

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM İMKANLARININ
QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İsmayılzadə Yusif İsrail

BAKİ – 2022

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

BMDM-in direktoru

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

_____ **imza**

“ ____ ” _____ **2022-ci il**

“ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM İMKANLARININ
QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060409 - Biznesin idarə edilməsi

İxtisaslaşma: Biznesin təşkili və idarə edilməsi

Qrup: 116

Magistrant:

İsmayızadə Yusif İsrafil oğlu

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

i.ü.f.d., dos. Həsənov Niyazi

Əlikram oğlu

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d., dos. Şamxalova Samirə

Oqtay qızı

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar

Atakişi oğlu

_____ **imza**

BAKİ – 2022

Elm andı

Mən, İsmayılzadə Yusif İsrafil oğlu and içirəm ki, “Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

“ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM İMKANLARININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ”

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi, ərazidə turizm infrastrukturunun inkişafında mövcud vəziyyət üçün ən düzgün və uyğun yanaşma tapılmayana qədər qiymətləndirmək və düzgün metodologiyayı seçmək çətin olacağını demək mümkündür.

Tədqiqatın məqsədi: Şuşa şəhərinin turizm imkanlarını qiymətləndirmək, bölgənin turizm potensialını qiymətləndirməkdən ibarətdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Tədqiqat işində, araşdırmaların aparılması üçün induksiya və deduksiya metodlarından, sistemləşdirmə metodundan istifadə edilmiş və PEST və SWOT qiymətləndirmə analizlərindən, qruplaşdırma, sınaq-təcrübə metodundan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazasının əsasını Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişaf istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi sahəsində yerli və xarici tədqiqatçıların nəzəriyyələri, elmi məqalələr, konfrans materialları təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat zamanı əsas məhdudiyyətlərdən biri Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişaf istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi üçün məlumat bazasının olmaması idi.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Tədqiqatın təhlillərinin elmi yeniliyi: a) Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməklə bu biznesin səmərəli formalaşdırılması və inkişafı şərtləri müəyyən edilmiş; b) Turizmə dövlət dəstəyi konsepsiyasının nəzəri və praktiki modeli əsaslandırılmış; c) Şuşa şəhərində müasir turizm imkanlarının dövlət dəstəyinin prioritetləri müəyyən edilmişdir; d) Tədqiqat əsasında Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi üzərindən bu istiqamətdə biznesin fəaliyyətinin perspektivləri müəyyən edilmişdir.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi müvafiq biznesin xarici iqtisadi siyasətinin müəyyənləşdirilməsində, əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasında və xarici kapitalın cəlb edilməsində, habelə qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsində, ümumiləşdirmələr və nəticələr turizm biznesi üçün mütəxəssis hazırlığı kurslarında istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: motivasiya, idarəetmə, inşaat sektoru, kadr siyasəti, infrastruktur

“ASSESSMENT OF TOURISM OPPORTUNITIES OF SHUSHA”

SUMMARY

Relevance of the research: It can be said that it will be difficult to assess the tourism potential of Shusha, assess the current situation in the development of tourism infrastructure in the area until the most appropriate and appropriate approach is found and choose the right methodology.

The purpose of the study: It consists of assessing the tourism potential of Shusha and assessing the tourism potential of the region.

Research methods used: Induction and deduction methods, systematization method and PEST and SWOT evaluation analyzes, grouping, experimental method were used in the research work.

Research database: The research database is based on theories, scientific articles and conference materials of local and foreign researchers in the field of assessing the tourism potential of Shusha and assessing the strategic directions of business development.

Limitations of the study: One of the main limitations of the study was the lack of a database to assess the tourism potential of Shusha and to assess the strategic directions of business development.

Scientific novelty and practical results of the research: As a scientific novelty of the research analysis, the conditions for the effective formation and development of this business were identified by assessing the tourism potential of Shusha.

Areas where the results can be used: Assessment of tourism opportunities in Shusha can be used to determine the foreign economic policy of the relevant business, to create a favorable investment climate and attract foreign capital.

Keywords: motivation, management, construction sector, personnel policy, infrastructure

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
BƏT	Beynəlxalq Əmək Təşkilatı
ÇXR	Çin Xalq Respublikası
FIOH	Finlandiya Peşə Xəstəlikləri İnstitutunun
İRİE	İnsan Resursları İdarə Edilməsi
İST	“İş Sağlamlığı və Təhlükəsizliyi (Occupational Health & Safety-OHS)
MİDA	Mənzil İnşaatı Dövlət Agentliyi
NORA	“ABŞ Milli Peşə Tədqiqatı Gündəmi
OECD	İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı
TÜİB	Azərbaycan Türkiyə İş Adamları və Sənayeçiləri İctimai Birliyi
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul

MÜNDƏRİCAT

	GİRİŞ.....	8
I FƏSİL.	ŞUŞADA TURİZMİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI.....	12
1.1.	Şuşa şəhərinin turizm potensialının qiymətləndirilməsinin elmi-nəzəri əsasları.....	12
1.2.	Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və onun turizm sənayesinə inteqrasiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılması.....	19
1.3.	Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında, turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin bölgədə müəyyən edilməsi.....	26
II FƏSİL.	TURİZM SƏNAYESİNİN İNKİŞAFINDA ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM İMKANLARININ MÜASİR SƏVİYYƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.....	32
2.1.	Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyəti.....	32
2.2.	Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklər.....	38
2.3.	Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi.....	44
III FƏSİL.	ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM POTENSİALININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ.....	51
3.1.	Şuşanın turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında ölkədə gələcəyə hesablanmış iqtisadi inkişafının təmin edilməsi.....	51
3.2.	Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsinin iqtisadi inkişafa praktiki təsiri və əhəmiyyəti.....	60
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	69
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	71
	ƏLAVƏLƏR.....	74
	Sxemlərin siyahısı.....	77
	Cədvəllərin siyahısı.....	77
	Şəkillərin siyahısı.....	77

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Müəyyən ərazi və ya regionda turizmin inkişaf perspektivlərini müəyyən etmək üçün turizm potensialını müəyyən etmək lazımdır. Bunun hansı olduğunu müəyyən etmək üçün onun bütün ətraflı təriflərini öyrənməklə, turizm potensialının mahiyyətini və komponentlərini müəyyən etmək lazımdır.

Bu baxımdan Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və onun son dövrdə yaranan imkanlardan bəhrələnmək və tərəf kimi, dəyişən münasibət və baxış bucaqları ilə tarixən bağlı köklərin inkişafının çoxlu sayda nümunələri vardır. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi, ərazidə turizm infrastrukturunun inkişafında mövcud vəziyyət üçün ən düzgün və uyğun yanaşma tapılmayana qədər qiymətləndirmək və düzgün metodologiyayı seçmək çətin olacağını demək mümkündür.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi bu bölgənin turizm potensialını yeni yanaşma və meyarlara uyğun olaraq optimal hərtərəfli qiymətləndirmək üçün tədqiqatımızın aktuallığını müəyyən edən də məhz budur.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Şuşa şəhərinin turizm potensialının qiymətləndirilməsi orada turizm obyektlərinin inkişafı və yaradılması perspektivlərinə görə sıralamalıdır. Burada ərazinin turizm infrastrukturunun inkişafı üçün potensial mövcuddur və onun inkişaf perspektivlərini artıran amillər zamanla dəyişə bilər.

Yekun olaraq Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi işinin metodoloji əsasını elmi təhlilin, sintezin, təhlilin və s. məqsədlər baxımından ümumi elmi üsullar təşkil edir. Bu şəhərin zəngin mədəni irsə və əhəmiyyətli tarixi-mədəni potensiala malik olması şəhər ərazisində çoxlu sayda mədəni irs obyektlərinin olması, o cümlədən memarlıq abidələri, tarixi abidələr, arxeoloji abidələr, monumental sənət abidəsi mövcuddur.

Müvafiq olaraq təkid edilən magistr işi üç fəsildən, nəticədən, istifadə olunan ədəbiyyat siyahısından və əlavələrdən ibarətdir.

Birinci fəsil Şuşa şəhərinin turizm potensialının qiymətləndirilməsinin elmi-nəzəri əsaslarına, onun turizm sənayesinə inteqrasiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılmasına və turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin bölgədə müəyyən edilməsinə həsr edilib.

İkinci fəsildə Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin əhəmiyyəti, qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılması, turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi zərurətinə diqqət yetirilir.

Üçüncü fəsildə Şuşanın turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında ölkədə gələcəyə hesablanmış iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, turizm imkanlarının qiymətləndirilməsinin iqtisadi inkişafa praktiki təsiri və əhəmiyyəti verilmişdir. Sonda Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında turizm sənayesinin təşkili üçün ən perspektivli ərazi kimi müəyyən edilmişdir. Əlavədə cədvəl şəklində tərtib edilmiş və müvafiq nəticələr və hesablamalar var.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi bu bölgənin və ümumilikdə ölkənin müvafiq məqsədləri çərçivəsində bu problemin qoyuluşu və bir sıra vəzifələri həll etmək lazımdır:

- ərazilərin turizm potensialını təşkil edən əsas komponentləri öyrənmək;
- ərazilərin turizm potensialının qiymətləndirilməsi üçün mövcud üsulları təhlil etmək;
- Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi
- regionda turizm sənayesinin inkişafı üçün ən əlverişli ərazi kimi Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirmək;

İnformasiya əsası kimi aşağıdakı müəlliflərin əsərlərindən istifadə edilmiş və Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi baxımından gələcəkdə bölgənin turizm potensialının müəyyənləşdirilməsinə yanaşmalar və müvafiq tanınmış alimlərin A.V.Drozdov, N.İ.Panov, A.V.Darinski, T.V.Nikolaenko, V.A.Rubtsov, S.Şabalina.A., əsas metodları öyrənilmişdir.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün aşağıdakı müəlliflərin Boqdanova E.İ., Drozdov AV, Kolbovskiy E.Yu., Xudenkix Yu.A.,

Kruhalin K.V., Stukov A.N. tərəfindən aparılmış təhlil və qiymətləndirmə metodları öyrənilmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilmək. Bölgənin turizm potensialını qiymətləndirməkdən ibarətdir. Qarşıya qoyulan vəzifələr isə aşağıdakılardan ibarətdir:

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi məqsədi çərçivəsində bir sıra vəzifələri həll etmək lazımdır:

- ərazilərin turizm potensialını təşkil edən əsas komponentləri öyrənmək;
- ərazilərin turizm potensialının qiymətləndirilməsi üçün mövcud üsulları təhlil etmək;
- Şuşa şəhərinin turizm potensialını qiymətləndirmək;
- regionda turizm sənayesinin inkişafı üçün ən əlverişli əraziləri müəyyən etmək.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Tədqiqatın obyekt, Şuşa şəhərinin turizm potensialının qiymətləndirilməsi orada turizm obyektlərinin inkişafı və yaradılması perspektivləri predmeti isə biznesdə turizmin qiymətləndirilməsi prosesində meydana çıxan təşkilati-idarəetmə münasibətləridir.

Tədqiqat metodları: Tədqiqat işində həm nəzəri elmi əsaslar, həm də analiz hissə araşdırılacaqdır. Araşdırmanın aparılması üçün induksiya və deduksiya metodlarından, eləcə də sistemləşdirmə metodundan istifadə edilməsi nəzərdə tutulub. Eyni zamanda PEST və SWOT qiymətləndirmə analizlərindən, qruplaşdırma metodundan, sınaq-təcrübə metodundan istifadə ediləcəkdir.

SWOT analizdən istifadə edərək Şuşa şəhərində turizmin inkişafının güclü və zəif tərəfləri, burada turizmin inkişafı imkanları və turizmin inkişafının qarşısında dayanan təhlükələr araşdırılacaqdır.

Aparılacaq təhlillərdən əldə ediləcək nəticələr əsasında ümumiləşdirmə və analiz-sintez metodlarının istifadə edilərək nəticə və təkliflər irəli sürüləcəkdir.

Tədqiqatın gedişindən aslı olaraq ehtiyac yaranarsa statistik təhlil, riyazi təhlil metodlarından da istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın aparılmasında yerli və xarici ədəbiyyatlardan, monoqrafiyalardan, dərsliklərdən, beynəlxalq indeksli jurnallarda çap olunmuş elmi işlərdən, statistik məlumatlardan, müxtəlif elmi nəşrlərdən istifadə olunub.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazasının əsasını Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişaf istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi sahəsində yerli və xarici tədqiqatçıların nəzəriyyələri, bu sahəyə aid elmi məqalələr, konfrans materialları təşkil edir.

Pandemiya şəraiti olduğuna görə tədqiqat zamanı əsas tətbiq olunan tədqiqat metodu əsasında məlumatları toplamaq, oxumaq, təhlil etmək və nəticəyə gəlmək olmuşdur. Müvafiq məlumatların toplanmasında əsas rol oynayan informasiya bazası kimi müxtəlif informasiya platformaları mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir. Yerli və xarici professorların elmi işləri tədqiqat zamanı istifadə edilib və müvafiq elmi işlərin əsas mövzusu Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişaf istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi üçün müvafiq metodologiya tətbiq edilmiş və ölkənin bu istiqamətdə gördüyü işlər və problemlərin həllini bura aid etmək olar.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat zamanı əsas məhdudiyyətlərdən biri Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişafı istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi üçün məlumat bazasının olmaması idi. Baxmayaraq ki, Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və biznesin strateji inkişafı istiqamətlərinin dəyərləndirilməsi üçün nəzəri metodoloji əsasları haqqında materiallar kifayət qədərdir, amma praktiki vəziyyəti başa düşmək üçün informasiya bazası kifayət etmir. Bundan əlavə dəqiq statistik mənbələrin olmaması müvafiq lazımlı məlumatları rahatlıqla tapmaq mümkün deyil. Ən əsası isə pandemiya şəraiti ilə əlaqədar olaraq müxtəlif aylarda tətbiq edilən sərt karantin rejimi və müharibə şəraiti ilə əlaqədar olaraq internet problemi məlumatların toplanmasına və təhlilinə mane olur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqatın təhlillərinin elmi yeniliyi əsasən aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

- Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməklə bu biznesin səmərəli formalaşdırılması və inkişafı şərtləri müəyyən edilmiş;
- Turizmə dövlət dəstəyi konsepsiyasının nəzəri və praktiki modeli əsaslandırılmış;
- Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında dövlət dəstəyi proqramının hazırlanması əsaslandırılmışdır;
- Şuşa şəhərində müasir turizm imkanlarının dövlət dəstəyinin prioritetləri müəyyən edilmişdir.
- Tədqiqat əsasında Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi üzərindən bu istiqamətdə biznesin fəaliyyətinin perspektivləri müəyyən edilmişdir.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqatın nəticələri əsasında Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi sahibkarlıq sahəsində dövlət siyasətinin və müvafiq bazarın təkmilləşdirilməsi üçün istifadə edilə bilər;

- magistr işində hazırlanmış tövsiyələrin icrası Şuşa şəhərinin turizm subyektlərinin fəaliyyət göstərdiyi bazar şərtlərinə uyğunlaşma prosesini sürətləndirməyə şərait yaradacaq və davamlı iqtisadi inkişafı təmin etmək üçün potensial biznes vəəliyyəti üçün yeni iş yerlərinin yaradılmasına imkan verəcəkdir;

- magistr işinin əsas müddəaları Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsinin aparılması əsasən müvafiq biznesin xarici iqtisadi siyasətinin müəyyənəşdirilməsində, əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasında və xarici kapitalın cəlb edilməsində, habelə qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsində istifadə edilə bilər;

- magistr işində yer alan nəzəri ümumiləşdirmələr və nəticələr mühazirələrdə istifadə oluna bilər və bura əsasən “Biznesin əsasları”, “Biznesin idarə edilməsi”, “Beynəlxalq biznes”, fənlərinin tədrisində və ümumiyyətlə ali təhsil müəssisələrində, eləcə də turizm biznesi üçün mütəxəssis hazırlığı kurslarında istifadə oluna bilər.

I FƏSİL. ŞUŞADA TURİNİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1. Şuşa şəhərinin turizm potensialının qiymətləndirilməsinin elmi-nəzəri əsasları

Müasir iqtisadi şəraitdə turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatında intensiv temple inkişaf edən, ölkələrin və ayrı-ayrı regionların sosial-iqtisadi inkişafına mühüm təsir göstərən bu sektor mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turizm sənayesinə turizm müəssisələri ilə yanaşı, turizm xidmətlərinin göstərilməsi prosesində dolayısı ilə iştirak edən sənaye müəssisələri də daxildir. Onun təsir dairəsinə istehlak mallarının istehsalı, nəqliyyat və rabitə, tikinti, kənd təsərrüfatı, banklar, əyləncə və s. kimi iqtisadiyyatın əsas sahələri daxildir.

Dünyanın əksər ölkələrində turizm onların sosial-iqtisadi inkişafının katalizatoru kimi çıxış edərək, əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində və əlavə iş yerlərinin yaradılmasında, xarici ticarət balansının yüksəldilməsində, ümumi daxili məhsulun formalaşmasında həlledici rol oynayır. İqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafına təsir edən turizmin səmərəli inkişaf yollarını müəyyən etmək üçün mükəmməl işlənmiş strategiya və taktika, müəyyən edilməlidir. Bu gün ölkəmizdə rəqabət mühiti şəraitində turizmin inkişafına təsir edən amillərin düzgün proqnozlaşdırılması lazımdır (Qafarov N., 2012)

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarından səmərəli istifadə etmək üçün, Azərbaycanda turizm sənayesi daha əlverişli səviyyəyə qaldırılmalıdır. 2002-ci ildə ümummilli lider Heydər Əliyev tərəfindən turizmin inkişafı üzrə Dövlət Proqramının təsdiq edilməsi bu məsələnin nə qədər vacib olduğundan xəbər verir. Ölkədə yüksək səmərəli və rəqabətqabiliyyətli turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə hədəf inkişaf proqramları qəbul edilmişdir.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi, davamlı iqtisadi inkişafa töhfə verən milli iqtisadiyyat üzrə strateji yol xəritəsi çərçivəsində ixtisaslaşmış turizm prioritet sahələrdən biri kimi tanınır. Son illərdə iqtisadi inkişaf tempi, Azərbaycanın beynəlxalq aləmdə artan nüfuzu ölkədə turizm sənayesinin

formalaşmasına güclü təkan olmuşdur. Müasir şəraitdə istehsal prosesində insan amili, informasiya, bilik daxil olmaqla qeyri-maddi amillərin aparıcı mövqə tutması mövcuddur. Getdikcə istehsalın maddi amilləri ikinci plana keçir və bu gün dünya iqtisadiyyatına xas olan məhsulların yaradılmasında elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinə çəkilən xərclərin artması, yüksək rəqabət şəraitində əmtəələrin davamlı olaraq yenilənməsi və təkmilləşdirilməsi ehtiyacı ilə bağlı məsrəflər, məhsulun tətbiqi xərcləri haqqında demək olar.

Qabaqcıl, ağıllı texnologiyalar istehsal prosesinə daxil edilir və yuxarıda sadalanan xüsusiyyətlər istehsal prosesinin amillərinin strukturunda qlobal dəyişikliklər, şəxsi istehsal amilinin fəaliyyətində əhəmiyyətli dəyişikliklər haqqında mühakimə yürütməyə imkan verir. Şəxsi istehsal amili bu gün təsərrüfat mexanizminin aparıcı və dinamik inkişaf edən elementlərindən biridir. Özünə xas olan sürətli və mobil dəyişikliklərə görə o, dövrümüzün istehsal münasibətlərinin fenomeni kimi tanınır.

Bu prosesdə şəxsi istehsal amilinin təkrar istehsalı, o cümlədən əməyin təkrar istehsalı və fərdin hərtərəfli inkişafı böyük əhəmiyyət kəsb edir. Burada mühüm rolunu turizm xidmətlərinin göstərilməsi oynayır ki, bu xidmətlərin göstərilməsi qlobal iqtisadiyyata təsir edən mühüm amillərdən hesab edilir.

Turizm getdikcə fəal istehsal amillərinin təkrar istehsalının ən vacib komponentlərindən biri kimi görünür, ilk növbədə insanın fiziki və əqli qabiliyyətlərinin bərpasını və saxlanmasını, habelə şəxsi keyfiyyətlərin formalaşmasını və zənginləşdirilməsini nəzərdə tutur. Turizm xidmətlərinin artan əhəmiyyəti, onların müasir cəmiyyətin həyatında iqtisadi və sosial əhəmiyyəti dünyanın əksər ölkələri tərəfindən qəbul edilir.

Ölkələr arasında turizm xidmətlərinin göstərilməsi getdikcə daha çox beynəlxalq və regional iqtisadi inteqrasiya proseslərinin tərkib hissələrindən biri kimi qəbul edilir. Müasir dünya iqtisadi əlaqələrinin xüsusiyyətlərindən biri də ölkələrin regional səviyyədə iqtisadi yaxınlaşması və qarşılıqlı əlaqəsi, nisbətən müstəqil iqtisadi zonalar yaratmağa can atan iri regional inteqrasiya strukturlarının formalaşması, bu regionların əhalisinin kütləvi yerdəyişməsidir. Bu, bir tərəfdən

onunla izah olunur ki, istirahətini turizm vasitəsilə təşkil edən insanlar iqtisadi və siyasi qeyri-sabitlik dövründə təhlükədən yayınmağa çalışırlar və integrasiya zonasında olurlar.

