

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

Ə.Q.ƏLİRZAYEV

**TURİZMİN İQTİSADİYYATI
VƏ İDARƏ EDİLMƏSİ**

.....

Bakı - 2010

Elmi redaktor:

Rəyçi:

**Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması.
..... Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 2010. -
..... səh.**

Kitabda turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu və onun Azərbaycan iqtisadi və sosial inkişafında yeri müəyyən edilir. Turizmin inkişafının əsas iqtisadi, maliyyə aspektləri qiymətləndirilir. Turizmin modeli, onun əsas parametrləri və sosial-iqtisadi nəticələri proqnozlaşdırılır. Turizmin sahə kimi şəraiti və onun təşkilində resurs potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yolları əsaslandırılır.

Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunmasının məzmunu, onun prinsipləri və mexanizmləri geniş oxucu üçün təqdim olunur. Turizmin iqtisadi əsasları, onun inkişafı, region xüsusiyyətləri, idarəetmə obyektini kimi dövlət tənzimlənməsi və sosial mahiyyəti və nəticələri proqnozlaşdırılır.

Kitab turizm iqtisadi idarəetmə orqanları, ali məktəb tələbələri, elmi tədqiqat işçiləri üçün əhəmiyyətlidir.

© Əlirzayev Ə.Q. - 2010

© İqtisad Universiteti - 2010

MÜNDƏRİCAT

Giriş.....

Mövzu 1. Turizmin məzmunu və iqtisadi mahiyyəti.

1.1. Turizmin iqtisadi məzmunu.....

1.2. Turizmin iqtisadi mahiyyəti.....

1.3. Turizmin formaları və müxtəliflikləri.....

Mövzu 2. Turist fəaliyyətinin iqtisadi əsasları.....

2.1. Turizmin iqtisadiyyatı turistçiliyin tərkib hissəsidir.....

2.2. Dövlətin turist siyasəti.....

2.3. Turizmin iqtisadi səmərəliliyi.....

2.4. Turizmin inkişafının iqtisadi göstəriciləri və onun təhlili proqnozunun metodika əsasları.....

Mövzu 3. Turist bazarı.....

3.2. Turist bazarının funksiyası məzmunu və mahiyyəti.....

3.3. Turist bazarının segmentləşməsi.....

3.4. Turist bazarının fəaliyyəti mexanizmi.....

3.5. Turist bazarının fəaliyyətində mövsümlülük...

Mövzu 4. Turist sənayesi.....

4.1. Turist sənayesinin tərkibi və mənası.....

4.2. Turizmin maddi texniki bazası.....

4.3. Turist müəssisələrinin ayrı-ayrı tiplərinin xarakteristikası.....

4.4. Turizmdə iş qüvvəsi və istifadəsinin səmərəliliyi.....

Mövzu 5. Turizmdə iqtisadi mexanizmin fəaliyyəti.....

5.1. Turizmdə qiymət və qiymətəmələqəlmə.....

5.2. Turizmdə maliyyə münasibətlərinin təşkili.....

5.3. Turist fəaliyyətinin vergitutumunun xüsusiyyətləri.....

5.4. Turizmdə sığortalanmanın xüsusiyyətləri.....

5.5. Turizmin qanunvericilik bazası.....

Mövzu 6. Turizmin sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsi

6.1. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunmasının sosial-iqtisadi mahiyyəti

6.2. Turizmin sosial fəal dairəsi kimi tədqiqi və idarə olunması.....

6.3. Turizmin iqtisadi inkişafında rolu.....

6.4. Turizmin regionların iqtisadi inkişafda rolu ..

6.5. Turizmin inkişafı və sosial tərəqqi

Mövzu 7. Turizmin idarə olunmasının əsasları

7.1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri.....

7.2. Turizm idarəçiliyinin metodoloji əsasları

7.3. Turizm planlaşması və əsas prinsipləri.....

7.4. Turizm idarəçiliyinin müasir şəraitdə təkmilləşmə istiqamətləri

Mövzu 8. Turizmin inkişafının və idarə olunmasının təşkilati quruluşunun təkmilləşməsi.....

8.1. Təşkilati quruluşun mahiyyəti, onun turizmdə xüsusiyyətləri

8.2. Turizm qanunvericiliyi və sosial hüququn normaları.....

8.3. Turizmin marketinq planlaşmasının əsas istiqamətləri.....

- 8.4. Turizmin məhsulunun idarə olunması.....
- 8.5. Turizmin ilk modelləri.....

Mövzu 9. Turizmin idarə olunmasının konseptual əsasları

- 9.1. Turizmin idarə olunmasının konseptual əsasları
- 9.2. Turizmin idarə olunmasının məqsədli proqnoz modeli
- 9.3. Turizmin idarə olunmasının resurs modeli
- 9.4. Dünya təcrübəsi və dünya ölkələrində turizmin inkişafının əsas əlamətləri.....
- 9.5. Turizmin inkişafının informasiya bazası və informasiyanın yeni texnologiya ilə işlənməsi.....

