsiz ki, turizmin aktiv olduğu bölgələrdə inkişaf sürətlidir. Çünki həm məşğulluq, həm də investisiyalar turizmin təsiri ilə nəzərə çarpan bir artım göstərir.

Son illərdə iqtisadi və sosial sahələrdə baş verən köklü dəyişikliklərlə paralel olaraq, turizm mühüm inkişaf göstərir. Bu gün turizm getdikcə artan sosial-iqtisadi hadisəyə çevrilmişdir. Turizm tədbirinin beynəlxalq miqyasını nəzərə alaraq, inkişaf etmiş bölgələrdən az inkişaf etmiş bölgələrə əhəmiyyətli bir valyuta axınının olduğu görülür. Bölgələr arasında pul axını, bölgələrin və bölgələrin inkişaf proseslərində istifadə edəcəyi alətləri təmin etmək üçün lazım olan maliyyə dəstəyinə əhəmiyyətli töhfə verə bilər.

Turizm sektorunun regional inkişafda və mənbələrdən səmərəli istifadə edilməsində böyük yeri və əhəmiyyəti var. Xüsusilə bölgələrarası balanssızlıqların aradan qaldırılmasında. Turizm sektoru, kənd təsərrüfatında və sənayedə kifayət qədər potensial və inkişaf imkanları olmayan lakin zəngin turizm təchizatı olan bölgələr planlaşdırılmış və effektiv turizm siyasəti nəticəsində yüksək bir inkişaf təmin edəcəkdir.

İqtisadi inkişaf baxımından turizmin vacibliyini və əhəmiyyətini artıran bir məsələdə, bu hadisənin başlanması və inkişafı üçün tələb olunan mühit demək olar ki, heç bir kompleks texnologiyanın tələb olunmamasıdır. Turizm xammal və texnologiya baxımından xarici mənbələrdən asılı olmayan bir sahədir. Əsasən insan xidmətinə əsaslanan bir xidmət sektoru olduğundan, işsizliyin sıx olduğu ölkələrdə və bölgələrdə böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Turizm faydalı bir inkişaf vasitəsi olaraq regional inkişafda sıx əlaqəlidir. İqtisadi inkişaf və iş yerlərinin açılması vasitəsi olan turizm siyasəti indi regional inkişafın, bölgənin irsinin qorunması və inkişafı üçün bir vasitəyə çevrilməkdədir. Turizmin inkişafı bir çox mal və xidmət təminatçıları üçün, xüsusən də rayon yerlərində çox cəlbedici imkanlar təklif edən iqtisadi artımın və iş yerlərinin açılmasının ən böyük mənbələrindən birinə çevrilməkdədir. Turizm, ən əlverişsiz bölgələrin bu bölgələrdə inteqrasiya və böyümə ilə təmin etdiyi imkanlardan faydalanmasını təmin etmək üçün bir vasitə kimi də istifadə edilə bilər.

Turizm inkişaf potensialı olan ölkələrin hamısı üçün ÜDM-un artırılmasına müsbət töhfə verən, yeni iş yerləri yaradan, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dəstək verən, regionların sosial-iqtisadi inkişafı üçün şərait yaradan bir xidmət

sahəsidir. Turizmin mahiyyəti onun istehsal strukturu, təşkilati quruluşu və idarə edilməsi xüsusiyyətləri ilə formalaşır. Turizmin konseptual əsasları resurs potensialı olan bölgələrdə bu sahəyə aid olan xidmətlərin inkişafına əsaslanır.

Turizmin ölkə və bölgə iqtisadiyyatına verdiyi töhfələr sayəsində turizmin inkişaf etdirildiyi bölgələrdə iqtisadi bir canlanma olduğu bilinir. Turizmin gəlir gətirən təsiri ilə yanaşı məşğulluğa kömək edir və investisiyaların sürətlənməsini təmin edir. Ancaq inkişaf yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial və ətraf mühit amilləri ilə əlaqələndirilməlidir.

Inkişaf yoxsul ölkələrin əsas hədəfidir. Digər tərəfdən, canlanma, böyümə və inkişaf kimi terminlər ölkələrin və cəmiyyətlərin iqtisadi vəziyyətini təsvir etmək üçün bir çox şəkildə istifadə olunur. İnsan faktoruna qoyulan investisiyalar və ümumilikdə həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması iqtisadi inkişafın bazasında durur. Buna görə inkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişafı ümumiyyətlə iqtisadi inkişaf formasını alır. İqtisadi inkişaf adətən adambaşına istehsalın və ya bir ölkənin gəlirinin artmasına aiddir. Həqiqi inkişafdən danışmaq üçün mütləq sürəti artmalı, təhsilli və ixtisaslaşmış işçi qüvvəsi artmalı, bütün əhali sosial təminat çətiri altında olmalı, işsizlik isə 1-2% civarında olmalıdır.

Turizm, fasiləsiz işləyən və monoton bir iş həyatını davam etdirən insanların dincəlmək və enerji qazanaraq işlərinə qayıtmaq üçün tətillik etmək ehtiyacını aradan qaldırması həm də iqtisadi baxımdan gəlir gətirən və məşğulluq yaradan xüsusiyyətlərə malikdir.

Qloballaşma nəticəsində ölkələr və bölgələr arasında gəlir bölgüsünün getdikcə pisləşməsinə normallaşdırmaq üçün turizmin gəlir artıran və məşğulluq xüsusiyyətlərindən istifadə edilə bilər.

Turizm, geoiqtisadi aktivlər, sosial-mədəni sərvətlər, ixrac edilə bilməyən dəyərlər və hadisələr sayəsində bəzi xüsusi xidmətlər göstərərək bölgə üçün xarici valyuta ocaqlarına çevrilir. Turizmin vacib bir xüsusiyyəti, təbiətin və iqlimin yaratdığı dəyərlərdən və tarix, folklor, mədəniyyət və mədəniyyət tərəfindən verilən dəyərlərdən çox asılı olmasıdır. Çünki bunlar turizm sənayesinin əsas maddələridir. Təbii gözəlliklər və mədəni sərvətlər düzgün və rəşional siyasətlə satıldıqda,

ölkələrin və bölgələrin iqtisadi tarazlığına müsbət təsir göstərən əvəzsiz gəlir mənbəyidir.

Bu gün global iqtisadiyyatda getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edən turizm insanların fiziki, sosial və psixoloji ehtiyaclarını birbaşa və ya dolayı yolla təsir edən mühüm sektorlardan biridir. Ölkələrin turizmlə yaxından maraqlanmasının əsas səbəblərindən biri iqtisadi olsa da, digər vacib səbəb sosial rifah səviyyəsinin artması ilə əlaqədardır. Turizm, dəyərləri baxımından ümumi bir sosial keyfiyyət göstərir. Bu xüsusiyyətə görə turizm çox yönlü və mürəkkəb bir hadisədir, burada iqtisadiyyat, biznes, siyasət, sosiologiya və sair kimi bir çox elm sahələri yaxından maraqlanır. Turizm anlayışı ilə əlaqədar bir çox fərqli təriflər olsa da, turizmin ümumi tərfi bu təriflərin ortaq xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq edilməlidir; daimi yaşayış xaricində bir istehlakçı olaraq tətillər, istirahət, əyləncə, mədəniyyət və s. ehtiyacları ödəmək üçün səyahət və müvəqqəti yaşayış yerləri daxil olur. İqtisadi quruluşa müsbət təsir turizmin inkişaf etməkdə olan ölkələrin qəbul etdiyi və dəstəklədiyi bir sektor olmasında mühüm rol oynamışdır. İqtisadi faydalarına əlavə olaraq, turizmin təbii mühitə və mədəni quruluşa müsbət töhfə verdiyi iddia edilir, lakin turizmin başlanğıcda qəbul edildiyi qədər zərərsiz və dəyərsiz olmadığı mübahisələr arasındadır. Turizm bölgəsində yaratdığı iqtisadi, fiziki və ekoloji təsirlərlə yanaşı, turizmin digər mühüm təsiri cəmiyyətin sosial quruluşuna da təsir edir. Sosial təsir turizmin mövcud sosial dəyərlərə, şəxsi davranışa, ailə münasibətlərinə, təhlükəsizlik anlayışına, mənəvi qaydalara, sənətkarlıq fəaliyyətlərinə, ənənəvi şoularına və cəmiyyətin sosial quruluşuna birbaşa və ya dolayı yolla təsirini ifadə edir.

Turizm təkcə iqtisadi bir hadisə deyil, həm də cəmiyyətə təsir edən bir sektordur və buna görə də sosial, siyasi və ekoloji cəhətləri olan sosial quruluşdur. Bu səbəblə turizmin təsirləri qiymətləndirilərkən yalnız gəlir gətirən və valyuta qazandırıcı xüsusiyyətləri kimi maddi və iqtisadi nəticələri deyil, ictimai və mədəni əks olunmaları kimi iqtisadi olmayan mövzular da araşdırılmalıdır.

Sosial baxımdan turizm fenomenini turist və bunu qəbul edən ölkə xalqı olaraq iki cəhətdən araşdırmaq olar. İstirahət etmək və əylənmək məqsədi ilə inkişaf etmiş

ölkədən gələn turist, tətlini keçirdiyi bölgədə rahat hərəkət etmək istədiyini üçün, tanımadığı bir şəkildə hərəkət etdiyi və bu mühitdən narahat olduğu bir reaksiya ilə qarşılaşır. Bu vəziyyətdə, turistləri qəbul edən ölkə, ənənə, dil, din və həyat tərzi kimi mədəni dəyərləri qorumaq üçün müdafiəyə qalxır. Belə bir sosial ünsiyyət mühitində turistlər aktiv, turistləri qəbul edən yerli sakinlər isə passiv vəziyyətdədirlər. Başqa sözlə, turistləri qəbul edən yerli insanlar turistin düşüncə tərzi və davranış tərzi ilə təsirlənməyə başlayır. Turistlər ziyarət etdikləri bölgənin sosial-mədəni dəyərlərindən kənar olduqları üçün bu dəyərlərə uyğun olmayan davranışları nümayiş etdirdikləri təqdirdə yerli insanların diqqətini cəlb edir. Ev sahibi yerli insanların nəzərində turistlər zəngin kimi qəbul edilir və səyahət etmək üçün kifayət qədər asudə vaxtı var. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, turistlər turistləri qəbul edən ölkə xalqları üçün mədəni çirklənməyə səbəb olan təhdid amili kimi qəbul edilir. Turistləri qəbul edən bölgədə yaşayanlar, bölgədə davam edən ənənəvi nizam və həyatın yox olacağını, gənclərin mənfi təsirlənəcəyini və mənəviyyat baxımından çökəcəklərini düşünə bilirlər. Yerli insanlar turizmə səbəb olan bu bəlalərin qarşısını almaq üçün mədəni dəyərlər və turistlərə təzyiq amili kimi baxmaq lazım olduğunu iddia edirlər.

Doxey tərəfindən təklif olunan "Turistlərə Dözümlülük yanaşması" (Doxey, G., "Yetər olanda: Yerlər Köhnə Niaqrada Rahatsızdır", Heritage Canada, 1976.). Turist yerli insanlar arasındakı əlaqələrin araşdırılmasında faydalı ola bilər. Bu yanaşmaya görə yerli əhalinin turizmə və turistlərə münasibəti dörd fərqli mərhələdən ibarətdir. Bunlar: həvəs, laqeydlik, narahatlıq və düşmənçilikdir. Birinci mərhələ bölgəyə ilk dəfə gələn və iqtisadi mənfəət heyranları ilə bəzədilən həvəs mərhələsidir. İkinci mərhələdə bölgə artıq turizmə açıldı və turistlərin sayı artdı. İlk mərhələdəki coşğun seli öz yerini laqeydlikdən çıxartdı. Üçüncü mərhələdə mövcud yerli müəssisələr və onların keyfiyyəti turistlərin artan tələbatını ödəyə bilmədiyini üçün tədarükü artırmaq səyləri sürətləndi. Planlaşdırılmamış turizmin sürətli inkişafı səbəbindən müxtəlif ekoloji problemlərin müşahidə olunmağa başlaması səbəbindən narahat bir həddə çatdı. Bu mərhələdə sosial quruluşdakı dəyişikliklər və ya təbiətdəki dönməz dağıntılar diqqəti cəlb etməyə başladı və turizm, turistlər və yerli rəhbərlik ittiham

edildi. Son mərhələdə turistlərə qarşı dözümlülük tədricən qəzəb və dözümsüzlük yerini tərk edir və insanlar qiymət artımını turizmlə əlaqələndirərək öz kinlərini göstərməyə başlayırlar. Bu mərhələlərin nə qədər davam edəcəyini və ya bölgədəki cəmiyyətin bütün mərhələləri keçib-keçməyəcəyini düşünmək vacibdir.

Turizmi yalnız iqtisadi hadisə kimi təsvir etmək düzgün olmaz. Turizmi qiymətləndirərkən, iqtisadi cəhətdən, sosial cəhətdən və buna görə cəmiyyətlərə təsirindən başqa, laqeyd edilməməlidir. Turistlər tətillərini keçirmək və onlarla fərqli sosial münasibətlər qurmaq üçün getdikləri yerdə yaşadıkları insanlar və cəmiyyətlərlə əlaqə qururlar. Turistlər bir tərəfdən sosial olduqları yerlərə təsir göstərirlər, digər tərəfdən də bu yerlərdən təsirlənirlər. Turizmin sosial mədəni təsiri müsbət və ya mənfi nəticələrə səbəb ola bilər. Turizmin, interaktiv bir sektor olduğu üçün mövcud mədəniyyətlər arasındakı sosial dəyər və iqtisadi fərqlər səbəbindən sosial təsir göstərməsi tamamilə təbiidir. Sosial təsirlərin şərhçinin kim olduğundan asılı olaraq müsbət və ya mənfi olduğu da iddia edilə bilər. Cəmiyyətin ənənələrindəki dəyişikliklər tətqiqatçı tərəfindən qəbul edilməz hesab edilərsə, nəticələrin mənfi olacağı nəticə verəcəkdir. Ancaq dəyişikliyin qaçılmaz olduğu təbliğ edilərsə, sosial təsirlərin də yeni imkanlar yaradacağı və müsbət olacağı fikri qəbul edilə bilər. Hər hansı bir turizm bölgəsi yerli mədəniyyəti ilə xarici insanları cəlb etsə və onlar üçün imtiyazlı bir mühit təmin edərsə, bu bölgənin mədəniyyətini yaşatmağa müsbət töhfə verəcəkdir.

Qloballaşmanın səbəb olduğu iqtisadi quruluşdakı inkişaf, bilik və xidmətin yeni iqtisadiyyatda ön sıralarda olduğu müştəri mərkəzli xidmət yönümlü sektorların əhəmiyyətini artırdı. Bunların arasında turizm sektoru da var. Turizm sektoru; həm tələb tərəfində, həm də həm də tədarük baxımından müştəri mərkəzli xidmət sektorlarından biridir. Məlumat və istifadə turizm sektoru baxımından əhəmiyyətli bir yerə sahibdir. Turizm sektorunda məlumatlar mümkün qədər tez-tez istifadə olunur, ötürülür və qiymətləndirilir. Məsələn; yol məlumatı, tətillə getmək istəyən istehlakçılar üçün səyahət məlumatları, ödəniş məlumatı və yaşayış yeri haqqında məlumat və s. məlumatlı olmaq lazımdır. Bu məqsədlə turizm sektorundakı şirkətlər tərəfindən məlumatlar istehsal edilir və istehlakçılara təqdim olunur.

Turizm sektorunda istehlakçılar yeni iqtisadiyyatın təklif etdiyi fürsətlərdən yararlanır və bu imkanlardan istifadə edərək özlərinə ən uyğun məhsulu müəyyənləşdirirlər. Almaq istədikləri məhsulun qiymətini, xüsusiyyətlərini və necə əldə edilə biləcəyini öyrənməyə çalışırlar. İstehlakçı kütləsinə hansı turistik servisi təqdim etmək üçün müəssisələr istehlak tələblərini təyin etməyə və bu ehtiyacları nəzərə alaraq məhsullar yaratmağa çalışırlar.

Turizm sektorunun gündən-günə getdikcə cəlbedici olması (iqtisadi və məşğulluq yönümlü) böyük kapital şirkətlərini turizm müəssisələrini almağa məcbur edir. Turizm sektordakı imkanları və potensialı dərk edən informasiya texnologiyaları şirkətləri ehtiyac duyduqları informasiya və kommunikasiya texnologiyaları infrastrukturunu təmin etməyə başladılar. Bu müəssisələr turizm sektorunu informasiya və kommunikasiya texnologiyaları və elektron bazarlar üçün çox uyğun bir tətbiq sahəsi olaraq görürlər.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları və innovasiyalar müasir iqtisadiyyatın əsasını təşkil edir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları, turizm müəssisələrinin fəaliyyətlərini davam etdirmə yolları, ünsiyyət üsulları, istehlakçıların turizm xidmətləri və məhsulları satın alma yollarını dəyişdirir. Bu gün internet turizm müəssisələrinin fəaliyyətlərində istifadə etdikləri ən vacib vasitələrdən biridir.

Turizm sektorunda informasiya texnologiyalarının tətbiq etdiyi ən vacib yenilik; Alıcılara və satıcılara birbaşa məlumat və məlumat tələb edən kanal vasitəsilə birbaşa əlaqə yaratmağa imkan verir. Bu şəkildə bilik və xidmətin ön plana çıxdığı müştəri yönümlü xidmət sektorlarının əhəmiyyəti artır. Turizm sektorunda texnologiyaya əsaslanan yenilik, dayanıqlı rəqabət üstünlüyünün əsas mənbəyinə və strateji açara çevrilib, məlumatın müəyyənləşdirilməsində, təbliğində, paylanmasında, toplanmasında, təşkili və istehlakçılara təqdim edilməsində oynadığı vacib rol danılmazdır.

1.2. Turizmin əhali məşğulluğunun təmin olunmasında rolu

Milli və beynəlxalq səviyyədə qazandığı nəhəng ölçülərə malik turizm; İnvestisiya və iş həcmi yaxşılaşdıran, gəlir gətirən, xarici valyuta təmin edən, yeni məşğulluq sahələrini açan, sosial və mədəni həyatı təsir edən və siyasət baxımından mühüm sosial və humanitar funksiyaların reallaşmasını asanlaşdıran bir keyfiyyət əldə etməsi, ölkələrin diqqətini bu iqtisadi hadisəyə yönəltdi. Turizmin yaratdığı dinamik iqtisadi effektlər, xüsusən inkişaf etməkdə olan ölkələrin qarşılaşdığı iqtisadi problemlərin və problemlərin aradan qaldırılması, bu ölkələrin turizmə daha çox diqqət yetirməsinə səbəb oldu.

Xarici ticarətin və sənayenin maliyyələşdirilməsi problemi ixracatın və digər xarici valyuta yaradan fəaliyyətlərin vacibliyini şərtləndirdi ki, bu da artımın qısa müddətdə artımın maksimum həddə çatma bilməsi nəticəsində artımın digər xarici valyuta gətirən fəaliyyətlərə yönəldilməli olduğunu bəşə düşməyə səbəb oldu.

Turizm, bu nöqtədə, inkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyətində; Xarici valyuta qazanc xüsusiyyətinə görə xarici ticarət və sənayenin maliyyələşdirilməsində ən təsirli alternativlərdən biri kimi diqqəti cəlb edir.

Son illərdə turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyəti sürətlə artır. İxracda və ÜMM-də qazanılan, xarici valyuta gəlirlərinin payının artırılması və digər sektorların məşğulluğunun təmin edilməsi; turizmə verilən əhəmiyyətin armasına və bu sektora mənbələrin yönəldilməsinə səbəb olur.