Dünyada bütün qitələrdə formalaşmış və məqsədlərinə və integrasiya dərəcəsinə görə bir-birindən fərqlənən ən azı onlarla integrasiya qruplaşması mövcuddur. Ən parlaq iqtisadi və siyasi birliklərdən biri iştirakçı ölkələrə insanların və kapitalın, malların və xidmətlərin sərbəst hərəkətini təmin edən Avropa İttifaqıdır (Qəhrəmanov Y., Bilalov B., 2012).

Demografik amilin dəyişməsi, insanların planetinin bütün ərazisində hərəkəti səyahət üçün şərait və imkanlar yaradmışdır. Qədim dünyada müəyyən ərazilərdə yaşayan insanlar zəruri məhsulların axtarışı üçün öz “səyahətlərini” edirdilər. Bu ehtiyacların ödənilməsi ibtidai insanların onlar üçün yeni yerlərə səfər edərkən, təbiət hadisələri ilə tanış olduqda aldıkları o hiss və duyğular nəticəsində getdikcə daha çox yeni ehtiyacların yaranmasına səbəb olurdu. Tədricən səyahət ehtiyacı yaranmağa başladı və yeni torpaqlar axtarışında təkcə qədim yunanlar deyil, Cənubi Avropanın digər əyalətlərindən olan insanlar da səyahət etməyə başladılar. Təsadüfi deyil ki, məhz bu dövrdə Xristofor Kolumb və digər böyük səyyahlar tərəfindən yeni torpaqlar kəşf edilmişdir.

Yuxarıda deyilənlərin hamısı turizmin formalaşması üçün yalnız ilkin şərtlər idi və ona görə də turizmin formalaşması prosesini göstərməzdən əvvəl ona olan ehtiyacın yaranması üçün ilkin şərtləri araşdırmaq lazımdır. İqtisad elminin klassikləri əsaslandırırırdılar ki, cəmiyyətin mövcudluğu və inkişafının əsasını insanın istehsal fəaliyyəti təşkil edir, onun əsas gücü məhz insanın tələbatının ödənilməsindən asılıdır. Deməli, cəmiyyətin fəaliyyət prosesi həm bütün cəmiyyətin, həm də fərdin ehtiyaclarının ödənilməsinə tabedir.

Ehtiyacların yaranması iqtisadi, coğrafi, tarixi və milli xüsusiyyətlərdən asılıdır və yalnız insanın fiziki tələbatını ödəyən dərəcədə intellektual və sosial ehtiyac yaranır və əlbəttə bu təbiidir, o cümlədən turizm ehtiyacı bur daxil edilir. İnsanlar bir qida olaraq geyim ehtiyacı kimi həyatı ehtiyacların ödənilməsindən ibarətdir. Həmçinin nəzərə almaq lazımdır ki, insanlarda hər zaman cəmiyyətdə hansısa

“özünü təsdiq etmək”, öz həyat səviyyəsini yüksəltmək, başqaları ilə ayaqlaşmaq istəyi olur ki, bu da turizmdə ehtiyacların yaranmasına səbəb olmuşdur.

Turizmin inkişafının səbəblərini müəyyən etmək məsələsini görkəmli alimlər bildirmişlər ki, turizmin inkişafını şərtləndirən əsas amil əmək qabiliyyətinin bərpa edilməsi zərurətidir. İnsanların əmək qabiliyyətinin bərpasına ehtiyac dünya birliyinin inkişafının bütün mərhələlərinə xasdır. Turist səyahəti geniş yayılmış və bu gün kütləvi turizmə yiyələnmənin səbəbi elmi-texniki tərəqqidir.

Əlbəttə bu asılılıq iş vaxtının azaldılması və insanların gəlirlərinin artması ilə bağlıdır və beynəlxalq turizm bazarının verdiyi imkanlarda daha səmərəli bəhrələnmək lazımdır. Unutmaq olmaz ki, məhsuldar qüvvələrin və istehsal münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi ilə yanaşı, insanların tam istirahət etmək və çətin iş günündən uzaqlaşmaq imkanları getdikcə daha da məhdudlaşır. Bu vəziyyət insanlarda iş mühitini dəyişmək, təbiət qoynunda, təmiz havada daha çox vaxt keçirmək həvəsini oyadır ki, bu da turizmin inkişafında əsas amillərdən hesab edilir.

Burada qeyd etmək lazımdır ki, insanların sadəcə olaraq turist səfərləri həyata keçirmək istəyi onları reallığa çevirmək üçün kifayət etmir. Turist tələbatının ödənilməsi həm də insanların maddi vəziyyətindən, yəni gəlirlərinin səviyyəsindən asılıdır. Turist tələbatının ödənilməsi daha çox əhalinin boş vaxtı və pulu ilə bağlıdır. Bu o deməkdir ki, cəmiyyətin müasir inkişafı şəraitində əsas istehsalın amillərindən biri kimi əmək qabiliyyətinin təkrar istehsalı məhdudlaşdırılır və boş zaman amili, maliyyə imkanları və istirahət məkanının mövcudluğu aktual olur.

Beləliklə, turizm xidmətlərinə ehtiyac dünya cəmiyyətinin inkişafının həmin dövründə, insanların həyati ehtiyaclarını ödəyərək səyahət etmək istəklərini həyata keçirdikləri zaman yaranmışdır. Bu gün, turizmə olan bu ehtiyac dünyanın əksər insanlarına xasdır. Bütün bunları nəzərə alaraq insan ehtiyaclarının kompleksi fonunda) səyahətlərin əhəmiyyəti, müasir dünya iqtisadi münasibətlərində turizmin rolunun müəyyən edilməsi son dərəcə vacib hesab edilir.

Turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və bu xidmətlərin təsnifləşdirilməsi məsələsi öz mahiyyətini kökündən dəyişmiş, sadəcə əyləncə, istirahətdən insan

həyatının ayrılmaz hissəsinə çevrilmiş, onun ehtiyaclarını ödəmək, həyatının tələb olunan səviyyəsini saxlamaqla bağlıdır. Səyahətlərdə ehtiyacların artan rolu səyahət xidmətləri istehsalçılarının meydana çıxmasına səbəb oldu ki, bu da öz növbəsində xüsusi məhsul növünün - turizmin formalaşmasına səbəb olmuşdur.

Beləliklə, turizm bizə məhsul şəklində görünür ki, bu da bütün mallar kimi, bazarda satıla bilər, alınla bilər, lakin maddi və qeyri-maddi xidmətlər şəklində bu satılır. Onun həyati əhəmiyyət kəsb edən mallardan üstünlüyü ondan ibarətdir ki, ona olan ehtiyac insan gəlirinin müvafiq səviyyəsində yaranır və nəticədə beynəlxalq xarici iqtisadi əlaqələrdə aparıcı yer tutan turizm, ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadi inkişafına və bütövlükdə dünya iqtisadiyyatının inkişafına hiss olunan dərəcədə təsir göstərir. Turizm bu gün dünya iqtisadiyyatının ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biri kimi xarakterizə edilir. 1980-ci il Dünya Turizmi haqqında Manila Bəyannaməsində qeyd edildiyi kimi, istirahət, səyahət istiqamətini seçməkdə sərbəstlik, onu əhatə edənlərlə tanışlıq, şüurun möhkəmləndirilməsi hər bir insanın təbii və ayrılmaz hüququdur.

Beləliklə, dövlət vətəndaşların turizmə çıxışı üçün real imkanlar yaratmalıdır və turizmi “insanların daimi yaşayış və iş yerindən başqa yerlərdə hərəkəti və qalması zamanı yaranan münasibətlər və hadisələrin məcmusu” kimi xarakterizə etmək olar. İnsanların istirahət, sağlamlıq ehtiyaclarını ödəmək, elmi və işgüzar, habelə mənfəət əldə etməkdən ibarət olan bu yanaşma turizm biznesi üçün mühüm məsələdir.

ÜTT turisti ən azı 24 saat səyahət etdiyi ölkənin ərazisində qalan şəxs kimi təsnif edir və insan yaşadığı yerdən başqa ölkədə 24 saatdan az vaxt keçirirsə, buna ekskursiya deyilir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının bəyanatına əsasən, turizmin dayanıqlı inkişafa töhfəsinin əsas aspekti onun məşğulluq mənbəyi kimi əhəmiyyətindən ibarətdir. Bu təsir həm iş yerlərinin təmin edilməsi, həm də insan ehtiyatlarına olan ehtiyacların ödənilməsi ilə bağlıdır.

Beynəlxalq təsnifata əsaslansaq, turizm insanların əmək qabiliyyətinin bərpasından ibarət olan beynəlxalq əməkdaşlığın mühüm “mənbəyi” kimi çıxış edir. Məlumdur ki, turizm çox müsbət amillərə töhfə verir və istehsalın əsas amillərindən

biri olan işçi qüvvəsindən səmərəli istifadəyə şərait yaradır. Turizm çox şaxəli iqtisadi fəaliyyət kimi istehsal prosesinə sərf olunan sağlamlığın daha yaxşı olmasında, insanın həyat qabiliyyətinin artırılmasında müsbət rol oynayır (Zeynalov C., Soltanova H., 2013).

Turizmi müxtəlif növlərinə görə təsnifləşdirən bir çox sistemlər mövcuddur. Məsələn, daxili və beynəlxalq turizmi aktiv və ya passiv turizmi fərqləndirmək olar və onun aşağıdakı növlərini göstərmək olar:

- səfərin məqsədinə görə (rekreasiya, idrak, elmi, işgüzar);
- fəaliyyət növünə görə (planlı, həvəskar);
- səyahət edənlərin sayına görə (fərdi, ailə, qrup);
- səfərin müddətinə görə (qısamüddətli, uzunmüddətli);
- səyahət edənlərin yaşına görə (uşaqlar, gənclər, böyüklər);
- səyahət rejiminə görə (avtoturizm, karvan, dəniz və çay turizmi və s.);
- yerləşdirmə üsulu ilə (stasionar və səyyar);
- turizm fəaliyyətinin intensivliyinə görə (ilboyu və mövsümi);
- təbii ehtiyatlardan istifadə növü üzrə (əyləncəli, ekoloji, dağ, su, olimpiya, gəzinti);
- maliyyələşdirmə forması ilə (kommersiya və sosial).

Turizmi başqa növlərə də bölmək olar. Səfərin həyata keçirilə biləcəyi məqsədlərə görə turizmi aşağıdakı kimi təsnif etmək olar:

- əyləncəli;
- qohumları və dostları ziyarət etmək;
- müalicəvi;
- elmi və işgüzar;
- dini;
- idman.

Əyləncəli turizm ölkənin görməli yerlərini, konsertləri, myzey və teatrları ziyarət etməyi nəzərdə tutur. Qohumları və dostları ziyarət etmək kifayət qədər yayılmış turizm növlərindən biridir. Sağlamlıq turizmi sanatoriyalara, kurortlara, xəstəxanalara və sağlamlıq və sağlamlıq xidmətləri göstərən digər müəssisələrə baş

çəkməklə əlaqədardır. Elmi və işgüzar turizmə ezamiyyətlər, konfranslarda, simpoziumlarda iştirak və s. Həcc ziyarəti, məscidləri, kilsələri ziyarət etmək dini turizm sayılır. İdman turizminə ovçuluq, atçılıq, olimpiya növü, velosiped turları və digər növlər daxildir.

Ekspertlər ölkələrdə turizmin və rekreasiyanın inkişafını təşviq edən aşağıdakı səbəbləri qeyd edirlər:

- iqtisadi səbəblər (turizm davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə təsir göstərir);
- sosial xarakterli səbəblər (turizm mədəni dəyərlərin inkişafına və qorunub saxlanmasına, insanların mənəvi və fiziki gücünün təkrar istehsalına, əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsinə, həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına kömək edir);
- ekoloji xarakterli səbəblər (turizm ətraf mühitə qayğını müəyyən edir).

Ölkələrin yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji inkişaf templərinə nail olmaqda marağını nəzərə alaraq, dünya standartlarının müasir tələblərinə cavab verən inkişaf etmiş turizm sənayesinin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ölkədə turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunmasını sürətləndirəcək. Bu istiqamətlərdən biridə Şuşa şəhərinin turizm imkanlarından istifadə etməkdir.

1.2. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və onun turizm sənayesinə inteqrasiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılması

Turizm iqtisadiyyatın əsas sahələrindən biri kimi, iqtisadi sistemin elementi kimi turizm sənayesi digər sənaye və sektorlarla qarşılıqlı əlaqədədir. Eyni zamanda, turizm sistemi, hər hansı digər sistem kimi, heterojendir, onun tərkibindəki qurumlar bir-birindən təcrid olunmur. Bu, çoxsistemli strukturun formalaşmasına gətirib çıxarır ki, burada iqtisadçıların qeyd etdiyi kimi, bir halqaya intensiv təsirin göstərilməsi, şübhəsiz ki, digər halqalara müsbət və ya mənfi təsir göstərə bilər (Ağakərimov M.M., 2016).

Beləliklə, turizm sənayesi təkcə böyük deyil turizm müəssisələrinin sayı, həm də turizm sənayesi ilə bağlı, dolayısı ilə turizm xidmətlərinin göstərilməsi ilə məşğul olan müəssisələrin sayı ilə də bağlıdır. Bu baxımdan son vaxtlar turizm sənayesində “klaster” termini daha çox istifadə olunur. “cluster” sözü ingiliscə “cluster” sözündən tərcümədə çoxluq deməkdir. Klaster nəzəriyyəsinin banisi Harvard Məktəbinin professoru Maykl Porter hesab edir ki, klasterin uğurlu inkişafının mühüm amillərindən biridir. Müxtəlif ölkələrdə turizmin inkişafında institusional amillərinin xüsusiyyətləri mövcuddur.

Davamlı inkişaf strategiyasının mövcudluğu M.Porterin fikrincə, “klasterlər post-sənaye iqtisadiyyatının formalaşması şəraitində rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsinə yönəlmiş maraqlı tərəflərin söylərinin birləşdirilməsinin təşkilati formasıdır”. Güman etmək olar ki, klaster müəyyən fəaliyyətlərin həyata keçirilməsində maraqlı olan, vahid məqsədə çatmağa çalışan subyektlərin məcmusudur. Bu baxımdan turizm klasteri regionun rəqabətqabiliyyətliliyinin və inkişafının artırılması üçün əlverişli şərait yaratmağa yönəlmiş sistem kimi müəyyən edir və onun xarakterik xüsusiyyəti iqtisadi vahidlərin coğrafi yaxınlığını təmin edir.

Bu gün dünya turizm sənayesinin strukturu və inkişaf səviyyəsi, iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrinə xidmət göstərilməsi prosesinə cəlb olunması turizm klasterindən danışmağa imkan verir və əlbəttə bu çox mütərəqqidir. Nəzərə alsaq ki, “Klaster” terminini turizm sənayesinə aid etməklə, onlar yüksək keyfiyyətli, populyar turizm məhsulu yaratmaq üçün hazırlanmış inkişaf strategiyasına uyğun fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin qarşılıqlı söyləri hesab edilir.

Sadalanan nəzəri fərziyyələr və mülahizələr dünya təcrübəsində turizm sənayesinin formalaşması və inkişafı ilə bağlı olan məsələlərdə öz cavabını tapır. Bu gün dünyanın 150-yə yaxın ölkəsi səyahət xidmətləri təchizatçısıdır. Bu ölkələrin hər birinin özünəməxsus turizm potensialı var və turist xidmətlərinə artan tələbatı öz maraqlarına yönəldə bilirlər. Müasir turizm biznesinin fərqli xüsusiyyəti onun qloballaşmasıdır ki, bu da dövlətlər və ictimai təşkilatlar arasında siyasi, iqtisadi, mədəni və digər sahələrdə əməkdaşlığı artırmağa imkan verir.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi və onun turizm sənayesinə inteqrasiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılması əsasən, ölkənin iqtisadi inkişafında turizmin rolu regionların iqtisadi inkişaf səviyyəsi, iqtisadiyyatın şaxələndirilmə səviyyəsi, turizm bazarının inkişaf dərəcəsi, turizm potensialının mövcudluğu və istifadə dərəcəsindən asılıdır və turizm sənayesi əlaqəli sahələrin fəaliyyətinə təsir edir. Bu göstəricilərin səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, turizmin iqtisadiyyata töhfəsi bir o qədər güclü hiss olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə yaradılan çoxlu sayda turizm məhsulları mövcuddur. İnkişafı yalnız yüksək təşkil olunmuş turizm infrastrukturunu olduqda həyata keçirilə bilən turizmin həm növləri, həm də yaradılması üçün xüsusi xərc tələb etməyən növləri mövcuddur. Ölkədə inkişaf edən turizm növündən asılı olmayaraq, onun iqtisadi dominant olması aktual olaraq qalır. Həqiqətən də, turizmin iqtisadiyyatın bir çox sahələri ilə sıx əlaqəsini nəzərə alsaq, infrastrukturun inkişafından asılı olmayaraq, ölkənin iqtisadi inkişafına yaxşı töhfə verə bilər.

Regionda yəni Şuşa şəhərinin turizmin inkişafının səmərəli idarə olunması buna bariz misal ola bilər. Respublikada bu istiqamətdə strategiyanın həyata keçirilməsi təcrübəsi artırılmalıdır. Turistlər səyahət zamanı öz arzularından asılı olaraq dəyişən əlavə xidmətlərdən istifadə edə bilərlər. Hal-hazırda ölkədə, regionda turizm sənayesinin inkişaf dərəcəsini aydın səciyyələndirən göstəricilərə aşağıdakılar daxil edilməlidir:

- turist axınının həcmi (turistlərin ümumi sayı və turist günləri);
- maddi-texniki bazanın vəziyyəti (iaşə, əyləncə obyektlərində yerlərin sayı, mehmanxanaların və digər yerləşdirmə obyektlərinin yataq tutumu və s.);
- gündəlik səyahət xərclərinin orta miqdarı;
- turizm şirkətinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin göstəriciləri (səyahət xidmətlərinin satışının həcmi, işçilərin əmək haqqına çəkilən xərclərin səviyyəsi, kapitalın məhsuldarlığı, səyahət xidmətlərinin dəyəri, mənfəət, likvidlik və s.);
- beynəlxalq turizmin inkişafının göstəriciləri (xarici ölkələrə səfər etmiş turistlərin sayı;
- xarici səfərlər zamanı turistlərin ümumi pul xərcləri;

- xarici turistlər üçün tur günlərinin sayı.

Azərbaycanda son illər bu göstəricilərin müsbət dinamikası nəzərə çarpır ki, bu da dövlət tərəfindən turizm sənayesinə göstərilən fəal ünvanlı dəstəyin göstəricisidir. Turizm sektorunun yekun ÜDM göstəricisinə töhfəsinə görə ölkələri aşağıdakılara bölmək olar:

- monoturizm fokuslu ölkələr. Bu ölkələrdə turizm milli gəlirin böyük hissəsini doldurur (Estoniya, Yunanıstan, Türkiyə);
- turizm sənayesinin vacib olduğu, lakin iqtisadiyyatının strukturunda dominant olmayan ölkələr (Çin, Çexiya və s.);
- turizm sənayesinin iqtisadiyyatın aparıcı sektoru olmadığı, lakin buna baxmayaraq ölkənin ÜDM-ə töhfə verdiyi ölkələr bunlar, Almaniya, Finlandiya, Ukrayna və s.

Aşağıda Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafını turizm sahəsində bəzi qabaqcıl ölkələrlə müqayisə etmək üçün aşağıdakı göstəriciləri göstərmək lazımdır:

- turizm məqsədilə ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı;
- məqsədləri və ölkə iqtisadiyyatında beynəlxalq turizmdən əldə edilən gəlirlər.

Azərbaycan Respublikasının regionlarında turizmin inkişafının rolunu və perspektivlərini qiymətləndirməyə metodoloji yanaşmalar tətbiq edilməlidir. Müxtəlif ölkələrdən gələnlərin sayını və beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirləri müqayisə etdikdə belə nəticəyə gəlmək olar ki, Azərbaycanda turizm sahəsində qabaqcıl ölkələrdən geridə olsaq da, ümumiyyətlə, orada statistik məlumatların artması müşahidə olunur. Unutmaq olmaz ki, Azərbaycanda turizm sənayesini tam inkişaf etdirmək üçün zaman lazımdır. Bunun üçün bütün dünyada turizm sahəsində lider mövqe tutan ölkələrin təcrübəsini fəal şəkildə öyrənmək lazımdır. ÜTT-nin apardığı araşdırmalara əsasən, 2016-cı ildə səyahət və turizmin ümumi iqtisadi töhfəsi birbaşa, dolayı və induksiya göstəriciləri də daxil olmaqla ÜDM-də 10%, hər 10 iş yerindən 1-i, dünya ixracının 7%-i təşkil etmişdir.

Beynəlxalq turist səyahətləri 1995-ci ildəki 527 milyondan 2016-cı ildə 1235 milyona qədər əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu göstəricinin 2030-cu ilə qədər 3,3% artaraq 1,8 milyard təşkil edəcəyi gözlənilir. Turizm fəaliyyəti iqtisadiyyata

həm birbaşa, həm də dolay yollarla təsir göstərə bilir. Turizmin ölkə iqtisadiyyatına birbaşa təsiri ilə turistlərdən daxil olan vəsaitlər ölkəyə idxal olunan mal və xidmətlərə görə ödənilən vəsaitlər nəzərə alınmadan hesablanır.