Mövzu 10. Turizmin potensialı və onun

qiymətləndirilməsi metodikası

- 10.1. Turizmin iqtisadi əsaslarının mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri
- 10.2. Turizmin mənfəəti və onun bölgüsü sxemi....
- 10.3. Turizmdə fondlar və resurslar.....
- 10.4. Turizmin kədr potensialı.....
- 10.5. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi metodikası.....

Mövzu 11. Turizmdə investisiya siyasəti və investisiya istiqamətləri

- 11.1. İnvestisiyanın mahiyyəti, onun turizmdə xüsusiyyətləri
- 11.2. Turizmin investisiyasının formalaşması mənbələri və turizmi sferasında əsas istiqamətləri..
- 11.3. İnvestisiyanın səmərəliliyi
- 11.4. İnvestisiyanın proqnozu və idarə olunması ..

- Mövzu 12. Turizm sferasında əməkhaqqı sistemi, əməyin təşkili və idarə olunması.....**
- 12.1. Turizm əməyinin xarakteri, əmək bölgüsü və əmək fəaliyyəti
 - 12.2. Turizm işçilərinin əməkhaqqı sistemi, onun formaları və istiqamətləri
 - 12.3. Turizm əməyinin planlaşması və idarə olunması
 - 12.4. Turizm inteqrasiyasının istiqamətləri və əməyin təşkilinin diferensasiyası.....

- Mövzu 13. Turizm sferasında məhsulun maya dəyəri və mənfəət.....**
- 13.1. Turizm fəaliyyətinin xərc strukturu.....
 - 13.2. Turizm məhsulunun maya dəyəri.....
 - 13.3. Turizm məhsulunun qiyməti.....
 - 13.4. Turizmdə mənfəətin formalaşma mərhələləri.
 - 13.5. Turizm mənfəətinin yüksəlməsi metodları, yolları və əsas amilləri.....

- Mövzu 14. Turizmin dövriyyə vəsaitləri və turizmdə qiymət əmələ gəlmənin təkmilləşməsi istiqamətləri..**
- 14.1. Turizmdə dövriyyə vəsaitlərinin mahiyyəti, onların istifadəsi istiqamətləri
 - 14.2. Turizm məhsulunun qiyməti
 - 14.3. Turizm resursları, onların dövriyyə sürəti ...
 - 14.4. Turizmdə kapital və kapital axınının sürətlənməsi yolları.....

- Mövzu 15. Turist fəaliyyətinin təhlili metodikası ...**
- 15.1. Təhlilin mahiyyəti və əsas metodikaları.....
 - 15.2. Turist fəaliyyətinin təhlili xüsusiyyətləri.....
 - 15.3. Təhlil metodikaları və əsas təkmilləşmə

istiqamətləri
15.4. Turist fəaliyyətinin proqnozu üsulları.....

Mövzu 16. Turizmin idarə olunmasının əsas meyar və göstəriciləri. turizmin beynəlxalq əlaqələrdə yeri və rolunun qiymətləndirilməsi.....

16.1. Turizm idarəçiliyinin əsas meyarı və əsas prinsipləri

16.2. Turizmin inteqrasiya amili və beynəlxalq əlaqələrin təşkilində rolu

16.3. Turizm idarəçiliyinin təşkilati quruluşu, normativ hüquqi bazası

16.4. Turizm modeli və əsas formaları

16.5. Turizmin idarəçiliyində sosial amillərin proqnozu.....

Mövzu 17. Turizmin regionların inkişafında rolu, qarşılıqlı əlaqə və idarəetmə xüsusiyyətləri.....

17.1. Turizmin regional aspektləri.....

17.2. Turizm iqtisadi inkişafın, sosial tərəqqinin tərkib hissəsidir.....

17.3. Turizmin sosial iqtisadi inkişafda əsas istiqamətləri.....

17.4. Regional iqtisadi idarəetmə və turizmin sahə idarə edilməsi arasında əlaqə.....

Mövzu 18. Regional turizmin planlaşması və idarə olunmasının əsas istiqamətləri.....

18.1. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları.....

18.2. Regional turizmin strateji planlaşması.....

18.3. Turizmin biznes və kommersiya planlaşması....

18.4. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri.....

18.5. Turizmdə sahibkarlığın formaları.....

Mövzu 19. Regionlarda turizmin inkişafının dövlət siyasəti və dövlət tənzimləməsi.....

19.1. Regionlarda sosial iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu.....

19.2. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqamətləridir.....

19.3. Regionlarda turizmə dövlətin himayəçilik siyasəti.....

Mövzu 20. Turizmin regionlarda təşkilinin və idarə olunmasının əsas amilləri və onlardan istifadənin iqtisadi mexanizmləri.....

20.1. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri.....

20.2. Turizmde əməkhaqqı sistemi və iqtisadi stimullar.....

20.3. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili.....

20.4. Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması.....

Mövzu 21. Turizmin regional sahibkarlığının xüsusiyyətləri və təşkili mexanizmləri.....