Turizm həm turistlər, həm də yerli insanlar üçün bir ictimai və mədəni hadisə olaraq təyin olunur. Turist və yerli xalqın əlaqəsi, turistlərlə yerli əhali arasındakı şəxsi münasibətlərə və qarşılıqlı əlaqəyə aiddir. Turistlər ən az iyirmi dörd saat təyinat yerlərində qalanlar, boş vaxtlarını və tətillərini keçirməyə gedənlərdir. Digər tərəfdən, yerli insanlar birbaşa və ya dolay yolla, fərqli millətlərdən gələn insanlardan ibarət olan bölgədə yaşayan insanlar arasında ünsiyyət qururlar. Çünki ev sahibi cəmiyyət yerli mühiti turistlərlə bölüşür.

Məlum olduğu kimi, turizm sektoru əmək tələb edən istehsal texnikasının üstünlük təşkil etdiyi bir sektor hesab olunur. Buna görə turistlərin istehlak xərcləri turizm sektoru üçün birbaşa məşğulluq imkanlarının və bu sektora giriş təmin edən

digər sektorların dolayı məşğulluq imkanlarının yaradılmasına təsir göstərir. Bunun nəticəsində turizm iqtisadiyyatda yaratdığı bütöv məşğulluq effekti ilə ölkədəki ümumi məşğulluğa təsir göstərir.

Məşğulluq və turizmin sektoral xüsusiyyətləri. Turizm sektorunun struktur xüsusiyyətləri digər sektorlardan fərqli olmaları ilə nəticələnir. Turizm sektorunda bəzi kompüter sistemlərinin istifadəsi istisna olmaqla mexanizasiya və avtomatlaşdırma çox məhduddur. Bu səbəbdən turizm, sektorda əmək tələb edən istehsalın üstünlük təşkil etməsi səbəbindən yüksək birbaşa məşğulluq effektini yaradır, bu sektora mal və xidmətlər verən digər yardımçı sektorlarda yeni iş imkanları təmin etməklə məşğulluq effekti yaradır.

Bir ölkənin iqtisadiyyatı və turizm sənayesində turizm sayəsində artan üç növ məşğulluq mövcuddur. Bunlar:

1. Turizm sektorundakı otellər, motellər, restoranlardakı turizm xərcləri hesabına bu obyektlərdə yaradılan birbaşa məşğulluq;

2. Turizm sektorunun tədarük hissəsində baş verən və turist xərclərinin sonunda baş verməyən, lakin sektora giriş təmin edən digər sektorlarda baş verən dolayı məşğulluq;

3. Bölgə xalqının turizmdən qazandığı gəlirləri yenidən xərcləməsi və bir şəkildə turizm multiplikatorunun təsiri nəticəsində yaranan əlavə məşğulluq və ya stimullaşdırılmış məşğulluqdur.

Zəhmət tələb edən bir quruluşa sahib olan turizm sektoru, işsizlik problemi olan ölkələrdə kapital-işçi qüvvəsinin aşağı olması səbəbindən daha az sərmayə ilə daha çox işçi qüvvəsi yaratmaq xüsusiyyətinə malikdir. Ölkələrin turizmə yatırdığı sərmayə səviyyəsi işlə təmin olunanların sayını artırır. Bundan əlavə, beynəlxalq turizmə olan tələbin kütləvi bir təbiətə sahib olması və müxtəlif qrupların ehtiyac və istəklərinin müxtəlifliyi də müxtəlif iş xətlərinin yaranmasına səbəb olur və işçi qüvvəsinə tələbatı artırır.

Turizm sektoruna verilən əhəmiyyət və investisiya artdıqca, regional inkişaf sürətlənəcək və firavanlıq artacaq və ölkəyə nəticədə gəlir gətirəcəkdir. Turizm məşğulluğu geniş bir sektordur. Yerli bazarlar, üzvi məhsullar, ənənəvi qida və içki

mədəniyyətini əks etdirən restoranlar, suvenir dükanları və otelə təqaüddən müxtəlif mal və xidmətlər verən yerlər də işçi qüvvəsinə ehtiyac duyur. Turist sıxlığının artması və turist quruluşunun dəyişməsi ilə turistlərə verilən mal və xidmətlərin müxtəlifliyi artır, bazar genişlənir və hər cür fərqli istedadada ehtiyac duyulur. Turizm sektoru yerli və ətraf şəhərciklərdən tələb olunan bu mal və xidməti qarşılamaqla məşğulluğun artırılmasına imkan verəcəkdir.

Turist və yerli insanlar arasındakı əlaqələrin növü, onların qarşılıqlı münasibətlərinə və əlaqəli davranışlarına təsir göstərir. Bu vəziyyət turizmin sosial və mədəni təsirinin müəyyənləşdirilməsində böyük əhəmiyyətə malikdir. Turist bir bölgə üçün fərqli bir inanc, mədəniyyət, münasibət, vərdiş və davranış pulu olan bir əcnəbidir. Yerli insanlarla turistlərin qarşılıqlı əlaqələrinin əks olunması, xüsusilə yerli insanlar üçün müşahidə və ölçülə bilən nəticələr ortaya qoyur.

Turizm tarixi prosesdə müxtəlif amillərin təsiri ilə geniş vüsət almış və indiki vəziyyətinə çatmışdır. Turizmin inkişafına təsir edən bu amillər: Asudə vaxtın artması, pullu tətillə hüququnun yayılması, nəqliyyat sahəsindəki inkişaf, gəlir səviyyəsinin artması, texnoloji inkişaf, şəhərsalma və əhalinin artması, səyahət azadlığı, sosial təminat, təhsil və mədəniyyət səviyyəsi, insan ömrünün uzadılması və hökumət stimullarıdır.

Asudə vaxtın artırılması - Son bir neçə əsrdə sürətli sənayeləşmə və texnologiyanın inkişafı ilə işçi qüvvəsinə tələb azaldı və mal və xidmət istehsalı üçün tələb olunan vaxt azaldı. Paralel olaraq, artan sosial təzyiqlər insanların asudə vaxtlarını artırmağa imkan verdi. İnsanlar asudə vaxtın əhəmiyyətini dərk etməyə başladıqdan sonra bu məsələ daha çox gündəmə gətirildi və 20-ci əsrdə asudə vaxt davamlı olaraq artır. Bu tendensiya bu gün də davam edir. Çünki beynəlxalq təşkilatlar və hökumətlər boş vaxtları təmin etdilər. Beləliklə, boş vaxtın artması turizmə tələbi də artırdı.

Ödənişli tətillə hüququnun yayılması – Birinci Dünya Müharibəsindən sonrakı illərdə sənayeləşmiş İngiltərədə artan sosial təzyiqlər işçilərə ödənişli tətillə hüququnu təmin etdi. Birinci mərhələdə (1925-ci illər) 1,5 milyon işçini əhatə edən bu hüquq 1930-cu illərdə bütün işçiləri əhatə etmək üçün yenidən təşkil edildi. Beynəlxalq

təşkilatların və işçi təşkilatlarının töhfələri ilə bu hüquq qərb ölkələrində geniş yayılmışdır. Bununla da turizm fəaliyyətinə tələb getdikcə artdı.

Nəqliyyatda inkişaf – Turizm bir yerdən digərinə səyahət etmək olduğundan nəqliyyat texnologiyası turizm fəaliyyətinə birbaşa təsir edən amildir. Sənaye inqilabı ilə, buxar gəmilərinin meydana çıxması, dəmir yolu nəqliyyatının və avtomobillərin yayılması, sonrakı dövrdə, ictimai nəqliyyatın daha geniş yayılmasına və nəqliyyat xərclərinin azalmasına səbəb oldu. 1950-ci illərdən sonra hava nəqliyyatının yaranması turizm hərəkatı baxımından inqilabi xarakter daşıyır. Nəqliyyat daha rahat, daha sürətli və ucuzlaşdıqca, turizm hərəkatı daha sürətli inkişaf etməyə başladı.

Gəlir səviyyəsində artım – Turizm pul xərcləməyi tələb edən bir fəaliyyətdir. Buna görə gəlir səviyyəsi ilə turizm tələbi arasında birbaşa əlaqə var. Texnoloji inkişaf və sənayeləşmə ilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatı rifah halını artırdı və gəlirləri orta hesabla artdı. Gəlirin artması turizmə olan tələbatı və populyar turizm fəaliyyətini də artırdı. Gəlir artdıqca gəlir səviyyəsi və turizm arasında müsbət əlaqə mövcuddur, çünki səyahət az lüks görünəcəkdir.

Texnoloji inkişaf – Texnoloji inkişaf ilə nəqliyyat sahəsində təmin olunan asanlıq və xərclər, turizm və yerləşmə müəssisələrində xidmətin keyfiyyəti azaldı; Bununla paralel olaraq, texnologiyanın iş həyatına tətbiqi, iş vaxtının azalması, informasiya texnologiyalarının inkişafı, turizm müəssisələri və onların fəaliyyətləri haqqında daha çox məlumata sahib olmaq və plan və rezervasyonları asanlaşdırmaq turizmə maraq və tələbi artırdı.

Urbanizasiya və əhali artımı – Sənayeləşmə ilə insanların şəhərlərə sürətli köçü şəhər əhalisini artırdı və urbanizasiya fenomeni ilə fərqli ehtiyac və gözləntilər meydana çıxdı. Şəhərlərin inkişafı və iş həyatında lazım olan təcrübə onların təhsil fəaliyyətlərini sürətləndirdi və cəmiyyətdə məlumat mübadiləsini genişləndirdi. Əslində artan əhali səs-küy, stress və şəhər həyatının çirklənməsini artırdı və insanlar sərbəst vaxtlarını səyahət etməklə istifadə etməyə başladılar.

Səyahət azadlığı – Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsinin 13-cü maddəsi "Hər kəs hər hansı bir dövlətin hüdüdlərində sərbəst hərəkət etmək və

məskunlaşmaq hüququna malikdir." İnsanların səyahət azadlığını təmin etdi. İnsanların xaricə getmə hüququnun yalnız hakimlər tərəfindən cinayət istintaqı və ya mühakimə olunmasına görə əngəllənə biləcəyi müddəası var. Bu hüquq turizm fəaliyyətinin təşviqi və yayılması üçün vacibdir.

Sosial təminat – Sosial təminat, həyatlarını davam etdirmək üçün gəlirləri müvəqqəti və ya daimi olaraq kəsilən insanlar üçün yaradılan bir sistemdir. Sosial təminatı olmayan insanların turizm fəaliyyətlərində iştirak etməsi mümkün deyil. Bu səbəbdən sistemin inkişafı turizmdə iştiraka birbaşa təsir göstərir.

Təhsil və mədəniyyət səviyyəsinin artırılması – Sənayeləşmənin təsiri ilə insanlar işləmək üçün şəhərlərə axın etdilər və şəhərlərin inkişafı ilə maarifləndirmə işləri geniş yayılmağa başladı. Təhsil və mədəniyyət səviyyəsinin artması ilə paralel olaraq insanların təəccüb və araşdırma istəyi də artır. Buna görə də bu artım səyahət etmək istəyini də artırır.

İnsan həyatını uzanması – İqtisadi, sosial və texnoloji inkişaf insanlar şüurlu etdi və eyni zamanda bu inkişaflarla paralel olaraq səhiyyədəki yeniliklər insanların həyat səviyyəsini yüksəltdi. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrdə səhiyyədə böyük irəliləyişlər insan ömrünün uzadılmasını və yaşlı əhəlinin artımını təmin etdi. İnsanların təqaüdə çıxdıqları müddətdə boş vaxtlarının çox olması, təqaüdcüləri stresdən uzaq olmaq, səyahət etmək və sağlamlıqlarını qorumaq üçün turizm fəaliyyətlərində iştirak etməyə təşviq edir. Buna görə də insan ömrünün uzadılması turizmin iştirak səviyyəsini artırır.

Hökumət təşviqi – Turizm fəaliyyətinin iqtisadi və sənaye ölçüsü hökumətlərin və özəl sektorun turizmə marağını artırdı. Səyahətin bu gün zərurətə çevrildiyi ilə intensiv turizm hərəkətləri görülməyə başlamış və bu bölgədən turist cəlb edən ölkələrin iqtisadi gəlirləri daha yüksək səviyyələrə çatmışdır. Çünki turizm valyuta daxil olmasına, məşğulluğun artmasına və tədiyyə balansına töhfə verir; bu gəlir və rifahın artmasını təmin edir. Bundan əlavə, turizmə logistika dəstəyi verən kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sektorlarında inkişaf təmin edilir və paralel olaraq istehsal və məşğulluq artır. Turizmin verdiyi bu imkanlar hökumətləri infrastrukturunu və üst quruluşu inkişaf etdirməyə məcbur edir və yerli insanların həyat səviyyəsi

artır. Eyni zamanda, investisiya endirimləri, vergi və enerji qaynaqları güzəştləri və yerli və xarici investora stimulla kimi tətbiqetmələrlə turizmə qoyulan investisiyaların artırılması hədəflənir.

Fəaliyyətləri və qarşılıqlı əlaqələri nəqliyyat, insan və ya yükü bir yerdən digər yerə, istədikləri şərtlərə uyğun olaraq müəyyən edilmiş və dəqiq müəyyən edilmiş bir yerə gətirməklə təşkil edilən bütün müvafiq fiziki, sosial, iqtisadi və institusional komponentlərin toplusu kimi təyin olunur.

İnsanların və ya yüklərin bir yerdən digər yerə aparılmasına imkan verən nəqliyyat sistemləri arasında;

- Avtomobil nəqliyyatı,
- Hava nəqliyyatı,
- Dəniz nəqliyyatı,
- Dəmir yolu nəqliyyatı kimi fərqli sistemlərdən istifadə olunur.

Nəqliyyata sənişinlərin və ya bir yolda daşınan əşyaların bəzi hallarda ayrı-ayrılıqda, bəzən birlikdə daşınması da daxildir. Hər hansı bir nəqliyyat sisteminin əhəmiyyəti və ölçüsü sənişinlərin və ya daşınan malların miqdarı ilə ölçülür. Qlobal miqyasda qiymətləndirildikdə nəqliyyat sektorunun əsası turizmə deyil, ümumiyyətlə mallara və ya yük daşımalarına əsaslanır.

Məlumdur ki, bütün ölkələrin iqtisadiyyatı artan dünya əhalisinə uyğun işsizlik probleminin yaranması və məşğulluq imkanlarının yaradılması üçün daimi həll yolları axtarır. Yetərinə inkişaf imkanları olmayan inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr və bölgələr üçün əmək tələb edən bir sektor olan turizm mühüm rol oynayır.

Turizm sektorunun arzuolunan səviyyəsinə çatmaq və məşğulluq hədəflərinə çatmaq üçün atılacaq addımlar aşağıdakılardır:

- Məşğulluq və artan strategiya və planlarla keyfiyyət və səmərəliliyi artırmaq, beynəlxalq aləmdə ölkələrin imicinə töhfə vermək üçün turizm standartları və prinsipləri qəbul edilməlidir;
- Reklamla yanaşı, rabitə texnologiyalarından istifadə dərəcəsi artırılmalıdır;

- Ölkələrin integrasiya səviyyəsi artırılmalı;
- Ziyarətçi profilinin dəyişməsi və intellektual turist tipinin ortaya çıxması ilə ehtiyacı qarşılıyacaq siyasət təlim, təcrübə və karyera inkişafı fəaliyyətlərində iştirak etməlidir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizmin məşğulluq yaradıcı xüsusiyyəti işsizliyin aradan qaldırılmasında ən təsirli alternativlərdən biri kimi diqqəti cəlb edir. Bu baxımdan, işsizliyin aradan qaldırılması üçün vasitə axtaran ölkələrin son zamanlarda turizm sektoruna diqqət ayırdığı müşahidə olunur. Bu baxımdan, turizm sektorunun inkişafından asılı olaraq, turizm müəssisələrinin və əlaqədar filialların sayında artım olacağını söyləmək olar. Bundan əlavə, turizm şirkətlərinin binaları tikən, təmizliyini edən və turizm obyektlərinə müvəqqəti işçi verən özəl şirkətlər və bənzər müəssisələr turizm sənayesində tələbatın bu genişlənməsindən faydalanacaqlar. Bu nəticələr göstərir ki, turizm sektoru iş yerlərinin yaradılması baxımından vacib bir məqamdır.

1.3. Regionlarda turizm sahibkarlığının formaları və inkişaf imkanları

Regional inkişaf bölgənin qaynaqlarından istifadə, sahibkarlığı təşviq etmək, bölgənin gəlir səviyyəsinin yüksəldilməsi, məşğulluğun artırılması və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi kimi ifadə edilə bilər. Bu cəhəti nəzərə alaraq regional inkişaf həm məhsul, həm də iqtisadi inkişaf prosesi kimi qəbul edilir. Deyilə bilər ki, regional inkişafın əsas məqsədi bölgələr arasındakı sosial-iqtisadi fərqləri minimuma endirməkdir. Bölgə inkişafı ilə bölgədə mövcud olan çatışmazlıqlar və bu çatışmazlıqların aradan qaldırılması üçün nə edilməlidir. Bu şəkildə bölgənin inkişafı inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr baxımından vacib bir məsələyə çevrilir, çünki bölgənin işsizliyini azaldır və insanların həyat səviyyəsini artırır. Ancaq regional inkişafın reallaşması ölkədən ölkəyə və bölgədən bölgəyə fərqlənir. Çünki ölkənin və ya bölgənin inkişafı ölkədəki və ya bölgədəki fərqlər üzündən formalaşır. Bu fərqlərə bölgənin təbii sərvətləri, investisiya, təbii və mədəni sərvətləri daxildir. Bundan əlavə, müəyyən bölgələrdə kapital və ixtisaslı işçi qüvvəsi toplanmışdı. Nəticədə bölgələrdə artım templəri fərqlidir.

Regional turizminin rayonların inkişafına iqtisadi təsirləri aşağıdakı kimi izah olunur:

- Regional turizminin yaratdığı məşğulluq sayəsində rayon yerlərində işsizlik səviyyəsi azalır.

- Turizm sayəsində kənd yerlərində kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan yerli əhəlinin qeyri-adekvat və qeyri-sabit gəlirləri artır və rifah səviyyəsi yüksəlir.

- Kənd yerlərində turizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq qadınları turizm müəssisələrinin müxtəlif şöbələrinə işə cəlb etməklə iş həyatında aktiv iştirak və işsizlik səviyyəsi azalır.

- Regional turizminin inkişafı ilə mədəni sərvət bazara çıxarılır və bölgə xalqına əlavə gəlir gətirir və gəlir bölgüsündə disbalansın azaldılmasına töhfə verilir.

- Kənd yerlərində yerli mənbələrdən səmərəli istifadə etməklə iqtisadi fəaliyyətin şaxələndirilməsi və yerli əməkdaşlıq və inkişaf tələblərinin gücləndirilməsi təmin edilir.

- Regional turizminin inkişafı ilə ailə sahibkarlığı təcrübəsi yerli əhaliyə əlavə gəlir gətirir.

- Rayon ərazilərinə turizm investisiya qoyuluşları ilə yanaşı, alt sektorların və tikinti sektoru ilə əlaqəli digər sektorların gəlirləri artır.

- Şəhərlə kənd arasındakı inkişaf səviyyəsi arasındakı fərq azalır.

- Regional turizminin inkişafından asılı olaraq bölgədə fiziki infrastruktur problemi yox olur. Beləliklə, bölgənin turist təchizatı potensialı sayəsində rayon sakinlərinin həyat keyfiyyəti artırılacaqdır.