Məlumdur ki, turistlərə birbaşa xidmət göstərən müəssisələr iqtisadiyyatın digər sahələri ilə qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Məsələn, mehmanxanalar inşaatçıların, kommunal xidmətlərin, bankların, sığorta şirkətlərinin, qida istehsalçılarının və s. xidmətlərindən istifadə edirlər. Bu, turizmin iqtisadiyyata dolay təsiri kimi təqdim edilə bilər.

Yuxarıda qeyd olunan ardıcıl xərcləmə mərhələlərindən əldə edilən və yaranan iqtisadi fəaliyyət formasında təqdim oluna bilər. Turizm sənayesində firma və ya şirkətlərin sayının artması, turizm sektorunda məşğulluğun artması, dövlət qayğısının təzahürüdür. Bu baxımdan, turizm məhsulunun təşviqini stimullaşdırmaq, ölkənin iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşmasına töhfə vermək üçün lazımlı addımlar hesab edilir.

Həyatın müvafiq olan sahələrini qeyd edək ki, turizm hazırda dünyada iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən və ən gəlirli sahələrindən biridir. Qarşılıqlı təsirdə olan sənaye sahələrinin inkişafını sürətləndirməklə yanaşı, turizm müəyyən təsir göstərir və regional və yerli büdcələrin inkişafına təsir edir. Turizm fəaliyyətindən rayon və bələdiyyə büdcələrinə əsas daxilolmalar vergi ödənişləri, gömrük rüsumlarının ödənişləri və müxtəlif növ ödənişlərlə daxil olur (Ağakərimov, M., 2015).

Turistlərə xidmət göstərən turist və digər şirkətlərin vergi ödənişləri əsasən tənzimlənən vergi ödənişləri kimi tutulur və aşağıda göstərilmişdir:

- müəssisə və təşkilatların mənfəət vergisi;
- əlavə dəyər vergisi;
- müəssisələrin əmlak vergisi;
- əmək haqqı vergiləri;
- vahid sosial vergi;
- fiziki şəxslərdən vergilər;
- həmçinin xüsusi regional və yerli vergilər.

Buraya həm turist qruplarına xidmət göstərən şirkətlərdən, həm də turistlərin özlərindən alınan müxtəlif ödənişlər və rüsumlar (lisenziya haqları, çıxış və giriş sənədlərinin işlənməsi üçün ödənişlər, müxtəlif gömrük və sərhəd rüsumları və vergiləri) aid edilə bilər. Bu ödənişlər turizmi təmin edən şirkətlərdən tutulur və xidmətlər, regional və yerli büdcələr bu şirkətlərin mənfəətindən asılı olaraq doldurulur.

Bu o deməkdir ki, müəssisələrin gəlirlərinin artması regional və yerli büdcələrin artmasına səbəb olur. Mənfəətin azalması onların azalmasına səbəb olur. Beynəlxalq turizm çərçivəsində xidmətlərin göstərilməsi, eləcə də mal mübadiləsi ölkələrin ixrac və idxalına müəyyən təsir göstərir. Məsələn, bir ölkənin turista mehmanxana xidmətləri göstərməsi onun ixracı ilə bağlıdır, turistin xaricə getdiyi əyləncə isə bu turisti göndərən ölkə üçün idxaldır.

Bir çox ölkələr xarici ziyarətçilərin ehtiyaclarını ödəmək üçün məhsul və xidmətləri idxal edir. Turizm sektorunun digər sektorlarla sıx əlaqəsini nəzərə alsaq, idxal olunan avadanlıq, xammal, tikinti materialları, mebel və s. Bu halda, turizm məhsulunun (jurnallar, reklam çarxları və s.) təşviqini stimullaşdıran mallar ixrac edilə bilər. Turizmin tədiyyə balansına təsirini ölkədəki xarici turistlərin xərcləri ilə eyni ölkənin rezidentlərinin xaricdəki xərcləri arasındakı fərq şəklində ifadə edilə bilər və bu olar.

Nəticədə, xarici turistlərin xərclərinin artması ölkənin tədiyyə balansının artmasına səbəb olur və ya əksinə, ölkə sakinlərinin xaricə gələn turistlərin xərclərinin artması onun azalmasına gətirib çıxarır. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, turizmin tədiyyə balansına dəqiq təsirinin qiymətləndirilməsi kifayət qədər mürəkkəb prosesdir.

Alim-iqtisadçıların qeyd etdiyi kimi, beynəlxalq turizmdə orta hesabla bu sahədə bir işçiyə təxminən 7 turist düşür. Məlumdur ki, sənayedə yeni texnologiyaların tətbiqi adətən əmək ehtiyatlarının azalmasına səbəb olur. Bu tendensiyanı turizm sektoruna aid etmək olmaz çün ki, xidmətin keyfiyyəti əsasən bir turista düşən kadrların sayından asılıdır.

Beləliklə, qeyd etmək lazımdır ki, müasir texnologiyaların tətbiqi ilə turistlərə xidmətlərin göstərilməsi, əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi yerli əhali üçün aktual olaraq qalır. Turizmin ölkə və ya regionun iqtisadiyyatına dolayı təsirinin parlaq nümunələrindən biridir və turistlərin sayının artması ilə həm turizm sənayesində, həm də ona xidmət göstərən sektorlarda əmək resurslarına tələbatın artması ilə müşayiət olunur. Sosial və humanist roluna baxmayaraq, turizm ekologiyanı dəyişdirir (ov və balıqçılıq prosesində təbii ərazilərin təsərrüfat fəaliyyətinə daxil edilməsi nəticəsində flora və faunanın məhv edilməsi, infeksiya və xəstəliklərin yayılması, torpaq və səth sularının çirklənməsi, havanın çirklənməsi və s. məsələləri bura aid etmək olar.

Bu təsirin dərəcəsi ərazidə inkişaf etdirilən turizm növləri ilə müəyyən edilir. Dövlət və beynəlxalq səviyyədə turizm sənayesinə ətraf mühitə dəyən zərərin azaldılması, təbii ehtiyatlara turist və rekreasiya yükünün məhdudlaşdırılması, vergi tənzimlənməsi və s. məsələləri qeyd etməklə, turizmin ətraf mühitə təsirinin birbaşa tənzimlənməsinə aşağıdakılar daxil edilməlidir:

- ziyarətçilərin ümumi sayının məhdudlaşdırılması;
- xüsusən qiymətli təbiət obyektlərinin və ərazilərinin ziyarət üçün bağlanması;
- ətraf mühitin çirklənməsini minimuma endirmək üçün müasir texniki vasitələrdən və ən son texnologiyalardan istifadə.

Dolayı tənzimləmə əsasında turistlərin getdikləri ərazidə yerli sakinlərə, heyvanlara və bitkilərə qarşı təhsil, tərbiyə, hörmət, diqqətli və humanist rəftar səviyyəsini yüksəltməklə davranışlarının dəyişdirilməsini nəzərdə tutur və burada, sosial-mədəni sahədə nəzərə alınmalıdır. Məlumdur ki, sosial-mədəni sahənin məqsədi insanların mənəvi tələbatlarını ödəmək, habelə sosial-mədəni fəaliyyət üçün şərait yaratmaqdır.

Turizm də öz növbəsində onun inkişafına təsir göstərir. Bu təsir müsbət və ya mənfi ola bilər. Mənfi təsir milli-mədəni xüsusiyyətlərin, ənənələrin və adətlərin zamanla itirilməsini əhatə edir. Müsbət nəticələrə onların saxlanması və ya yenilənməsini bura daxil etmək olar (Ağakərimov M.M., 2018).

Beləliklə, belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, turizmin həyatın sosial-mədəni sahəsinə müsbət təsiri daha da böyük dərəcədə onun inkişafını əvvəlcədən müəyyənləşdirir, çünki sosial-mədəni inkişaf səviyyəsinə güclü təsir edir.

1.3. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında, turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin bölgədə müəyyən edilməsi

Turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi turizm sənayesinin inkişaf səviyyəsini əks etdirən göstəricidir. İndeks dünya ölkələri üzrə adambaşına 1-7 arasında dəyişir. Bu baxımdan korrelyasiya əmsalı aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}} \quad (\text{Ağakərimov M., 2018})$$

Burada:

$(y - \bar{y})$ əmsalı burada (2,2) korrelyasiya;

x, y dəyişənlərdir.

Əmsal (-1) ilə 1 arasında dəyişir, əgər əmsal (-1)-ə yaxındırsa, onda dəyişənlər arasında çox güclü tərs əlaqəsi var. Yox əgər, əmsalın 1-ə yaxınlaşması onda çox güclü birbaşa əlaqənin mövcudluğunu göstərir. Əgər əmsal sifirə bərabərdirsə, onda heç bir əlaqə yoxdur.

Son zamanlar ölkələr üzrə turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi ilə adambaşına düşən ÜDM arasında əlaqəni nəzərdən keçirsək görürük ki, dünya ölkələri üzrə turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi və adambaşına düşən ÜDM, ölkələrin turizm rəqabətqabiliyyətlilik indeksi adambaşına ÜDM-də artmışdır. Dünya ölkələri üzrə turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi və adambaşına düşən ÜDM, mövcud məlumatlar əsasında müəyyən edilmişdir ki, turizm rəqabətqabiliyyətlilik indeksi aşağı olan ölkələrdə ÜDM adambaşına $y = 20102x - 68540$ $R^2 = 0,8647$ ÜDM, dollar ilə.

Turizmin rəqabətlik indeksi yüksək olan ölkələrlə müqayisə aparsaq aşağı olacaqdır burada Misir və Çin istisna təşkil edir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə turizmin rəqabət qabiliyyəti indeksi 4-6 bal arasında dəyişir. Bu göstəricilər arasında

çox güclü birbaşa əlaqə var ($R = 0,930$). Determinasiya əmsalı (korrelyasiya əmsalının kvadratı) göstərir ki, 86,47% hallarda turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksinin dəyişməsi adambaşına düşən ÜDM-in dəyişməsinə səbəb olur.

Bu baxımdan, 100%-in qalan 13,53%-i bu modelə daxil deyilə bilər. İndi isə gəlin ayrı-ayrılıqda inkişaf etməkdə olan və inkişaf etmiş ölkələrdə bu dəyişənlər arasında korrelyasiya təhlili aparaq. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə göstəricilər təqdim olunmalı və turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi və adambaşına düşən ÜDM, ölkələrdə turizm rəqabətqabiliyyətlilik indeksi adambaşına ÜDM, USD ilə Azərbaycanda 3,84-dır. Bu əlaqə qrafik şəkildə təqdim edilməli və turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə adambaşına düşən ÜDM, qrafiki tərtib edilməlidir.

Ölkələrdə aşağıdakı korrelyasiya əmsalları müəyyən edilməlidir:

- turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi və adambaşına düşən ÜDM inkişafı;
- inkişaf etmiş ölkələrdə, turizmin rəqabət indeksində ÜDM adambaşına düşən, USD;
- adambaşına düşən ÜDM, ABŞ dolları ilə turizm rəqabətqabiliyyətliliyi indeksi.

Beləliklə, tərəfimizdən müəyyən edilmişdir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə korrelyasiya əmsalı ($R = 0,744$) daha yüksək olduğunu görmək olar lakin inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə bu ($R = 0,677$) təşkil edir.

Təyinetmə əmsalı göstərir ki, turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksindəki dəyişikliklər inkişaf etməkdə olan və inkişaf etmiş ölkələrdə müvafiq olaraq 55,3% və 45,81% hallarda adambaşına düşən ÜDM-in dəyişməsinə səbəb olur. Son zamanlar dəyişənlər arasında korrelyasiya əmsalını hesablasaq görərik ki, dünya ölkələri üzrə turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi və adambaşına düşən ÜDM, ölkələrin turizm rəqabətqabiliyyətlilik indeksi çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycanda adambaşına düşən artım tempi (ÜDM-in əhəmiyyətli artım tempi (ÜDM çox olmuşdur) rəqabətqabiliyyətlilik indeksi (3,4%). Gürcüstanda adambaşına düşən ÜDM daha kiçik faizlə (81%) artıb, turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksinin artımı isə Azərbaycandan (5,4%) yüksək olub.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksinin nisbətən yüksək göstəricilərinə malik Gürcüstanda adambaşına düşən ÜDM aşağıdır. Türkiyədə bu dövrdə adambaşına düşən ÜDM 58,7% artarkən, turizm rəqabət qabiliyyəti indeksi 5,7% artdı. Ölkələrdə korrelyasiya əmsalı göstəricilər arasında güclü birbaşa əlaqənin olmasını göstərir ($R = 0,910$).

Turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksinin dəyişməsi nəticəsində adambaşına düşən ÜDM-in dəyişməsi 82,77% hallarda baş verir. Gəlin indi inkişaf üçün inkişaf etməkdə olan və inkişaf etmiş ölkələrdə bu dəyişənlər arasındakı əlaqəni ayrıca nəzərdən keçirək. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üzrə korrelyasiya əmsalının təhlili onu deməyə əsas verir ki, turizm rəqabətqabiliyyətlilik indeksi və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə adambaşına düşən ÜDM, rəqabət qabiliyyətliliyə yüksək təsir edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, 2020-ci ildə Azərbaycanda da daxil olmaqla, əksər ölkələrdə, həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə adambaşına düşən ÜDM-in artması ilə turizmin rəqabət qabiliyyətlilik indeksində cüzi azalma müşahidə olunur. Eyni zamanda, göstəricilər arasında əhəmiyyətli birbaşa əlaqə hələ də aktualdır ($R = 0,826$, tənliyin seçilməsinin dəqiqliyi 68,22%), bu dəyişənlər arasında ayrı-ayrılıqda inkişafa görə korrelyasiya təhlili əsasında müəyyən edilmişdir ki, $y = 18785x - 50298 R^2$

Turizmin rəqabət qabiliyyəti inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə daha yüksəkdir və turizmdə rəqabət qabiliyyətlilik indeksinin aşağı olduğu Qazaxıstanda adambaşına düşən ÜDM daha yüksəkdir, Gürcüstanda turizmin rəqabət qabiliyyətliliyi indeksi yüksək olan Gürcüstanda adambaşına düşən ÜDM Azərbaycandakının yarısıdır (bu məsələ Azərbaycanda neft sektorundan əldə edilən gəlirlər hesabına mümkün olmuşdur).

Apardığımız təhlillərin nəticələri aşağıdakı qənaətə gəlməyə imkan verir:

- nəzərdən keçirilən ölkələrdə turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi ilə adambaşına düşən ÜDM arasında kifayət qədər güclü birbaşa əlaqə mövcuddur;
- inkişaf etmiş ölkələrdə turizmin rəqabət qabiliyyəti indeksi inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə daha yüksəkdir;

➤ 2015-cu ildən 2020-ci ilə qədər olan dövrdə turizmin rəqabət qabiliyyətlilik indeksinin bir qədər azalmasına baxmayaraq, əksər ölkələrdə adambaşına ÜDM-in artması ilə göstəricilər arasında əhəmiyyətli birbaşa əlaqə qalır;

➤ 2020-ci ildə inkişaf etmiş ölkələrdə korrelyasiya əmsalı inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə aşağıdır (bu onu göstərir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizmin rəqabət qabiliyyətlilik indeksinin dəyişməsi ilə adambaşına düşən ÜDM inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə daha tez-tez dəyişir (20,82% -ə qarşı 50,66%).

Bu baxımdan Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında, turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin bölgədə müəyyən edilməsi və turizmin multiplikator səmərəsi baxımından ölkənin iqtisadi inkişafında turizm sənayesinin əhəmiyyətini müəyyən etmək üçün turizmin iqtisadiyyata təsirinin iqtisadi effektini hesablamaq lazımdır. Bu məqsədlə turizmdə mühasibat uçotu üçün dəqiq hesablamlar aparılmalıdır. Unutmaq olmaz ki, bir çox Avropa ölkələrində geniş istifadə olunan dəqiq (peyk) hesabları əlavə milli hesablardır və bu hesablarda turistin ölkədə qalmasının əsas xərcləri ilə yanaşı, onun mağazalarda, taksilərdə, restoranlarda, muzeylərdə və s. xərcləri də nəzərdə tutulur.

Turistlər üçün xüsusi olaraq yetişdirilən kənd təsərrüfatı məhsulları da bu hesablarda öz əksini tapır və bu halda hesablamlar turizm fəaliyyətində tələbin təhlili əsasında aparılır. Turizm peyk hesablarının göstəriciləri də əlavə dövlət gəlirlərinin, investisiyaların stimullaşdırılmasını, əlavə iş yerlərinin yaradılmasını əks etdirir. Turizmin peyk hesabları spesifik makroiqtisadi aqreqlərin hesablanması təmin edir və iqtisadi risklərin təsiri kontekstində regional turizmin inkişafı problemlərini aradan qaldırır (Bilalov B., 2015).

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında, turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin bölgədə müəyyən edilməsi və turizmin inkişafının multiplikator səmərəsinin qiymətləndirilməsində xarici təcrübə öyrənilməli və əlaqəli və qeyri-spesifik fəaliyyətlərin dəyəri yaradılmalı, turistlərə xidmət göstərilməsi nəticəsində, turizm ümumi daxili məhsul (turizm sənayesinin və ziyarətçilərə xidmət göstərmək üçün digər fəaliyyətlərin yaratdığı əlavə dəyərdən, habelə xidmətlərin dəyərinə daxil olan məhsul və idxal vergi nəzər alınmaqla)

göstəriciləri təhlil edilməlidir. Peyk hesablarının göstəricilərinə əsasən, turizm sənayesinin inkişafının multiplikator səmərəni hesablamaq mümkündür və onun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, turizm sənayesi müəssisələri özləri də müxtəlif növ müəssisələrin xidmət və mallarını istehlak edirlər və istehsal üçün zəruri olan sənaye sahələrinin inkişafına stimül verirlər.

Müvafiq sənayedə multiplikator xərclərinin artması nəticəsində müxtəlif sənaye sahələrində istehsal ehtiyacının bir növ “təşəbbüskarıdır”. Turizmdə multiplikatoru turizm firmalarının mənfəətlərinin, yəni turistlərin xərclərinin dəyişməsi nəticəsində ümumi regional məhsulun neçə dəfə artacağını və ya azalacağını hesablamağa imkan verən ədədi əmsal kimi təyin etmək lazımdır.

Turizmin multiplikativ səmərəsi “tələbin başlanmasına görə inkişaf ehtiyacına səbəb olmaq qabiliyyətidir. Turizm multiplikatoru regionlarının iqtisadiyyatının modernləşdirilməsində mühüm rol oynayır. Materiya üzrə elmi təhlillər onu deməyə əsas verir ki, turistlərin gətirdiyi ərazilərdə bu tələbatı ödəyən bir çox sənaye sahələrinin təşkil edilməsi, təkcə turistlərə birbaşa xidmət göstərmək üçün yaradılan təşkilatlar (turoperatorlar, turagentlər) deyil, həm də bu və ya digər dərəcədə iştirak edən təşkilatlar burada nəzərdə tutulur.

Turistlərin gəldikləri ərazidəki xərcləri bütün bu təşkilatların gəlirləridir və bunlar da öz növbəsində əmək haqqına, əlavə mənfəətə, investisiyalara, həmçinin əlavə vergilərə, rüsumlara, ödənişlərə çevrilir. Vəsaitlərin dövriyyəsinin müəyyən dövründə təşkilatların əlavə gəlirləri onu material, avadanlıq və s. ilə təmin edən müəssisələrin əlavə gəlirlərini əvvəlcədən müəyyən etməklə onun inkişafına investisiya yatırılır.

Müəssisələrin gəlir səviyyəsini əks etdirən formulu təqdim edək:

$$Y = I / (1 - MCP) \text{ (Ağakərimov M., 2018)}$$

Burada:

- Y - gəlir səviyyəsi;
- I - turistlərin xərcləri kimi başa düşülən investisiyalar;
- MCP əhalinin istehlaka marjinal meylidir.

Gəlir nə qədər çox olarsa, turistlər bir o qədər çox xərcləyir. Bu düsturdan və Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin turizm üzrə təqdim etdiyi göstəricilərdən istifadə etməklə turizm sənayesinin ölkə iqtisadiyyatına dolaylı təsirini müəyyən etmək olar. Bunun üçün bizə aşağıdakı göstəricilər lazımdır:

- 1) 2020-cü ilin əsas hesabat dövrü;
- 2) ölkəyə turizm məqsədilə səfər etmiş əcnəbi vətəndaşların ümumi sayı;
- 3) turistlərdən alınan gəlirlər;
- 4) bir turistin il ərzində respublika daxilində sərf etdiyi orta qiymət;

Son illərdə (2015-2020-cü illər) həm xarici turistlərin sayında dəyişiklik, həm də onların ölkəyə səfəri nəticəsində əldə olunan gəlirdə müsbət tendensiya mövcuddur. Turistlərdən əldə olunan gəlirlərin və Azərbaycana gələn xarici turistlərin ümumi sayının göstəricilərinin əsas mənbəi, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsidir. Xarici turistlərin ümumi sayı, min nəfər turistdən əldə edilən gəlir, manatla hesablanır belə ki, Azərbaycana son ildə turizm məqsədilə göstəricinin artımı 22%-dan 27%-a kimi artmışdır.