21.1. Regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri.....

21.2. Regional sahibkarlığın maliyyə, maddi və təşkilati stimullaşma mexanizmləri.....

21.3. Azərbaycanda regional sahibkarlığın əsas istiqamətləri.....

21.4. Turizm sahibkarlığının prioritet istiqamətləri və təşkili yolları.....

Mövzu 22. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi aspektləri.....

- 22.1. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi mahiyyəti və onun Azərbaycan iqtisadiyyatında rolu.....
- 22.2. Turizmin sosial tədqiqinin metodoloji əsasları
- 22.3. Turizm Azərbaycanda inkişafının xüsusiyyətləri və əsas istiqamətləri.....

Mövzu 23. Azərbaycanda turizmin inkişafının mövcud vəziyyəti və perspektivi.....

- 23.1. Turizmin inkişafının dinamikası.....
- 23.2. Turizmin təşkilində strateji planlaşma və menecment idarəçiliyi.....
- 23.3. Turizm bazarının formalaşmasında sahibkarlığın əsas xüsusiyyətləri.....

Mövzu 24. Turizmin bazar tipli modelləri.....

- 24.1. Turizmin inkişaf modeli.....
- 24.2. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarəetmənin təkmilləşdirilməsi.....
- 24.3. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri.....

Mövzu 25. Turizmin sahələrarası və regional inkişaf problemlərinin həllində resurs kimi qiymətləndirilməsi.....

- 25.1. Turizmin sahələri sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsində rolunun nəzərə alınması və perspektiv proqnozu.....
- 25.2. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi.....
- 25.3. Turizmin kənd təsərrüfatı inkişafında sosial-iqtisadi amil kimi qiymətləndirilməsi.....

Mövzu 26. Kənd təsərrüfatının və kəndin turizm inkişafı ilə əlaqəsinin qiymətləndirilməsi perspektivi...

26.1. Kənd təsərrüfatının turizm dövriyyəsində rolu və onun qiymətləndirilməsi.....

26.2. Kəndin sosial inkişafı və turizmin qarşılıqlı əlaqəsi.....

26.3. Sahəlararası əlaqələrin və sahə strukturunun turizmin idarə olunmasında nəzərə alınması.....

Mövzu 27. Kəndin sosial iqtisadi potensialının turizm inkişafına cəlb edilməsi mexanizmləri.....

27.1. Kənd təsərrüfatı istehsalı və onun məhsulunun turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsinin mexanizmləri..

27.2. Ev təsərrüfatının turizm inkişafında rolunun yüksəldilməsi və onun potensialının istifadəsi mexanizmləri.....

27.3. Turizmin xüsusi vəsaitləri və məhsulların istifadəsinin mexanizmləri.....

Nəticə.....

GİRİŞ

İqtisadi inkişafın ərazi problemlərinin qloballaşan şəraitdə həlli və təşkili istiqamətində turizmin təşkili və onun kompleks iqtisadi idarəetmə yolları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turizm müasir inteqrasiya şəraitində amil və fəaliyyət sferası olmaqla bir sıra kompleks problemlərin və idarəetmə mexanizmlərin məcmuu və qarşılıqlı əlaqəsi kimi formalaşır və dəyişir. Onun ictimai və iqtisadi rolu qlobal və sahə meyarları baxımından ölçülür. Belə ki, təbii resursların iqtisadi dövriyyəyə və istehlak amilinə cəlb edilməsi, həmin resursların istifadəsi üçün infrastrukturaların reallaşması, son nəticə turizmin iqtisadi artım və sosial inkişafın tərkib elementinə çevrilməsi bir sıra nəzəri və metodoloji prinsiplər metodlar və mexanizmlər əsasında baş verir.

Turizmin kompleks problemləri onun iqtisadi sosial mahiyyətini, inkişaf prosesində rolunu və həmçinin təşkilinin bazar tipli modelinin spesifik xüsusiyyətlərini yaradır. Turizmin kompleks və sistemli təsviri yanaşma metodologiyası baxımından bir sıra amillərin və iqtisadi və sosial-mexanizmlərin ərazi coğrafi, siyasi motivini formalaşdırır, onun təşkilati iqtisadi idarəetmə obyektini kimi sistem və çevik idarəetmə obyektini kimi baxılmasına gətirib çıxarır.

Turizmin çox aspektliyi onun çox saylı amillərdən asılı formalaşması turizmin tədqiqat obyektini kimi dərinliyini və miqyasını müəyyənləşdirir. Ona görə də turizmin tədqiqat obyektini kimi, coğrafi, təşkilati iqtisadi və resurs təminatı olaraq müxtəlif prizmadan öyrənilməsi baş verir. Turizmin ərazi baxımından tədqiqi məhsuldar qüvvələr kimi yerli resursların xarici istehsalçılar və yaxud əhalinin xarici turizm xidmətindən istifadə istiqamətlərində öyrənilməsi yolu ilə baş verir. Turizmin iqtisadi əsasları onun potensial imkanları və onlardan istifadə, həmçinin iqtisadi potensialın bu sahəyə yönəldilməsi və birlikdə istifadəsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizmin sosial-iqtisadi problemləri çoxşaxəli amillər, məqsədlər və nəticələr baxımından öyrənilməsi mümkün olduğu üçün biz onun əsas iqtisadi və region problemlərini və istiqamətlərini tədqiq etməklə məşğul olacağıq. Turizmin tədqiqinin nəzəri metodoloji əsasını onun formalaşma xarakteri mənbələri və turizm bazarının, bazar iqtisadiyyatı sistemində rolu ilə müəyyənləşir. Bu tələblər baxımından tədqiqat obyektini olaraq turizmin Azərbaycan respublikasında xüsusiyyətləri və onun perspektiv istiqamətləri təşkil olunub proqnozlaşdırılır.