Turizm və sahibkarlıq bir-birini dəstəkləyən iki vacib anlayışdır. Sahibkarlıq sayəsində turizm yaxşılaşdırıla bilər, turistlər üçün daha çox imkanlar təmin edilir və turizmə yenilik gətirilir. Turizm sənayesinin sürətli inkişafı, cəmiyyət üçün gəlir yaratmaq və məşğulluq imkanlarının artırılması ilə iqtisadi artıma töhfə verir. Turizmin inkişafı icma gəlirlərini müxtəlif sahibkarlıq fəaliyyətlərinə yönəldərək diversifikasiyaya səbəb olur. Turizm bir bölgənin iqtisadi uğurunun vacib amili hesab olunur. Bu uğurun bir hissəsi sahibkarlara aiddir. Bir bölgənin inkişafında

sahibkarların xüsusiyyətləri, sərmayələri, ölçüsü, müxtəlifliyi, texnoloji xüsusiyyətləri və rəqabət səviyyəsi böyük əhəmiyyətə malikdir. Turizm sektorundakı təşəbbüslər iqtisadi və sosial baxımdan inkişafa kömək edir; yeni iş imkanları yaratmaqla iqtisadi inkişafı dəstəkləyir. Turizm təşəbbüskarlığı ilə bağlı çox sayda araşdırmalar aparılsa da, turizm sahibkarlığının tərfi çox yaygın deyil. Ümumiyyətlə, konsepsiya aşağıdakı kimi ifadə edilə bilər: Turizm sahibkarlığı; “Gediş yerinin inkişafını təmin etmək üçün turistlərin tələblərinə uyğun turizm mənbələrindən istifadə etmək məqsədi; risk, investisiya, yenilik, rəqabət, məhsuldarlıq amillərinin köməyi ilə həyata keçirilən dəyər yaratmaq prosesidir”.

Digər sahibkarlıq sahələrindən fərqli olaraq turizm sahibkarlığı bir sıra xüsusi şərtlərlə üzləşir:

- Turizm bir xidmətdir və investisiya qoymadan müvəffəqiyyət şansını sınaq etmək mümkün deyil;
- Turizm xidmət yönümlü idarəetmə yanaşmasını tələb edir;
- Turizm təşəbbüskarı mal satan müəssisələrə nisbətən mövsümi dalğalanmaları daha diqqətli və effektiv şəkildə idarə etməlidir;
- Quruluşuna görə istehsal olunduğu xidmətlər sektorunu istehlak etmək zərurəti, turizm sahibkarlığının daha çox qeyri-müəyyənliklə üzləşməsi və ətraf mühitə nəzarətinin daha az olması ilə nəticələnir;
- Turizm sektoru tərəfindən təklif olunan bir çox tarixi, mədəni və təbii yerlərə nəzarətin dövlət qurumlarında olması və digər sahibkarlıq sahələri ilə müqayisədə sərbəst bazar şəraitində hərəkət etməsini məhdudlaşdırmaqdadır.

Regional inkişaf, bölgələr arasındakı fərqi azaltmaq və inkişaf etməmiş bölgələri inkişaf etdirməyi hədəfləyir. Burada sənayenin düzgün paylanması təmin etmək, bölgələrin sağlam böyüməsini təmin etmək, ölkəni inkişaf etdirmək ümumiləşdirmə, regional iqtisadiyyatların inteqrasiyasını təmin etmək və inkişafdan gəlirlərin inkişaf etməmiş bölgələrə köçürülməsi kimi hədəflər təyin olunur. Bu məqsədlər regional inkişaf ilə əlaqəli, izahatlardan da aydın olduğu kimi, regional inkişaf, milli inkişafa yönəlmiş və eyni zamanda bölgələrin inkişafını təmin edən bir prosesdir. Turizm regional inkişaf və ehtiyatlardan səmərəli istifadə baxımından

mühüm yer tutur. Bölgələr arasında, xüsusən turizm, kənd təsərrüfatı və sənaye sektorlarında balanssızlığı azaltmaq üçün, kifayət qədər qaynaq və inkişaf imkanları olmayan, lakin çox sayda turistik imkanları olan bölgələr planlı və effektiv turizm metodlarının tətbiqi ilə müntəzəm inkişafı təmin edəcəkdir. Turizm sektoru iqtisadi cəhətdən geridə qalan bölgələrə məşğulluq təmin edir. Xüsusilə turizm sektorunda məşğulluğun təmin olunduğu sahələr var.

Milli Statistika Komitəsinin ən son məlumatlarından (Cədvəl 1.) aydın şəkildə görsənir ki, turizm sahəsinə aid yeni yaradılan sahibkarlıq subyektlərinin sayı görə respublika üzrə 4-cu yer tutur. Bu statistik məlumat bir daha sübut edir ki, turizm həm məşğulluq probleminin həllində həm də regional inkişafda çox böyük bir paya sahibdir.

Cədvəl 1: İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə fəaliyyətdə olan, yeni yaradılmış və ləğv edilmiş sahibkarlıq subyektlərinin sayı

İqtisadi fəaliyyət növləri	Fəaliyyətdə olan sahibkarlıq subyektlərinin sayı	Yeni yaradılmış sahibkarlıq subyektləri	Ləğv edilmiş sahibkarlıq subyektləri
	2018		
İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə cəmi	244883	83346	28505
<i>o cümlədən:</i>			
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	3122	9509	7013
Sənaye	9369	1770	553
Tikinti	3811	1608	270
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	76777	13497	5041
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	39867	9757	4203
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	18307	2673	971
İnformasiya və rabitə	3398	750	210
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	5298	524	461
Təhsil	3225	1361	262
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	2074	365	106

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi (2019)

Regional inkişaf və turizm problemləri arasında müsbət bir əlaqənin olduğunu söyləmək. mümkündür. Ancaq bu əlaqə Azərbaycanın iqtisadiyyatına çox təsir etmir. Bu səbəblə də ümumi olaraq Azərbaycanın xüsusi Quba-Xaçmaz, Lənkəran-

Astara və Naxçıvan bölgələrində turizmi artıracaq və bununla da regional inkişafını təmin edəcək təkliflər vermək lazımdır. Turizm və regional inkişaf arasındakı əlaqəni artıracaq təkliflər aşağıdakılardır:

- Sənayeləşmənin olduqca aşağı səviyyədə olduğu Azərbaycan kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə regional inkişafın təmin edilməsi turizm baxımından əhəmiyyətli bir sektor. Bu səbəblə xüsusilə turizm baxımından geridə qalan bölgələrdə turizm əhəmiyyətli bir sektor olaraq görmək üçün layihələr, təlimlər, stimullaşdırıcı tədbirlər təşkil edilməlidir;

- Həm dövlətin həyata keçirdiyi siyasətdə, həm də investisiya qərarlarında turizmlə əlaqədar bölgələrə lazımı əhəmiyyət verilməlidir;

- Bölgəyə uyğun turizm fəaliyyətləri təşviq edilməlidir. Dağ turizmi, xüsusilə Quba-Xaçmazda, qış turizmi, təbiət turizmi və eko turizm daha çox təşviq edilməlidir. Bu bölgələrdə turizm fəaliyyəti artırılrsa, regional inkişaf da fayda verəcəkdir;

- Bölgə üçün mədəni turizmi artıraraq bölgədə yaşayan etnik xalqların həyat tərzini turizm sektoruna tanıtmqla, bölgəyə iqtisadi cəhətdən töhfə verilə bilər;

- Təbii gözəlliklərə sahib olan Lənkəran, Şəki-Zaqatala bölgələrini tanıtmqla üçün reklam fəaliyyətləri vurğulanmalıdır. Bölgəni yaxşı tanıtmqla oraya çox sayda turist cəlb edilə bilər. Beləliklə, qonaqlama sayında və bir çox sektorda artım olacaqdır. Bu artım regional inkişafa və məşğulluğa da təsir edəcəkdir;

- Turizm sənayesində işləyəcək insanları yetişdirmək də vacibdir. Çünki bu sektorda ixtisaslı işçilərin işi, xidmət keyfiyyətini və bölgəyə gələn turistlərin məmnuniyyətini artıracaqdır. Daha çox turistin gəlməsi regional inkişafın daha da artacağıının göstəricisidir;

- Turizmi aşağı səviyyədə olan bölgədə turizm agentlikləri ilə əlaqə qurulmalı və bölgəyə turlar təşkil edilməlidir. Bundan əlavə bölgədə yaşayan insanlara turizm haqqında məlumat verilməlidir. Çünki bölgədəki turizm birtərəfli olaraq yerləşmə və inkişaf olaraq görülür. Bu səbəbdən, turizm sektorunun regional inkişafa töhfə

verəcəyi ictimaiyyətə izah edilməlidir. Bundan əlavə, dövlət və özəl sektor bu mövzuda birgə hərəkət etməlidir.

Turizm vacib iqtisadi fəaliyyətdir. Təbii fəlakətlər, epidemiya və terrorizm kimi hadisələr regional və ya qlobal əsasda turizmin ara-sıra dalğalanmasına səbəb olsa da, turizmin bu gün olduğu kimi sürətli inkişafını davam etdirəcəyi gözlənilir.

Çünki, bir tərəfdən insanların turizmə tələbatı gündən-günə artır, digər tərəfdən, ölkələr turizm gəlirləri ilə iqtisadiyyatlarında olan geriləmənin öhdəsindən gəlməyə çalışırlar. Bu səbəbdən turizm bu gün vacib bir iqtisadi və sosial fəaliyyətə çevrildi. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) məlumatlarına görə, 2005-ci ildə beynəlxalq turizmin gəliri 680 milyard dollar təşkil etmiş və həmin il beynəlxalq turizmə qatılan insanların sayı 806 milyon olmuşdur (ÜTT, 2006: 3-4). 74 milyon insan birbaşa işlə təmin olunur, 215 milyon nəfər birbaşa və ya dolayısı ilə turizm sektorunda işləyir. Turizm məşğulluğun vacib sahəsidir və inkişafda vacib bir vasitədir.

Rayon yerlərində turizmin inkişafı ilə həyata keçiriləcək fəaliyyətlər üçün tələb olunan mal və xidmətlər istehsalı artır və daha çox işçi tələb olunur. Bundan əlavə, bu bölgələrdə kənd təsərrüfatına qoyulan investisiyaların artması əlavə məşğulluq sahəsi yaradır. Turizmdə işləyən insanların peşə bilik və bacarıqlarının inkişafı üçün peşə təlimləri də inkişaf edir. Bu da rayonlarda yaşayan işçi qüvvəsinin və məşğulluğunun təhsil səviyyəsinə müsbət təsir göstərir.

Bugünkü şəhər insanları müntəzəm asudə vaxtlarının üstünlükləri ilə uzun tətillərini fərqli yerlərdə keçirmək istəyərlər ki, bu da turistik yerlərin çeşidlənməsi və geniş əraziləri əhatə etməsini labüd edir. Digər tərəfdən, məkan diversifikasiyası turizm növlərinin sürətlə yayılması ilə müşayiət olunur. Bu vəziyyət turizm hərəkətlərində iştirak edən insanların sayının və turizm iqtisadiyyatının həcmının artmasına səbəb olur. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə, beynəlxalq turizmdə iştirak edəcəklərin sayının 2010-cu ildə 1 milyard, 2020-ci ildə isə 1,6 milyarda çatacağı təxmin edilir (ÜTT, 2006: 11). Bu iqtisadi əhəmiyyətə baxmayaraq, turizmin qlobal inkişafı ekoloji və mədəni təhdidlər və pisləşmələr gətirir.

Regional inkişaf iqtisadi və sosial potensialın stimullaşdırılması yolu ilə bir bölgənin rifah səviyyəsinin artmasına aiddir. İqtisadi rifahın bölgələr arasında balanslı paylanması bugünkü cəmiyyətlərdə sosial dövlət anlayışının tələbidir. Regional fərqlərin aradan qaldırılmasına həm milli, həm də regional miqyasda hazırlanan planlar vasitəsilə nail olmaq üçün çalışılır.

Turizm ölkələr, ziyarətçilər baxımından qiymətləndirilir. Təbii, mədəni, tarixi və bənzər sərvətlərə xərclənmədən ibarət olan iqtisadi fəaliyyətə aiddir. Ziyarətçilərin bu müxtəlif tələbləri qarşısında, bölgələrin iqtisadi inkişafını təmin edərək, turizm bölgələrində təklif olunan tədarük ehtiyatlarının çeşidlənməsi, yerli inkişafa əhəmiyyətli töhfələr verir. Lakin, bu təsirlər bölgənin iqtisadi ölçüsündən asılı olaraq dəyişir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin milli gəlirlərindəki xidmət sektorunun payı 70-80% olduğu halda, turizm gəlirlərinin payı 30% civarındadır.

Bir ölkənin nisbətən geridə qalan bölgələrində turizmin inkişafı bu bölgələr ilə inkişaf etmiş bölgələr arasında bərabərsizliyi və ya balanssızlığı azalda bilər. Çünki turizm bölgəyə yeni pul girişi və gəlir artımını təmin edir, bölgə insanları üçün yeni məşğulluq imkanları yaradır, bölgədəki kiçik və orta sahibkarlığı dəstəkləyir, digər iqtisadi fəaliyyət və müəssisələri bölgəyə cəlb edir. Bununla birlikdə, turizm bölgə fərqlərini aradan qaldırmaq baxımından hər vəziyyətdə bir “dərman” sektoru olaraq görülməməlidir. Bunun səbəbi; İnkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi və sosial baxımdan geridə qalmış bölgələrində turizm potensialı olsada, əsas infrastruktur və turizm infrastrukturunu yoxdur, buna görə turizmin inkişaf üçün istifadə edilməsində çətinliklər var. Qərb turistlərini öz standartlarına uyğun xidmət və qurğularla təmin edəcək infrastruktur investisiyaları, adətən böyük kapital qoyuluşlarını tələb edir.

Bu vəziyyətdə, bir ölkədə turizm potensialı olsa da, turizm infrastrukturunu olmayan və ya çatışmayan az inkişaf etmiş bölgələr üçün inkişaf baxımından turizmdən faydalanmaq hər zaman asan deyil. Çünki bir ərazidə turizmin inkişafı üçün yalnız cazibə kifayət deyil. İnfrastruktur, xüsusilə nəqliyyat və yerləşmə, turizm sənayesinin tələblərini ödəyə bilən olmalıdır.

Turizm çoxdan inkişaf üçün vacib bir vasitə kimi görülmüşdür. Çünki turizm gəlir bölgüsündə məkan fərqlərini azaltmaqla regional fərqlərin aradan

qaldırılmasında mühüm rol oynaya bilər. İş yerlərinin açılması potensialını nəzərə alaraq turizm bölgə balanssızlığının aradan qaldırılmasında təsirli sayıla bilər. Bu səbəbdən beynəlxalq turizm inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən inkişafın ən asan yollarından biri kimi görülür. İnkişaf baxımından inkişaf etməkdə olan ölkələrin vacib problemlərindən biri istehsal mənbələri və imkanların olmasıdır. Bu ölkələrin sənaye istehsalı imkanları məhdud olduğundan, turizm potensialına sahib olduqları fərziyyəsi ilə bir xidmət segmenti olaraq görülən turizmə də müraciət edirlər.

İnkişaf etməmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadi inkişaf əldə edilməli əsas şərtlərdən biri də ixracı artırmaqdır. Bu ölkələrdə iqtisadi inkişaf və modernləşmə üçün ənənəvi kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatdan sənaye iqtisadiyyatına keçid zəruridir. Ancaq belə bir dəyişiklik çox böyükdür; kapital, xarici valyuta qazancı və ya xarici borclanma ilə mümkündür. Bu vəziyyət sənayeləşmə üçündür zəruri maliyyələşdirmə mənbələri yaratmaq məqsədi ilə turizm sektora aparır. Turizmin inkişafı üçün lazım olan valyuta girişini təmin edir. Turizmdən gələn gəlirlər, xarici ölkələrin iqtisadi köməkdən daha çox üstünlüklərə malikdir. Çünki siyasi və iqtisadi məhdudiyyətlərdən azaddır və çap vasitəsi kimi istifadə edilə bilməz. Digər tərəfdən turizm kənd təsərrüfatı məhsulları və xammal ixracından qat-qat çoxdur, böyük bir üstünlüyə malikdir. Əvvəla, turizm məhsulları və xidmətləri qiymətlər inkişaf etməkdə olan ölkənin ənənəvi ixrac məhsullarının qiymətlərinə əsaslanır. Turizm də inkişaf edir ölkənin ixracı və mübadilə üçün şaxələndirmə imkanı yaradır bu da gəlirlərin böyük dalğalanmalarını aradan qaldırır. Turizm sektorunun, regional inkişafın və mənbələrin effektivliyi İstifadəsində böyük bir yer və əhəmiyyətə malikdir. Mövzu Azərbaycan daxilində ələ alındığında, Azərbaycan inkişaf etməkdə olan bir ölkə olduğu üçün sərmayə üçün ayrılan vəsait də məhduddur. Məhdud resurslar investisiyaların seçici və investisiyalar yüksək daxili gəliri olan sektorlara üstünlük verir və bu sektorların müəyyən bölgələrdə cəmləşməsi bölgələrarası balanssızlığa da səbəb olur çıxarmaqdadır. Azərbaycan daki bölgələrin inkişaf səviyyəsinə baxdığımızda; Abşeron, Gəncə-Qazax, Naxçıvan bölgələrinin ilk sırada olduğu görülür. Çünki investisiyaların böyük hissəsi bu

bölgələrə qoyulur. Bu bölgələrdən kənarında digər bölgələrdə eyni şans yoxdur və üstəlik inkişaf etməmiş bölgələrdən inkişaf etmiş bölgələrə daimi miqrasiya var. Turizm baxımından hər hansı bir bölgənin inkişafı və inkişafı səviyyəsini həyata keçirmək üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- Bölgənin mədəni dəyərləri (arxeoloji əsərlər, abidələr, folklor və festivallar) təhlili,
- Bölgənin infrastrukturunu (iqlimi, təbii örtükləri və turizm əlverişli torpaq şəraiti) ilkin təhlil,
- Bölgədəki mövcud obyektlər (otel, motel, yataqxana) və yenisini inşa etmək imkanı,
- Bölgədə birbaşa və dolaylı turizm xüsusi mal və xidmətlər istehsal edən və satan təşkilatlar,
- Bölgədəki dövlət sərmayələrinin vəziyyəti,
- Bölgəyə beynəlxalq turizm tələbatının təhlili;
- Bölgədəki yerli xalq turizmi haqqında təsəvvür səviyyəsi,
- Bölgədəki obyektlərdən bölgədə yaşayanlara iş imkanının mövcudluğu,
- Bölgədəki digər sektorlarla birlikdə turizm sektoru əlaqəsi,
- Bölgədə qeyri-hökumət təşkilatlarının olması.

Yuxarıda göstərilən amillər real bir şəkildə analiz edildikdən sonra turizmin regional inkişafa təsiri də artmış olacaq. Ancaq bölgənin turizm potensialı regional bir layihədir, digər potensial aktivlərlə qiymətləndirildikdə, bunun çərçivəsində effektivliyi daha da artırılacaqdır. Azərbaycanın təbii gözəlliklərə və tarixi zənginliklərə sahib bölgələri sənayeləşmənin sürət qazandığı bölgələrdən kənarında, yamaclarda, arxeoloji qazıntıların aparıldığı yerlərdə və ya göl kənarında var.

Turizm sənayesinin əsas xammalı: yaratdığı tarix, folklor, sivilizasiya və mədəniyyət bütün dəyərləri təşkil edir. Azərbaycanın coğrafi quruluşundan ötəri bir çox mədəniyyətə ev sahibliyi edir, tarixə zəngin olan bir çox mədəniyyətlərə şahidlik etmiş bir ölkədir. Bu xüsusiyyətə görə, sənayeləşmə olmayan bölgələrdə turizm sənayesinə rast gəlmək mümkündür. Azərbaycandakı bu zənginliklər yalnız turizm sayəsində emal edilə bilər və milli gəliri artıracaqdır. İqtisadi dəyəri ola bilər.