İllər ərzində əhalinin gəlir və xərclərindəki dəyişikliklər, həmçinin istehlaka marjinal meylin göstəriciləri onu deməyə əsas verir ki, gəlirdə olan dəyişikliklər və Azərbaycanda uyğun səviyyəyə əsasən əhalinin xərclərinin müsbət dinamikası, göstərilən dövr üçün əhalinin istehlaka orta marjinal meyli, əldə edilmiş dəyərini turizm multiplikatorunu təyin etməyə imkan verən düsturu mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məlumdur ki, xərclənən vəsaitlərin dövriyyəsinin sayı dövriyyənin sürəti və əmanətlərin həcmi, qənaət, idxal olunan malların dəyəri və s. məsələlər bura aid edilir.

ÜTT və BMT-nin tövsiyələrinə əsasən Azərbaycan daxilində turist multiplikatoru tənzimlənmə bilər və bu o deməkdir ki, real qiymət multiplikator effektivə görə turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatına dolaylı təsiri nəzərə alınmalıdır.

II FƏSİL. TURİZM SƏNAYESİNİN İNKİŞAFINDA ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM İMKANLARININ MÜASİR SƏVİYYƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

2.1. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyəti

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini müəyyən etmək üçün turizmin iqtisadiyyata təsirinin qiymətləndirilməsi lazımdır və bu əsasda qeyd etmək lazımdır ki, son on ildə ölkəyə gələn (pandemiya dövrünü çıxmaqla) turistlərin sayında dəyişiklik müsbət istiqamətdə tendensiyası müşahidə olunur. Turizmdən ölkə iqtisadiyyatına ümumi pul daxilolmaları artır ki, bu da turizmlə bağlı sahələrin inkişafına müsbət təsir edir və yeni iş yerlərinin yaranmasına müsbət təsir edir və əhalinin gəlirlərinin artmasına dəstək olur.

Bununla yanaşı, turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatına multiplikator təsirinin nəzərə alınması üçün qüsurları da qeyd etmək lazımdır ki, bunlar turist multiplikatorunun azalmasına səbəb olan amilləri nəzərə alınmaması, onların emalı zamanı nöqsanlara görə, ölkədə turizm ilə bağlı statistik məlumatların daha geniş çeşiddə olmaması, turistlərdən ölkə büdcəsinə cəlb edilən birbaşa vergi daxilolmaların əks etdirilməməsidir. Hesablamalar göstərir ki, turistlər tərəfindən kompleks turların alınması məsələsi də nəzərə alınmır çünki bu məsələ, turist səfərləri “turpaket” vasitəsi ilə həyata keçirilmir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu halda turistlərin xərcləri turizm şirkəti vasitəsi ilə yerli mal və xidmətlər aldıqda ölkənin (regonun) iqtisadiyyatına tam “xidmət göstərməyə” başlayır. Turistlərdən pul alaraq, bu mal və xidmətlərin satıcıları öz növbəsində turizm xidmətlərinin təkrar istehsalı üçün lazımı əmtəə əldə edir, qazanclarını saxlayır, işçilərinə əmək haqqı verirlər və onu malların alınmasına, xidmətlərin ödənilməsinə, və s. məsələlərin həlinə yönəldir. Alınan əmək haqqı hesabına xaricdən gətirilən malların alınması və ya bayram günlərində ölkədən vəsaitlərin xaricə getməsinə şərait yaradır. Nəzərə alsaq ki, Azərbaycan

Respublikası üçün turist multiplikatoru 2,42 və 3,43 arasında dəyişir onda turist multiplikatorunun orta qiyməti 2,93-ə bərabər hesab etmək olacaqdır.

Multiplikatorun səmərəsi daha böyükdür və ölkə daxilində xərclənən maliyyə vəsaitlərinin payı daha yüksək qiymətləndirilməlidir. Turist gəlirlərinin ölkə daxilində cəmləşməsi və qorunub saxlanması həm də milli iqtisadiyyatın müstəqilliyindən asılıdır. Ona görə də ölkə turistlər arasında tələb olunan mal və xidmətləri təklif edə bilsə multiplikator səmərəsi əhəmiyyətli səviyyədə olacaqdır. İdxal mallarının artması multiplikator effektini azaldır və beləliklə, ölkədə turizmin multiplikator səmərəsinin artırılması üçün aşağıdakı tədbirləri həyata keçirmək daha çox məntiqə uyğundur və bunlar:

- bütövlükdə iqtisadiyyatın kifayət qədər inkişaf səviyyəsini təmin etmək;
- turizm sənayesini inkişaf etdirmək;
- turizm ehtiyatlarının təhlükəsizliyini qorumaq;
- turistlərdən ölkə iqtisadiyyatına pul vəsaitlərinin hərəkətini stimullaşdırmaq üçün birbaşa dövlət siyasətini həyata keçirmək;
- milli malların istehsalının artırılması;
- ölkədə əlverişli investisiya mühitinin yaradılması.

Turizmin ölkənin iqtisadiyyatına müsbət təsiri ilə yanaşı, onun inkişafının mümkün mənfi nəticələrini də qeyd etmək lazımdır:

- ətraf mühitin çirklənməsi;
- mədəniyyət abidələrinin dağıdılması;
- regionun yalnız turizmdən asılılığı;
- qurulmuş iqtisadi əlaqələrin pozulması;
- yerli sakinlərin adət-ənənələrinin pozulması;
- mal və xidmətlərin bahalaşması, inflyasiya və s.

Onları azaltmaq üçün ilk növbədə turizmin davamlı səmərəli inkişafını təmin etmək lazımdır.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətinin artırılması üçün davamlı turizmə nail olmaq məqsədinə

əsaslansaq, səmərəli dayanıqlı turizmin inkişafı üzrə beynəlxalq təcrübə aşağıdakı mühüm ilkin şərtlərini nəzərə almaq lazımdır və bunlar:

1. Turizm məkanı, yəni, turistlərin tələbatının ödənilməsini təmin edən bütün elementlərin məcmusu uğurlu turizm fəaliyyətini həyata keçirmək üçün aşağıdakı şərtlərə uyğun olmalıdır:

- etibarlılıq və təhlükəsizlik;
- obyektlərin və göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti;
- turistlər və turizmlə məşğul olan maraqlı tərəflər üçün məlumatların etibarlılığı;
- istehlakçı ilə əlaqə;
- əlverişli biznes mühiti.

2. Gələcəkdə ola biləcək dəyişiklikləri qabaqcadan görmək və onlarla ayaqlaşmaq bacarığı:

- gələcək üçün tərtib edilmiş inkişaf strategiyası;
- müvafiq məlumatlara və proqnozlara uyğun olaraq həyata keçirilməli və düzəliş edilməli məsələlər.

Yuxarıda deyilənlərə istinad etsək, Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini artırmaq üçün, dayanıqlı turizm sənayesinin yaradılması və turizmin infrastrukturunun inkişafını təmin etmək, mövcud vəziyyətə çevik və vaxtında reaksiya vermək vacibdir ki, bu da öz növbəsində Azərbaycanda turizmin inkişafının mənfi nəticələrini aradan qaldırmağa kömək edəcəkdir.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini artırmaq üçün turizm sənayesinin sabit, davamlı inkişaf səviyyəsini təmin etmək, təbii, coğrafi, iqlim, iqtisadi, maliyyə, siyasi, hüquqi, elmi-texniki, sosial və bir çox başqa amillərin səmərəli olmasını təmin etmək lazımdır. Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda göstərilən amillərə əlavə olaraq kənardan dayanıqlı və daha davamlı Avropa turizm təcrübəsindən bəhrələnmək lazımdır.

Bu baxımdan, turizm sənayesi maddi-texniki bazanın olması, ixtisaslı kadrların olması, sahənin informasiya təminatının olması və onun inkişafı, turizmi idarə edən səmərəli qurumların olması və s. məsələlərin həlli bu istiqamətdə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu amillərin hər birinin turizm fəaliyyətinin inkişafında, ölkənin turizm potensialının müəyyən edilməsində, turistlərin səfər edəcəyi Şuşa şəhərinin seçilməsində, göstərilən turizm xidmətlərinin çeşidinin və keyfiyyətinin müəyyən edilməsində müəyyən əhəmiyyətli məqamlar vardır.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətinin artırılması üçün turizm sənayesinə xas olan mövsümliliyi əsas təsir faktorlarından təcrid etmək lazımdır. Məlumdur ki, müəyyən bir əraziyə turist axınında orada inkişaf edən turizm növlərindən və mövsümdən asılı olaraq artım və ya azalma ola bilər. O zaman belə qənaətə gəlmək olar ki, Şuşada turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı bu sənayenin özünəməxsus mövsümlilikdən asılılığını əhəmiyyətli dərəcədə azaltmaq lazımdır.

Həqiqətən də, göstərilən turizm xidmətlərinin çeşidinin turist axınına müsbət təsir göstərdiyini, bunun nəticəsində turizm sənayesinə xas olan mövsümi amilin tükəndiyini inkar etmək mümkün deyil. Şuşanın turizm potensialı (lat. “potentia”) ölkədə mümkün olan maksimum istehsal həcmi ilə istifadə oluna bilən mövcud qüvvələrin, imkanlarının, ehtiyatlarının məcmusunu nəzərə alınır və bu mühüm amildir. Mal və xidmətlərin isə turizm potensialının dəyişkənliyini və onun əraziyə xas olan sosial-mədəni xüsusiyyətlərdən asılılığını vurğulamaq lazımdır. Burada turizmin qurulmasında turizm potensialının olması əsas şərtidir və bir növ “təməl” hesab edilə bilər və müəyyən bir ərazidə yəni Şuşada turizm sənayesinin səmərəli inkişafı mümkündür.

Beləliklə, Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini artırmaq üçün turizm potensialı əsasında turizm məhsulu yaratarkən lazımi resurslardan istifadənin maksimum imkanlarından bəhrələnmək lazımdır. Bu ərazinin turizm potensialı onun turizm sənayesinin belə inkişafı üçün imkanlarını müəyyən edən əsas amil hesab oluna bilər. Ərazinin turizm potensialının birinci komponenti müvafiq obyektlərinin yerləşdirə biləcəyi

turistlərin maksimum sayı və ya mövcud təbii ehtiyatları olan müəyyən bir bölgə ilə xarakterizə olunması ilə bağlıdır.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini nəzərə alsaq, turizmidə iqtisadi potensialın olması və təsərrüfat subyektlərinin və idarəetmə institutlarının ərazinin ümumi ehtiyatlarından istifadə etməklə turizm məhsulu yaratmaq imkanlarını üzə çıxarmaq mümkündür. Alimlərin fikrincə, turizm ehtiyatları istirahət turizmi və müalicə üçün istifadə edilməsi nəzərdə tutulan təbii mənşəli obyekt və hadisələr, habelə antropogen fəaliyyət nəticəsində əldə edilən obyektlərin fəaliyyəti ilə bağlıdır.

Turizm ehtiyatlarını təbiətdə mövcud olan və ya mövcud olan ehtiyatlar kimi də xarakterizə etmək olar və səyahətçilərin ehtiyaclarını ödəmək üçün insan tərəfindən yaradılmış şəraitlə gəgəli olduğunu unutmaq olmaz. Turizm xidmətləri üçün yüksək keyfiyyətli şəraitin inkişaf etdirilməməsi Şuşa şəhərinin müharibədən sonra dünyada böyük marağa səbəb olması və ölkədə bu istiqamətdə əlverişli şəraitinin olması ilə əlaqələndirmək olar (Bilalov B.Ə., 2006).

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətli olması, çoxlu sayda tarix və mədəniyyət abidələri, faydalı mineral bulaqların olması ilə bağlıdır. Lakin turizm fəaliyyətinin daha da səmərəli olmasını təmin etmək üçün təkəcə turizm resurslarının mövcudluğu kifayət etmir. Bu həm də onunla izah oluna bilər ki, çoxlu sayda turist var ki, onlar üçün müasir mehmanxanaların və ya məsələn, nəqliyyat vasitələrinin olmadığı bir ölkə turist səfəri üçün yararsız hesab edilə bilər.

Bütün bu amilləri nəzərə alaraq, Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulması üçün ölkəyə turist cəlb etmək məqsədi ilə bütün səylərini göstərilməsi lazımdır. Şuşada yeni mehmanxanalar, istirahət mərkəzləri, turizm obyektləri istifadəyə verilməlidir və bunun üçün yeni inventarlar cəlb edilməlidir ki, ölkə üzrə mehmanxanaların və digər xidmət obyektlərinin sayı artmalıdır.

Nəzərə alsaq ki, bəzi beynəlxalq təşkilatların hesablamalarına görə, Azərbaycan dünyanın ən firavan ölkələrinin illik reytingində 79-cu yeri tutur və

2020-ci ildə ölkəmiz tədqiq olunmuş 142 ölkə arasında 61-ci yeri tutmuşdur. Bu istiqamətdə Azərbaycan böyük uğurlara imza atmışdır, məqsədyönlü fəaliyyət planı hazırlanmış və həyata keçirilməkdədir.

Şuşada turizm sənayesinin təkmilləşdirilməsini və onun inkişaf səviyyəsinin dünya standartlarına çatdırılmasını nəzərdə tutan əsas amillər aşağıdakılardır:

- turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı;
- turizm sənayesi inkişaf etmiş xarici ölkələrin təcrübəsinin tətbiqi;
- müasir turizm infrastrukturunun yaradılması;
- ixtisaslı kadrların hazırlanması və s. kadr təminatı bu ərazinin turizm potensialının mühüm tərkib hissəsi olmalıdır.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında sərmayələrin qoyulmasının əhəmiyyətini nəzərə alsaq, ixtisaslı kadrların olmaması turizm fəaliyyətindən müsbət nəticə əldə etmək real görünə bilməz. Dövlət başçısı tərəfindən Azərbaycanda turizm sektorunda müsbət meyillərin sürətləndirilməsinə stimullaşdırıcı təsir göstərən amillərin artırılması mühüm hesab edilir. Bu il üçün nəzərdə tutulan tədbirlər planında bu sahə üçün kadrların hazırlanması, eləcə də Turizm İnstitutunun fəaliyyətinin daha da inkişaf etdirilməsi, bir neçə orta ixtisas təhsili müəssisələrinin yaradılması məsələləri öz həllini gözləyir.

Azərbaycanın rəqabətli turizm fəaliyyəti ölkənin müxtəlif bölgələrində turizm sənayesində, mehmanxana və restoran fəaliyyətinin səmərəli təşkili vacib məsələdir. Dünya təcrübəsinə əsaslanan müxtəlif ixtisaslaşdırılmış proqramlardan istifadə edilməklə turizm sənayesi üçün bütün növ təhsil və təlim proqramlarının tətbiqi və əməkdaşlıq seminarlarının, seminarların və işçilərin təlimlərinin sayını artıracaq və bununla da Turizm Assosiasiyasına öz üzvlərinə turistlərə təklif olunan xidmətlərin keyfiyyətini və qiymət siyasətini, həmçinin turizm infrastrukturunda müasir texnologiyalardan istifadəni təkmilləşdirmək mümkün olacaqdır.

2.2. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklər

Dünya turizmində qloballaşma proseslərinin getməsi, bütövlükdə dünya bazarının, xüsusən də turizmin inkişafında mövcud tendensiyalar arasında qloballaşma proseslərinə xüsusi diqqət tələb edir. Bu baxımdan, Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılması lazımdır. Respublikada turizmin inkişafına dair 2030-cı ilə qədər nəzərdə tutulan Dövlət Proqramında Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsaslanaraq turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi nəzərdə tutulur. Bu istiqamətdə turizm sənayesinin inkişafına əhəmiyyətli maneələrin aradan qaldırılması planlaşdırılır.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılması əsasən əməkdaşlıq siyasətinə və birgə proqramların həyata keçirilməsini bir məqsəd kimi görmək lazımdır. Bu tendensiya korporasiyaların global alyanslarının formalaşmasında öz ifadəsini tapmalıdır. Onların sayının sürətlə artması bir sıra amillərin təsiri altında baş verir ki, bunların arasında dünya bazarlarında rəqabətin kəskinləşməsi həlledici təsir göstərir.

Unutmaq olmaz ki, bu ən inkişaf etmiş ölkələrin şirkətləri arasında baş vermir və dünya bazarlarında getdikcə daha çox sərmayə qazanan yeni sənayeləşmiş ölkələrin firmaları çox təhlükəli rəqibə çevriliblər. Xüsusən otel sənayesində bunlar Xianggang (Hong Kong), Shangri-La, Regal Hotels, Mandarin Oriental şirkətlərinə məxsus otel şəbəkələridir.

Qlobal dünyanın mahiyyəti müəyyən məqsədlərə çatmaq üçün müxtəlif firmalar və ya şirkətlər tərəfindən insan, maliyyə, elmi və texniki ehtiyatları ən səmərəli şəkildə əməkdaşlıq yolu ilə birləşdirməkdir. Onlar iştirak edən tərəflərin hər birinin nailiyyətlərini bölüşür və ümumi proqramların həyata keçirilməsi ilə bağlı xərcləri və riskləri bölüşürlər. Qlobal alyansların bağlanması turizm və qonaqpərvərlik turizm sənayesinin müxtəlif sektorlarında tətbiq olunur. Bu növ

assosiasiyaların səmərəliliyi üçün bariz nümunə turizm məhsullarını sifariş etmək üçün qlobal kompüter sistemlərinin tətbiqidir (Cəfərov C., 2015).

Onların sayəsində aviaşirkətlərin xarici rabitə sistemləri otellərin, turizm agentliklərinin, avtomobil icarəsi şirkətlərinin və ya firmalarının və s. kompleks kompüter şəbəkələrinə qoşulduğunu unutmaq olmaz. Onlar bizə səyahət paketlərini və ya onların ayrı-ayrı elementlərini, hava səyahətindən və mehmanxana xidmətlərindən tutmuş teatr biletləri və sığorta polislərinə qədər bron etməyə imkan verir. Turizm məhsullarını sifariş etmək üçün ən böyük və ən məşhur kompüter sistemlərindən biri Galileo International-dır. Onun əlamətdar xüsusiyyətləri güclü məlumat bazası, geniş ehtiyat seçimləri və çeviklikdir. İndiki formada Galileo International 1993-cü ildən iki elektron rezervasiya sisteminin Galileo və CoviaApollo-nun birləşməsi nəticəsində mövcud olaraq fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Vahid şəbəkənin yaratıcıları Şimali Amerika və Avropa hava daşıyıcıları idi.

Bərabər paylı iştirakla onlar yeni şirkətin 1,5 milyard ABŞ dolları məbləğində nizamnamə kapitalını formalaşdırma bildilər. Hələ onlar 2000-ci ildə 120.000 terminala malik olmaqla, 500 aviaşirkəti, 31.000 oteli və 44 avtomobil icarəsi firmasını əhatə edirdi və onlara abunə olanların sayı 66 mini çoxdan keçib. Birləşmədə, Denverdə (ABŞ, Kolorado) vahid məlumat bazası və qərargahının yaradılmasına baxmayaraq, Galileo International iki müstəqil sistem kimi Covia-Apollo və Galileo-nun yeni versiyasını qorumaq, dəstəkləmək və inkişaf etdirmək niyyətindədir.

Birincisi ABŞ, Meksika və daha az dərəcədə Yaponiyaya xidmət etməyə davam edərkən, ikincisi əkilər şəbəkəsinin fəaliyyət göstərdiyi Kanada istisna olmaqla, bütün digər ölkələr üçün işləkdir. Hazırda qlobal alyanslarla yanaşı, strateji ittifaqlar da formalaşmaqdadır və burada əsas məsələ mülkiyyət münasibətlərindəki dəyişikliklərin aparılmasıdır. Tərəflərin razılığına əsaslansaq bu amil əmlak münasibətlərinə təsir göstərmir, ona görə də daha geniş yayıla bilmişdir.

Strateji ittifaqlar müxtəlif formalarda ola bilər (konsorsiumlar, strateji xarakterli birgə müəssisələr və s.). Ənənəvi şirkətlər və ya firmalar arasında

müqavilələrdən fərqli olaraq, onların hamısı qlobal strategiyasının bir hissəsi kimi alyansda iştirak edən şirkətlər üçün uzunmüddətli rəqabət üstünlükləri əldə etməyə yönəlmişdir.

Mehmanxana sənayesində xidmətlərin birgə satışı, vahid paylama şəbəkəsinin yaradılması, əlaqələndirilmiş marketinq fəaliyyəti və böyük maliyyə investisiyalarının həyata keçirilməsi üçün bir neçə şirkət arasında strateji ittifaqlar bağlanır və bu proses durmadan davam edir. Belə bir assosiasiyanın əsas motivi mehmanxana şirkətlərinin brendlərini bazarda tanıtmaq və müttəfiqlik çərçivəsində bir firmanın məhsulu digər firmaya bazara girmək imkanı yaratmaqla maliyyə riskini bölüşərək hər iki firma və ya şirkət əlverişsiz iqtisadi şəraitdə iflasdan qaça bilirlər.

Strateji müttəfiqliyə misal olaraq “Carlson Hospitality Worldwide” qrupu (ABŞ) və Torontodan olan “Four Size” korporasiyası arasında bağlanmış tərəfdaşlıq müqaviləsini göstərmək olar. Onun məqsədi sonuncuya məxsus “Regent” otellərinin beynəlxalq şəbəkəsini daha geniş etmək idi. Səmərəli olduğunu sübut edən alyanslar əlbəttə XXI-ci əsrdə otel şirkətləri şəbəkələri üçün əsas inkişaf etmiş strategiyasına çevrilmişdir.