Turizmin tədqiqi sferasında, daha çox coğrafi, sosial-demokratik və əhalinin həyat səviyyəsi, dominant amillər olaraq qəbul olunsada onun bazar tipli mexanizmlər kimi idarə edilməsinə az yer verilmişdir. Ona görə də bizim tədqiqat işimiz daha çox turizmin sosial iqtisadi amilləri ilə onun coğrafi aspektlərinin tarazlığı və kompleksliyi baxımından digərlərindən fərqlənir. Bu aktualıq və tələblər baxımından turizm iqtisadiyyatının əsas məqsədi aşağıdakı kimi istifadə olunur.

Azərbaycan Respublikasının müasir inkişaf problemləri, onun qloballaşma xüsusiyyətləri və resurs potensialının struktur dəyişmələri, turizmin inkişafının aktuallığını yaradır. Turizmin sosial iqtisadi rolu və sahə-ərazi resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi xüsusiyyətləri onun idarə olunmasının xüsusiyyətlərini yaradır. Turizm sahə, funksional iqtisadi və sosial vəzifələri olmaqla müasir islahatlar proqramının tərkib hissəsidir. Turizmin ərazi və sahə quruluşu, turizm tələbatına və ölkə iqtisadiyyatının struktur dəyişmələrinə uyğun aparılır. Turizmin inkişafında kənd təsərrüfatı və kəndin inkişafına şərait yaratmaqla müasir dövrdə iqtisadiyyatın ərazi strukturunun təkmilləşməsinə nail olmaq olur.

Azərbaycan Respublikasında resursların ərazi üzrə və sahələr üzrə bölgüsü, onların ehtiyatlarının formalaşması və dinamikası turizmin əsas istiqaməti olan kənd təsərrüfatı ilə

əlaqəsinin öyrənilməsinin nəzəri və praktiki əhəmiyyətini çoxaldır.

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti onun ayrı-ayrı resurslarının dövriyyəyə cəlb edilməsinə şərait yaratması, həmçinin iqtisadi artımın amili və kapital axının tərkib hissəsi olması mövzusunun aktuallığını və qoyulan problemin öyrənilməsi dərinliyini müəyyənləşdirir.

Turizmin çox aspektliyi onun çox saylı amillərdən asılı formalaşması turizmin tədqiqat obyektini kimi dərinliyini və miqyasını müəyyənləşdirir. Ona görə də turizmin tədqiqat obyektini kimi coğrafi, təşkilati iqtisadi və resurs təminatı olaraq müxtəlif prizmadan öyrənilməsi baş verir. Turizmin ərazi baxımından tədqiqi məhsuldar qüvvələr kimi yerli resursların xarici istehsalçılar və yaxud əhalinin xarici turizm xidmətindən istifadə istiqamətlərində öyrənilməsi yolu ilə baş verir. Turizmin iqtisadi əsasları onun potensial imkanları və onlardan istifadə, həmçinin iqtisadi potensialın bu sahəyə yönəldilməsi və birlikdə istifadəsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizmin sosial-iqtisadi problemləri çoxşaxəli amillər, məqsədlər və nəticələr baxımından öyrənilməsi mümkün olduğu üçün biz onun əsas iqtisadi, region, sənaye və kənd təsərrüfatı problemlərini və istiqamətlərini yaradır. Turizmin tədqiqinin nəzəri metodoloji əsasını onun formalaşma xarakteri mənbələri və turizm bazarının, bazar iqtisadiyyatı sistemində rolu ilə müəyyənləşir. Bu tələblər baxımından tədqiqat obyektini olaraq turizmin Azərbaycan Respublikasında xüsusiyyətləri və onun perspektiv istiqamətləri təşkil olunub proqnozlaşdırılır.

Turizmin tədqiqi sferasında, daha çox coğrafi, sosial-demoqrafik və əhalinin həyat səviyyəsi dominant amillər olaraq qəbul olunsa da onun bazar tipli mexanizmlər kimi idarə edilməsinə az yer verilmişdir. Ona görə də bizim tədqiqat işimiz daha çox turizmin sosial-iqtisadi amilləri ilə onun coğrafi aspektlərinin tarazlığı və kompleksliyi baxı-

mından digərlərindən fərqlənir. Bu aktualıq və tələblər baxımından dissertasiya işinin əsas məqsədi aşağıdakı kimi istifadə olunur. Turizmin kənd təsərrüfatı problemləri və kəndin sosial inkişafında rolu məşğulluq, məskunlaşma və kənd əhalisinin maddi vəziyyətini yaxşılaşdırmağa imkan verir.