İqtisadi cəhətdən zəif inkişaf etmiş bölgələrimiz, otel müəssisələri, qida və içki müəssisələri, kurortlar, birbaşa və dolayı yolla motellər, səyahət müəssisələri və sənaye konsern (suvenirilər satan yerlər, dəri dükənləri, zərgərlər, yeşiklər, supermarketlər və s.) turizm vasitəsilə digər müəssisələrdən iqtisadi inkişafılarını gəlirləri ilə dəstəkləyə bilər. Turizmi geoiqtisadi aktivlər, sosial-mədəni dəyərlər, dəyərlər və hadisələr sayəsində ixrac etmək mümkündür. Bəzi xüsusi xidmətlər bölgə üçün xarici valyuta mənbəyinə çevrilir:

- Bölgəyə gələn yerli və xarici turistlər tərəfindən turistik istehlak xərcləri ilə artan turist tələbi. Turizmin ehtiyaclarını ödəmək üçün turizm sərmayələri sektorda istehsal və sektoru müəyyən edən digər sektorlar amillərin gəlirlərini artırır;

- Turizm, ölkədə yeni iş imkanları yaratmaq bölgələrarası gəlir bölgüsünə müsbət təsir göstərməklə bölgələrin tarazlı inkişafa imkan verir. Turizm bir ölkənin az inkişaf etmiş bölgələrinə investisiya yatırılması bölgədə bu sərmayələrin yaratdığı yeni iş imkanları işləyən sektorun gəlirlərini artırarkən həm də onun paylanmasına müsbət təsir göstərir. 2002-ci ildə dünya miqyasında turizm sənayedə birbaşa və dolayı yolla işləyən insanların sayı 198 milyon nəfərdir. (WTTC, 2002: 13);

- Turizmin bölgə iqtisadiyyatına töhfəsi vasitəsilə turistik mal və xidmətlər istehsalının milli gəliri digər sektor istehsalında yaratdığı əlavə dəyər inkişaf üçün böyük əhəmiyyət daşıyır edir;

- Turizm sektoru xidmət sektorunda olsa da, xüsusiyyətlərinə görə 33 sektora təsir göstərir. Yəni bir ölkədə və ya bölgədə turizm inkişafı 33 sektorun inkişafı deməkdir. Ancaq sektorlar üzrə bu ölkədə və ya bölgədə turizm inkişaf etmiş turizm növünə görə dəyişir;

- Turizm sektoruna paralel olaraq turizm gəlirlərinin təsirini artırmaq, kənd təsərrüfatında istehsal keyfiyyətini artırmaq, standartlaşdırmanı təmin etmək və keyfiyyətli məhsulu realizə etmək onun dəyərini tapmasına səbəb olur. Nəticədə, o bölgədə kənd təsərrüfatı ilə yaşayan insanların gəlirlərində artım olacaq. Bu məhsullar olmasaydı əsl dəyərlərini tapa bilməzdi, gəlirin azalması olardı. Bu vəziyyət xüsusilə Azərbaycan üçün son son dərəcə vacibdir. Çünki insanların çoxu kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatının ümumi olduğu bölgələrdə turizmin inkişafı kənd

təsərrüfatı ilə yaşayan insanların gəlir və firavanlığı deməkdir Bu inkişaf səviyyənin artması deməkdir. Kənd təsərrüfatında gizli işsizlik problem turizmin inkişafı ilə paralel olaraq ortadan qalxır və qalxmaqdadır. Buna görə işsizlər sənayeləşmiş bölgələrə immiqrasiyanın qarşısı alınır və bölgələrarası balanssızlıq minimuma endirilir;

- Turizm sektorunun inkişafı nəticəsində, bölgədə sakinlər, evlərini turistlərə hostel olaraq icarəyə verirlər Onların vasitəsilə gəlir əldə edirlər. Ancaq ailə və eyni dam altında yaşayan turistlərin sosial-iqtisadi həyatı inkişafa müsbət töhfə verir. Turizm yolu ilə qısa müddət ərzində strukturun sosial-iqtisadi məzmunu ilə dəyişməsi, müasir sivilizasiya səviyyəsinə çatan cəmiyyətlər üçün sonuncu son dərəcə vacibdir;

- Bir bölgədəki turizm təbiətə əsaslanır. Böyük şəhərlərdə və sənaye mərkəzində qazanc əldə edən insanlar ölkə səviyyəsində kənd yerlərinə köçürməklə beynəlxalq səviyyədə gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsində təsirli olur. Bu proses bölgələrarası balanssızlığın aradan qaldırılmasında rol oynayır.

- Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə bir ekoloji şüurun inkişafına səbəb olur. Təmiz ekoloji turizmin əsas şüarıdır. Turizm ətraf mühiti qoruyacaq, hava və suyun çirklənməsinin qarşısını alacaq, ekoloji model inkişaf edəcək və inkişaf prosesinin inkişafına səbəb olacaqdır;

- Turizm potensialı olan bölgələrdə sakinlərin sosial-mədəni dəyərləri köhnəlməyəcək və hətta dəyər qazanacaqdır. Çünki adət və ənənələr bölgə üçün cəlbedici amildir olacaq. Bu cazibə turizm elementlərinin sərvətidir. Bu həm də bölgənin inkişaf prosesini sürətləndirəcəkdir;

- Turizm sektorunun inkişafından asılı olaraq bölgədə fiziki infrastruktur problemi də yox olur. İnkişaf yaxşı hazırlanmış bir infraqurudurdan asılıdır. Məsələn yol, su, elektrik, kanalizasiya, dayanacaq və rabitə fiziki infraqurudurları inkişaf edəcəkdir. Turizm təchizatı potensialına görə mövcud olan digər infraqurudurlar sənaye bölgələri ilə balanssızlığı minimuma endirdi olacaq.

Yuxarıda göstərilən inkişaf amillərinin reallaşma sürəti və ya bölgənin turist təchizatı məlumatları, turizm sektorunun istifadəsi və ölkənin inkişafı üçün prioritet sektor olacaqdır.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA REGIONAL TURİZM SAHİBKARLIĞININ MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

2.1. Azərbaycanca regional turizm sahibkarlığının inkişaf xüsusiyyətləri

İnsanların yaşadıkları yerlərdən çıxmaq və yaxın və uzaq mühitlərdə yeni yerlər görmək istəyi və arzusu ilk əsrlərdən bu günə qədər hər zaman sürət qazanmaqla artmışdır. Erkən əsrlərdə yerdəyişməyə səbəb olan bir çox dini və ya iqtisadi amillər olsa da, ümumiləşdirmə aparmaq lazım olarsa, qidalanma ehtiyacını ödəməyə yönəldildiyini bildirmək olar. Maraqlıdır, yeni yerləri görmək və yeni mədəniyyətlərlə tanış olmaq istəyi, zaman keçdikcə yerdəyişməyə səbəb olan amillərə əlavə olaraq turizm hərəkətlərinin yaranmasına və yayılmasına təsir edən amillər arasında öz yerlərini tutdu. Son illərdə insanların yerdəyişməsi, boş vaxtlarından səmərəli istifadə etmək və şəhər həyat tərzinin yaratdığı stres və çətinliklərdən uzaq olmaq (qısa müddətə baxmayaraq), təbiətə inteqrasiya istəyi və təbii mühitdə tətillik etmək istəyi, turizmin yeni anlayışları kimi amillər əldə etmək üçün zəmin hazırladı.

Təbiətinə görə turizm sektoru daim iqtisadi, sosial, mədəni və təbii mühitlə qarşılıqlı əlaqə qurur; İlk baxışdan əhəmiyyətsiz görünsə də, yerləşmə, qida və içki, nəqliyyat, əyləncə, istirahət və səyahət təşkili kimi bütün xidmətləri özündə cəmləşdirir və dünyanın ən sürətli inkişaf edən sektorudur.

Turizm sektorunda həyata keçirilən fəaliyyətlərdən asılı olaraq xarici valyuta, tədiyyə balansını asanlaşdırmaq və məşğulluq yaratmaq kimi müsbət təsirlərinə görə ölkə iqtisadiyyatına töhfə verir. Dünya Turizm Təşkilatının 2015-ci ildə turizm statistikasına görə, qlobal miqyasda həyata keçirilən turizm hərəkəti 1,2 trilyon dollar gəlir gətirir və 1,2 milyard insanın beynəlxalq turizmdə iştirak etdiyini ortaya qoyur. Dünya Turizm Təşkilatının gözləntiləri belədir; 2020-ci ildə təxminən 1,6 milyard insanın turizm fəaliyyətlərində iştirak edəcəyi və təxminən 2 trilyon dollar xərcləyəcəyi təxmin edilir. Məlumatlara əsasən, turizmin dünya iqtisadiyyatının ən böyük və ən sürətlə böyüyən sahələrindən biri olduğu və yaxın gələcəkdə bu xüsusiyyəti qoruyacağı anlaşılır.

Müstəqilliyin ilk illərində Ermanistan ilə baş verən müharibə, Qarabağı işğalı, kütləvi şəkildə qaçqın və məcburi köçkün axını və onların əsasən turist bazalarında, sanatoriyalarda, müxtəlif istirahət və otellərdə yerləşdirilməsi Azərbaycanda turizm sahəsinə böyük zərər vurmuşdur (Soltanova H., 2015: s.20).

Müharibə və qeyri-sabitlik, iqtisadi böhran, təhlükəsizlik problemləri, əhali gəlirlərinin böyük həcimdə azalması və bəzi turizm obyektlərinin işğal altında olan ərazilərdə qalması və ümumiyyətlə, turizmin idarə edilməsində mərkəzləşdirilmiş sistemin dağılması turizm sənayesində tənəzzülə səbəb oldu (Soltanova H., 2015: s.20).

Turizmi bərpa etmək, bu sahədən gələn gəlirləri artırmaq, yeni məşğulluq sahələri yaratmaq məqsədilə 1991-ci ildə Nazirlər kabineti nəznində Xarici Turizm Şurası yaradıldı. Bu qərardan sonra turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin tədricən özəlləşdirilməsinə başlanmışdı. Turizm sahəsində özəl sektorun payı artdı. Regionlarda mövcud olan mehmanxanalar, otellər özəlləşdirildi. Ardınca Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyi yaradıldı.

1995-ci ildən sonra turizm ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyətli paya sahib olmasada, dövlət gəlirlərində turizmin çox kiçik gəlir gətirsədə bu sahədə yeni-yeni şirkətlər, turoperatorlar, mehmanxanalar yaradıldı.

Turizm xidmətlərindən istifadə edənlərin hüquqlarının qorunması, normativ-hüquqi aktların nizamlanmasına yardım göstərilməsi, beynəlxalq turizm bazarında Azərbaycanın imicinin yüksəlməsi, turizm gəlirlərinin artırılması və qeyri-neft sektorunun inkişafında turizm payının artırılması məqsədilə 2001-ci ildə Azərbaycan Turizm Sənayesinin İnkişafı İttifaqı (ATSİİ) yaradıldı.

“2002-2005-ci illər üçün turizmin inkişafının Dövlət Proqramı”, “2010-2014-cü illər üçün turizmin inkişafının Dövlət Proqramı”, “Azərbaycan Respublikasının regionlarının 2009-2013-cü illərdə inkişafının Dövlət Proqramı”, Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət Proqramını təsdiq edən fərmanları bu sahənin inkişafını sürətləndirmişdir. Azərbaycanda turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsi üçün turagent və turoperatorların fəaliyyəti vacib şərtlərdəndir. 2015-ci ilin məlumatına görə, Azərbaycanda Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən lisenziya almış 277 turizm şirkəti vardır.

Cədvəl 2: Azərbaycan Respublikası ərazisində fəaliyyət göstərən mehmanxanaların illər üzrə sayı

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	499	508	514	530	535	536	548	563	596

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statixsa Komitəsi (2018)

Yuxarıda göstərilən qrafikdən də aydın şəkildə görsənir ki, görülən bütün bu işlər öz nəticəsini vermişdir.

Mehmanxana tipli müəssisələrin sayının davamlı şəkildə artması ölkədə turizmin sahəsinin inkişaf etdiyini, həm daxili həm də xarici turistlərin sayını artdığını sübut edir. Aşağıda göstərilən məlumatlardan aydın olur ki, Azərbaycana gələn turistlərin sayı cari dövrə nisbətən kəskin artışıdır.

Turist müəssisələri öz xarakteristikasına görə fərqlənir. Turist müəssisələrinin təyinatına, iqtisadi imkanları istehsal xidmət keyfiyyəti və yerləşmə coğrafiyasına görə müxtəlif və eyni göstəricilər və xarakteristikalar kəsb edir. Dünya təcrübəsinə turist müəssisələri turistlərin yaşaması (gecələməsi üçün istifadə olunan otellər, motellər, turist bazaları daxildir) (Ə.Q.Əlirzayev., 2010: s.74).

2020-ci ilin yanvar-fevral aylarında Azərbaycana dünyanın 149 ölkəsindən 426,1 min və ya əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 17,0 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir. Gələnlərin 28,7 faizi Rusiya Federasiyası, 28,7 faizi Gürcüstan, 11,2 faizi Türkiyə, 6,2 faizi İran, hər birindən 2,6 faiz olmaqla Səudiyyə Ərəbistanı və Hindistan, hər birindən 1,8 faiz olmaqla Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Ukrayna, 1,6 faizi Küveyt, 1,5 faizi Pakistan, 1,4 faizi Qazaxıstan, hər birindən 1,1 faiz olmaqla Türkmənistan və İraq, 0,9 faizi Böyük Britaniya, hər birindən 0,8 faiz olmaqla İsrail və Özbəkistan, 7,1 faizi digər ölkələrin vətəndaşları, 0,1 faizi isə vətəndaşlığı olmayan şəxslər olmuşdur. Gələnlərin 72,3 faizini kişilər, 27,7 faizini isə qadınlar təşkil etmişdir.

Ölkəmizə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 64,0 faizi dəmir yolu və avtomobil, 35,0 faizi hava, 1,0 faizi isə dəniz nəqliyyatından istifadə etmişdir.

2019-cu ilin yanvar-fevral ayları ilə müqayisədə xarici ölkələrə gedən Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının sayı 12,2 faiz artaraq 820,6 min nəfər olmuşdur (Dövlət Sərhəd Xidməti, <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4594>).

Turizm çoxsaylı amillərin təsiri ilə inkişaf edir. Bu amillər aşağıdakılardır.

Demografik amillər - sənayə və xidmət sahələrinin inkişafı nəticəsində urbanizasiya prosesi artır. Şəhərlərdə yaşayan insanlar sıxlıq və stress azad olmaq üçün səyahət etməyə başlayırlar.

İqtisadi amillər - ölkə iqtisadiyyatının inkişafı ilə bağlıdır. Ölkə iqtisadiyyatda əmtəə istehsalına nisbətən daha yüksək əmtəə məhsuldarlığının artması nəticəsində əmək istehlakının payının artmasının şahidi olur. bütün sahələrdə elmi və texnoloji tərəqqi sürətlənmə və əhali artımı da iqtisadi amillərlə əlaqədardır.

Sosial amillər - insanların yaşayış və iş şəraitinə təsir edən amillərdir. Azərbaycan turizminə birbaşa təsiri, ödənilən əmək haqqının miqdarının artması. Buda öz növbəsində turistlərə ildə iki dəfə (əsasən yay və qışda) səyahət etməyə imkan verir.

Əlverişli coğrafi şəraiti, zəngin təbii, tarixi, mədəni potensialı, geniş turizm potensialı, demək olar ki hər növ turizmin inkişafı üçün lazımı bazaya və insan resursları olan ölkəmiz iqtisadi inkişafın indiki mərhələsində neft və qaz ehtiyatlarının istismarından əldə etdiyi gəlirlərini iqtisadiyyatın şaxələnməsi istiqamətində səmərəli istifadəsinə yönəldərək strateji sahə kimi turizmin inkişafında da əsas hədəfə çevirmişdir. Buna səbəb isə turizmin əmək resursu tələb edən bir sahə olduğuna görə eyni anda məşğulluq problemini də həll etməsidir. Yuxarıda da bəhs edilidiyi kimi ölkədə həyata keçirilən «Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı» sayəsində sürətli sosial-iqtisadi inkişaf əldə edilmişdir.

Turizm bazarının sosial mahiyyəti əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artması, ölkəyə kapital qoyuluşunun artması, ev təsərrüfatında turistlərin istehlakı üçün

məhsul istehsalı və xidmətlərin göstərilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı, mənzil kirayəsi ilə bağlıdır.

Turizim bütün dünyada investisiya qoyuluşu üçün ən gəlirli sahələrdən biri hesab olunur. Turizmin inkişafı üçün nəqliyyat şirkətlərinin, hava limanlarının, gəmiçiliklə bağlı resursların, mehmanxanaların artımı və bu sahələrdə kapital qoyuluşu, regionlardakı turizm potensialın düzgün qiymətləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi nəticəsində ölkəyə kapital axışı, işsizlik səviyyəsinin aşağı salınması kimi müsbət nəticələr verir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu gün Azərbaycan turizmin hazırkı səviyyəsi və inkişaf dinamikası qənaətbəxş olsada, inkişaf edən turizm sektorunda da bəzi problemlər var. Əlavə etmək lazımdır ki, mövcud problemlərin əhəmiyyətli bir hissəsi turizm sektorunun fəaliyyəti ilə əlaqədardır və onun inkişafı ilə paralel olaraq dəyişə bilər. Əsas problemlər bəziləri bunlardır; marketinq problemi, turizmin planlaşdırılması problemi, ekoloji problemlər, turizmin şaxələndirilməsi problemi, mövsümi dalğalanma problemi, nəqliyyat problemi, formalaşmayan turizm siyasəti, iş problemi, turizm maarifləndirmə problemi, infrastruktur problemi, təşkilat problemi, təhlükəsizlik problemi, sosial-iqtisadi və siyasi inkişafdan irəli gələn problemlər, təhsil problemləri, marka problemləri, kirayə evlər və bağ evləri problemləri.

Yuxarıda sadalanan problemlərin bəzilərində daha yaxından nəzər salmaq.

Təqdimat və marketinq məsələləri - Bir bölgədə turizmin inkişafı ilk növbədə bölgənin sahib olduğu təbii, tarixi və mədəni sərvətlərin bazarda təsirli və dəqiq təqdim olunmasından asılı olduğundan, turist məhsullarını istehlakçılara çatdırmağı təmin edən ən vacib amil tanıtım və marketinq fəaliyyətidir. Bazarda təsirli şəkildə təşviq edilə bilməyən turistlərin gəliş sayı, istədikləri səviyyədə olmadığını göstərir. Buna görə təyinat və marketinq təcrübəsi baxımından istiqamətlərin çatışmazlığı vacib bir problemdir. Bölgə və şəhər təşviqi və marketinq fəaliyyətlərinə müraciət etmək, rəqiblərlə mübarizə və istiqamətlərin marketinq fəaliyyətində qaynaqlardan səmərəli istifadə etmək lazımdır.

İxtisaslı işçi qüvvəsi problemləri - Bir bölgədə turizmin inkişafı ixtisaslı, lazımlı təlim və təchiz olunmuş kadrların işə cəlb edilməsindən çox asılıdır. Azərbaycan turizm sahəsində müəyyən bir təhsil standartı olmadığından, tələbələr ümumiyyətlə sektorla baş edə bilməyəcəkləri qatı bir təhsil almaqdadırlar. Bundan əlavə, turizm yüksək səviyyədə qəbul edilən və hörmət edilən bir sektor olaraq qəbul edilmədiyindən müvəffəqiyyətli tələbələr tərəfindən seçilən, lakin yetərli dərəcədə tələbə olmayan bir şöbədir. Əvvəlcə turizm təhsili verən məktəblər bu məsələyə həssaslıqla yanaşmalı, sonra turizm müəssisələri təhsilli işçi qüvvəsi işləməlidir.

İnfrastruktur problemləri - Bir bölgənin təbii gözəllikləri o bölgədə turizmin inkişafı üçün kifayət deyil. Təcrübəli turizm məhsulu seçilmiş bir bölgə üçün infrastruktur (elektrik, su, rabitə, nəqliyyat vasitələri və s.) Və üst quruluş (turistik obyektlər, fəaliyyətlər, alış-veriş imkanları və s.) investisiya tələb olunur. Bu sərmayələr kifayət edərsə, hədəfin turizm fəaliyyətini inkişaf etdirə biləcək.