Nyu York Universitetinin turizm sənayesində qonaqpərvərlik baxımından sorğu keçirən mütəxəssisləri bu qənaətə gəlirlər ki, qloballaşma prosesləri ən çox hava nəqliyyatında özünü göstərir və dünyanın aparıcı aviaşirkətləri arasında güclü tərəfdaşlıq əlaqələri qurulmuşdur. Onlar kiçik daşıyıcıların səhmlərini almaqdansa, rəqibləri ilə strateji ittifaqlar qurmağa üstünlük verirlər və öz aralarında razılığa gəlməklə, bu aviaşirkətlər sürətlə marşrut şəbəkələrini genişləndirir, bazar paylarını artırmaqla, digər daşıyıcıların bazara çıxışını məhdudlaşdırırlar.

Bu cür əməkdaşlıq alyansın bütün üzvləri üçün ümumi müsbət nəticə verir və hava nəqliyyatının mənfəətinin artması bunun bariz nümunəsidir. Aviaşirkətlər arasında bağlanmış müqavilələr müxtəlif fəaliyyət sahələrinə aiddir. Bu baxımdan, əvvəllər onlar, əsasən, hava limanlarının istismarı əməliyyatlarının idarə edilməsində, investisiya və cari maliyyələşdirmədə (yanacaq, təyyarələrin birgə

alınması, texniki xidmət və təmir sexlərinin istifadəsi və s. məsələləri bura aid etmək olar), habelə birgə satış ofislərinin açılmasında bura şamil etmək olar.

Məsələn, Japan Airlines, Lufthansa və Air France Nyu-York hava limanında birgə terminal tikmək üçün müqavilə bağlamaqla, hava nəqliyyatında beynəlxalq strateji ittifaqlar özünün yeni inkişaf mərhələsini yaşayır. Hava daşımaları bazarına nəzarəti bərqərar etmək məqsədi ilə alyans üzvləri öz identifikasiya kodlarının qarşılıqlı mübadiləsinə keçmişlər və tez-tez uçuşlar üçün xüsusi həvəsləndirici proqramlar çərçivəsində əməkdaşlıq edirlər. Bu cür təcrübə aviasiya xidmətləri bazarında köklü dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Xüsusi FFP proqramları, müştəriləri üçün müəyyən hava yollarını təyin edir və sənişinlərin digər daşıyıcılar üçün axınının qarşısını alır.

Əgər Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılarsa onda onlar da global strateji ittifaqlara inteqrasiya olunmaqla, səmərəliliyi dəfələrlə artan və güclü marketing alətlərindən istifadə etməklə yüksək uğura imza atmaq olar. Bu baxımdan, United Airlines, Lufthansa, Air Canada və digərləri ilə birgə səyahət strategiyasının hazırlanması məqsədə uyğun hesab edilir.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici ticarət siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılması müasir həvəsləndirici proqramları birləşdirmək olar və alyans üzvləri öz müştəri bazalarını genişləndirdikləri üçün bu bazarda hökmran olduqları üçün bizdə bəhrələnmə bilərik. Belə bir strategiya hava nəqliyyatının ümumi liberallaşdırılması kontekstində hava daşımalarının onsuzda inhisarlaşmasına gətirib çıxardığı heç bir sual doğurmur.

Burada, yeni oyunçular bazara daxil olmaqla özlərinə yeni imkanlar yaratmaqla rəqabəti məhdudlaşdırma bilirlər. Qarabağ bölgəsində yeni yaradılmış turizm obyektləri müntəzəm və böyük kontingenti olan alyansları cəlb etmək bacarığına malik olmalıdırlar. Rəqabət mühitinin qorunması üçün xüsusi orqanlar alyansların formalaşması və inkişaf strategiyasına ciddi nəzarət etdikləri üçün, onlar öz biznes təcrübələrində müəyyən edilmiş hüquq normalarını qoruyurlar. Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatının (ICAO) qaydalarına əsasən, aviaşirkət öz

identifikasiya kodlarını başqa aviaşirkətlə bölüşmək hüququna malikdir və ya bir neçə daşıyıcı eyni kodlardan istifadə edə bilər. Bu o deməkdir ki, sərnəşinlər biletdə göstərilən aviaşirkətlə uçurlar. Hal-hazırda istehlakçıların hüquqlarını qorumaq üçün kod mübadiləsinin tənzimlənməsinin tətbiqi təklif olunur.

İdentifikasiya kodlarının mübadiləsinin lehinə və əleyhinə olan arqumentlər nə olursa olsun, buna baxmayaraq razılaşmaların sayı günü-gündən artır. Delta Hava Yolları və Continental Hava Yolları Air France ilə kod mübadiləsinə ehtiva edən çoxşaxəli müqavilə imzalanmışdır. Eyniləşdirmə kodlarının mübadiləsinə dair imzalanmış müqavilələr çox vaxt beynəlxalq strateji ittifaqlara çevrilirlər. Hal-hazırda dünyada 390-dan çox hava yolları alyansı vardır və onların sayı durmadan artır. Yeni alyansların əksəriyyətində birgə marketinq və texniki inkişafa diqqət yetirən çevik təşkilat mövcuddur.

Hava Nəqliyyatı Alyansının İnkişaf Göstəriciləri onu deməyə əsas verir ki, daşıyıcılar arasında tərəfdaşlığın qurulması siyasəti maneələrlə qarşılaşır. ABŞ ikitərəfli açıq səma sazişlərinin imzalanması şərti ilə alyanslara antiinhisar toxunulmazlığı verir. Bu razılaşmalar ABŞ aviadaşıyıcılarına Avropa və Asiya aviasiya bazarlarına çıxış imkanı yaradır. Bəzi ölkələr (İsveçrə, Yaponiya və s.) Amerika tərəfinin təzyiqinə müqavimət göstərməyə çalışır.

İttifaqların qurulması Avropa Komissiyasının ikitərəfli razılaşmalara münasibəti ilə çətinləşir və Aİ-ni vahid ərazi qurumu hesab edərək, hər bir ölkənin ayrı-ayrılıqda müqavilə bağlaması praktikasından imtina edərək danışıqlar proseslərinin ciddi şəkildə mərkəzləşdirilməsinə keçməyi tələb edir. Yaranan maneələrə baxmayaraq, aviaşirkətlər birləşməyə davam edir. Çox vaxt eyni daşıyıcı eyni anda müxtəlif məqsədləri olan bir neçə ittifaqın bir hissəsi hesab edilir.

Bu baxımdan Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici fəaliyyətlə bağlı siyasətində müəyyən dəyişiklikləri apararkən bu amilləri nəzərə almalıdır. Şuşada fəaliyyət göstərəcək firma və ya şirkətlər müqavilə bağlamaqla öz fəaliyyətlərini təşkil edə bilər digərləri ilə marketinq və kommersiya ittifaqlarının tamhüquqlu üzvü ola bilərlər.

Beynəlxalq aləmdə ümumdünya şəbəkəsində səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün, turizm mübadiləsi, habelə müntəzəm sənişinlər üçün uçuş millərinin əvəzlənməsi həyata keçirilir. Burada firma və ya şirkətlər üçün zəruri şərt, bu daşıyıcılar birliyi tərəfindən təmin edilən tam imtiyaz və xidmətlərin təmin edilməsi ən önəmli məsələlərdən biri hesab edilməlidir. Buna görə də bu istiqamətdə Şuşadan beynəlxalq aləmə qoşulmağa qərar verən hər bir firma və ya şirkət beynəlxalq tələblərinə uyğun olaraq yaxşı əlaqələndirilmiş telekommunikasiya sistemlərinin qurulması, habelə kadrların yenidən hazırlanması üzərində işləməlidir.

Yeni fəaliyyətə başlayanlar marşrut şəbəkəsini müəyyən etməli və digər beynəlxalq təşəbbüsləri dəstəkləməlidir. Bu gün Almaniya, ABŞ, Kanada, Yaponiya, Avstraliya, Yeni Zelandiya, Braziliya və digər ölkələrlə beynəlxalq biznes əsasında səmərəli beynəlxalq əlaqələr qurulmalıdır. Rəqabət aparıcı global və yerli şirkətlər üçün şərait yaratmaqla ümumi marşrut şəbəkəsinə qoşulmaq lazımdır. Yaradılacaq bu sistem fikrincə, əvvəllər yaradılmış bütün yanaşmalardan daha çox turistlərin maraqlarına yönəlməlidir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, turist TMK-larının milli iqtisadiyyata təsiri ölkələrin iqtisadiyyatına güclü təsir edir və bu iqtisadi təsir problemi alimlərin daim diqqət mərkəzində olmuşdur. Qərbdə onun müxtəlif aspektlərini əhatə edən çoxlu əsərlər nəşr olunmuş və TMK-ları qəbul edən ölkələrin iqtisadiyyatlarına təsiri daha yaxşı öyrənilmişdir. Burada mütəxəssislər beş əsas məsələni müəyyən etmişlər:

- turizm bazarında onları qəbul edən ölkədə turizm sənayesinin və onun ayrı-ayrı sektorlarının inkişafına TMK nəzarəti;
- turist axımına nəzarət;
- turizm məhsulları üçün transfer qiymətlərinin müəyyən edilməsi;
- beynəlxalq turizmdən gələn gəlirlərin xaricə sızması problemi;
- TMK-ların idxalçı ölkələrin iqtisadiyyatına texnoloji təsiri.

TMK-ları cəlb etmək təşəbbüsü çox vaxt yerli şirkətlərin ya ümumiyyətlə mövcud olmadığı, ya da kifayət qədər resurslara malik olmadığı ev sahibi ölkələrdən gəlir. Filippin, İndoneziya, Pakistan və Şri-Lanka hökumətləri xarici investidlərə tək cəzə vergi güzəştləri vermir, həm də bəzən onları avadanlıq, maşın və materialların

idxalına görə rüsum ödəməkdən azad edir. Turizm sektorunda, xüsusən də inkişaf etməmiş ölkələrdə TMK-ların meydana çıxması yerli turizm bazarının strukturuna kənardan nəzarətə və turizm sənayesinin inkişafına təsir edir.

Ölkənin beynəlxalq əlaqələrinə xidmət göstərən xarici şirkət həm xarici, həm də yerli digər turistlərin bu bazara daxil olmasına mane ola və öz inhisarını qura bilər ki, bu da heç də həmişə qəbul edən ölkənin maraqlarına uyğun gəlmir. Bəzi dövlətlər turizm korporasiyaları ilə müqavilə bağlayır, bəzən mehmanxana şəbəkələri nəinki rəqabəti məhdudlaşdırdılar, həm də iqtisadi inkişaf istiqamətlərini seçmək azadlığını itirə bilərlər.

Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında xarici siyasətində müəyyən dəyişikliklərin aparılarsa, ABŞ, Avropa, Latın Amerikasası və Asiya ölkələri üçün mediada başlanmış reklam kampaniyası “Biz sizə qayğı göstəririk” devizi altında aparılmalıdır. 2022-ci ildə aviadaşıyıcılar vasidəsi ilə stabil fəaliyyət şərti qurmaqla turizm şirkətləri arasında ittifaqların yaradılması ilə bağlı danışıqlar başlanılmalıdır. Bu prosesə qoşulan və yerli firmaların dünya turizm məkanına daxil olmasının mümkün nəticələrini görə Azərbaycan Respublikası turizm bazarında normal sivil münasibətlərə doğru irəliləyir.

2.3. Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi

Respublikada turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramlarında Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün, turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi nəzərdə tutulur. Ölkədə turizm sənayesinə dövlət tərəfindən əhəmiyyətli investisiyalar yönəldilir. Bu baxımdan ölkənin regionlarında turist təkliflərinin seçimi 10-15% genişlənməmişdir. Son illərdə mehmanxanalar çərçivəsində xarici turistlərə göstərilən əlavə xidmətlərin dəyəri 14% artmış, 2020-cü ildə isə bu göstəricinin artımı 69% olmuşdur.

Mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərdə, xarici turistlərə əlavə xidmətlər göstərilmiş və əvvəlki illə müqayisədə artım 14,5% təşkil etmişdir. Ölkə

turizminin mövcud potensialından istifadə onun iqtisadiyyatda payının artırılmasına imkan vermişdir ki, bu da turist axınını artırmışdır. Turizm xidməti sahəsində müsbət irəliləyişlər əsasında, müvafiq nazirliklərin nümayəndələrinin və müstəqil ekspertlərin daxil olduğu Monitoring Qrupu tərəfindən Azərbaycanın bir neçə bölgəsində fəaliyyət göstərən mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərdə aparılan monitorinqlərin nəticələri yüksək qiymətləndirilir.

II-ci Qarabağ döyüşlərindən sonra, ölkədə və Şuşada keçiriləcək tədbirlərə çox turistlərin gələ biləcəyini nəzərə alaraq, onların əhəmiyyətli bir hissəsi ölkənin turizm sənayesinə önəmli töhvələr verə bilər. Unutmaq olmaz ki, paytaxta gələn xarici turistlərin 50%-dən çoxu ölkənin regionlarına da səfər edirlər. Müvafiq xidmətlərin təklif edilməsi və satışın həyata keçirilməsi, qiymətlərin müəyyən edilməsi, satış kanallarının xüsusiyyətləri belə məqamlarda çox əhəmiyyətlidir.

Azərbaycanda Şuşa şəhərinə təşkil edilən turların satışının əsas hissəsi yerli turizm agentlikləri vasitəsilə həyata keçirilməlidir. Satılan biletlərin qiyməti, rəqabət mühitinə müsbət təsir etməli və ən böyük turizm agentlikləri turların əsas hissəsini internet vasitəsilə satmağa imkan verən elektron və veb-marketing imkanlarından bəhrələnmə bilməlidirlər. Şuşada turizmin müxtəlif növlərinin və formalarının inkişafına məhdudiyyətlər kimi aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- turistlərin əksəriyyəti üçün ən sərfəli olan otellər;
- yaşayış minimumu otelləri.

Baxmayaraq ki, son dövrlərdə Azərbaycanda müxtəlif turist yerləşdirmə obyektlərində bir nəfərin yaşayış minimumu nağdsız qaydada göstərilən xidmətlər, eləcə də məhdud sayda valyuta dəyişmə məntəqələrində 10-20% artıb lakin bu istiqamətdə hələdə problemlər mövcuddur. Mehmanxana tipli obyektlərdə monitorinqlərin nəticələri bunu deməyə əsas verir ki, azad edilmiş Şuşa şəhərində və ümumiyyətlə ölkənin regionlarında göstərilən turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması arzu ediləndir.

Əlbəttə turizm sənayesi daxilində rəqabət mühitinin formalaşması və bu istiqamətdə səmərəli strateji idarəetmə sisteminin və dövlət tənzimləmə siyasətinin mövcudluğundan, turizm sektorunda təşkilati və ictimai strukturların fəaliyyətinin,

turizmdə investisiya siyasətinin həyata keçirilməsindən, habelə sağlam daxili rəqabət və turizm sektorunda sahibkarlıq subyektlərinin beynəlxalq şəbəkələrə cəlb edilməsi günün tələbidir. Şuşa şəhərində turizmin inkişafının strateji idarə edilməsi sistemi yenidən qurulmalı onun xüsusi mahiyyəti öyrənilməlidir (Баумгартен Л.В., 2007).

Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün bu istiqamətdə, turizmin inkişafının strateji idarə olunmasının integral sistemi hazırlanmalıdır. Son illərdə respublikada turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı, Qanuni baza möhkəmlənmiş, bu regionda turizmin inkişafının idarə edilməsi istiqamətində müvafiq müsbət addımlar atılmışdır. Azərbaycanda rəqabətli turizm forması formalaşmış və Dünya Turizm Təşkilatının ekspertizası aparılmış və ekspertlər tərəfindən turizm komplekslərinin inkişafı üçün investisiya layihələrinin sənədləşdirilməsi üçün müvafiq təkliflərlə çıxış etmişlər. Yuxarıda göstərilən və buna bənzər sənədlər əsasında dövlət turizm sahəsində strateji məqsədləri bu gün həyata keçirə bilər.

Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün, bu istiqamətdə regional investisiya siyasəti tədbirləri daha çox dəstəklənməlidir. Unutmaq olmaz ki, neftə qoyulan investisiyalar 5-6 ildən sonra gəlir gətirir, turizmə qoyulan investisiyalardan gəlir isə bir ildən sonra öz bəhrəsini verir. Nəzərə alın ki, il üzrə turizm sərmayəsi kimi təsnifləşdirilən sənaye sahələrinə qoyulan investisiyaların həcmi, 2020-ci ildə müvafiq illə nisbətdə 9% artmışdır. Turizm sənayesinə qoyulan investisiyalar son on ildə yəni 2010-2020 illərində təxminən 61% artartmışdır. İnvestisiya qoyuluşlarının həcmində artım müşahidə olunur lakin, investisiya qoyuluşlarının ən kiçik həcmi 2016-cı ildə qeydə alınmışdır.

Daxili rəqabət mühiti və xarici korporativ şəbəkələrdə iştirak səviyyəsini artırmaq üçün, dövlət turizm müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında maraq prinsipini güclü şəkildə dəstəkləməlidir (Гапаров А.М., 2003: s. 3). Şuşada və ümumiyyətlə respublikada turizm sənayesinin inkişafında əldə olunan nailiyyətləri həvəsləndirmək, xidmət keyfiyyətini yüksəltmək, turizmin müxtəlif növlərinin

inkişafını stimullaşdırmaq məqsədi ilə müvafiq müsabiqələr keçirilməlidir və ən yaxşı mehmanxana, ən yaxşı xidmət göstərilməsi nominasiyaları üzrə də mükafatlar verilməsi təşkil edilməlidir. Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün turizm sənayesinin sahibkarlıq subyektləri tərəfindən investisiyaların cəlb edilməsi aktivləşməli, bu da öz növbəsində xarici korporativ şəbəkələrin cəlb olunmasını artırmağa bilər.

Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün, əlaqədar və dəstəkləyici sənayelər əsasən yerləşdirmə obyektlərinin, ictimai iaşə, ticarət xidmətlərinin, nəqliyyat xidmətlərinin inkişaf səviyyəsi, habelə əlavə pullu xidmətlərin və sanatoriya-kurort xidmətlərinin keyfiyyəti qiymətləndirilməlidir. Turistlərin yerləşdirilməsi obyektləri, mehmanxana tipli obyektlər, ölkədə çarpayıların sayı və müvafiq olaraq bu göstərici 2020-ci ildə 7,4% artmışdır. İctimai iaşə sektoru, yeməcxana, kafe, xidməti olmayan kafe - fast-food, bar, restoranlar müvafiq illə müqayisədə yəni 2020-ci ildə ölkədə 14,7% artmışdır.

Yaşayış obyektlərinə bitişik və yüksək keyfiyyətli xidmət göstərən obyektlər yüksək qiymətləndirilir lakin, onların əksəriyyəti paytaxtda yerləşir. Son zamanlar müəyyən kapital sahibləri tərəfindən kiçik restoran, bufet və şəxsi yeməcxanaların açılmasına investisiya qoyuluşlarında artım müşahidə olunur. İctimai iaşə müəssisələrinin dövriyyə göstəriciləri artmaqda davam edir.

Azərbaycanda rəqabət üçün səmərəli turizm mühitinin formalaşması üçün ticarət xidməti sektoru, ölkədə çoxlu sayda ticarət müəssisələri mövcudluğu, yarmarka və bazarlarda ticarət nöqtələrinin sayı, mağaza və marketlərin ticarət sahəsi, ölkədə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin göstəricilərini nəzər salınmaqla bu məsələ öz həllini tapmalıdır. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ölkənin rəqabət əsaslı turizm inkişafına dəstək verir. Buna əsasən hesab etmək olar ki, 2020-ci ildə respublika üzrə orta ticarət məntəqələrinin dövriyyəsi müvafiq illə müqayisədə 3.9% artmışdır.

Baxmayaraq ki, hələ ticarət sferasında nağdsız ödəniş sistemi hələ 100% səviyyəsinə gəlməmişdir lakin bu istiqamətdə güclü inkişafın olduğunu qeyd etmək

olar. Unutmaq olmaz ki, paytaxtla müqayisədə Azərbaycanın regionlarında malların çeşidi xeyli fərqlidir. Bu differensasiyanın səbəblərindən biri də ölkənin ayrı-ayrı regionlarının əhalisinin ödəmə qabiliyyətinin müxtəlif səviyyədə olması ilə bağlıdır.

Nəqliyyat xidmətləri və köçürmələr məsələsinə gəldikdə isə, ölkədə demək olar ki, bütün mövcud nəqliyyat vasitələri inkişaf etmişdir. Ona görə də Azərbaycana səfər etmək qərarına gələn turistlərə öz mülahizələrinə uyğun olaraq geniş nəqliyyat seçimi verilir. Səyahət zamanı müxtəlif nəqliyyat növlərindən istifadə edən xarici turistlərin və ölkəmizin vətəndaşlarının sayı barədə müsbət göstəricilər vardır.