Turizmin kənd təsərrüfatında rolunu qiymətləndirmək bir sıra metodiki məsələlər və təşkilati-iqtisadi problemlərlə bağlıdır. O cümlədən, onun öyrənilməsində ölkədə olan turizm haqqında qanunvericilik turizmin inkişafına dəstək verən dövlət proqramları və həmçinin regionların inkişafının 2008-2015-ci il Dövlət Proqramı istifadə olunmuşdur.

Məqsəd turizmin kompleks sosial iqtisadi mahiyyətinin açılması və onun bazar tipli inkişaf modelinin konseptual istiqamətlərinin Azərbaycan Respublikasında müəyyən edilməsi.

Qoyulan məqsədin reallaşması üçün aşağıdakı məsələlərin həlli nəzərdə tutulur.

- Turizmin iqtisadi və sosial inkişafda rolunun müəyyən edilməsi və turizmin tədqiqinin nəzəri metodoloji aspektlərinin və prinsiplərinin müəyyənləşdirilməsi.

- Turizmin respublikada iqtisadi potensialının tədqiqi və onun perspektiv inkişafı ilə vəhdətdə istifadəsinin əsas istiqamətlərinin əsaslandırılması.

- Turizmin sosial və iqtisadi aspektlərinin lokal təşkili və idarə edilməsinin problemlərinin qoyulması və problemlərinin həlli yollarında mövcud reallığın qiymətləndirilməsi yolu ilə perspektiv istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi.

- Respublikada turizmin mövcud vəziyyətini təhlil edib, iqtisadi və sosial inkişaf kompleksində resurs və məqsəd amillərini nəzərə almaqla məqsədli proqram metodlarının və prinsipal sxemlərinin, reallaşma mexanizmləri əsaslandırmaq.

- Turizmin marketing planının tərтіbi və idarə edilməsinin əsas prinsiplərinin vermək və marketing araşdırmalarının kompleks modelini tərтіb etmək.

- Respublikada turizm bazarının formalaşması və təşkilinin təkmilləşdirmə istiqamətlərinin əsaslandırılması.

- Turizmin regionlar üzrə inkişafının və əsas sahə təsnifatının quruluşunu vermək.

- Turizmin maliyyə maddi və təşkilati quruluşunun səmərəli variantlarını əsaslandırmaq.

- Turizmin idarə edilməsində mülkiyyət, sahibkarlıq və istifadə mexanizmlərinin optimal modelini vermək.

Turizmin fəaliyyəti kimi məqsədi və vəzifəsi onun informasiya bazasına və metodoloji əsaslarını müəyyənləşdirir. Bu baxımdan onun predmeti respublikada turizmin inkişafının əsas istiqamətləri və onun formalaşmasının maliyyə mexanizmləri təşkil edir.

Turizm obyektini onun mövcüd vəziyyəti və təkmilləşməsi və inkişafı müəyyən edən amillər, resurslar təşkilatı idarəetmə prinsipləri və turizm sahəsində prinsipləri və kompleks münasibətlər sistemi təşkil edir.

Turizmin kənd təsərrüfatının inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi problemlərinin həllində iqtisadi, sosial rolunun tədqiqi və uyğun olaraq idarəetmə sisteminin təkmilləşmə istiqamətləri aşağıdakılardır:

Qoyulan məqsəd aşağıdakı əsas vəzifələri meydana çıxarır:

- turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və onun inkişaf problemləri formalaşdırılır;

- turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu qiymətləndirilir və turizm potensialının genişlənməsi yolları müəyyənləşir;

- turizmin kənd təsərrüfatının və kəndin sosial inkişafında amil kimi əsaslandırılması;

- kənd təsərrüfatının turizm bazası kimi qiymətləndirilməsi və təhlili;

- kəndin sosial-iqtisadi inkişafında turizmin rolunun açılması;
- kəndin sosial problemlərin həllində turizmin rolunun qiymətləndirilməsi;
- turizmin inkişafında dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərinin əsaslandırılması;
- kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının təşkili yolu ilə turizmin stimullaşması;
- ev təsərrüfatının inkişafının turizmdə rolunun açılması;
- əhalinin maliyyə potensialının turizm məqsədi ilə istifadəsinin əsas mexanizmləri.

Turizmin informasiya bazasını və metodoloji əsaslarını müəyyənləşdirir. Turizmin respublikada turizmin inkişafının əsas istiqamətləri və onun formalaşmasının kənd təsərrüfatında rolunu müəyyənləşdirir.

Turizm sahəsinin mövcud vəziyyəti və onun təkmilləşməsi və inkişafını müəyyən edən kənd təsərrüfatı amilləri, resurslar təşkilatı-idarəetmə prinsipləri və turizm sahəsində prinsipləri və kompleks münasibətlər sistemi təşkil edir.

Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyası, turizm haqqında qəbul edilən qanunlar, normativ-hüquqi sənədlər və həmçinin bazar iqtisadi şəraitində davamlı inkişaf və rəqabət qabiliyyətli texnologiyalar, infrastruktura və idarəetmə prinsipləri və əsas üsulları təşkil edir.

Turizmin sistem təsviri onun əsas inkişaf parametrlərinin əsaslandırılması, perspektivdə iqtisadi artımın aparıcı həlqəsi rolunu təmin edilməsi meyili metodlarının və resursların seçilməsinin əsas məqsəd və vəzifəsini müəyyən edir. Turizmin inkişafında alternativ qərar qəbullarının əsaslandırılması bu və digər resurs potensialının inkişaf yollarının müəyyənləşməsi turizmin kommertiya səylərinin mövcud perspektiv mütərəqqi idarəetmə prinsiplərinə əsaslanır. Ona görə də dissertasiya işinin metodoloji əsasların makro və mikro səviyyəli spesifik xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla

dünya təcrübəsində əsaslanan metodlar və praktiki qərarlar təşkil edir.

Turizmin təhlili, tədqiqi və konseptual inkişaf istiqamətləri iqtisadi sürətlənmə və iqtisadi artım, gəlirlərin sürətli dəyişməsi və sosial tələbatların artması kontekstində həll olunur. Turizmin inkişafı geniş müzakirə problemi olsa da onun sahə, ərazi və funksional menecment idarə edilməsi bir sıra makroiqtisadi problemlər və çevik idarəetmə proqramları əsasında mümkündür. Ona görə də çalışmaq lazımdır ki, bu sahənin iqtisadi səmərəsi geniş mənada inteqral sosial-iqtisadi «effektlə» ölçülsün. Fikrimizcə aşağıdakı istiqamətdə təkmilləşmə aparılmalıdır:

- turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun sosial-iqtisadi inkişafda rolu və əsas nəzəri-metodoloji problemləri açılmalı;

- turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu və səmərəsi kompleks meyar və göstəricilər inkişaf meyilləri və struktur dəyişmələr baxımından qiymətləndirilməli;

- kəndin və kənd təsərrüfatında sosial problemlər baxımından inkişafında turizm potensialı və təkrar istehsal baxımından istifadəsi yolları və mexanizmlərinə baxılmalı;

- kənd təsərrüfatının turizm bazası kimi iqtisadi və sosial əlamətləri dinamikası və onların təkrar istehsalı prinsipləri verilir;

- kəndin turizm inkişafında regional və funksional amilləri və onların stimullaşdırılması mexanizmləri verilir;

- turizmin inkişafında dövlətin rolu və dövlət tənzimlənməsinin əsas istiqamətləri əsaslandırılır;

- kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı bölgüsü və marketinq planlaşması üsulları hazırlanır;

- ev təsərrüfatının inkişafının turizmdə rolu və qarşılıqlı əlaqəsinin əsas istiqamətləri verilir;

- əhalinin gəlirləri və xərclərinin turizmin inkişafında rolu qiymətləndirilir və proqnozu verilir.

Turizmin inkişafının nəzəri və metodoloji əsaslarını Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyası, turizm haqqında qəbul edilən qanunlar, normativ hüquqi sənədlər və həmçinin bazar iqtisadi şəraitində davamlı inkişaf və rəqabət qabiliyyətli texnologiyalar, infrastruktura və idarəetmə prinsipləri və əsas üsulları təşkil edir.

Turizmin sistem təsviri onun əsas inkişaf parametrlərinin əsaslandırılması, perspektivdə iqtisadi artımın aparıcı həlqəsi rolunu təmin edilməsi meyili metodlarının və resursların seçilməsinin əsas məqsəd və vəzifəsini müəyyən edir. Turizmin inkişafında alternativ qərar qəbullarının əsaslandırılması bu və digər resurs potensialının inkişaf yollarının müəyyənəlməsi turizmin kommersiya səylərinin mövcud perspektiv mütərəqqi idarəetmə prinsiplərinə əsaslanır. Ona görə də dissertasiya işinin metodoloji əsaslarını makro və mikro səviyyəli spesifik xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla dünya təcrübəsinə əsaslanan metodlar və praktiki qərarlar təşkil edir.

Turizmin təhlili, tədqiqi və konseptual inkişaf istiqamətləri iqtisadi sürətlənmə və iqtisadi artım, gəlirlərin sürətli dəyişməsi və sosial tələbatların artması kontekstində həll olunur. Turizmin inkişafı geniş müzakirə problemi olsa da, onun sahə, ərazi və funksional menecment idarə edilməsi bir sıra makroiqtisadi problemlər və çevik idarəetmə proqramları əsasında mümkündür. Ona görə də çalışmaq lazımdır ki, bu sahənin iqtisadi səmərəsi geniş mənada integral sosial-iqtisadi «effektli» ölçülsün.