Xidmət keyfiyyəti problemləri - Turizm müəssisələri və inkişaf etməyən istiqamətlərin başqa bir problemi xidmət keyfiyyətidir. Xidmət keyfiyyətindəki fasilələr turistlərin yenidən bir yerə getmək istəyinə mənfi təsir göstərir. Bu çərçivədə turizm müəssisələrinin və istiqamətlərin məqsədi müştərilərin keyfiyyətli gözləntilərinə cavab vermək və hətta onları aşmaq olmalıdır. Çünki keyfiyyətli məhsul və xidmətlər təqdim edə bilməyən və müştərilərini məmnun edə bilməyən müəssisələr sadıqlıyını təmin edə bilmədikləri üçün uğursuz olacaqlar. Bu baxımdan turizm şirkətlərinin müştərilərinə yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlər göndərməsinin tək-cə işi deyil, həm də təyinatı məmnun edəcəyini və onunla uğur gətirəcəyini söyləmək olar.

Maliyyələşdirmə məsələləri - Turizm sənayesində əhəmiyyətli maliyyə problemləri var. Əmanətləri turizm sektoruna köçürə bilməmək, əlverişli şərtlərlə bank kreditləri almamaq, yeni maliyyələşdirmə metodlarını bilmədən tətbiq etmək və xarici kapital qoyuluşlarının azlığı turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün vacib problemlərdir. Yüksək investisiya xərcləri, turist tələbinin dəyişkənliyi, yüksək inflyasiya problemi və yüksək faiz dərəcələri səbəbindən turizm müəssisələri kifayət qədər sərmayə edə bilmirlər. Bütün dünyada və

Azərbaycanda turizm müəssisələrin maliyyə problemləri, sektordakı müəssisələrin və bu səbəbdən sektorun müvəffəqiyyətini mənfi olaraq təsir etməkdədir.

Təhlükəsizlik məsələləri - Təhlükəsizliyin insan fəaliyyətinin hər bir sahəsinə ehtiyac olduğu açıqdır. Xüsusilə insanların turist olduğu bir sektorda təhlükəsizlik problemi xüsusilə ölkənin imicinə xələl gətirəcək ciddi təsir göstərir. Çünki belə bir mühitdə turistlər səyahət etməkdən qorxur və özlərini etibarsız hiss edirlər. Buna görə gözlənilən turist gəlişini reallaşdırmaq olmur. Bu böyük problemin öhdəsindən gəlmək üçün hökumətlər və özəl sektor təhlükəsizlik məsələlərini nəzərə almaq və qarşısını almaq üçün siyasətlərini və investisiya qərarlarını qəbul edərək birlikdə hərəkət etməlidirlər.

2.2. Turizmin inkişafının regionlarda əhəlinin məşğulluq səviyyəsinə təsirinin qiymətləndirilməsi

Sektorun məşğulluq effekti turizmin inkişafı və turizmə tələbatın intensivliyindən asılıdır. Turizmin inkişafı ilə paralel olaraq sektoral turizm obyektlərinə qoyulan investisiyaların artması, turizm şirkətlərinin işçi qüvvəsinə tələbini artırır. Digər tərəfdən mövsümi turizm özəlliyi nəticəsində turizm fəaliyyətinin intensivləşdiyi dövrlərdə işçi qüvvəsinə tələbat artır və aktivliyin azaldığı dövrlərdə əmək tələbi azalır. Bu baxımdan hər il turizm sektorunda birbaşa və dolay yolla məşğul olanların sayı haqqında bəzi qiymətləndirmələr aparılsa da, sektor tərəfindən yaradılan məşğulluq həcmnin ədədi ölçüləri və dəqiq müəyyənləşdirmək çətindir. Bu vəziyyətin əsas səbəblərini aşağıdakı kimi izah etmək olar:

- Kütləvi turizmin sıx olduğu bölgələrdə turizm fəaliyyətinin ilin müəyyən aylarında intensivləşdiyi və buna görə turizm sektorunda mövsümi işçi qüvvəsi işlədiyi müşahidə olunur. Bundan əlavə, turizm müəssisələrində çalışanların sayı ildən-ilə dəyişir, bu da statistik məlumat əldə etməyi çətinləşdirir.

- Turizm sektorunda çalışan işçi qüvvəsinin nə qədərini turizm sektoruna birbaşa xidmət etdiyini və bunun nə qədər bölgə xalqına xidmət etdiyini müəyyən etmək çətindir. Başqa sözlə, turizm xidmətlərində çalışanların çoxunu turizmlə

əlaqəsi olmayan, lakin oxşar işlərdə işləyənlərdən çox fərqləndirmək olar. Məsələn, bəzi rəsmi mənbələrdə, sektorun məşğulluq yaradan təsiri, yerləşmə müəssisələrini qida müəssisələri ilə, nəqliyyat sektoru ilə birləşdirməklə müəyyən edilir. Məşğulluq, turizmlə əlaqəsini ifadə etmədən verilir.

- Məşğulluq statistikasını yalnız işləyənləri əhatə edir. Bu, öz iş yerlərində işəgötürənləri və işçiləri əhatə etmir. Turizm xidmətlərinin əksəriyyəti turistlərə demək olar ki, dünyanın hər yerində, böyük və kiçik ailə bizneslərində təklif olunur. Bunun nəticədə ümumi işçi qüvvəsi daxilində öz iş yerlərində işləyən işçilərin nisbəti mühüm səviyyəyə çatır. Buna görə turizm sektorunda məşğulluq statistikasının qeyri-kafi olduğunu söyləmək olar.

Bununla birlikdə turizmin məşğulluğa təsiri ümumi deyil və turizm daxilində digər sektorlardan olan insanlar işə cəlb edilə bilər. Bu səbəbdən turizmin məşğulluğa təsirini və məşğulluğa real təsirini görmək çətindir. Həm də mövsümi xarakter daşıyır. Məşğulluq, qeyri-turizm sənayesində tam zamanla işləyən insanları cəlb edə bilməsi, bu sahədə daim işləyənlərin həvəslərini poza bilər.

Turizm sektorunda xidmət göstərən və alan insandır. Buna görə, məşğulluq siyasətinə üstünlük vermək istəyən hökumətlər üçün ən prioritet sahələr sırasında yer alır. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatına (UNWTO) görə, turizm sektoru dünyada məşğulluq yaradılması baxımından birinci olacaqdır.

Turizm sektorunda qadınlar, part-time işçilər, ikinci işi olanlar və çox gənc və ya çox yaşlı insanlar işlə təmin olunduğu geniş şəkildə müşahidə olunur. Turizm sektorunun işsizlik probleminin həllinə verdiyi töhfə ilk baxışdan azdır, çünki evdar qadınlar, tələbələr və təqaüdcülər kimi işsizlik statistikasına daxil olmayan insanlar mövsümi olaraq intensiv şəkildə işə götürülür. Digər tərəfdən bəzi turizm şirkətləri emal sənayesi ilə müqayisədə daha yaxşı iş şəraiti və ya əmək haqqı təmin etməklə mövsümi işçi qüvvəsi tələb edirlər. Bu sektorların olması turizm işçi axınına səbəb olacaqdır. Turizm sektorunun bu xüsusiyyəti bu sektorun inkişafında, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, yeni iş imkanlarının artırılmasında və beləliklə məşğulluğun inkişafında mühüm rol oynayacaqdır. Məsələn, bir ölkədə turizmin

inkişafı üst quruluşlu sərmayələrin və valyuta gəlirlərinin artmasına gətirib çıxaracaq ki, bu da yeni məşğulluq imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə açacaqdır.

Turizmin xarakter etibarı ilə sosial yönlü fəaliyyət sahəsidir. Onun sosial mahiyyəti iş yerlərinin yaradılmasıdır. Bu, ev təsərrüfatlarının inkişafı, sahibkarlığın genişlənməsi və bazarda uyğun mal və xidmətlərin istehsalıdır. (Ə.Q.Əlirzayev., 2010: s.107).

Bir bölgədə turizmin inkişafı və turizmə tələbatın artması ilə paralel olaraq yeni obyektlər və investisiyalar başlayır. Beləliklə, turizmin ilk gəliri xərcləmə və gəlir axını yaradaraq ölkə iqtisadiyyatındakı digər sektorlara yayılır. Məlum olduğu kimi Turizmin mövsümi xarakterinə görə turizmin cəmləndiyi yay dövrlərində turizm sektorunda məşğulluğun artması qışa nisbətən daha da artır. Turizmin mövsümi xarakteri səbəbindən, bu dövrlərdə ixtisaslı olmayan işçi qüvvəsinin məşğulluğuna böyük töhfə verilir təmin etməkdədir. Verilən investisiyaların həyata keçirilməsi və yeni qurğuların istifadəyə verilməsi ilə paralel olaraq sektorda çalışan ixtisaslı insanların sayı artacaqdır. Turizmin yaratdığı inkişafı yeni investisiyalar və biznes sahələri meydana ortaya çıxması işçi qüvvəsinə tələbatı artıraraq məşğulluğun artmasına səbəb olur.

Bu baxımdan turizm sektorunda məşğulluğun əsas xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək mümkündür.

- Turizm sektorunda çalışan qadın kadrların sayı bəzi digər sahələrə nisbətən daha çoxdur. Səbəb olaraq, qadınların bilik və bacarıqlarına əsaslanan daha çox iş sahəsinin olduğunu söyləmək olar. Ancaq bu nisbət turizm sektoru üçün arzu olunan səviyyədə deyil.

- Kütləvi turizminin sıx olduğu bölgələrdə turizm sektorunun mövsümlük iş gücü ilə çalışdığı müşahidə edilməkdədir.

- Turizm sektorundakı işçi qüvvəsinin sosial-iqtisadi və sosial-demoqrafik baxımdan qarışıq bir xüsusiyyəti var. Turizm sektorundakı eyni iş daxilində fərqli yaşda, peşədə olan insanlar (tələbələr və ya əvvəlki peşəsi olanlar),fərqli gəlir və mədəniyyət qrupuna daxil olan insanlar ola bilər.

- Mövsümi xüsusiyyətlərə malik işçi qüvvəsinin intensivliyi səbəbindən turizm sektorunda milli və beynəlxalq səviyyədə neçə nəfərin işlədiyini statistik olaraq müəyyən etmək mümkün olmaya bilər.

- Turizm sektorunda işləyən işçi qüvvəsinin nə qədərini turizm sektoruna birbaşa xidmət etdiyini və bunun nə qədərini yerli əhaliyə xidmət etdiyini müəyyən etmək çətinlikdir.

- Turizm sektorunda dövriyyə yüksəkdir. İş şəraitindəki çətinlik, mövsümlük, aşağı əmək haqqı və cəlbedici təkliflər bu nisbətini daha da artırır.

- Turizm sektorunda ölkələrin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq beynəlxalq səviyyədə xarici işçi qüvvəsi cəlb etmək mümkündür. Səyahət agentliklərində işləyən bələdçilər, otel müəssisələrində və animatorlarda çalışan ön masa heyəti və s.

- Nəqliyyat və yerləşmə kimi alt sektorlarda çalışan işçilərin günün müxtəlif saatlarında 24 saat ərzində xidmət göstərmələri. Bu səbəbdən turizm sektorundakı xidmətlərin davamlılığı və gündə 24 saat xidmət tələb edən istehlakçının varlığı.

- Turizm sektorunun yaratdığı bir çox alt peşə qrupları yüksək səviyyədə bacarıq tələb etmir. Məsələn; bağçılıq, iş yerlərinin təmizlənməsi, alınması və saxlanması və s.

- Turizm sektorunda işləyən işçi qüvvəsinin birləşməsi və kollektiv danışıq gücü zəifdir. Bu, turizm sektorunun hələ sistemli və güclü bir bazarlıq quruluşuna çatmaması ilə əlaqədardır.

Yuxarıda müzakirə olunan xüsusiyyətləri inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr çərçivəsində nəzərdən keçirsək, bəzi fərqləri görmək mümkün olacaqdır. Məsələn, inkişaf etmiş ölkələr ilə inkişaf etməkdə olan və ya az inkişaf etmiş ölkələrdə ödənilən əmək haqqı səviyyəsi arasında fərqlər var. İnkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etməmiş ölkələr digər ölkələrə nisbətən daha aşağıdır. Məşğulluqla bağlı qeydlər inkişaf etmiş ölkələrdə daha sağlam saxlanıla bilər və ya işçilərin birləşməsi daha mümkündür, ancaq inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu cür nümunələri görmək daha çətin ola bilər.

Turizm sektorunun inkişafı ilə məşğulluq arasındakı əlaqə üç addımlı bir prosesi göstərir. Onlar aşağıdakılardır.

Birinci səviyyədə, başlanğıc illərində yaradılan bir iş üçün orta xərclər mütənasib olaraq yüksəkdir. Bir tərəfdən; Müasir turizmin tələb etdiyi yüksək keyfiyyətli obyektlərin tikilməsinin zəruriliyi, digər tərəfdən infrastrukturla əlaqəli investisiyaların çox vaxt əhəmiyyətli ölçülərə çatması bir yaradılışın orta qiymətini artırır. Bu dəyəri artıran bir amil də lazımı səviyyədə təcrübə və təşkilatçılığın olmamasıdır.

İkinci mərhələdə daha sadə ehtiyacları olan turistlər üçün və dəbdəbədən uzaq sadə obyektlərin inşasına keçid, təcrübə toplama və təşkilatlanma qabiliyyəti, aşağı kapital tələb edən otel investisiyalarının cəmlənməsi bir sahəyə görə orta xərcləri azaldacaqdır. Bu baxımdan turizm sektorunda yaranan kapital dəyəri digər sektorlara qarşı vəziyyətinə dair qəti bir nəticə əldə etmək çox çətin görünür. Bununla birlikdə, xüsusilə beynəlxalq turizmin tələblərinə cavab verən otellərin qurulması məsələsinə gəldikdə, bütövlükdə turizm sektorunda yeni bir iş yeri yaratmaq üçün orta xərc bütövlükdə istehsal sektorlarının qiymətindən aşağı olmamalıdır.

Turizmin inkişafının üçüncü mərhələsində yaradılacaq iş birliyi yenidən artan kapital dəyəri vasitəsi ilə olacaqdır. Daha uyğun olmayan yerlərdə tikinti ehtiyacı, daha yüksək torpaq dəyəri, tikinti xərclərinin artması, mövcud obyektlərin rahatlıq səviyyəsini artırmaq üçün tələb olunan investisiyalar, rabitə və daha yüksək potensiala çatma zəruriliyi kimi səbəblərə görə kapital xərcləri yenidən yüksələcəkdir.

Məşğulluq anlayışını müxtəlif yollarla müəyyən etmək mümkündür. Ümumiyyətlə, məşğulluq "mal və ya xidmətlər istehsalında işləmək və gəlir əldə etmək istəyən və işləmək istəyən insanları işə cəlb etmək" olaraq təyin edilə bilər. Məşğulluq daimi iş yerləri deməkdir; işsizlik, tam məşğulluq və çox işləmə kimi təsnif edilir. Bununla birlikdə, əmək təklifi ilə tələb arasındakı əlaqə yaratdığı ehtiyaclardan dolayı iş vaxtından başqa iş münasibətlərini ifadə edən atipik (çevik) məşğulluq növləri (part-time iş, müvəqqəti iş, telefon işi, ev işi, kreditlə işgüzar

münasibətlər, çağırış işi, iş mübadiləsi, növbə işi) üzən iş vaxtı, sərbəst iş və subpodratçı müqavilələrlə işləmək.

Cədvəl 3: İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə muzzla işləyən işçilərin sayı

İqtisadi fəaliyyət növləri	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	250.3	286.8	284.0	284.8	291.8	291.7	287.2
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	74.3	64.9	71.2	73.1	70.3	70.7	72.0
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	13.4	16.8	21.7	21.8	22.9	22.8	23.4
İnformasiya və rabitə	27.4	24.3	26.3	26.1	25.0	24.9	26.6
İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət	49.9	53.7	57.7	56.7	56.2	54.3	54.7
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	10.1	14.1	16.6	16.9	16.8	16.9	16.4

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi (2018)

Yuxarıdakı cədvəldən də aydın şəkildə görsənir ki, son 13 il ərzində həm turizm sahəsində həm də turizm ilə əlaqədar digər sahələrdə işləyən insanların sayı durmadan artır.

Turizm sektoru qonaqpərvərlik sektoru adlandırdı. Müəssisələri ilə xidmət elementi baxımından əhəmiyyətli bir yerə sahibdir. Turizm şirkətləri həm məhsul istehsalında, həm də bu məhsulların təqdimatında işçi qüvvəsindən geniş istifadə edirlər. Xidmət sektorunda onsuz da insan çox vacib bir amildir. Turizm sektoru həm də əmək tələb edən istehsal tərzli olan bir sektor kimi xarakterinə görə əhəmiyyətli məşğulluq imkanları təmin edir. Məşğulluq imkanları təmin edilərkən daxili qaynaqlar, xarici qaynaqlar, universitetlər, institutlar məşğulluq agentlikləri kimi bir çox şirkət meydana gəldi və sektor və xidmət sahələri ilə əlaqədə olan turizm müəssisələri meydana gəldi. Bir turistin xərcləri də dolaylı yolla turizm sektoruna daxil olan müəssisələr tərəfindən istifadə olunur. Məsələn, bir otel içərisində ziyafət təşkilatı xarici şirkətlərdən kömək alaraq müvəqqəti məşğulluq yaratmaq imkanı verir. Bu baxımdan turizm sektorunda avtomatlaşdırmanın tətbiqi məhdudlaşır və texnoloji inkişaf nə qədər sürətlə artırsa, işçi sayı yalnız minimuma endirilə bilər.

Bir bölgədə və ya ölkə iqtisadiyyatında yaradılan turizm sektoru məşğulluq növləri var

1-Birbaşa məşğulluq: Turizmə olan ehtiyaclar və turizm ehtiyacları

Yaşayış, yemək, içki, nəqliyyat, turizm agentlikləri, hava limanları kimi bütün turizm müəssisələrində təmin olunan məşğulluq birbaşa məşğulluq adlanır.

2-Dolayı məşğulluq: Turist istehlakçılarına birbaşa xidmət etmir

Bununla birlikdə, gəlir qazanan digər sektorlarda meydana çıxan yan məşğulluq, yəni turizm sektoruna girən və məhsul verən. Məsələn, yaşayış müəssisəsinin imkanlarını genişləndirməyə başlanan yeni bir hissənin inşasında çalışan işçilərdən ötəri məşğulluq nümunə olaraq verilə bilər.

3-Stimullaşdırılmış məşğulluq: birbaşa və dolayı məşğulluq yolu ilə əldə edilən gəlirlərin yenidən xərclənməsi ilə iqtisadiyyatda meydana gələn əlavə məşğulluq. Turizm sahəsindəki müxtəlif fəaliyyətlər nəticəsində artan gəlir və yaşayış səviyyəsinə sahib olan şəxslərin gəlirlərini xərcləməklə yeni məşğulluq yaranır. Bu baxımdan, yayılan məşğulluğun ortaya çıxmasında turizm çarpan effekti böyük əhəmiyyət daşıyır.

Bununla yanaşı, dünyanın demək olar ki, hər yerində turizm fəallığı yüksəkdir. Orta və kiçik hissələrdə səyahət edənlərə təklif olunur. Lakin, ümumi işçi qüvvəsi daxilində özünüməşğulluqla məşğul olanların nisbəti böyük dərəcədə olmaqdadır. Buna görə, öz işlərində işləyənlərlə birlikdə başqa bir yerə işə düzəlirlər. Kadrların məşğulluq statistikasında tam şəkildə əks oluna bilmədiyini söyləmək olar. Bunları nəzərə alaraq turizm və turizm müəssisələri məşğulluğa təsirini dəqiq müəyyən edilə bilmir.

Turizm müəssisələrində məşğulluq səviyyəsinin yüksək olmasının 4 əsas səbəbi bunlardır:

- 1 - Əmək intensivliyi;
- 2 - Az maaşlı bir çox iş sahəsi var;
- 3 - Çoxlu sayda müvəqqəti və ya qismən iş;
- 4 - Mövsümün intensivliyi dövrləri.