Həm ölkəmizə gələn xarici vətəndaşlar, həm də ölkə vətənlərindən kənara çıxan azərbaycanlılar hava, avtomobil və dəmir yolu nəqliyyatına çox istifadə edirlər. Dəmir yollarının ümumi uzunluğu 2021-ci ildə müvafiq illə müqayisədə 3.6% artmış və bu rəqəm durmadan artmaqda davam edir. Respublikada ümumi istifadədə olan avtomobil yollarının ümumi uzunluğu isə 2021-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 6,9% artmış və bu gündə artmaqda davam edir. Ölkəmiz dünya okeanına çıxışı təmin edilmişdir və bu da bizə regionda müvafiq üstünlüklər verir. Azərbaycanda və Şuşa şəhərində rəqabətli turizm mühitinin inkişaf etdirilməsi üçün, əlavə ödənişli xidmətlər imkan daxilində bank, hesablaşma və kassa xidmətləri, sığorta xidmətləri, mədəniyyət və əyləncə müəssisələrinin xidmətləri (kinoteatrlar, teatrlar, muzeylər, konsert və sərgi salonları və s.), idman qurğularının xidmətləri imkan daxilində artırılmalıdır.

Əlbəttə bu gün Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün, onun kitab fondu müəyyən edilməli, kitabxana, muzey, klub, peşəkar teatr, mədəniyyət və istirahət parklarının fəaliyyəti bazarın tələbinə uyğun təmin edilməlidir. Nəzərə alsaq ki, ölkə üzrə muzeyləri ziyarət edənlərin sayı 2020-ci ildə müvafiq illə müqayisədə 6,2 faiz artmışdır. Teatra gələnlərin sayı isə pandemiya dövrünə görə 2021-ci ildə kəskin şəkildə aşağı düşmüşdür. Bu günə kimi ölkədə idman obyektlərinin sayında 2020-ci ildə müvafiq dövrə nisbətə 6.3% artım olmuşdur.

Quraşdırılmış bankomatların sayı Azərbaycanda banklar tərəfindən 2020-ci ilin müvafiq dövrünə nisbətə 8,3% artmış ölkə üzrə ticarət və xidmət obyektlərində

quraşdırılmış pos-terminalların sayı isə müvafiq dövrü ilə müqayisədə 8,5% artmışdır. Şuşa və İstisu sanatoriyaları ermənilərin işğalından azad edilmiş ərazilərdə yerləşdiyi üçün hal-hazırda orada güclü bərpa işləri aparılır.

Yuxarıda göstərilən amillərin müvafiq firma və ya şirkətlər tərəfindən göstərilən xidmətlərlə yaşayış, iaşə, əyləncə, tibbi və sağlamlıq xidmətləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq standartların tələblərini nəzərə alaraq və onlara uyğunluq əsasında aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- Azərbaycanda və xüsusən Şuşa şəhərində turizm sürətlə inkişaf edir;
- Son illər ölkədə turizm xidmətlərinin inkişafında müsbət tendensiya müşahidə olunur, bazar iştirakçılarının - turizm firma və ya şirkətlərinin sayının artması, turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi;
- Bu gün Azərbaycanda kifayət qədər məqbul səviyyədə turizmin inkişafının strateji idarə edilməsi, regional və korporativ strategiyaların əlaqələndirilməsi həyata keçirilir;
- turizmin inkişafı prioritet milli layihələrdən biri hesab olunur;
- Azərbaycanda rəqabətli turizm inkişaf edir.

Bu istiqamətdə həyata keçiriləcək investisiya layihələri ilə fəal iş aparılır ölkədə turizm sənayesinə dəstək vermək, gəncləri bu sahəyə cəlb etmək, onların dünyagörüşünü genişləndirmək üçün “Gənc turist” klubları yaradılır və onlar bu müvafiq problemin həllinə güclü dəstək verirlər.

Şuşa şəhərində turizmin inkişafını dəstəkləyən sahələrin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün, turizm obyektlərində çalışanlar üçün turizm xidmətlərinin səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədilə Türkiyə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyindən dəvət olunmuş mütəxəssislər tərəfindən otel idarəçiliyində qida və içki xidməti və digər məsələlər üzrə mütəmadi olaraq təlim kursları təşkil edilsə bu yalnız işin xeyrinə olar. Mal və xidmətlərə əlavə tələbin yaradılmasında turizm sənayesinin böyük əhəmiyyəti vardır və turizmin inkişafı Azərbaycanda istehlak malları istehsal edən sahələrin inkişafına öz müsbət töhfəsini verir.

Bu gün ölkədə istehlak mallarının istehsalı inkişaf edir, istehsal olunan malların rəqabət qabiliyyətinin artması müşahidə olunur. Xüsusi canfəşanlıqla yerli turizm

agentlikləri xarici qurumlarla müqavilələr bağlayır və xarici korporativ şəbəkələrə daxil olurlar. Turizm və yardımçı infrastruktur obyektlərinin əksəriyyəti beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verir ki, bu da ilk növbədə göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti üçün tələb olunur. Bu istiqamətdə işlər durmadan davam edir.

Ölkəmizdə kompüter texnologiyaları də yan keçməməlidir və bu baxımdan bundan sonra Azərbaycanda “Google map”da Azərbaycanın xəritəsi ilə tanış olmaq üçün onlayn turizm naviqasiya portalı fəaliyyətə başlayıb və bu çox müsbət haldır. Bu elektron xəritədə şəhərlər, qəsəbələr, mədəniyyət və tarixi abidələr, bina və tikililər, meşələr və digər məlumatlar 3D formatında yer almışdır.

Azad edilmiş torpaqlarında yerləşən mədəni-tarixi obyektlər də bu portalda öz əksini tapmışdır ki, bu da turistlərə ziyarət etmək istədikləri yerləri və obyektləri əvvəlcədən seçmək imkanı verilir. Monitorinqin nəticələrinə görə, hər gün təxminən 5000 nəfər bu saytın xidmətlərindən istifadə edir. İstifadəçilərin əksəriyyəti Rusiya, Türkiyə, Almaniya, ABŞ vətəndaşlarıdır. Saytın görünüşü Azərbaycanda turizmin inkişafında mühüm rol oynayır.

III FƏSİL. ŞUŞA ŞƏHƏRİNİN TURİZM POTENSİALININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Şuşanın turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi əsasında ölkədə gələcəyə hesablanmış iqtisadi inkişafının təmin edilməsi

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Heydər oğlu Əliyevin 2011-ci il 15 fevral tarixli Sərəncamına əsasən 2011-ci ilin Azərbaycanda “Turizm ili” elan edildiyi vaxtdan turizmin inkişafında yeni mərhələ başladı. Artıq bu gün ölkədə xarici vətəndaşlar tərəfindən alınmış mallara görə ƏDV-nin qaytarılmasını nəzərdə tutan “tax free” sisteminin tətbiqi həyata keçirilir. Turizm ili üçün nəzərdə tutulan tədbirlər planının istiqamətləri bu sektor üçün kadrların hazırlanması ilə bağlı bir neçə orta ixtisas təhsili müəssisələri açılmış və Turizm İnstitutunun fəaliyyətinin daha da inkişaf etməsi prosesi gedir.

Turizm sektorunda orta və kiçik sahibkarlara güzəştli kreditlərin verilməsi işi daha da təkmilləşmiş və kurort zonalarının inkişafında yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi üçün əlavə stimullardan istifadə edilir Tədbirlər planına uyğun olaraq, müxtəlif mədəni-kütləvi tədbirlər zamanı aztəminatlı ailələrdən olan uşaqlar, sağlamlıq imkanları məhdud və kimsəsiz uşaqlar üçün respublikanın müxtəlif turizm bölgələrinə xüsusi səyahətlər təşkil olunmaqda davam edir (Кнышева Е., 2010).

Ölkəmizə turlarla gələn əcnəbi turistlər üçün biletlərin güzəştli qiymətə verilməsi və sadələşdirilmiş viza rejiminin tətbiqi təmin edilmişdir ki, nəticədə, bu il üçün nəzərdə tutulan vəzifələr insanların mədəni, tarixi və təbii-coğrafi mədəniyyətimizlə daha yaxından tanış olmasına kömək edəcəkdir. Mədəniyyət və turizm arasında əlaqə olduğu üçün qarşıya qoyulan vəzifələrin həlli xalqımızın zəngin mədəniyyətinin bütün dünyada tərənnümünə xidmət edir. Bu baxımdan, Avropanın bir çox ölkələrində, Azərbaycan xalqının mədəniyyət günlərinin keçirilməsi artıq tez-tez hal alıb (Ağakərimov M., 2018).

Azərbaycanın turizm sənayesində inteqrasiya prosesləri danılmaz uğurlu inkişaf hesab edilir. Bu gün, əminliklə deyə bilərik ki, turizm sənayesi Azərbaycan

İqtisadiyyatının prioritet sahələrindən biridir və dövlət isə bu mövqeyi daha da möhkəm etməyə çalışır. Bu məqsədlə ölkənin əlverişli turizm imici haqqında dünyada təsəvvür formalaşdırır, turizm fəaliyyətinin əsas istiqamətlərini müəyyən edir, yerli turoperatorların, turagentlərin fəaliyyətini həvəsləndirir və stimullaşdırır, azərbaycanlı turistlərin müdafiəsini təmin etmək üçün əlverişli şərait yaradır. Unutmaq olma ki, turizmdə dövlət-özəl tərəfdaşlıq məsələsi bu sənayenin uğurlu inkişafının açarındır ki, bu da Ümumdünya Turizm Təşkilatının, turizmdə dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığının rolu ilə bağlı apardığı araşdırmada öz təsdiqini tapıb.

Turizmdə, turistlərə keyfiyyətli xidmət göstərmək üçün turizm sektorunda tənzimləmə və standartların hazırlanması lazımdır ki, mehmanxana növlərini və mehmanxana tipli obyektləri, ümumi tələbləri və xidmətləri əks etdirən sənəd olsun. Standartı turizm marşrutlarının təsnifatını, onlardan istifadəyə dair tələbləri müəyyən etməklə, ekskursiya və turizm xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması olmalıdır (<https://kayzen.az/blog/turizm/1145/turizm-ve-turizmin-novləri.html>).

Ekskursiya və turizm xidmətləri sahəsində standartlaşdırma sənədlərini tərtib edən təşkilatlar, o cümlədən bu fəaliyyət növü ilə məşğul olan qurumlar üçün hazırlanmış sənədlərə əməl edilməlidir. Bundan sonra turizmin səmərəli inkişafının təmin edilməsində və qlobal iqtisadiyyatda liderliyinin təşviqində turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq heç də az əhəmiyyət kəsb etmir (Fyall A., Callod C., Edwards. B., 2003).

Beynəlxalq əməkdaşlıq Azərbaycanda turizm bazarının inkişafına məhz bu baxımdan təsir göstərir:

- turizm sektoruna digər ölkələrin turizm və digər sahələrinin nümayəndələri cəlb olunur;
- yerli rəqabət aparıcı iştirakçıların canlanması baş verir;
- birləşmə və satınalma proseslərinin artması müşahidə olunur.

Turizm şirkətlərinin, Azərbaycan turizm sahəsində milli standartları təsdiq edilib ki, bura əsasən, elm və texnologiya nailiyyətlərinin sənayedə tətbiqi, dünyanın turizm sənayesinin aparıcı mütəxəssislərinin təcrübəsindən istifadə etmək mümkün olur. Azərbaycanın turizm sektorunda müsbət tendensiyanın yaranmasının

əsas səbəbləri burada dövlət tərəfindən aparılan islahatlar, beynəlxalq görüşlər, Azərbaycanın dünyanın müxtəlif ölkələrində keçirilən müxtəlif tədbir və sərğilərdə yüksək səviyyədə təmsil olunmasıdır. Ölkəmizin ÜTT, Avropa İttifaqı, YUNESKO, İSESKO, BMT, TÜRKSÖY, MDB, GUAM, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, İslam Konfransı Təşkilatı və s. kimi beynəlxalq təşkilatlar çərçivəsində fəaliyyətidir.

Azərbaycanın mədəni və tarixi dəyərlərini, dünya ictimaiyyətinə tanıtmğa və tanış etməyə imkan yaranmış və bu günə kimi Azərbaycan Respublikası ilə Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Küveyt kimi ölkələr arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında saziş bağlanmış Səudiyyə Ərəbistanı Krallığı, Avstriya Respublikası, Böyük Britaniya, İsrail, İran, Bəhreyn, Oman Sultanlığı, Macarıstan, Koreya, İsveçrə, Yaponiya, İndoneziya, Bruney Krallığı, Malayziya, San Marino, Mərakeş, Argentina, Meksika, Makedoniya, İsveç, Filippin, Kuba və Xorvatiya arasında potensial turist mübadiləsi mümkündür. Ölkəmizdə beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsi bizə onun turizm imkanlarını daha səmərəli nümayiş etdirməyə imkan verir ki, bunun da mövcudluğu Eurovision Mahnı Müsabiqəsi, Birinci Avropa Oyunları, Formula 1 Avropa Qran Prisi, yarışları zamanı Azərbaycana gələn turistlərin sayı ilə bir daha təsdiqlənmişdir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) beynəlxalq səviyyədə əsas və aparıcı təşkilat hesab edilir və onun funksiyalarına turizmin inkişafının planlaşdırılmasında, satış bazarlarının müəyyən edilməsində və turizm mənfəətinin artırılmasında beynəlxalq bazar iştirakçılarında yardım daxildir. ÜTT-nin istiqamətlərindən biri də turizm üzrə təhsil və təlim proqramlarının dəstəklənməsidir ki, bura Azərbaycan Respublikası 2001-ci ilin sentyabrında UNWTO-ya üzv olmaqla bu təşkilatın keçirdiyi bir çox tədbirlərdə, o cümlədən baş assambleyalarda, Avropa Komissiyasının iclaslarında, təlim kurslarında, seminarlarda iştirak etmişdir.

Dünya iqtisadiyyatının turizm sektorunun ixtisaslı kadrlara xüsusi ehtiyacı vardır və turizm təhsili çox şaxəli sahəyə aid edilir və dinamik inkişaf edən bu elmdə iqtisadi, sosial, humanitar, coğrafi və bir çox başqa elmlər birləşir. Elm və texnologiyanın yüksək inkişaf etdiyi müasir dünyada turizm sahəsində əmək

bazarında rəqabət apara biləcək yüksək ixtisaslı mütəxəssislər tələb olunur (Fache, W., 2015).

Müasir mütəxəssislərin məcburi tələblərinə aşağıdakılar daxildir:

➤ turizm sahəsində nəzəri biliklərin olması və bu bilikləri praktikada tətbiq etmək bacarığı;

➤ psixoloji və psixomotor komponentlər;

➤ professional bacarıqlar;

➤ xarici dilləri bilmək;

➤ müasir kompüter texnologiyalarından istifadə etmək bacarığı və s.

Müvafiq olaraq, fraqmentar biliyə malik olan şəxsin turizm sektorunda iştirakı yolverilməzdir, çünki müasir şəraitdə müxtəlif intizam biliklərindən ibarət perspektivli yüksək keyfiyyətli turizm təhsili sisteminin formalaşması, turizmin davamlı inkişafı üçün əsas prioritet hesab edilir və bu sənaye və bütövlükdə ölkələrin müvafiq iqtisadiyyatı ilə bağlıdır (Балабанов И.Г., Балабанов А.И., 2009).

Azərbaycanda xidmət və turizm sektorunun inkişafına diqqətin artırılması, başqa sözlə desək, xidmət və turizm sahəsində kadr hazırlığına və peşəkar təhsilin verilməsinə xüsusi yanaşma tələb edir. Azərbaycanda rəqabət əsaslı turizm fəaliyyəti, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına aşağıdakı imkanları yaradır:

➤ yeni xidmət növlərinin və xidmət formalarının sürətli inkişafını təmin edir;

➤ əhalinin keyfiyyətli xidmətə artan tələbatını ödəmək üçün səy göstərir;

➤ ixtisaslı mütəxəssislərə xidmət və turizm müəssisələrinə olan tələbatın artması əsasında əmək bazarından peşəkarlarla təmin edilməsi prosesi baş verir;

Prezidentin sərəncamına uyğun olaraq 2006-cı ildə yaradılmış Azərbaycan Turizm İnstitutu, 2014-cü ildə yaradılmış Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, respublikanın regionlarındakı ixtisaslaşdırılmış təhsil müəssisələri üçün yüksək peşəkar kadrların hazırlanmasında mühüm rol oynayır. Turizm bazarı iştirakçılarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi və tənzimlənməsi, turizm sənayesi üçün peşəkar kadrların hazırlanmasına köməklik göstərilməsi və sektorda çalışan işçilərin sertifikatlaşdırılması, Azərbaycan Turizm Assosiasiyasının prioritet planlarındandır.

Ölkənin bir çox regionlarında Amerika İnstitutu AHLEİ (The American Hotel & Lodging Educational Institute) tərəfindən hazırlanmış xüsusi proqramlardan istifadə etməklə turizm şirkətləri, otellər və restoranlar üçün kadrların hazırlanması məqsədilə bir sıra təlimlər keçiril. Bu otel sənayesi üçün hər cür təhsil və təlim proqramları ilə məşğuldur ki, bu da Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının “Azərbaycanda turizmin inkişafı layihəsi” çərçivəsində icra olunur. Regional turizm informasiya mərkəzlərinin əməkdaşları üçün təşkil olunmuş təlim-seminarında müasir təcrübədə geniş tətbiq olunan müxtəlif mehmanxana rezervasiya sistemləri və növləri, turizm agentliklərinin və mehmanxanaların uğurlu fəaliyyəti üçün zəruri olan qanunvericilik bazası vardır.

Azərbaycanda turizm sənayesini inkişaf etdirmək üçün əsas məsələlər həll edilməli və turizmin iqtisadiyyatın prioritetlərindən biri kimi tanınması, biznes qurumları arasında koordinasiya, infrastruktur və nəqliyyat əlaqələrinin inkişafı, rəsmiləşdirmələrin asanlaşdırılması, peşəkar marketinq, dünya turizm bazarında tələb olunan mal və xidmətlərin istehsalı, tətbiqi turizm sənayesində yeni texnologiyaların yardılması lazımdır.

Son zamanlar Azərbaycanda beynəlxalq turizm sərgiləri tez-tez baş verir və müntəzəm olaraq keçirilən sərgilərdən biri də yerli turizm şirkətlərini, mehmanxanaları, mehmanxana şəbəkələrini, sanatoriyaları, pansionatları, aviaşirkətləri, turoperatorları və turizm agentliklərini, müxtəlif turizm növlərini, VIP turları, turistlərə təqdim edən Azərbaycan Beynəlxalq Turizm və Səyahətlər Sərgisi bu məsələdə mühüm rol oynayır. Bu sərgilərdə səfər qonaqları və müxtəlif istiqamətlər ilə tanış olmaq imkanı yaranır. Sərgi fəaliyyətində, eləcə də onun rolunda müsbət tendensiyalar mövcuddur.

Ölkənin turizm sektorunda rəqabət qabiliyyəti olan turizmin formalaşması və sərgilər əsasında dünyanın bir çox ölkəsindən yüzlərlə bu istiqamətdə fəaliyyət göstərən firma və ya şirkətləri bir araya gəldiyi üçün səmərəli hesab edilir. Azərbaycanın UNWTO-nun üzvü olmasına baxmayaraq, Beynəlxalq “Turizm və Səyahət” sərgilərində Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi “İpək Yolu” layihəsinin həyata keçirilməsi üzrə tərəfdaşlıq sazişi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) Azərbaycanca turizmin inkişafı üçün mühüm istiqamətlər müəyyən etmiş və Azərbaycan öz mətbəxi ilə bütün dünyada məşhur olmuşdur. Milli yeməklərimiz öz incəliyi, orijinallığı ilə dünyanın müxtəlif yerlərindən gələn turistləri cəlb edir. Bakıda müvafiq beynəlxalq konfransların keçirilməsi “İpək Yolunun dadı” birgə layihəsi uğurlu layihə hesab edilir. “AITF” sərgisinin keçirilməsi öz iştirakçılarına bir sıra üstünlüklər verir ki, bu da, mədəni və işgüzar proqramın birləşməsi, turizmin əsas peşəkar iştirakçılarının toplanması, Azərbaycanın beynəlxalq nüfuzu və zəngin turizm potensialını nümayiş etdirir.

Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin təşkilatçılığı ilə keçirilən sərgilərdə yüzlərlə firma və ya şirkətlərin təmsil olunması, Azərbaycanın regional istirahət zonalarının, sanatoriya və mehmanxanalarının parlaq şəkildə nümayiş etdirilmişdir. Azərbaycan xalqının zəngin folkloru, mətbəxi və adət-ənənələri təqdim olunması, şübhəsiz ki, turizm potensialının inkişafına, ölkənin müsbət turizm imicinin yaradılmasına, yerli turizm obyektlərinin beynəlxalq miqyasda tanıtılmasına müsbət təsir göstərir.

Avropanın ən böyük ixtisaslaşmış sərgilərində iştirak edən Azərbaycan dünya turizm biznesi arenasına inamla çıxmışdır və Azərbaycan 2003-cü ildən iştirak etdiyi “ITB Berlin 2013” sərgisinin tərəfdaşı hesab edilir (Ахмедов А.И., Гаджиев Э.М., Заманов З.А., 2012). ITB Berlin bütün dünyada turizm sənayesi üçün ən böyük təcrübə meydanı hesab edilir. Bu sərgi kommersiya əlaqələrinin və kommunikasiyaların qurulması üçün ən mühüm forum kimi qiymətləndirilir. Müxtəlif simpoziumların, seminarların, ekspertlərlə görüşlərin, mətbuat üçün dəyirmi masaların keçirilməsi üçün nəzərdə tutulan bu platforma səmərəli bir alətdir.