Girişdə mövzunun aktuallığı, onun nəzəri və praktiki əhəmiyyəti, öyrənilmə səviyyəsi və qoyulan məqsəd və vəzifələr metodoloji prinsiplər açılır. Birinci fəsilə turizmin sosial iqtisadi sektorda rolu, onun sahə və ərazi iqtisadi inkişaf obyektı olaraq tədqiqinin və proqnozunun sosial iqtisadi nəticələri açılır. Turizmin iqtisadi və sosial əhəmiyyəti onun perspektiv inkişafı üçün mövcud potensialı və coğrafi iqtisadi amilləri təhlil olunur. Turizm sahəsinin bazar iqtisadi

diyyatı şəraitində formalaşması və inkişafının əsas problemləri və onların həlli yolları əsaslandırılır. Təhlil göstərir ki, turizmin Azərbaycan respublikasındakı inkişafının əsas amilləri və sosial iqtisadi nəticələri mövcud iqtisadi potensial baxımından qiymətləndirilir.

Turizm sahəsinin öyrənilməsi, bazar tipli tələbat və kommersiya mənfəti güddüyü kimi daha çox sosial-iqtisadi prioritetlər üzərində qurulduğu əsaslandırılır. Turizmin inkişafı və onun kompleks təhlili və tədqiqi metodikasının əsas formavə üsulları elmi prinsiplər üzərində seçilir.

Turizmin Azərbaycanda inkişafının əsas xüsusiyyətləri və amilləri, məqsəd və mexanizmlərini öyrənmək əhəmiyyət kəsb edir. Turizm sahəsinin inkişafının göstəricilər sistemi onun kompleks təhlili və proqnozunun metodiki əsaslarının tədqiqi təşkil edir. Bu fəsildə turizmin respublikada bazar tipli inkişaf meyilləri uyğun olaraq transformasiya formalar və mülkiyyət prinsipləri işlənilib hazırlanır. Turizmin Azərbaycanda inkişafının əsas istiqamətləri, onun iqtisadi və sosial inkişafda baş verən dəyişikliklərə uyğun transformasiyası modeli əhəmiyyətlidir. Turizm inkişafı və idarə edilməsində iqtisadi siyasətin, gəlirlərin bölgüsü və yenidən bölgüsünün istiqamətləri, turizmin bazar tipli inkişaf modelində sahibkarlığın təşkili və stimullaşdırılmasında mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri tədris və elmi yeniliklər kəsb edir. Turizmin inkişaf dünya marketing və strateji planlaşma ssenariyaları araşdırılır. Daha çox strateji problemlərin həllində makroiqtisadi struktur modellərin qurulması əhəmiyyət kəsb edir. Turizm sahəsində marketing tədqiqinin əsas xüsusiyyətləri, onun ayrı-ayrı amilləri və əsas funksional modellər sistemi əhəmiyyətlidir.

Kitabın əhəmiyyəti və tədqiqatın nəticələri müasir iqtisadi sürətlənmə konsepsiyası şəraitində turizmin potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yollarını, onun üsul və mexanizmlərini əsaslandırmaq üçün istifadəsi ilə ölçülür. Turizm sahəsində tədqiqatın kompleks xarakterli olması, bu

sahədə perspektiv tədqiqatlar üçün kitabın metodoloji baza olmasına əsas verir.

Kitab öz strukturu, tədqiqatda qoyulan aspektləri və istiqamətləri ilə ən yeni yanaşma tərzini, turizmin sosial-iqtisadi və perspektiv əhəmiyyətini nəzərə almaqla yazıldığı üçün bəzi məsələlər qoyuluş xarakterini daşıyır. Turizm iqtisadi və sosial sfera olmaqla sosial sahələrin iqtisadçı kadrları üçün əhəmiyyətlidir.

MÖVZU 1.TURİZMİN MƏZMUNU VƏ İQTİSADI MAHIYYƏTİ

Plan:

- 1.1. Turizmin iqtisadi məzmunu
- 1.2. Turizmin iqtisadi mahiyyəti
- 1.3. Turizmin formaları və müxtəliflikləri