Yalnız Azərbaycan iqtisadiyyatında deyil bu gün bir çox iqtisadiyyatda hətta ABŞ, İngiltərə kimi bəzi inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda belə ən əhəmiyyətli iqtisadi problemlərin başında işsizlik problemi gəlməkdədir. Əhalisi artan bütün ölkələrdə

durğun olan qlobal iqtisadiyyat məşğulluq yaratmaq üçün səy göstərir. Bu səbəbdən indiki vaxtda Azərbaycan iqtisadiyyatında da işsizlik həm xalq, həm də dövlət tərəfindən ən əhəmiyyətli iqtisadi problem olaraq görülməkdə və bu problemə həll axtarılmaktadır. Bu həll yolunda yeganə yol yeni iş imkanları inkişaf etdirərək işlə təmin olunanların sayının artırılmasıdır.

Bu çərçivədə çox sürətlə inkişaf edən turizm sektoru dinamik bir sənaye olduğu üçün bütün inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etməmiş ölkələrdə vacib bir qaynaq olaraq görülür. Çünki turizmin inkişaf etdiyi bir iqtisadiyyatda onun təsiri özünü həm iqtisadi, həm də sosial sahədə hiss edir.

Turizm sektorunun əhəmiyyəti getdikcə artsa da, turizmi digər sektorlardan fərqləndirən ən vacib cəhətlərdən biri də sektorun əmək tələb edən bir quruluşa sahib olmasıdır. Bu səbəbdən, turistik fəaliyyətlərdə və turizm məhsulu istehsalında keyfiyyətə çatmağın yeganə yolu insan gücündən asılı olmaqdır. Yəni; Turizm sektorunda xidmətin mexanizasiyası və avtomatlaşdırmaya çevrilməsi imkanları digər sektorlarla müqayisədə məhduddur. Çünki sektordakı müəssisələrin əsas funksiyası ölkəyə gələn turistləri qəbul etməkdir. Texnoloji yeniliklər artsa da, işlərin çoxunu insanlar görməlidir.

Tədqiqatda, ilk növbədə turizmdə məşğulluğun xüsusiyyətləri verilir. Turizmdə işçi qüvvəsinin əmək haqqı digər sektorlarla müqayisədə daha geniş iş imkanları təmin etsə də ümumiyyətlə aşağı səviyyədədir. Turizmdə əmək haqqının aşağı olması turizm məşğulluq bazarının xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır.

Turizm sənayesində dünyada işləyən hər 11 nəfərdən 1-nin çalışdığı qənaətinədir. Son illərdə turizm və səyahət sektorlarında birbaşa işləyənlərin sayı 1.4 milyon artaraq cəmi 4.7 milyon yeni iş yerləri açıldı. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizm sektorunun məşğulluğa təsirinin son 10 ildə gedərək artdığı müşahidə edilmişdir.

Turizm sektorunun özünəməxsus xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq turizm sektorunda məşğulluğun əsas təsirlərini aşağıdakı kimi təsnif etmək mümkündür.

- Turizmin mövsümi xarakteri ilə əlaqədar olaraq pik mövsümündə işləyənlərin sayının artması ölkə iqtisadiyyatına müsbət töhfə verir. Bununla birlikdə

turizm mövsümündə işləyən işçilərin işdən çıxarılması məşğulluq profisiti yaradır. Bu, iqtisadiyyatlar üçün vacib bir problemdir. Məşğulluqla əlaqəli turizmin bu mənfi xüsusiyyətini yüngülləşdirmək üçün zirvə mövsümündə tələbələrədən və ya asudə vaxtı oxşar işçilərdən müvəqqəti işçilərin yaradılması həll yolu kimi görülə bilər.

- Qonaqlama turizm sektorunda ən çox məşğulluq imkanları olan sahəsidir. Ancaq bu müəssisələr böyük kapital tələb edir. Bu vəziyyət sahibkarları narahat edir və sahəyə kapital qoyuluşuna təsir göstərir. Daha çox məşğulluq imkanları təmin etmək üçün hökumət bu sahəni təşviq etməlidir.

- Turizm sektorundakı məşğulluğun digər bir nəticəsi, digər sektorlara nisbətən daha yarı ixtisaslı və ya ixtisaslı kadrlarla təmin edilməsidir. Başqa sözlə, turizm öz sektorlarında ixtisaslı olmayan çox sayda insana təklif edilə biləcək bir çox iş imkanlarına sahibdir; müəyyən sahələrə məhdud ixtisaslı kadr tələbi qalmaqdadır. Məşğulluqda turizmin bu nəticəsi sektorda məhsuldarlığın aşağı olmasına səbəb olur.

- Turizmin təmin etdiyi məşğulluq effekti əsasən gizlidir. Çünki turizm məşğul mövsümündə işçi qüvvəsini digər sektorlardan köçürür. Ancaq bu şəxslər məşğulluq hesablamalarına daxil edilmir. Bu vəziyyət turizmin məşğulluğa təsirini qiymətləndirməyi çətinləşdirir. Digər tərəfdən, sektorda işləyənlərin əksəriyyəti işlə təmin olunsada işsiz qeydiyyata səbəb olur.

- Turizm sektorunda məşğulluğun da bir sıra sosial nəticələri var. Bir bölgədə turizmdə yeni iş imkanları təmin etmək yalnız bölgə sakinləri üçün etibarlı deyil; bu iş yerləri bölgəyə immiqrasiya yolu ilə yeni insanları da cəlb edir. Bu yeni gələnlərin cəmiyyət üçün həqiqətən uyğun olub-olmaması sualını qaldırır. İmmiqrasiya səbəbiylə bir bölgənin sürətli böyüməsi və cəmiyyətin mövcud quruluşuna yeni gələnlərin meydana çıxması bu qrupların ilk növbədə cəmiyyətə uyğunlaşmasını tələb edir.

- Turizm sektorunda məşğulluğun daha bir nəticəsi, turizmdə baş verən işlərin digər sektorlarda iş yerlərinin tərk edilməsinə səbəb olmasıdır. İqtisadiyyatda əməyin sektorlar arasında, digər sektorlarda turizm sektorunun xeyrinə sərbəst hərəkət edə biləcəyi yerlərdə işdən çıxmaları tez-tez görmək olur. Bu vəziyyət ölkə

iqtiadiyyatındakı digər sektorlara və iş sahələrinə zərər verir və məhsuldarlığı azaldır.

Turizm sektorunun yuxarıda göstərilən xüsusiyyətləri təhlil edildikdə, sektorun digər sektorlarla müqayisədə daha çox məşğulluq təmin olunduğunu söyləmək olar. Ancaq turizmin struktur xüsusiyyətlərindən biri olan mövsümlilik bu müsbət mənzərəni pozur. Sektorun mövsümi quruluşu yerləşmə alt sektorunda daha aydın görünür. Çünki təklif etdikləri turizm məhsulundan asılı olaraq, yerləşmə müəssisələri mövsümi olaraq ən çox təsirlənən turizm müəssisələri hesab olunurlar. Bu mövsümi nəticələr digər müəssisələrə nisbətən daha çox məşğulluq həcminə sahib olan və fərqli məşğulluq növlərinin ən çox rast gəlinən sahələri olan yaşayış müəssisələrində həm təşkilati, həm də fərdi itkilərlə nəticələnir.

Daim artan dünya əhalisi və işsizlik probleminin həllində və məşğulluğun təmin edilməsində ən təsirli vasitə kimi tanınan investisiya fenomeninin bu xüsusiyyəti itirməklə xərcləri azaldaraq maya dəyərini aşağı salmaq məqsədi olduğu və bununla da bütün ölkənin iqtisadiyyatın məşğulluq baxımından problemlər yaratmasına səbəb olur. Lazımi məşğulluq imkanlarını təmin edə bilməyən və əhəmiyyətli işsizlik problemləri ilə üzləşən inkişaf etməmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələr və bölgələr üçün əmək tələb edən turizm sahəsi ciddi bir seçim halına gəldi.

İxtisaslı işçilərlə xidmətlərin göstərilməsi, ən müasir, lüks və bahalı obyektlərin cəlbediciliyinin artırılmağa çalışıldığı bölgələrdə müştəri məmnuniyyətinin və hədəflənmiş kommersion müvəffəqiyyətinin əldə edilməsinin təməlinə dayanır. Bütün fiziki investisiya dəyərlərinə məna verən və hədəflənmiş qazanc əldə edilməsində rol oynayan xidmətin əsas elementi insandır.

Turizm bu bölgələrdə yaşayan yerli insanları işlə təmin etməklə yanaşı, ölkələrin və bölgələrin inkişafına da töhfə verir və bununla da həyat səviyyəsinin artmasına öz töhfəsini verir. Bu standartlara çatmaq və qorumaq üçün; turizm sənayesində məşğulluq, tənzimləmə siyasəti, təlim, təcrübə və karyera inkişafına dair tədqiqatlar və mövsümi dalğalanma, part-time iş və işçi qüvvəsinin çoxluğu kimi turizm üçün xüsusi vəziyyətlər bütövlükdə həll edilməlidir.

İstehsal, marketing və turizm xidmətlərində insanların rolunun davamlı dəyişməsi gələcəkdə də intensiv və sürətlə davam edəcəkdir. Bu dəyişikliklərin çoxu xarici mühitə təsiri (siyasi, iqtisadi, sosial, ekoloji və xüsusilə texnoloji amillər); qalan hissəsi müştəri profilinin dəyişməsi nəticəsində baş verəcəkdir. Bu vəziyyətlərdən yaranan təsirlərin turizm sektorundakı 'işsizlik' ilə nəticələnməməsi üçün dövlət və özəl sektor müdirlərinin və planlaşdırma işçilərinin ehtiyaclarını müəyyənləşdirməli və lazımı iş yerində və işdən kənar təlimlərlə ixtisas və performans səviyyələrini artırmalı və karyera inkişafını təmin edəcək mərhələləri təyin etməlidirlər.

Turizm sektorunda məşğulluq hədəflərinə çatmaq üçün ölkələr və bölgələr üzrə aşağıdakı istiqamətdə işlər görülməlidir:

- Məşğulluq yaradan və inkişaf etdirən milli və regional inkişaf planları hazırlanmalıdır;
- Bir çox iş və məşğulluq, yüksək davamlılığı təmin edən və eyni zamanda rəqabət üstünlüyü təmin edəcək yeni turizm məhsulları və xidmətləri inkişaf etdirilməlidir;
- Texnologiyadakı sürətli dəyişiklik və təsirlərin öhdəsindən gəlməyə çalışmaq lazımdır və bu vəziyyət turizm sektorunda iş səmərəliliyinə töhfə verə bilər;
- Bütün səviyyələrdə yaxşı və qənaətbəxş əmək haqqı ilə, digər sektorlarla müqayisədə turizm sektorunun iş bazarındakı üstünlükləri artırılmalıdır;
- Turizm sektorunun məşğulluğunun xüsusiyyətinə görə ehtiyac duyduğu qaydalar və tədbirlər (iş saatları, çevik iş, iş yerində təhlükəsizlik və s.) tətbiq olunmalı və bu müddətdə işəgötürənlərin və işçilərin fikirləri nəzərə alınmalıdır;
- Sektorda məşğulluğun vəziyyətini və təsirini daha yaxşı və vaxtaşırı ölçmək üçün statistika və monitoring sistemləri qurulmalıdır.

2.3. Azərbaycanca regional turizmin inkişaf perspektivləri

Azərbaycanda turizm sənayesi hazırda canlanma və cavanlaşma prosesini keçir. Müstəqillikdən əvvəl Sovet İttifaqından olan mərkəzi planlaşdırmaçılar Azərbaycanın turizm sektoruna - ilk növbədə otellərdə, nəqliyyat obyektlərində, muzeylərdə və digər turistik məkanlarda xeyli investisiya qoymuşdular. Əsas turist məkanı kimi Sovet İttifaqı dövründə Azərbaycan bu sərmayədən əldə olunan maddi aktivlərdən faydalanırdı. Bununla belə, mərkəzi planlaşdırma yanaşması qlobal turizm bazarında rəqabətqabiliyyətli olmaq üçün lazım olan qeyri-maddi aktivlərin (yenilik, yaradıcılıq, çeviklik, müştəri xidməti və s.) İnkişafını təşviq etmək və ya təşviq etmək üçün az iş gördü. Beləliklə, Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra, sənayenin əsas oyunçuları ölkəni və onun görməli yerlərini bazara çıxartmaq üçün lazımi imkanlara və ya biliklərə malik deyildi.

Keçmiş Sovet İttifaqının süqutundan və Ermənistanla uzun sürən müharibədən sonra, turizm sənayesi ənənəvi turizm bazarında əhəmiyyətli dərəcədə azalma, zədələnmiş infrastruktur və investisiya qoyuluşunun olmaması səbəbindən durğunlaşdı. Sənayedəki çatışmazlıqlara baxmayaraq, CDC komandası, turizm sektorunun növbəti beş il ərzində məhsuldarlığını, bazarlığını və rəqabət qabiliyyətini artırmağa kömək edəcək bir sıra müsbət amillərə sahib olduğunu düşünür. Sektorun Qiymətləndirilməsi Hesabatı: Azərbaycan Turizm Sektorunun İnkişafı Layihəsi, normal qərbətçi bir cəmiyyətdən daha böyük, qısamüddətli iş səyahətçilərinin axını və infrastruktur sahəsinə artan sərmayə çox fəal neft sektorunun nəticəsidir və qısa müddətdə Azərbaycan turizm sənayesinə müsbət təsir göstərən, onlara sağlam bir turizm sənayesini inkişaf etdirmək üçün lazımi mənbələri verən əsas amillərdir. bölgələr. İş səyahətçisi yüksək keyfiyyətli otel, restoran və xidmət tələb edəcək və tələb edəcəkdir. Təsirə məruz qalan ən böyük icmalar Bakı və neft sənayesinin hədəf aldığı icmalar olacaq. Həftə sonu iki dəfə artan və işgüzar səyyah üçün təyinat yolu əldə edən digər sahələrdə turizm sektoruna müəyyən təsirlər olacaqdır. ölkənin daha çoxunu görmək istəyir. Ancaq uzun müddət ərzində komanda hiss etdi ki, Azərbaycanın çox sayda beynəlxalq turist cəlb etmək potensialı var. Ölkəni edəcək maddələr bərəkətlidir təbii və ya maraqlı

mənzərə, insanlar, tarixən zəngin bir dini müxtəliflik, araşdırmaq üçün maraqlı şəhərlər, qeyri-adi qidalar, ekzotik qoxular, satın aldıkları ev xatirələrini gətirmə imkanları və hər şeydən əvvəl ölkədə təhlükəsizlik üçün yaxşı xatirələr yaradır. Bu xüsusiyyətlərə sahib olmaq, Azərbaycanın turizm sənayesini daha geniş inkişaf etdirməsinə imkan yaratmaq üçün uzun bir yol keçəcəkdir.

Azərbaycan - zəngin təbii sərvətləri, qədim mədəniyyəti, tarixi və xalqı olan möcüzəvi bir ölkə; həyat tərzini bir çox fərqli mədəniyyətlərin və mədəniyyətlərin adət və ənənələrinin bənzərsiz və ahəngdar birləşməsinə təqdim edir.

Azərbaycan ölkənin coğrafi adıdır. Bir tərəfdən bu ad min illər boyu bu bölgədə yaşayan və əsasən atəşpərəst olan qədim əhali ilə əlaqələndirilir. Yerli əhali yangını onların Tanrısı hesab edir və buna görə də ona sitayiş edirdilər. "Azər" atəş deməkdir. Əsrlər boyu bu ərazini təsvir etmək üçün "Azər" türk adı istifadə edilmişdir. "Azərbaycan" sözü bu torpaqlarda məskunlaşan qədim türk tayfasının adından yaranmışdır.

Azərbaycan bəşər sivilizasiyasının ən qədim yerlərindən biridir. İnsanlar burada tarixi inkişafının hər mərhələsində iştirak etmişlər. Sivilizasiyanın ən erkən mərhələlərində də Azərbaycanda inkişaf etmiş yaşayış məntəqələri var idi.

Zaman nəsilərimiz üçün bir sıra qədim arxeoloji və memarlıq abidələrini qorudu. Qədim əsrlərdən bu günümüzdə qədər qorunub saxlanılan qədim baş daşları, əlyazmalar və xalçaların nümunələri onları oxumaq istəyənlər və görmək istəyənlərə çox fikir verə bilər. Azərbaycanı anlamaq və onun ecazkar tarixi və mədəniyyətini bilmək istəyirsinizsə, bu ölkəyə və xalqına köhnə bir dostun gözü ilə baxmaq lazımdır.

Azərbaycan hökumətinin həyata keçirdiyi "Açıq qapı" siyasəti, həmçinin respublikada həyata keçirilən sosial-iqtisadi islahat və cəmiyyətin demokratikləşdirilməsi müstəqil Azərbaycanın daha çox vətəndaşına dünyagörüşünün əhatə dairəsini genişləndirməyə imkan verdi. xarici ölkələrə səfər etmək üçün gözəl fürsətlər əldə edir. Xarici səyyahların Azərbaycana səfərləri də gündən-günə artır.

Azərbaycanın turizm sənayesinin inkişafı üçün böyük potensialı var - qədim şəhərlər, saraylar, qalalar, məqbərələr və məscidlər kimi ecazkar yerləri ilə. Azərbaycan həmişə əbədi od mənbəyi - "ataşgehlər" ilə məşhur olub. Abşeronda Yanardağ (yanan dağ) deyilən bir yer və Naxçıvan, Kəlbəcər, Masalı, Lənkəran və Babadağ əyalətlərinin bəzi yerlərində istilik bulaqları var.

Suraxanıda əbədi alov yeri var. Qədim dövrlərdən bəri uzaq yerlərdən gələn yanğın ibadətçiləri, hətta Hindistan keşişləri də Abşeronda yanğın axtarırdılar və burada tapırdılar. Burada Suraxanıda və Atəşgahda böyük məbədlər tikdirdilər.

Azərbaycan ərazisində 6 mindən çox tarixi memarlıq abidəsi var. Azərbaycanın təbii iqlim şəraiti də özünəməxsusdur. Məlum olduğu kimi, dünyada 11 yerdən 9-u Azərbaycanda mövcuddur.

Azərbaycana mənzərəli təbii mənzərələr, mədəniyyət abidələri və müasir turizm kurortları verilir. Meşələrlə həmsərhəd olan Xudat-Yalama dəniz sahili və Abşeron və Lənkəranın dəniz sahilləri istirahət və istirahət üçün gözəl məkandır. Bu yerlərdə uzun və uzun bir üzmə mövsümü təmin edən beş və daha çox ay ərzində 22-26 ° C sabit su istiliyi olan incə qumlu çimərliklər var. Alpinizm və qış idman növləri üçün ən cəlbedici sahələr Şamaxı və Qusardır. Bir çox növ heyvan və quş lisenziyalı ov obyektidir və qoruqlarda onları izləmək və fotosəkil çəkmək çox asandır. Xüsusilə, qış aylarında iki yüz növ keçid quşlarından bir milyondan çox insanın toplandığı Qızılağac qoruğu bu məqsəd üçün idealdır.

Azərbaycanda bir sıra istirahət kurortları və kurortlar mövcuddur, bu da təbii müalicələrə əsaslanan bir çox xəstəliklərin müalicəsi üçün imkan yaradır. Mineral spaları olan kurortların əksəriyyəti turizm mərkəzləri kimi də fəaliyyət göstərir. Nakhchievan xüsusilə mineral mənbələrlə zəngindir; dünyadakı yeganə bilinən dərman neft yatağı - Naftalan tamamilə unikaldir.

Bakı və Abşeron yarımadası; Naxçıvan, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala və Lənkəran-Astara bölgələri; və Şirvan və Gəncəbasarın tarixi əraziləri Azərbaycanın səyahətçiləri üçün ən cəlbedicidir. Buraların ecazkar təbiəti, çoxsaylı qədim xarabalıqlar, ecazkar etnoqrafik müxtəlifliyi və yerli sənətkarların heyrətamiz məharətləri qonaqlarda Azərbaycanla bağlı unudulmaz təəssürat yaradacaqdır.