“ITB Berlin” sərgisi yeni ideyaların təbliğində və dünyanın müxtəlif ölkələrinin nailiyyətlərinin tətbiqində mühüm yardım göstərir, turizm məhsullarının böyük seçimini təqdim edir. Bu, müxtəlif tədbirlərin keçirilməsini, hərtərəfli əlaqə proqramlarından istifadəni nəzərdə tutur. Azərbaycanın turizm sənayesinə beynəlxalq təcrübə cəlb etməsinin mühüm təsdiqi Bakı Turizm İnformasiya Mərkəzi ilə Fransa Turizm İnstitutu arasında müqavilənin bağlanmasıdır.

Fransa Turizm İnstitutunun mütəxəssislərinin təcrübəsindən istifadə edərək Azərbaycanda turizmin inkişafı sahəsində 100 zəruri proqram və layihə həyata keçirilmiş və Fransanın əsas turizm regionları, turizm şirkətləri, turizm mütəxəssisləri assosiasiyaları və təhsil müəssisələri tərəfindən yalnız turizm sahəsində tədqiqat, innovasiya və peşəkar təhsil üçün yararlıdır. Həmçinin Azərbaycanda Avropa İttifaqı “Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin turizm şöbəsinin potensialının gücləndirilməsi” tvinningq layihəsini həyata keçirilmişdir.

Azərbaycan turizmində inteqrasiya proseslərinin parlaq göstəricisi ölkədə kifayət qədər əhəmiyyətli sayda dünya şöhrətli mehmanxana şəbəkələrinin olmasıdır. Onların arasında “Jumeirah Hotel”in açılışı, Türkiyənin lüks otellər şəbəkəsi “Rixos”, “Hilton Baku Hotel”, beşulduzlu “Four Seasons Hotel Baku”, beşulduzlu “JW Marriott Absheron” və bir çox digərləri hal-hazırda fəaliyyət göstərir və onlar otel sənayesinə inteqrasiya proseslərinə böyük töhfə verir və onun inkişafına təsir göstərir. Bakı Turizm İnformasiya Mərkəzi ilə Fransa Turizm İnstitutu arasında əməkdaşlıq müqaviləsi imzalanmışdır. Bu vacib məsələlərdə irəli gələn bir sıra nəticələri aydınlaşdırmaq olar ki, bu da, mehmanxanaların yüklənməsinin həyata keçirildiyi müvafiq, sifariş sisteminin olması səbəbindən çoxlu sayda ziyarətçi cəlb etmək imkanı yaranır.

Daha aktiv reklam vasitələri ilə yeni müştərilərin diqqətini cəlb etmək və daimi müştərilərlə əlaqə saxlamaqla, yüksək keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsi üçün ən böyük maliyyə imkanlarının əldə edilməsi və mövcud işçilərin peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi, eləcə də daha ixtisaslı kadrların cəlb edilməsi məsələlərini həll etmək. Turizm sənayesi beynəlxalq xidmət ticarətinin ən dinamik inkişaf edən formalarından biridir ki, burada turizm xidmətləri insanların ən çox tələb etdiyi və istehlak etdiyi xidmətlərdən biri hesab edilir. Turizm sosial, iqtisadi, estetik əhəmiyyətini birləşdirərək insanlara öz şəxsiyyətini formalaşdırmaq və inkişaf etdirmək, tarixi-mədəni dəyərlərlə tanış olmaq, idmanla məşğul olmaq, istirahət etmək, mədəni tədbirlərdə iştirak etmək və s. amillər mühüm hesab edilir (Getz, D., 2008).

Bu gün Azərbaycanda turizm inkişaf mərhələsindədir, dövlət bu istiqamətdə layihələr hazırlayır və həyata keçirir və turizm fəaliyyətini tənzimləyərək dövlət büdcəsinin doldurulmasını stimullaşdırır, məşğulluğun təmin edilməsinə kömək edir, əhalinin gəlirlərini artırır, insanların istirahəti, təkmilləşməsi, turizm sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi, turizm sənayesinin rəqabətədavamlılığının artırılması üçün şərait yaradır. Əhalinin mühafizəsinə qayğı göstərir. təbii mühitin, mədəni irsin qorunması və s. normativ hüquqi aktların qəbulu, turizmin inkişafı üzrə dövlət məqsədli proqramlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi, turizm sənayesində əlverişli investisiya mühitinin yaradılması yolu ilə dövlət turizm fəaliyyətini tənzimləyir.

Ölkənin turizm potensialının bütün dünyada təbliği və tanışlığı, turistlərin hüquqlarının müdafiəsinin təmin edilməsi, standartların müəyyən edilməsi, lisenziya və sertifikatların verilməsi, vergi və gömrük tənzimlənməsi məsələlərinə diqqətlə yanaşılır. Turizm sənayesinin peşəkar kadrlarla təmin edilməsi, elmi-tədqiqat işlərinin stimullaşdırılması, güzəştli kreditlərin verilməsi, yerli turizm sənayesi subyektlərinin beynəlxalq proqram və tədbirlərə cəlb edilməsi, turizmin inkişafı prioritetləri nəzərə alınmaqla dövlətin ərazi sərhədlərinin keçməsi prosedurunun qanunvericiliklə tənzimlənməsi, qanunla müəyyən edilmiş digər üsullar turizm sənayesinin idarə edilməsinin dövlət rıçaqlarına daxildir (Ağakərimov M., 2018).

Bir sıra dövlət tənzimləmə mexanizmlərini nəzərə alaraq, ölkənin davamlı iqtisadi inkişafını təmin etməyə qadir olan səmərəli, rəqabətə davamlı turizm sənayesinin yaradılması işləri durmadan aparılır (M.A. АНАНЬЕВ., 2008). Dövlət qayğısı və dəstəyinin dərəcəsi, turizm sənayesinin inkişafının prioritetini və səylərin göstərilməsi ölkədə turizmin davamlı inkişafının təmin edilməsinə nə dərəcədə səmərəli yönəldiyini qiymətləndirmək lazımdır. Turizm bazarının inkişafının hüquqi əsaslarını müəyyən etməklə, dövlət turizm siyasətinin prinsiplərini müəyyən edir. Qanun, turizm sənayesinin əsas termin və anlayışlarının əhəmiyyətini qeyd edir, sənayenin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının

təmin edilməsinə töhfə verən turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadəyə dair tələbləri özündə birləşdirir.

Azərbaycanda dövlət tərəfindən qəbul edilmiş “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında”, “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında”, “Turizm-ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması Qaydaları”, “Xüsusi razılığın (lisenziya) verilməsi Qaydaları haqqında” qanunların əhəmiyyətini qeyd etmək lazımdır. Müəyyən fəaliyyət növləri üzrə”, Qəbul edilmiş “Mehmanxanaların təsnifatı”, “Turist xidmətləri” və s. kimi dövlət standartları da Azərbaycan Respublikasında təsərrüfat subyektlərinin turizm fəaliyyətinin inkişafına öz töhfəsini verir və bu gün respublikada qəbul edilmiş dövlət proqramları əsasında turizmin inkişafının dəqiq strategiyası mövcuddur.

“Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının milli qanunu ilə təsdiq edilmiş müvafiq illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı çərçivəsində turizmin inkişafını təmin etmək üçün lazımı addımlar atılır. Müvafiq dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi nəticəsində ölkədə turizm sənayesinin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradılmışdır. Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına çıxması üçün şərait yaradılmış və bu sənaye bu günə qədər uğurla inkişaf edir.

Belə ki, Azərbaycan Prezidenti İlham Heydər oğlu Əliyev tərəfindən imzalanmış “Dövlət Proqramları” turizm sahəsində mövcud problemlərin həllinə xidmət etmiş və ölkədə turizmin daha da inkişafını təmin etmişdir. Bu proqramların turizm infrastrukturunun inkişafı və onun yeni fəaliyyət növlərinin yaradılması, göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, ölkənin turizm potensialından səmərəli istifadə edilməsi, sahibkarlar üçün əlverişli biznes mühitinin yaradılması üçün zəruri olanların həyata keçirməyə imkan vermişdir.

Azərbaycan “Turizm haqqında” qanun layihəsini Ümumdünya Turizm Təşkilatına ekspertiza üçün təqdim etmiş və layihə turizm sektorunun inkişafına təkan verəcək yeniliklərin, o cümlədən lisenziyalı şirkətlərin, turoperatorların yaradılması, başqa ölkələrə gedən turistlərin tibbi sığortası, dövlət turizm reyestri yaradılmışdır. Turizm ehtiyatlarının vəziyyəti, turizm ehtiyatlarının coğrafi yeri və sərhədləri, rekreasiya zonaları və obyektləri, turizm fəaliyyəti üçün lisenziya almış

hüquqi və fiziki bu istiqamətdə fəaliyyət meydanı tapa biləcəklər. Göründüyü kimi, Azərbaycan turizm ehtiyatlarının artırılması üçün səylər göstərir. turizmin iqtisadiyyatda iştirak dərəcəsi getdikcə artır və digər ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanda turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini əks etdirən indeksi göstəricisi müsbət istiqamətdə artır.

Turizmin rəqabətqabiliyyətlilik indeksi hesablanarkən bir sıra amillər nəzərə alınır və bu baxımdan, Azərbaycanda əvvəlki illərlə müqayisədə turizmin rəqabətqabiliyyətliliyi indeksinin demək olar ki, bütün komponentlərində (biznes mühiti, sağlamlıq və gigiyena, İKT, qiymətlərdə rəqabət qabiliyyəti və s.) nəzərə çarpacaq artım müşahidə olunur. Azərbaycanın turizm rəqabətqabiliyyətliliyi indeksinin (KT indeksi) Gürcüstanın KT indeksinə bərabər olmasına baxmayaraq, ölkəmizdə xarici turistlərdən əldə olunan gəlir Gürcüstanla müqayisədə xeyli çoxdur.

Yeni turizm obyektlərinin, istirahət mərkəzlərinin istifadəyə verilməsi, ölkə üçün dağ turizmi, ekstremal turizm, atçılıq, velosiped turları, yeni ekskursiya marşrutları kimi yeni turizm növlərinin formalaşması və inkişafı əsasən, bunlar turistlərin sayının artmasına səbəb olur və ölkədə xarici qonaqların sayı artır. Bu baxımdan, Azərbaycan sərhədlərini keçən vətəndaşların sayı və xaricə səyahət qiymətlərinin (manat ifadəsində) artması Azərbaycan vətəndaşlarının ölkədən gedənlərin sayının azalmasına səbəb olmuşdur.

Turizm məqsədilə xaricə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı son beş ildə 19% artmışdır lakin, gələn xarici vətəndaşların sayında 11% azalma müşahidə olub. Bu dövrdə baş verən qlobal proseslər (insanlar arasında yaranmış maliyyə problemləri, dünyada siyasi-iqtisadi vəziyyət, terror təhlükəsinin güclənməsi və s.) məsələlər ilə bağlı olduğu güman edilir. Azərbaycana gələn turistlərin sayı və gedən turistlərin sayı, eləcə də istehlak qiymətləri indeksi bu məsələdə güclü rol oynayır.

3.2. Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsinin iqtisadi inkişafa praktiki təsiri və əhəmiyyəti

Nəzərə alsaq ki, turist səfəri üçün ölkə seçilərkən mehmanxana və mehmanxana obyektlərinin müəyyən etdiyi qiymətlər də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bir sıra yeni 4 və 5 ulduzlu mehmanxanaların istifadəyə verilməsi Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana obyektlərində qiymətlərin təxminən 20 faiz ucuzlaşmasına səbəb olmuşdur. Məlumdur ki, turistləri maraqlandıran məqbul qiymətlər müəyyən etməyə çalışdığı üçün, turizm obyektlərinin sayının artması bu sahədə qiymət siyasətinə müsbət təsir göstərir və buna görə də ölkə daxili turizm inkişaf etdirməlidir.

Azərbaycanın regionlarında mehmanxana obyektlərinin monitorinqi aparılmalıdır və onlar bir neçə keyfiyyət meyarları üzrə yoxlanılmalıdır:

- sanitar normalar görə;
- qida standartlarına görə;
- xidmətlərin müxtəlifliyinə görə;
- asudə vaxtın təşkili və s.

Qiymətləndirmə rəqabət qabiliyyətinin aşağıdakı determinantlarına uyğun olaraq aparılmalıdır:

- şəraitə uyğun amillər;
- bazar amilləri.

Şuşada mehmanxanaların sayında artım mövcuttur və mehmanxana xidmətlərinin qiymətləri son iki ildə təxminən 20% aşağı enmişdir. M. Porter tərəfindən təklif olunan ölkənin turizm kompleksinin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi sxem əsasında turizm kompleksinin inkişafı və fəaliyyət göstərməsi şərtləri Şuşa şəhəri ünün aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

- faktor şərtləridir ki, burada, ölkədə tarix və mədəniyyət abidələrinin, müalicə sanatoriyaalarının, meşələrin olması, turizm sektorunda çalışan işçilərin sayı, onların ixtisas səviyyəsi, turizm infrastrukturunu müəssisələrinin əsas istehsal fondlarının vəziyyəti;
- investisiya resursları və turizm şirkətlərinin onlardan razılıq dərəcəsi və s. yayda günəş istiliyinin bolluğu, dəniz qumları.

Turistlərə ölkə ərazisindən dərman məqsədləri üçün istifadə etmək imkanı verilir ki, bu da ən mühüm təbii və rekreasiya ehtiyatlarına, onların suları, habelə onların yaratdığı mikroiqlim şəraiti daxil edilməlidir. Ölkədə turizm fəaliyyətinin inkişafı, əhalinin istirahət zonalarının yaradılması üçün Şuşa ərazilərdə bitən meşələrdən istifadə oluna bilər. Bu məqsədlər üçün nadir bitki növlərinə rast gəlinən bu ərazi səmərəli istifadə edilə bilər.

Şuşa ərazisində mineral bulaqlar bazasında böyük komplekslər yerləşdirilə bilər və bu ehtiyatları ilə bağlı saysız-hesabsız memarlıq, incəsənət və arxeologiya abidələrinin olması işin xeyrinə istifadə edilə bilər. Həm xarici turistlərin, həm də yerli sakinlərin bura cəlb edilməsində bu ehtiyatların əhəmiyyəti böyükdür. Arxeoloji abidələrin səmərəli təbliği və qeydiyyatı və digər şəhərlərdə tarixi-memarlıq abidələrinin təbliği lazımdır.

Nəzərə alsaq ki, son üç ildə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayı 15,9 faiz artmış və bu əsasla qeyd etmək istərdim ki, bu istiqamətdə qeyri-dövlət müəssisələrinin işçilərinin sayı daha çox artmışdır. Bu da bu sahədə rəqabət şəraitinin mövcudluğunu təsdiqləyir və əsas istehsal fondları kontekstindən əsas vəsaitlərin uzun müddət istehsal prosesinə xidmət etməsi və öz dəyərini fiziki formasını dəyişmədən köhnəldiyi üçün hissə-hissə istehsal olunan məhsula köçürür amilini unutmaq olmaz.

Şuşa şəhərinin mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin sayı ildən-ilə artacaq, ticarət şəbəkələri genişlənəcək, turizm məhsullarının istehsalına müasir texnika və avadanlıqlardan istifadə ediləcəkdir. Otellər və mehmanxana tipli obyektlər arasında ən məşhur olanlar orada öz filiallarını yaradacaqlar. Şuşanın turizm potensialı durmadan artdığı üçün, ən böyük şirkətlər Pasha Travel, Dervish Travel, Galaxy Travel, Improtex Travel və s. bu ərazinin turizmin inkişafı üçün mövcud investisiya resurslarının həcmi dinamikası artacaqdır.

Cəlb edilən investisiyaların həcmi zonasında, turizmin inkişaf perspektivləri investisiyaların cəlb edilməsinə imkan yaradığı üçün, cəlb olunmuş investisiyaların həcminə görə ön plana keçəcəkdir. Ekspertin sözlərinə görə, bu yer bütün ölkənin mədəniyyət mərkəzi Şuşaya məxsus olmalıdır və burada investisiyalar əsasən turizm

sektoruna (mehmanxanaların tikintisi və s.) yönəldilməlidir (Getz, D., O'Neill, M., Carlsen, J., 2001).

Unutmaq olmaz ki, TMK-lar turizm bazarında da özlərinin inhisarçı mövqeylərini təsdiq etməklə, digər məsələlərlə yanaşı, infrastruktura xərclərin artırılması üçün hökumətə təzyiq göstərə bilirlər (Алирзаев А.Г., 2003: s.19). Bu kompaniyalar, yeni hava limanlarının tikintisini, mövcud yerüstü nəqliyyat sistemlərində dəyişiklikləri və ya torpaqdan istifadə islahatlarını dikte edə bilirlər. Onlar öz məqsədlərini güdərək turizm siyasətini müəyyənləşdirməyə çalışırlar ki, infrastrukturun inkişafının səmərəsini xarici turistlər aldığı, onun yaradılması xərclərini isə yerli əhalinin öz üzərinə götürdüyü İspaniyanın timsalında bunu aydın görmək olar.

Şuşa şəhəri ilə bağlı Milli inkişaf planı çərçivəsində turizm infrastrukturunun tikintisinə vəsait ayrılmış bu isə dövlət büdcəsinin 12% həcmindədir. Nəzərə alsaq ki, Şuşa şəhəri Kiçik Qafqaz dağlarının gözəl mənzərəsində yerləşir və təbiət hüsunkarlığını bu ərazidən əsirgəməmişdir. Bu şəhərdə yetişən zəka sahibi insanlar şairlər, rəssamlar, memarlar, musiqiçilər öz dəyərli töhvələrini vermişlər və bu səbəbdən Şuşa Azərbaycan Respublikasının mədəniyyət paytaxtı hesab edilir.

Bu şəhərin tarixinə nəzər salsaq görürük ki, XVIII əsrin əvvəlində Pənah xan tərəfindən qoyulan şəhər-qala sonradan isə bu yerin adı ilə Şuşa adlandırılmağa başlanmışdır. Bu şəhərin səlnaməsi saxlanıldığı üçün turistlərə maraqlıdır və şəhəri tarixi mərkəzi daha çox maraq doğurur çünki, 1822-ci ilə qədər xanlığın paytaxtı olub.

Buradakı tarixi məscidlər Yuxarı Gövhərağa və Aşağı Gövhərağa məscidləri mühüm tarixi əhəmiyyət daşıyır və bu məscidləri XIX-u əsirdə İbrahimxəlil xanın qızı Gövhərağanın sifarişi ilə o dövrdə məşhur memar Kərbəlayi Səfixan Qarabaği tərəfindən inşa edilmişdir. Bu məscidləri minarələrinin naxışlarını isə Mir Mövsün Nəvvab işləmişdir.

Şuşanın xalçaları dünyada şöhrət qazanmış və bu gündə onların bəziləri ən məşhur muzeylərdə saxlanılır. Dağıdılmış xalça muzeyi də qısa müddətdə bərpa ediləcəkdir. XVIII-ci əsrdə yaşayıb-yaratmış Molla Pənah Vaqif (1717-1797) məqbərəsi artıq bərpa edilib.

Əlbəttə Şuşa şəhərinin turizm obyektlərinin kapital tutumunun yüksək olması səbəbindən TMK-ların tələblərinə cavab verən infrastruktur yaratmaq üçün lazımı işlər görülür. Burada müharibədən sonra geriliyi aradan qaldırmaq üçün əsas ümidi onlarla birləşdirməklə burada turizm bazarları açmaq mümkün olacaq. Eyni zamanda, hökumət transmilli şirkətlərlə danışıqlarda daha təkmil təkliflərlə beynəlxalq turizmin rıçaqlarından istifadə etməklə bu problemin həllinə nail olacaq.

Turizmin təsir dairəsini genişləndirmək istəyən TMK-ların sayı getdikcə Şuşada artmalıdır və unutmamaq olmasın ki, qəbul edən tərəf onlarla müqavilə bağlayarkən daha çox güc qazanır. Turist axınına nəzarət vasitəsi ilə alıcı ölkənin iqtisadiyyatına təsir göstərir və transmilli şirkətlərin turizm sahəsində fəaliyyəti əsasən, turist tələbatının coğrafiyasında dəyişikliklərə səbəb olmaqla, ziyarətçi axınının istiqamətini dəyişə bilər.

Hökuməti fiskal siyasətə yenidən baxmağa və turizm infrastrukturuna xərcləri artırmağa məcbur etməklə, bir çox sahələrdə beynəlxalq turizmin yüksəlişinə nail olmaq olar. Eyni zamanda, TMK-ların turistləri təyinat yerinə cəlb etmək səyləri çox vaxt milli turizm administrasiyalarının maraqları ilə üst-üstə düşə bilər.

Öz xidmətlərindən yüksək gəlir əldə etməyi hədəf olaraq götürən və elit turistlərin nisbətən dar bazar segmentini seçmələri belə, mənfəətin maksimum olması motivini rəhbər tutan transmilli şirkətlər üçün kütləvi turistlə işləmək daha sərfəli hesab edilir. Təşkil edilən və yönləndirilən geniş turist axınları yerli mədəniyyətə və təbii mühitə təhlükə yarada bilər (Azap B.И., 2009: s.37).