Turizm bir bölgənin təbii gözəlliklərindən, tarixi-mədəni irsindən, sağlamlıq mərkəzlərindən, sosial-mədəni və turizm amillərindən istifadə etməklə bölgənin iqtisadiyyatı, imic və təbliği kimi bir çox sahəyə töhfə verir. Bölgədəki turizmin inkişafı yalnız dövlət investisiyaları ilə irəliləyə bilmədiyi üçün bölgədə turizmin inkişafı və yerli xalqın da turizmdə iştirak etməsini təmin etmək üçün hazırlığın planlaşdırılması vacib bir prosesdir. Yerli insanların dəstəyi ilə qurulacaq bir təyinat bölgəsi, bölgəni qısa müddətdə turistlərin xidmətinə təqdim etmək və turistlərin ehtiyaclarını tez və tam şəkildə qarşılamaq baxımından vacib bir vəziyyətdir. Bu araşdırmada, Azərbaycanın müxtəlif rayonlarının turizm ehtiyatları, tarixi, mədəni və dini alternativləri baxımından turizm potensialı olan, turizm sahəsində xidmət göstərən bölgədə yaşayan yerli əhalidə aşağıdakı məsələlər ön plana çıxdı.

- Turizmin bölgədə yeni iş imkanları yaradacaq və beləliklə bölgədəki işsizlik nisbəti azalacaq və bölgələr inkişaf edərək turizm sayəsində yerli insanların gəlirləri artacaq,

- Bölgəyə yeni kapital qoyuluşlarının artacağı, turizm investisiyalarının tez bir zamanda tamamlanacağı və turizm sayəsində bölgənin təbii gözəlliklərinin qorunub saxlanacağı barədə fikirlər.

III FƏSİL. TURİZM SAHİBKARLIĞININ İNKİŞAFININ SÜRƏTLƏNDİRİLMƏSİ YOLLARI

3.1. Turizm sahibkarlığın inkişafında dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

Ölkələrin inkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq, bölgələri arasında inkişaf baxımından fərqlər var. Bu fərqləri bazar mexanizmi öz fəaliyyətinə buraxdıqda aradan qaldırmaq olduqca çətindir. İnkişaf etməmiş bölgələrdə infrastrukturun qeyri-kafi olması özəl sektorun bu bölgələrə investisiya qoymamasına səbəb olur. Buna görə ölkələr mövcud regional balanssızlıqları aradan qaldırmaq üçün "regional inkişaf planlarını" həyata keçirməlidirlər. Əsas məqsəd balanssızlığı yaxşılaşdırmaq üçün tədbirlər görməkdir.

Regional inkişaf planlarının məqsədləri aşağıdakı kimi sadalana bilər:

- Regionlarda sağlam böyümənin təşviqi.
- Ölkə daxilində sənayenin tarazlı paylanması təmin etmək.
- Regional tarazlıq.
- İnkişaf ölkənin hər tərəfinə yayılması.
- Regional iqtisadiyyatların uyğunlaşdırılması.
- Resursların inkişaf etmiş bölgələrdən az inkişaf etmiş bölgələrə köçürülməsi.

Regional inkişaf siyasətinin əsas məqsədlərindən biri; iqtisadi fəaliyyətlər və bölgələr arasında əhali baxımından iqtisadi disbalansın azaldılması.

Bölgələr arasındakı inkişaf fərqlərini aradan qaldırmaq üçün istifadə olunan siyasət alətlərini aşağıdakı kimi sıralamaq olar.

İnkişaf etməmiş bölgələrə iqtisadi fəaliyyətə rəhbərlik: Dövlət özəl sektoru inkişaf etməmiş bölgələrə cəlb etmək üçün bəzi təşviq tədbirləri həyata keçirə bilər. Burada başqa bir məqsəd; iqtisadi canlılığı artırmaq və məhsuldar sektorlara investisiya köçürmək.

- Regional inkişaf üçün tələb olunan dövlət investisiyalarının reallaşdırılması: Dövlət bölgədən təmin etdiyi dövlət gəlirlərindən çox xərcləməklə geridə qalan

bölgələrə əlavə alıcılıq qabiliyyəti yaradır. Bu vəziyyət bölgədə canlanmaya səbəb olur.

- İnzibati təşkilatın regional inkişaf problemlərinə uyğunlaşmasının təmin edilməsi: Regional inkişaf siyasətini yeni siyasətlərə tətbiq etməyə başlamış bir ölkədə mövcud inzibati təşkilatın uyğunlaşmasında problem yarana bilər. Bu planların hazırlanmasında və həyata keçirilməsində yeni bir regional təşkilatın yaradılması müsbət nəticələr verir.

- Böyük ərazilərin inkişafının məhdudlaşdırılması: Bölgələr arasındakı fərqlərin yaranması və davamlılığı inkişaf etmiş bölgələrə də mənfi təsir göstərir. Davamlı miqrasiyanı alan bu inkişaf etmiş bölgələrdə sürətlə artım sayəsində; müxtəlif xidmətlərin çatdırılması çətin və bahalı olur, müəssisələr mənfi xarici şərtlərlə üzləşir və istehsal xərcləri artır, ətraf mühitin çirklənməsi artır, işçilərin məhsuldarlığı azalır. Bu bölgələrdən miqrasiyanın qarşısını almaq üçün dövlət; böyük şəhərlərə girərkən viza tətbiqi, kənd yerlərində əhalinin saxlanması, inkişaf etmiş bölgələrdəki sosial və iqtisadi fəaliyyətlərin bir hissəsinin inkişaf etməmiş bölgələrə köçürülməsi və yeni qəsəbələrin yaradılması ilə böyük şəhərlərin əhalisinin paylanması kimi tədbirlərə müraciət edə bilər.

Sahibkarlıq xüsusiyyətləri yanaşmasına görə, sahibkarın turizm sektorundakı müvəffəqiyyətini təsir edən xüsusiyyətlərdən biri də göstərilən xidmətlərin sayıdır. Turizm; Yaşayış, nəqliyyat, alış-veriş, tur xidmətləri və istirahət kimi müxtəlif fəaliyyətləri özündə cəmləşdirən parçalanmış bir quruluşu göstərir. Buna görə, sektordakı sahibkarların bu və ya digər sahələrdə fəaliyyət göstərdiyi görülür. Bəzi tədqiqatlar əsas xidmət sahəsi ilə digərləri arasında əlaqələndirməni və insan resurslarına daha çox diqqət tələb etməsini tələb etsə də, əsas xidmət sahəsindən kənarında bir sıra xidmətlərin göstərilməsi müəssisənin rəqabət qabiliyyətini təmin etdiyini vurğulayır.

Sahibkar fərd bir işə başlamaq prosesinin ən vacib hissəsidir. Sahibkarların bəzi ortaq xüsusiyyətləri var, bunlar arasında doğma qabiliyyətlər, həmçinin sonradan öyrənilə biləcək xüsusiyyətlər də var. Ənənəvi olaraq sahibkarlıqla əlaqəli xüsusiyyətlər sahibkarlığın uğur və uğursuzluğunu izah etmək üçün istifadə

edilmişdir. Sahibkarın güclü və zəif tərəfləri də işin güclü və zəif tərəfləridir. Sahibkarın xüsusiyyətlərindən biri də sahibkarların davranış xüsusiyyətləridir.

Bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz atributlarından olan, azad rəqabətin yaradıldığı şəraitdə sürətlə inkişaf edən sahibkarlıq tək cəmiyyətin yox, konkret halda götürülmüş müəyyən toplumun və ya fərdin inkişafında özünəməxsus mühüm rol oynayır. İlk növbədə ona görə ki, sahibkarlıq insan şəxsiyyətinin ifadə forması və inkişafı, onun qabiliyyət və tələbatları, əmək potensialının reallaşdırılması kimi mühüm məqamları özündə ehtiva edir. Bu mənada iqtisadi yüksəliş yolunu azad bazar münasibətləri şəraitində həyata keçirən hər bir dövlət üçün sahibkarlıq institutunun inkişafı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, iqtisadi siyasət strategiyasının ən önəmli hissələrindən birinə çevrilir.

3.2. Azərbaycanca turizm sahibkarlığının inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri

Ölkələrin iqtisadi böyüməsi və inkişafı həmin ölkədəki sahibkarlıq fəaliyyətindən asılıdır. Çünki sahibkarlar yeni iş yerləri yaradır, bir çox yeni məhsul və xidmətlər təqdim edir, texnoloji dəyişikliklər sayəsində rəqabəti artırır, məhsuldarlığı artırır və insanların həyatına müsbət təsir göstərir. Sahibkar iqtisadi qaynaqları ən məhsuldar sahələrə çevirir və istehsal ehtiyatlarını yeni üslublarla birləşdirərək yeni amillərə çevirir. Buna görə sahibkarlar yaşadıkları cəmiyyətə qarşı vacib vəzifələr və üzərlərinə götürdükləri vəzifələr onları sosial və iqtisadi inkişaf üçün əhəmiyyətli hala gətirirlər.

1980-ci ildən sonra həm milli, həm də beynəlxalq platformalarda iqtisadiyyata böyük təsir göstərdiyinə görə sahibkarlığa maraq artmaqdadır. Bu illər sahibkarlıq illəri hesab olunur. Xüsusilə, yüksək sahibkarlıq fəaliyyəti olan ölkələr və yaşayış məntəqələri iqtisadi baxımdan orta səviyyədə böyüyür [Çetindamar, 2002]. Tədqiqatın bu hissəsində sahibkarlar və sahibkarlıqla əlaqəli əsas anlayışlar izah edilir.

Sahibkarlıq bir fənlərarası bir mövzu olduğundan, bir çox fərqli peşənin diqqətini çəkir və bir çox fərqli nəzəri çərçivələrdə müzakirə olunur. Bu müxtəliflik

sahibkarlığın birdən çox tərifinə səbəb olmuşdur. Sahibkarlıqla əlaqəli bütün təriflərdə bu anlayışın yenilik, yaradıcılıq, risk götürmə, dinamizm və rahatlıq kimi xüsusiyyətləri vurğulanır.

Ümumi qəbul edilmiş tərfi olmasa da, ümumiyyətlə, sahibkarın təşəbbüskarlıq, lider və yenilikçi olmaq, sosial və iqtisadi mexanizmlərin təşkili və yenidən qurulması və risk götürmək kimi davranışları olduğu qəbul edilir. Sahibkar, mənfəət və zərər riskini götürərək mal və ya xidmətlər istehsal edən, satan və kapitalını investisiya qoyan bir şəxsdir.

Innovasiya və təşkilati yeniliklərlə yeni bazarlar, müştərilər və iş yerləri yaradılır və bütün bunlar sənaye sektorlarının, bölgələrin və hətta ölkələrin sosial-iqtisadi sistemlərinə təsir göstərir. Bir sözlə, sahibkarlıq fəaliyyəti inkişaf və tərəqqi üçün böyük əhəmiyyət daşıyır.

Turizm sektorunda tək bir sahibkar tipini qeyd etmək mümkün deyil. Turizm növlərinin məhsulun şaxələndirilməsinə və davranış yanaşmasına görə fərqləndiyi görülür. Məhsulun diversifikasiyasına əsaslanan təsnifata görə, üç növ turizm sahibkarı mövcuddur. Bunlar yaradıcı, yenilikçi və adi təqlid turizm sahibkarlarıdır.

Sahibkar olmaq üçün yaxşı imkanların qiymətləndirilməsi kimi cəlbedici amillərlə yanaşı, işsizlik üçün alternativ və işsizliyə alternativ səbəblər də var. Bununla birlikdə, təcrübələr aydın deyil, çünki təşəbbüskarlığa səbəb olan motivasiyaların başlanğıc və ya sonrakı inkişaf dövrlərində müvəffəqiyyət əldə etməsi ilə ziddiyyətli nəticələrə səbəb olur.

Turizmin milli iqtisadiyyatdakı payı və turizm sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələr baxımından qarşılaşan bəzi vacib problemlər hər ölkədə olduğu kimi Azərbaycan da dövlətin turizm sektorunu stimullaşdırmasına və bəzi qoruyucu tədbirlər həyata keçirməsini tələb edir.

Turizm sektorunun stimullaşdırılmasını və qorunmasını tələb edən səbəblər bunlardır.

- Turizm əmək tələb edən bir sektor olduğu üçün məşğulluq yaratma imkanları;
- Ölkəyə xarici valyutanın verilməsi və tədiyyə balansına müsbət töhfə verməsi;

- Gəlir bölgüsü və sosial qruplar arasında iqtisadi inkişaf fərqlərindəki azalma effekti yaratması;
- Vergi daxilolmalarının artırılması;
- İqtisadi dəyəri olmayan təbii və tarixi ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi;
- İnvestisiyalar hesabına əlavə dəyər yaratmaq;
- Ölkələr arasında və ölkənin insanları arasında sosial yaxınlıq, mədəni əlaqələr yaratması;

Stimullaşdırma tədbirlərinin əsasını müvafiq sektorun inkişafı və qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq üçün atılmalı olan addımlar təşkil edir. Bu baxımdan bir çox ölkələr milli və beynəlxalq rəqabətdəki çatışmazlıqları aradan qaldırmaq və xüsusilə inkişafdan geri qalan bölgələri inkişaf etdirmək üçün dəstəyini davam etdirir. Güzəştlər çox vaxt iqtisadi inkişafı birbaşa əlaqəli olmaqla yanaşı, xarici ölkələrdən asılılığı azaldılması və sosial ədalətin təmin edilməsi üçün səbəb ola bilər.

Sahibkarlıq, ümumi mənada Azərbaycanda olduqca çətin məsələlərdən biri kimi qarşımıza çıxır. Milli iqtisadiyyatdakı bürokratik çətinliklər və iqtisadi qeyri-sabitliyi xüsusilə kiçik və orta sahibkarlar üçün problemlər yaradır. Ancaq turizm sektorunda sahibkar olmaq bir az daha çətin bir prosesdir. Xüsusilə sahil bölgələrində qoyulan investisiyalar mövsümi problemlə üzləşir. Bundan əlavə, inflyasiya mühiti, xidmətin struktur baxımdan çətin bir sektor olması, işə qəbul ediləcək ixtisaslı kadr çatışmazlığı və turizm sahibkarlığında digər səbəblər turizm sahibkarlığının inkişafına maneə olur.

Ölkədə turizm potensialının mövcudluğu heç də onun istifadəsinin səmərəli olması haqda təminat demək deyildir. Turizm başqa sahələrdən fərqli olaraq öz məhsulunu xarici faktorlardan asılı olaraq qurmalı olduğu üçün, onun inkişafı üçün təşəbbüskarlıq azdır. Bununla yanaşı çox riskli sahə olduğu üçün turizm sahibkarlığına təminat aşağıdır (E.Q.Məmmədov, 2013: s.62).

Turizm investisiyaları stimullaşdırma və azadolmalarla artırılsa da bürokratik əngəllər var. Ümumiyyətlə bir sahibkar olmaq üçün dövlətin müxtəlif səviyyələrindən müxtəlif imzalar almaq zərurətini azaltmaq lazımdır. Turizm sahibkarlarının yeni turizm mövsümlərində sağ qalması üçün siyasi sabitlik təmin

edilməlidir. Geopolitik olaraq olduqca strateji bir nöqtədə mövqelənən Azərbaycanın daxili və xüsusilə xarici siyasətdə hər hansı bir çətinlik yaşamaması lazımdır. Yaşanan və yaşanması olabiləcək hər məsələ Azərbaycan turizmində ləğv edilən rezervasiya mənasını verməkdədir.

Beynəlxalq turizm fəaliyyətləri bir çox ölkələr üçün vacib qazanc mənbəyi olmaqda davam edir. Cari büdcə kəsrinin bağlanması da turizm gəlirlərindən istifadə edilməsi, məşğulluğun artmasındakı təsirləri, böyümə və regional inkişafdakı yardımını, xarici kapital və vergi daxilolmaları artırmaq kimi faydaları turizm sahəsinin iqtisadiyyata müsbət təsirləri turizm sektorunun verdiyi ən mühüm iqtisadi töhfələrdən hesab olunur. Burada ifadə edilən müsbət töhfələri davam etdirmək və ya artırmaq üçün turizm sektoru birbaşa və dolaylı stimullarla dəstəklənməyə davam etdirilir.

Keçmişdən bu günə qədər stimullaşdırma iqtisadi həyatın ayrılmaz hissəsidir və dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin ən vacib vasitələrindən biridir. Qloballaşma prosesində rəqabət şərtləri getdikcə daha da çətinləşir. Ölkəyə investisiya cəlb etmək üçün edilən yarış güzəştlərin xarakterini də dəyişdirdi, sayını da artırdı.

Stimullaşdırma tədbirlərinin əsas xüsusiyyətləri qiymətləndirildikdə; Güzəştlər dövlət büdcəsi üçün vacib xərc amilidir, lakin onlar müəssisələr üçün fayda verir. Şerti və qeyd-şertsiz, birbaşa və dolaylı yolla və ya açıq və gizli şəkildə verilə bilər, ya da nağd və ya nağdsız şəkildə verilə bilər. Həm də stimullaşdırma tədbirləri, vergi güzəştləri, qrantlar şəklində və ya müəssisələrə torpaq ayırmaq enerji endirimləri və maliyyələşdirmə imkanları kimi qüvvəyə minə bilər. Həm sosial məqsədlər, həm də iqtisadi məqsədlər üçün müxtəlif güzəştlər tətbiq olan bilər.

Turizim sahibkarlığının stimullaşdırıcı tədbirlərin məqsədi istehsal, investisiya və xarici valyuta gəlirlərini artırmaqdır. Yerli və xarici investorları istehsal etməyə həvəsləndirmək, istehsal səviyyəsinin artması stimullaşdırma siyasətinin əsas səbəbini təşkil edir. Rəqabət qabiliyyətinin artırılması, yerli sənayeni qorumaq, ölkənin potensial ehtiyatlarından istifadə etmək, özəl qurumların iqtisadi səmərəliliyini artırmaq və xarici kapitalın ölkəyə investisiya qoyuluşlarına

yönəldilməsi təşviq üçün ən vacib səbəblərdəndir. Bundan əlavə, yeni sənaye sahələrini inkişaf etdirmək, regional inkişaf fərqlərinin qorunması, aradan qaldırılması, mövcud məşğulluğun artırılması, valyuta balansının təmin edilməsi və strateji sahələrin inkişafıdır.

Turizm sahibkarları, xüsusilə coğrafi şərtlərdən asılı olaraq turizmin inkişafı və dəstəyi üçün informasiya və texniki dəstəyə ehtiyac duyurlar. Təhsil formatı və məqsədi, təhsil və dəstək xidmətləri məzmun qədər vacibdir. Xidmət təminatçıları çevik olmalı və sahibkarın hal-hazırdakı ehtiyaclarını ödəməyi bacarmalıdırlar. Kurikulum sahibkarın vaxtı və həyat tərzinə uyğun olmalıdır. Xidmət təminatçıları sistemi dəstəkləməlidir.

Sahibkarlığa təsir edən şərtlər: Maliyyə şərtləri, ticarət və hüquqi infrastruktur, təhsil, fiziki infrastruktura çıxış, hökumətin siyasət və proqramları, maliyyə şərtləri, sahibkarın qaynaqları ailə üzvləri, banklar və maliyyə qurumları, hökumət, kapital bazarları və işgüzar münasibətlərdə birlikdə işləyən müəssisələrdir.

Əvvəla, bu sahədə beynəlxalq təşkilat olan OECD tərifinə görə sahibkarlıq; "İqtisadi imkanları müəyyənləşdirməyə və qiymətləndirməyə əsaslanan rifahın yaradılması prosesi". Bu proses dinamik bir prosesdir və ona təsir edən 3 vacib ölçü var.

1. İnstitusional infrastruktur
2. Bürokratiya və qanunvericilik
3. Dəstək proqramları

Korporativ İnfrastruktur:

Əgər sahibkarlıq bir risk fəaliyyəti deməkdirsə, bu fəaliyyəti həyata keçirən şəxs, yəni bir sahibkar müəyyən riskləri öz üzərinə götürəcəkdir, lakin müəssisənin qurulması və istismarı zamanı qarşılaşacağı problemlər üçün mütləq tədbir görəcəkdir. Bu üsul tətbiq olunmasa, sahibkar əziyyət çəkəcəkdir. Buna görə sahibkarın, biznesin qurulmasından əvvəl biznesi infrastruktur səviyyəsinə qaldırması lazımdır.

Sahibkar hər şeydən əvvəl özünü düşünməlidir. Buna görə müəssisədə görüləcək tədbirləri və əlbəttə ki, infrastrukturunu qeyd etmək olar.

Korporativ İnfrastrukturunu təsir edən bəzi amillər var. Bunlar;

- Təhsil
- Təcrübəli işçi qüvvəsi
- Müəyyən bir yığım
- Qarşılaşa biləcək adi problemləri necə həll etmək olar

3.3. Regionlarda turizm məşğulluğunun sosial-iqtisadi səmərəsinin yüksəldilməsi yolları

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin əsas problemi mövcud mənbələr, inkişaflarını dəstəkləyən bir şəkildə istifadə edə bilməmələridir. Turizm bölgələri arasındakı fərqlərin minimuma endirilməsində ən vacib sektorlardan biridir. Azərbaycanda turizm ehtiyatına malik olan bölgələrdə turizm əhali məşğulluğa böyük təsir etmək potensialına malikdir. Dünyada hər 11 işçidən biri turizm sektorunda işləyir və kapital qoyuluşlarının 7% turizm sektoruna aiddir. Digər tərəfdən, 2024-cü ilə qədər turizm sektorunda 126,2 milyon insanın çalışacağı gözlənilir. Bu baxımdan turizmin yaratdığı iqtisadi, sosial və mədəni təsir olduqca yüksəkdir və vacibdir. Turizmin təsiri ilə bağlı bir çox araşdırma aparılmışdır. Ancaq edilən tədqiqatlar ümumiyyətlə turizmin iqtisadi, sosial və ətraf mühitə təsirlərinə yönəlmişdir. Regional inkişaf konsepsiyası turizmin bir çox sahəsi qiymətləndirilmişdir.

Əvvəllər turizm fəaliyyəti tələbat, insanların gəlir səviyyəsinin artırılması, iş şəraitinin yaxşılaşdırılması, regional fərqlərin azalması, texnoloji irəliləyişlər nəticəsində sürət və rahatlığın artırılması, rabitə şəbəkəsinin inkişafı, beynəlxalq əlaqələrin və cəmiyyətin təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi baxımından cəmiyyətin yalnız müəyyən bir hissəsini əhatə edirdi. Yüksəliş nəticəsində, bu gün fərqli gəlir qruplarından fərqli ehtiyac və istəkləri olan insanların sorğularını da cavab verir.

Tələbin bu dəyişməsi, böyük şəhərlərdə və sənayeləşmiş ölkələrdə yaşayan insanların kənd yerlərində müasir həyatın yorğunluğunu aradan qaldırmaq ehtiyacı regional turizmə tələbatın artmasına səbəb olur.

Regional turizminin regional inkişafa təsiri aşağıdakı kimi sadalana bilər.

- Turizmlə əlaqəli yaşayış yerləri, restoranlar, suvenirilər bölgədəki digər obyektlər, məsələn, mağazalar, səyahət xidmətləri iqtisadi fəaliyyətin inkişafına töhfə verir.

- Yerli iqtisadiyyatda müxtəliflik yaratmaqla, xüsusilə kənd təsərrüfatı fəaliyyəti ilə kifayət qədər məşğulluq təmin edə bilməyən yerli insanlara yeni və ya birbaşa iş imkanları təmin edir.

- Bölgəyə və xüsusilə turistlərdən əldə ediləcək gəliri ilə bölgədə yaşayan insanlara birbaşa iqtisadi töhfə verir.

- Yerli əl işləri, yemək və içkilər kimi yerli məhsullara tələbatı artırır. Yerli əhaliyə mədəniyyət əşyaları, əl işləri satmaq imkanı verməklə yanaşı, iqtisadi töhfə ilə yerli mədəniyyətin qorunması üçün bir vasitə ola bilər.

- Mühafizə olunan ərazilər və parklar, yaxşı idarə olunarsa, qorunan ərazilər və parklar üçün özünü maliyyələşdirmə sistemi yaranar. Beləliklə, təbii ərazilərin qorunmasında bir vasitə kimi vacib bir vəzifə daşıyır.

Bölgə xalqı turizm fəaliyyətindən ən çox təsirlənən kəsimdir. Bu təsirlər müxtəlif cürdür; ekoloji, iqtisadi və sosial.

Turizmin sosial təsiri. Bu sosial dəyərlərə, fərdi davranışa, təhlükəsizlik anlayışına, mənəvi dəyərlərə, cəmiyyətin ictimai fəaliyyətini ümumiləşdirərək, birbaşa və ya dolay yolla quruluşuna verdiyi təsirlərdir.

Turizmin iqtisadi təsiri. Turizm inkişafı ölkələrdə iqtisadi inkişafın vacib bir vasitəsidir. Turizm xarici valyutanın qaytarılması sayəsində milli gəlirə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verərkən xarici defisitlərin bağlanması və tədiyyə balansındakı disbalansa təsir edir. Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə yeni xidmət sahələri, ictimai iaşə obyektlərinin yaranmasına, infrastruktur təkmilləşməsinə təsir göstərir.

Turizmin yerli insanlara təsiri. Turistlər hər növ xidmətdə müəyyən bir keyfiyyət axtarırlar bu da turizm baxımından bölgənin inkişafı deməkdir və bu vəziyyət lokaldır bu da insanların rifahının artmasına səbəb olur. Bölgə turizminin gözlənilən səviyyəyə çatması üçün ictimaiyyət turizmə daxil edilməlidir.

Bir ölkə vətəndaşlarının həyat səviyyəsini daim artırmaq həmin ölkənin əsas iqtisadi hədəfidir. Bunun üçün isə əsas ehtiyatlardan səmərəli istifadə edilməsi və

möhkəm iqtisadi vəziyyətə sahib sahibkarlıq fəaliyyətləri yaradılmalıdır. Turizmin ölkə iqtisadiyyatına və regional inkişaf faydaları aşağıdakı kimi sıralanır:

- Ölkənin müxtəlif bölgələrində mövcud iqtisadi mənbələr yüksək inkişaf sürəti həyata keçirilməsi;
- Ölkədə əhali-resurs balansının yaradılması;
- Məkan və şəhərləşmənin iqtisadi inkişafı üçün ən əlverişlidir və regionlararası rifah fərqləri aradan qaldırılmasıdır.

İnkişaf etməmiş bölgələrin inkişafı üçün həyata keçirilir əlaqədar siyasətlər və istifadə olunan siyasət alətləri ölkədən ölkəyə qədər fərqlənir göstərməkdədir. Məsələn Fransanın az inkişaf etmiş bir bölgəsi ilə Azərbaycanın infrastruktur xüsusiyyətləri, regional mədəniyyət və inkişaf etməmiş bir bölgədəki problemlər regional inkişaf baxımından fərqli olduğundan həyata keçiriləcək siyasətlər də fərqlənəcəkdir. Beləliklə, fərqli vasitələrlə, fərqli nəticə əldə etməyə çalışan regional inkişaf siyasəti var.

Coğrafi, iqtisadi, sosial və bölgələrarası inkişaf fərqləri və mədəni səbəblər kimi bir çox səbəblər var.

Coğrafi səbəblər. Ətraf mühitin keyfiyyəti, təmiz hava, təmiz və kifayət qədər su, həyatın özünü yaxşılaşdırmaq mənasını verən bu inkişaf prosesi, məqsəd qoyular. Ətraf mühitin keyfiyyəti nəzərə alınmırsa, onda zərər gələcək dövrlərdə səmərəliliyi azaldır.

İqtisadi səbəblər. Turizm sənayesində hər cür xərcləmə müəyyən dərəcədə iqtisadiyyatına təsir göstərir. Bu gün turizm çox iqtisadi cəhətdən idarə olunur. İnkişaf etməmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqtisadi inkişafın təmin edilməsi məqsədilə, sənaye iqtisadiyyatına keçməklə ixrac satışlarını artırmaq vacibdir. Belə bir keçid yalnız kapital, valyuta qazancı və ya xarici borclanma yolu ilə əldə edilə bilər. Bu səbəbdən ölkə rəhbərlərinə maliyyə mənbələri lazımdır. Resurslara çatmaq üçün turizm sektoruna müraciət edirlər.

Sosial-mədəni səbəblər. Turizmin sosial təsiri, turizm mövcud sosial dəyərlər, fərdi davranış, ailə münasibətləri, təhlükəsizlik konsepsiya, mənəvi qaydalar,

sənətkarlıq fəaliyyətləri, ənənəvi şoulara birbaşa və ya dolayı yolla sosial quruluşa təsirləri

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Yalnız Azərbaycan iqtisadiyyatında deyil, bu gün bir çox ölkələrin iqtisadiyyatında belə ən əhəmiyyətli iqtisadi problemlərin başında işsizlik problemi gəlməkdədir. Bütün ölkələr artan əhalisi ilə durğun global iqtisadiyyatda məşğulluq yaratmaq üçün səy göstərirlər. Bu səbəbdən indiki vaxtda Azərbaycan iqtisadiyyatında da işsizlik həm xalq, həm də dövlət tərəfindən ən əhəmiyyətli iqtisadi problem olaraq görülməkdə və bu problemə həll axtarılmaktadır. Bu həll yolundakı yeganə yol yeni məşğulluq imkanlarını inkişaf etdirərək işlə təmin olunanların sayını artırmaqdır. Bu çərçivədə çox sürətlə inkişaf edən turizm sektoru dinamik bir sənaye olduğu üçün bütün inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etməmiş ölkələrdə vacib bir qaynaq olaraq görülür. Çünki turizmin inkişaf etdiyi bir iqtisadiyyatda onun təsiri özünü həm iqtisadi, həm də sosial sahədə hiss etdirir.

Turizm sektorunun əhəmiyyəti getdikcə artsa da, turizmi digər sektorlardan fərqləndirən ən vacib cəhətlərdən biri də sektorun əmək tələb edən bir quruluşa sahib olmasıdır. Bu səbəbdən, turistik fəaliyyətlərdə və turizm məhsullarının yaradılmasında keyfiyyətə çatmağın yeganə yolu insan gücündən asılı olmaqdır. Başqa sözlə desək turizm sektorunda xidmətin mexanizasiyası və avtomatlaşdırmaya çevrilməsi imkanları digər sektorlarla müqayisədə məhduddur. Çünki sektordakı müəssisələrin əsas funksiyası ölkəyə gələn turistləri qəbul etməkdir. Texnoloji yeniliklər artsa da, işlərin çoxunu insanlar görməlidir. Tədqiqatda, ilk növbədə turizmdə məşğulluğun əsas xüsusiyyətləri açılır. Turizmdə işçi qüvvəsinin məvacibi digər sektorlarla müqayisədə daha geniş iş imkanları təmin etsə də ümumiyyətlə azdır. Turizmdə əmək haqqının aşağı olması turizm məşğulluq bazarının xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Tədqiqat nəticəsində turizm sənayesində dünyada işləyən hər 11 nəfərdən 1-nin çalışdığı məlum olur. Son illərdə turizm və səyahət sektorlarında birbaşa işləyənlərin sayı 1.4 milyon artaraq cəmi 4.7 milyon yeni iş yerləri açıldı. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizm sektorunun məşğulluğa təsirinin son 10 ildə gedərək artdığı müşahidə edilmişdir.

Məlumdur ki, bütün ölkələrin iqtisadiyyatı artan dünya əhalisi ilə birbaşa nisbətdə artan işsizlik problemini həll etmək və məşğulluq imkanları yaratmaq üçün daimi həll yolları axtarır. İnkişaf etməmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr və kifayət qədər məşğulluq imkanları olmayan bölgələr üçün çox əmək tələb edən bir sektor olan turizm mühüm rol oynayır. Turizm sektorunun istənilən səviyyəyə çatması və məşğulluq hədəflərinə çatması üçün aşağıdakı istiqamətdə işlər yerinə yetirilməlidir:

- Məşğulluq və artan strategiya və planlarla keyfiyyət və səmərəliliyi artırmaq üçün turizm standartları və prinsipləri qəbul edilməli və beynəlxalq aləmdə ölkələrin imicinə töhfə verilməlidir;

- Reklamla yanaşı, rabitə texnologiyalarının istifadəsi artırılmalıdır;

- Ölkələrin integrasiya səviyyəsi artırılmalıdır;

- Profilinin dəyişməsi və intellektual turist tipinin ortaya çıxması ilə əlaqədar ehtiyaclara cavab verən siyasətlər təlim, təcrübə və karyera inkişafı fəaliyyətlərində iştirak etməlidir;

- Turizm sektorundakı həyəcan ölkələr arasındakı razılaşmaları, turizm şirkətlərini stimullaşdırmağı və ixrac prosesinə maneələri aradan qaldırmaqla və bu prosesi asanlaşdırmaqla təmin edilməlidir;

Bütün bu amillər turizm sektorundakı ölkələrin rəqabət qabiliyyətini artıracaq və xarici valyuta gəlirlərini təmin edəcək, məşğulluq səviyyəsi artacaq, işsizlik səviyyəsi azalacaq və ümumi daxili məhsul nisbətində töhfə verəcəkdir.

Regional turizm regional inkişafını əsas vasitələrindən biridir. Regional turizmin, rayonların inkişafındakı müvəffəqiyyət yeri çox böyükdür. Regional turizm ilə regional inkişafı arasında düzgün bir əlaqə var. Regional turizm hər şeydən əvvəl kənd yerləri üçün məşğulluq və gəlir əldə etmək imkanı yaradır. Yerləşdirmə, yemək və içmək, kənd fəaliyyətlərində iştirak etmək, nəqliyyat, turistlərin səyahət məqsədi ilə getdiyi rayon yerlərində alış-veriş kimi ehtiyaclarını ödəmək üçün edilən xərclər rayon əhalisinin gəlirlərini artırır. Rayonların inkişaf komponentlərindən biri bu ərazilərdə turizmin təminat dəyərlərindən biri olan turizm təlabatından asılıdır. Azərbaycanın rayon əraziləri sosial-mədəni dəyərlərinə, vəhşi təbiətə və təbii mühitə və kənd təsərrüfatı fəaliyyətlərinə görə turistləri cəlb edə

bilər. Bu bölgələrdə turistik məhsulların meydana gəlməsi yalnız bu bölgəyə turistlərin gəlməsi ilə mümkündür. Xüsusilə bölgələrarası inkişaf fərqi və yoxsulluğun yüksək olduğu ölkələrdə regional turizmi təchizatı potensialından səmərəli istifadə olunur.

Aparılan hər bir siyasətə əlavə olaraq, hər bir xarici valyuta gəlirinin əldə edilməsinə çalışıldı, məşğulluq imkanlarının artırılmasına çalışıldı, keyfiyyətli xidmət yanaşmasının təmin edilməsinə çalışıldı, nəzərdən qaçırılmamalı olan ən vacib həqiqət, ekoloji bir yanaşma ilə davamlı turizm hədəfinin müəyyənləşdirilməsidir. Azərbaycanın turizm inkişaf layihəsində göstərildiyi kimi, davamlı turizm yanaşması öynərək, məşğulluğun artırılmasında və regional inkişafda turizmin əsəs bir sektor mövqeyinə edilməsi, beynəlxalq bazarda turist sayı və turizm gəliri baxımında ölkə arasında əhəmiyyətli bir dönüş nöqtəsi olması və beynəlxalq bir marka halına gətirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Regionların sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsində önəmli rol oynayan məqamlardan biri də turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarların turizm infrastrukturunun yaradılmasına dair təqdim etdikləri layihələrin nəzərdə tutulmuş proqramlar üzrə maliyyələşdirilməsinə üstünlük verilməsidir. Belə layihələrin aidiyyəti qurumlar tərəfindən dəstəklənməsi regionlarda da turizm axınının güclənməsinə təsir edə biləcək turist xidmət sahələrinin yaradılmasına və inkişafına müsbət təsirini göstərəcəkdir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi.
2. “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”, 2010.
3. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”, 2016.
4. “Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası.
5. Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişaf problemləri. 2003-cü il. Elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı
6. “Azərbaycan Respublikası Regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət proqramı” – 2009-2013, 2014-2018, 2019-2023-cü illər Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı.
7. Abadov M. 2014. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı. “Şərq-Qərb”. 248 səh.
8. Bilalov B. 2006. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı. “Mütərcim”. 280 səh.
9. Əliyev Q. 2008. Investisiyanın maliyyələşdirilməsi və kreditləşdirilməsi. Bakı. “İqtisad Universiteti”. 275 səh.
10. Əlirzayev. Ə. 2006. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı. “Adiloğlu”. 164 səh.
11. Əlirzayev. Ə. 2010. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı. “İqtisad Universiteti”. 494 səh.
12. Əlirzayev Ə. 2010. Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Bakı. “İqtisad Universiteti”. 326 səh.
13. Əzizova G.A., Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti. Bakı. “İqtisad Universiteti”. 213 səh.

14. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N. 2007. Turizmin əsasları. Bakı. "Mars-Print". 442 səh.
15. İsayev S.Z.. 2011. İnvestisiya fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi. Bakı.
16. Qurbanov F.İ. 2007. Azərbaycanca turizmin inkişaf problemləri. Bakı. "Adiloğlu".
17. Məmmədov E.Q. 2013. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri. Bakı. "Gənclik". 172 səh.
18. Məmmədov Z.S. 2007. "Regionların iqtisadi inkişaf problemləri". Bakı. "Elm". 465 səh.
19. Mahmudov C.İ. 2003. Regional bazarın formalaşması və inkişafında sahibkarlığın rolu. Naxçıvan.
20. Mahmudov M.M., Mahmudov İ.M. 2001-ci il. Region iqtisadiyyatının tənzimlənməsi. Bakı
21. Mahmudov M.M., İ.M. Mahmudova. 2011. Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi. Bakı.
22. Soltanova H. 2015. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı. "AzTU". 475 səh.

İngilis dilində

1. John Beech, Simon Chadwick. The Business of Tourism Management. Paperback, 2005 p. 134
2. Measuring Employment in the Tourism Industries, UNWTO Publications, 2013.
3. Michael E. Porter, Joan Magretta, Mark R. Kramer, Strategy and Competition: The Porter Collection, 2014.
4. "Promoting Foreign Investment in Tourism" – United Nations, New York and Geneva 2010.
5. Richard Shapley. "Sources of finance and investment option in tourism". 12nd Edition. Paperback. 2016

6. Valaria A. Zeithaml, Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations, 2009, 240 p.

Türk dilində

1. Boz,C. 2006, Yüksek Lisans tezi, Dünyada Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları. İstanbul.
2. Dr. Nazmi Kozak. 2018. Turizm Pazarlaması. İstanbul.
3. Fevzi Okumuş , Umut Avcı. 2017. Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri. İstanbul .
4. Fahri Atasoy. 2018. İpek Yolu'nda Ekonomi ve Turizm. İstanbul.
5. Metin Kozak, Ozan Bahar. 2010-cu il. Turizm ekonomisi. İstanbul.
6. Yıldız Zafer. 2011. Turizm Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi
7. Yıldırım Beyazıt Önal , Erdiñç Karadeniz , Serkan Yılmaz Kandır. 2016. Turizm Yatırım Projelerinin Yönetimi, Değerlendirilmesi ve Finansmanı. İstanbul.

Elektron resurslar

1. Eqanun.az
2. Stat.gov.az
3. Mct.gov.az
4. Tourism.gov.az

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə fəaliyyətdə olan, yeni yaradılmış və ləğv edilmiş sahibkarlıq subyektlərinin sayı (2018).....	30
Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikası ərazisində fəaliyyət göstərən mehmanxanaların illər üzrə sayı (2010-2018).....	40
Cədvəl 3. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə muzzla işləyən işçilərin sayı (2005-2018).....	49