Bu baxımdan, TMK-lar yüksək ixtisaslaşmış turist axınına nəzarəti həyata keçirərsələr, daha az kəskin problemlər yaranır ki, bu da fəaliyyətin istiqamətləndirdiyi ən gəlirli bazar yerini müəyyənləşdirə bilər. Gələnlərin sayı azdır, turizm təbiətə, mədəniyyətə dağıdıcı təsir göstərmir və maliyyə gəliri artır. İlk baxışdan, TMK-ların bu cür fəaliyyəti yerli turizm bazarının, milli iqtisadiyyatın inkişafına töhfə versə də, realıqda bu praktika təhlükə ilə doludur.

Turist axınları üzərində nəzarəti qurmaqla, müvafiq rıçaqlardan istifadə etməklə ölkəyə təzyiq göstərmək üçün onun verdiyi vergi və digər güzəştlərin siyahısını genişləndirmək üçün istifadə etmək olar. Hökumətinin ən böyük vəzifəsi Şuşa

şəhərinin turizm gəlirlərinin daha da artmasına mane olan hərəkətlərinə cavab verən tədbirləri həyata keçirməsi lazımdır. Beləliklə, bu ərazidə dövlət xarici kapitaldan istifadə etməklə turizmin inkişafına nail olmalı və müasir və global səyahət bazarında, global davranış strategiyası hazırlamalıdır.

Şuşada şirkətlər arasında əməliyyatları yerinə yetirərkən turizm məhsulunun tərkib hissələrinin qiymətlərini manipulyasiya etməklə, bəzi hallarda onları yüksək qiymətləndirməklə, digərlərində, əksinə, aşağı qiymətləndirməklə, TMK-lar korporativ mənfəəti artırma bilirlər. Bu baxımdan, şirkətin əlində, fəaliyyətinin strateji məqsədlərinə uyğun olaraq, bir böyük imperiya daxilində mənfəət dövriyyəsinə təmin edən bir mexanizm olduğu üçün güclü hesab edilir.

Bu ərazidə gələcəkdə qiymət səviyyəsinin dəyişdirilməsi TMK-ların ixtirası deyil, ümumi kommersion təcrübəsinə əsaslanmalıdır. Qarşı tərəflər arasında razılaşma əsasında baza qiymətinə əlavə haqq və ya ondan endirim müəyyən edilməlidir. Bir çox məhsul və xidmətlər toplu alışlar üçün dövriyyə endirimlərinə məruz qalmaqla, turizmdə mövsümdən kənar məhsul alınarkən mövsümi endirimlərdən də geniş istifadə olunması məntiqə daha çox uyğundur. Onun köməyi ilə tələb və təklif balanslaşdırılır və turoperatorlar və turizm agentləri vasitəçi olaraq, bazarda qiymətlər üzrə rəqabət apara bilmək üçün səyahət xidməti təminatçılardan satış endirimləri ala bilirlər.

Məsələn, alman və ingilis turoperatorları ispan və yunan mehmanxanaları üçün çox aşağı qiymətlərlə, eləcə də əyləncələri ilə tanınırlar. Hər bir halda qiymət səviyyəsi əməliyyat tərəfləri arasında razılaşmadan asılı olaraq fərqlidir. Bu prinsip Şuşada da məhsulların qiymətində olan fəaliyyəti tətbiq edilə bilər.

Transmilli şirkət yalnız danışıqlara müəyyən forma və şirkət daxili xarakter verir. Transfer qiymət mexanizmini bir nümunə ilə nəzərdən keçirsək görərik ki, fərz edilən hər hansı A ölkəsində fəaliyyət göstərən bir turoperator B ölkəsində hava yolu şirkəti və C ölkəsində bir sıra turizm müəssisələri, o cümlədən yerləşdirmə obyektləri alır. Bu yolla o, öz nəzarəti altında beynəlxalq istehsal sistemi yaradır. Tur operatoru səhər 1000 dollar qiymətinə inklüziv tur təklif edir və onu A ölkəsində satır. Turun tərkib hissələrinin alış-satışı üzrə bütün əməliyyatlar sistem daxilində həyata keçirilir.

Turoperator bu integrasiya olunmuş biznesin bütün iştirakçıları üçün hesablaşma (köçürmə) qiymətlərini müəyyən edir. Onlar bazar qiymətlərindən fərqlənə bilər və bəzən açıq bazarda onun analoqu olmur və turoperator tərəfindən vergi və gömrük rüsumlarından yayınmaq üçün istifadə edilir.

Transfer qiymət mexanizmindən istifadə edərək, vergi tutma səviyyəsi yüksək olan filiallar üçün istehsal xərclərini süni şəkildə artırmaq və ya əksinə, vergiləri aşağı olan filiallar üçün onları aşağı qiymətləndirmək olar. Nəticədə, birinci qrup filiallar öz vergi bəyannamələrində cüzi mənfəətlər bildirməklə, digəri isə həddindən artıq qiymətləndirilmiş mənfəətlər qeydə ala bilərlər. Bu zaman, verginin yüksək olması filialların əldə etdikləri gəlirləri qeyri-qanuni olaraq aşağı vergi tutulan filiallara köçürə bilər və bu yolla ödənilən vergilərin məbləğinin xalis azalmasına nail ola bilər.

Turoperator aktivlərinin dəyərini süni şəkildə artırma, və ya filiallar arasında qaimə xərcləri və ya əməliyyatları yenidən bölüşdürə bilər ki, bunun da nəticəsində vergi ödənişlərinin məbləği 2 dəfə azala bilər. Turoperator beynəlxalq ödənişləri sərfəli məzənnə ilə həyata keçirərsə, əlavə qazanc əldə edəcək və vergidən yayınmaq üçün transfer qiymətindən istifadə edə biləcək.

Tədqiqatlar göstərir ki, Şuşa şəhərində fəaliyyət göstərəcək xarici filiallar yerli şirkətlərlə eyni dərəcədə mal (xidmət) idxal etməlidirlər. Bundan əlavə, bir çox tucuzm şirkətləri öz müsbət imicini yaratmaq və möhkəmləndirmək üçün mümkün olan yerlərdə bilərəkdən yerli resurslardan istifadə edirlər xüsusən də turizmdə, sahəsində möhkəm əlaqələr saxlayırlar.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Aparılmış magistr tədqiqat işinin sonunda Şuşa şəhərinin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün aşağıdakı nəticələri qeyd etmək olar;

➤ Şuşa şəhərinin turizminin inkişafına qoyulan investisiyaların həcmi artırılmalı və müasir şəraitdə turizm sənayesi dünyasına daxil olması təmin edilməlidir;

➤ Şuşa şəhərinin turizm imkanlarından daha çox bəhrələnmək üçün, sahibkarlara müraciət edilməsi formatı nəzərdən keçirilməli:

a) bankdan kommersiya kreditinin alınması;

b) korporativləşdirmə;

c) fyuçers müqavilələri ilə ticarət;

d) franşayzinq layihələrinin həyata keçirilməsi;

e) xarici investisiya və kreditləşmə problemlərinin asan həlli;

q) dünya standartlarının tələblərinə cavab verən inkişaf etmiş infrastrukturun, əsasən mehmanxana sənayesinin yaradılması.

➤ Şuşa şəhərində turizm investisiyalarının təsnifatını aşağıdakı əsas xüsusiyyətlərini investisiyaların həcminə görə təmin etmək üçün:

a) maliyyə qoyuluşları (qiymətli kağızlara investisiya, kommersiya banklarına kapital qoyuluşu, daşınmaz əmlak fondlarında və ya kapitalda payın əldə edilməsi ilə bağlı);

b) müasir beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə xidmət sektorunun tərkib hissəsi kimi rolunu artırmaq.

➤ Qiymətli kağızların buraxılması üzərindən Şuşa şəhərinin turizm imkanlarını artırmaq və qoyulan məqsədlərə çatmaq üçün, portfel investisiyaların tətbiqini artırmaqla:

a) real investisiya həcmi artırmaqla həm öz, həm də borc götürülmüş, bank kreditlərinin turizmin inkişafına cəlb edilməsi;

b) kapitalının qoyulması, real investisiyalar edən investora real sərmayələr maddi (turizm məhsullarının və istehlak mallarının istehsalı vasitələri) və qeyri-maddi (turizm kadrlarının ixtisasının artırılması və ya yenidən

hazırlanması, zəruri elmi-tədqiqat işlərinin aparılması və s. vasitəsilə hər hansı qeyri-maddi səmərənin əldə edilməsi).

➤ Şuşa şəhərinin turizm imkanlarını artırmaq üçün investisiyaların həyata keçirilməsi baxımından, qısamüddətli (bir ilədək), ortamüddətli (5 ildən 10 ilədək), uzunmüddətli (10 ildən çox) layihələr tətbiq edilməlidir;

➤ birbaşa investisiyalar (investor tərəfindən birbaşa olaraq səhm və ya əmlak qiymətləri formasında aktivlərin əldə edilməsi, dolayısı investisiyalar (portfelin yaradılması, yəni qiymətli kağızların və ya əmlak dəyərlərinin pul vəsaitləri hesabına yığılması, intellektual sərmayələr (patentlərin, lisenziyaların, nou-hauların alınmasını, işçilərin ixtisasının artırılmasını, elmi-tədqiqat işlərinin aparılmasını);

➤ investisiyaların istifadəsi istiqamətində isə, vəsaitlərin turizm müəssisələrinin yaradılması, yeni müəssisə və ya törəmə firma və ya şirkətin aktivlərinin yaradılması;

➤ Şuşa şəhərinin turizm imkanları üzərindən mövcud turizm müəssisəsi üçün yeni obyektlərin yaradılmasına yönəldilmiş və strateji əhəmiyyət daşıyan turizm sənayesinə töhfə verə bilən strateji ideyalarının həyata keçirilməsi;

➤ turizm müəssisəsinin əsas fondlarının cari və əsaslı təmirinə, yaxud fiziki cəhətdən köhnəlmiş və köhnəlmiş istehsal avadanlıqlarının dəyişdirilməsinə vəsaitin yönəldilməsi;

➤ turizm tələbatın böyük olması səbəbindən istehsalın artırılmasına yönəldilməsi baxımından, kiçik və orta biznes bu ərazidə daha çox dəstəklənməlidir;

➤ özəl investisiyalara fiziki şəxslərin və özəl müəssisələrin vəsaitlərinin cəlb edilməsi dövlət tərəfindən dəstəklənməlidir və xarici investisiyalar xarici fiziki və hüquqi şəxslər bu işə cəlb edilməlidir;

➤ Şuşa şəhərinin turizm imkanlarını genişləndirmək üçün birgə investisiyalı, birgə müəssisələr yaradılmalıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. "Azərbaycan Respublikasına turist axınının sürətləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" 20 fevral 2017-ci il tarixli Sərəncam - Bakı
2. "Azərbaycan Respublikası regionlarının inkişafı üzrə 2019-2023-cü illəri əhatə edən Dövlət Proqramı" //29 yanvar 2019-cu il. №500 – Bakı
3. "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı" 6 aprel 2010-cu il tarixli sərəncamı
4. Ağakərimov M.M., (2015). Otel menecmentində proqnozlaşdırma və planlaşdırma//- Bakı: Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. "Renessans-A" MMC, s. 26.
5. Ağakərimov M.M., (2018). Otel biznesində franşayzing idarəetmə forması//-Bakı: - Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. «IDEA-A» MMC, s.48
6. Ağakərimov M.M., (2016). Hotel menecmenti. Dərs vəsaiti /Bakı: Mütərcim, 316 s.
7. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
8. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm qanunvericiliyi toplusu [2 cildə] / tərt. ed. C. K. Quliyev. - Bakı: Avrasiya Press, -I cild.- 2011.
9. Azərbaycanda turizm. Statistik məcmuə. Bakı - 2020.
10. Bilalov B.Ə., (2006). Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Dərs vəsaiti./ Bakı: Mütərcim, 289 s.
11. Bilalov, B. Ə., (2015). Turizmin əsasları: dərslik /Bakı: QHT nəşriyyatı, 496 s.
12. Qafarov N.C., (2012). Turizmin iqtisadiyyatı. Bakı "Kooperasiya" nəşr., 439 s.
13. Qəhrəmanov Y.M., Bilalov B.Ə., (2012). Səyahət agentlikləri və turoperatorluq. Bakı. "Mütərcim", 216 s.

14. Zeynalov C.V Soltanova H.B., (2013). Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. Bakı: AzTu-nun mətbəəsi, 413 s.
15. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm qanunvericiliyi toplusu: [2 cildə] / tərt. ed. C. K. Quliyev.- Bakı: Avrasiya Press,- II cild.- 2011.
16. Cəfərov C., (2015). Yeni yolda. //Bakı: Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. “Renessans-A” MMC, s.13.

Rus dilində

1. Азар В.И., (2009). Экономика и организация туризма. М. 2009. С.37
2. Алирзаев А.Г., (2003). Проблемы туризма в Азербайджане и основные направления его развития. Журнал «Consulting and business», Баку, № 9. с.19
3. Ананьев М.А., (2008). Экономика и география международного туризма. М.: Изд-во МГУ
4. Ахмедов А.И., Гаджиев Э.М., Заманов З.А., (2012). Международный туризм. Баку, «Сада», 139 с.
5. Балабанов И.Г., Балабанов А.И., (2009). «Экономика туризма». Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 176 с
6. Баумгартен Л.В., (2007). Стратегический менеджмент в туризме. М. Академия , с.116
7. Гараев А.М., (2003). Туризм – это большой бизнес. Газ. «Бакинский рабочий», Баку
8. Кнышева Е.Н., (2010). Маркетинг туризма, М.: ИД «ФОРУМ», ИНФРА-М, с. 9

İngilis dilində

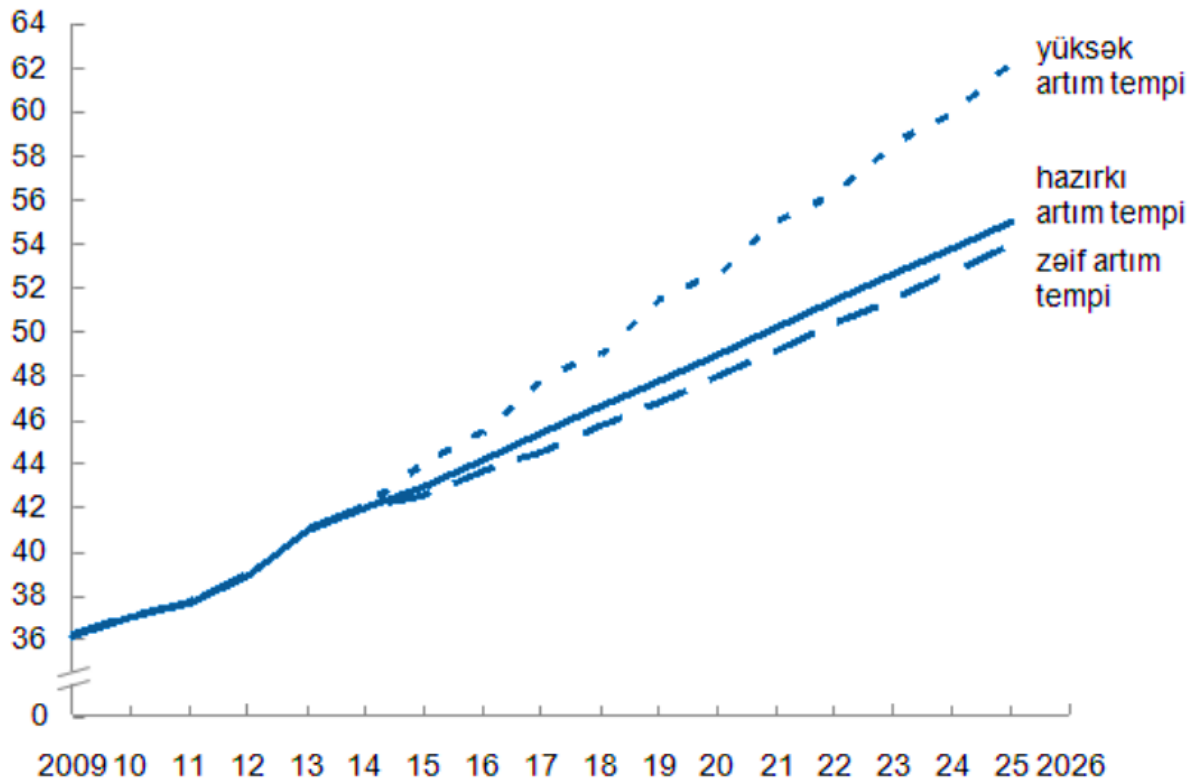
1. Fache, W., (2015). “Methodologies for Innovation and Improvement of Services in Tourism”, Managing Service Quality, Vol. 10, Num: 6, p. 366.

2. Fyall. A., Callod, C., Edwards. B., (2003). "Relationship Marketing: The Challenge for Destinations", Annals of Tourism Research, Vol. 30, No. 3, p. 659.
3. Getz, D., (2008). Progress in Tourism Management, Event Tourism: Definition, Evolution and Research. Tourism Management, p. 39
4. Getz, D., O'Neill, M., Carlsen, J., (2001). Service Quality Evaluation at Events through Service Mapping. Journal of Travel Research, p.35

İnternet resursları

1. <http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2018/yanvar/571928.pdf>
(25.10.2021)
2. <https://kayzen.az/blog/turizm/1145/turizm-və-turizmin-növləri.html>
(19.03.2022)
3. <https://kayzen.az/blog/turizm/4157/turizmin-idarəedilməsinin-əsas-xüsusiyyətləri.html>; 69 14.<https://kayzen.az/blog/turizm/4089/turizmin-tarixi.html>
(02.02.2022)
4. https://www.bakucitycircuit.com/az/news/formula_1_2018_azerbaijan_grand_prix_94000_attendance_confirmed_for_breathless_baku_street_race
(27.11.2021)

Sxem 1: Turizm sektorunda çalışan işçilərin sayında faktiki və proqnozlaşdırılan artım tempi (min nəfərlə)



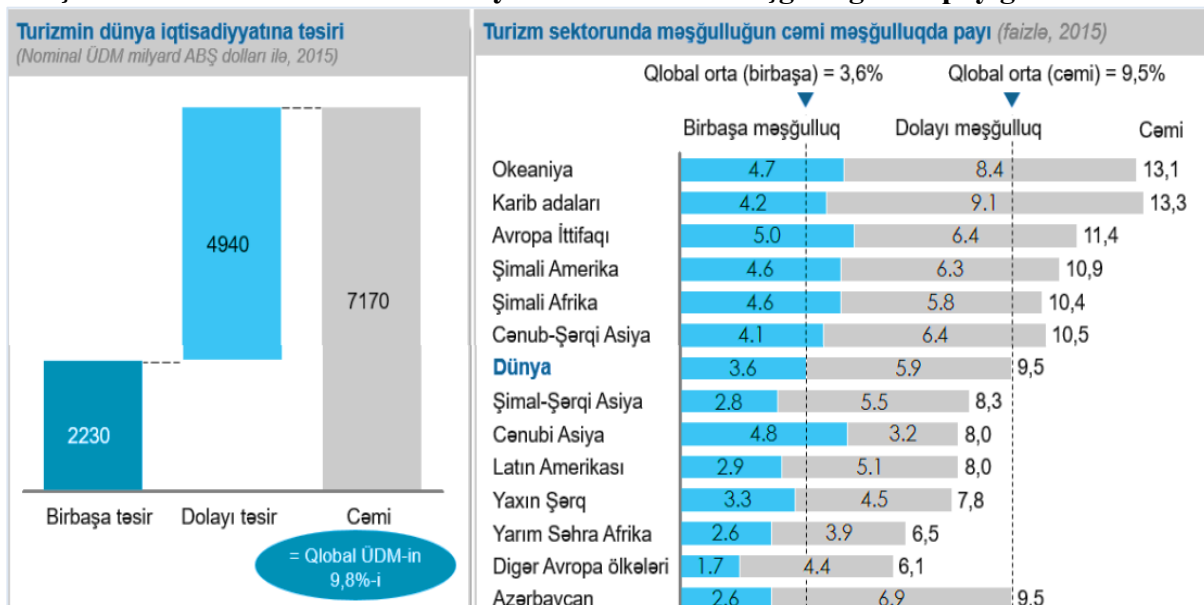
Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> (2022)

Cədvəl 1: Turizmin strateji inkişaf çərçivəsində görülməli tədbirlər üzrə gözlənilən nəticələr

№	Prioritetin adı	ÜDM-ə təsiri (milyon manatla, 2020)	Məşğulluq (tam ştatlı işçilər, 2020)	İnvestisiya məbləği (milyon manatla)
1.	Milli Turizm Təbliğət Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması	10	-	-
2.	Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi	50	8500	15
3.	Bakı şəhəri üzrə təbliğət-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi	230	16000	100
4.	Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi	70	6200	100
5.	Viza rəsmiləşdirilməsi proseslərinin və sərhəd-keçid prosedurlarının sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi	30	-	-
6.	Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi	30	-	-
7.	Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması	5	150	15
8.	Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi	20	300	15
9.	Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması	20	3700	95
10.	Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu	-	150	10

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> (2022)

Şəkil 1: Turizm sektorunun dünya ÜDM-ində və məşğulluğunda pay göstəriciləri



Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> (2022)

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: (Əlavə edilib) Turizm sektorunda çalışan işçilərin sayında faktiki və proqnozlaşdırılan artım tempi (min nəfərlə).....74

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: (Əlavə edilib) Turizmin strateji inkişaf çərçivəsində görüləcək tədbirlər üzrə gözlənilən nəticələr.....75

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: (Əlavə edilib) Turizm sektorunun dünya ÜDM-ində və məşğulluğunda pay göstəriciləri.....76