1.1.Turizmin iqtisadi məzmunu

Turizm (fransız sözü olub gəzinti, səfər) cəmiyyətin inkişafı ilə formalaşır, istirahət tələbatını ödəmək və əmtəə, xidmət tələbatını ödəməklə genişlənən tələbat növünə daxildir. Səyahət etmək turizmin meydana gəlməsi və onun iqtisadi əsasını yaradır. Turizm mənəvi dəyər olmaqla, zövq əyləncə əhəmiyyəti kəsb edir. İnsanın fizioloji tələbatı və bu tələbatın ödənilmə forması olaraq turizm səyahətləri meydana çıxır. Turizm tələbatı xüsusi fizioloji tələbat olmaqla insanın inkişafı və onun digər tələbatlarının ödənilməsi şəraitində meydana çıxır və formalaşır. Bu məqsədlə turizm şəraiti formalaşır. İnsan turizm subyekti olmaqla, turizm tələbatının daşıyıcısı kimi çıxış edir. İnsanın maddi tələbatının ödənilməsi dərəcəsi onun pul vəsaitləri, ailə tərkibi və iş şəraiti turizmin tələbatı və onun ödənilməsi yollarını formalaşdırır. Turizm tələbatı maddi tələbatın ödənilməsindən sonra meydana çıxır. Ona görə də o tarixi və iqtisadi şəraitlə formalaşır. İnsanın ərzaq və təkrar istehsal tələbatı ödənildikdən sonra onun mənəvi tələbat növü olan daha çox istirahət, səyahət və dünya görüşü ehtiyacları artır. Səyahət məlumatlarına ehtiyac artır. Turizm tələbatı insanın inkişafı ilə yeni müstəvi və keyfiyyət göstəriciləri kəsb edir. Daha çox yeni dünya ilə tanışlıq, tələbatın dərk edilməsi, fiziki və zehni aşınmanın bərpası üçün ekoloji mühitə və istirahətin təşkilinə tələbat artır. Bu da turizm bazarının, turizm rəqa-

bətinin və turizm gəlirlərinin kommersiya mənasını artırır. Turizm fəaliyyət dairəsi və hər hansı sosial rifah sahəsi kimi maddi əşya və funksional məna kəsb edir. Turizmin maddi texniki bazası, onun fəaliyyəti kimi təşkili, bu sahədə kadr potensialının formalaşması və istifadəsi təsərrüfat fəaliyyəti kimi turizmin iqtisadi mənasını kompleks təsərrüfat dairəsi kimi qiymətləndirir. Dünya iqtisadiyyatı, açıq iqtisadi əlaqələr, biznes mühütü və ixracat, idxal prosesləri, turizmin iqtisadi və təsərrüfat əlaqələr formalarını onun iqtisadi iradətmə sahəsinin ərazi, sahə və funksional xüsusiyyətlərini formalaşdırır, turizmdə xidmət məhsulu yaranır. Bu isə özünün texnoloji xüsusiyyətlərini, maddi, maliyyə xüsusiyyətlərini formalaşdırır.

Turizm həyat üçün birinci dərəcəli tələbat növü olmayıb, insanın inkişafının və onun həyat tərzinin müəyyən sərhədləri və məhdudiyətləri çərçivəsində həll olunur. Turizm əhali gəlirlərinin müəyyən səviyyəsində formalaşır, onun üçün planlaşma və təminat səviyyəsi bölgü və gəlirlər səviyyəsi ilə ölçülür. Azərbaycanda turizm mühütü iqtisadi inkişafı yanaşı formalaşır və genişlənilir. Onun maddi və maliyyə bazası, dövlət himayəsi və idarə edilməsi zəruriyyəti yaranır. Beləliklə turizm iqtisadi sistemin, iqtisadi artımın və onun bölgü sisteminin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Turizm iqtisadiyyatı ümumi iqtisadi və sosial həyatın tərkib hissəsi olmaqla yanaşı, onun iqtisadi əsasını ümumi daxili məhsul, büdcə gəlirləri və əhalinin sahibkarlıq fəaliyyəti təşkil edir. Azərbaycanda turizm inkişafı planlı təsərrüfat sistemində mərkəzləşdirilmiş resurslar hesabına inkişaf etdirilirdi və planlaşma obyektinə kimi sahə statusuna malik idi. Müasir şəraitdə turizm sahəsi bazar tipli model əsasında inkişaf edir. Bu sahənin özünün iqtisadi cəhətdən səmərəli və kommersiya marağına uyğun idarə olunması zəruriliyi meydana çıxır. Turizm mahiyyətcə istirahət və gəzinti sferasıdır. Turizm sahəsi məhsul və xidmət istehsal etməklə, onun istehlakı üçün fəaliyyət göstərir. Turizm sahəsində iqtisadi

resurslar maliyyə vəsaitləri, iş qüvvəsi və elmi cəhətdən əsaslandırılmış təşkilatı idarəetmə strukturu formalaşdırır. Bu aspektlər turizmin çoxşaxəli iqtisadi və sosial məna kəsb edən nəticələrini və respublika səviyyəsində iqtisadi və sosial mənasını açır. Turizm sferasında turistlər, təbii resurslar və yaradılmış tarixi mədəni sərvətlər arasında istifadə hüququnu və istifadə qaydalarını tənzimləyən qanunlar sistemi və maraqlar dairəsi iştirak edir. Turizm təşkilatı dövlət-yerli orqanlar, turistlər və turist müəssisələri arasında turizm sənayesi xidməti və təşkili arasında münasibətlər sistemi yaradır. Turizmin müəyyənlişməsində onun iqtisadi mənasının açılmasında aşağıdakı xarakteristikaları qəbul etmək olar.

-turizm insanların müxtəlif marşrutlarda yerləşdirilməsidir;

- turizm həmişə özünün son məkanını və orada məskunlaşmanı ifadə edir;

- səyahət daimi yaşadığı ölkədən getməyi göstərir;

- turizm müvəqqəti səyahət olub, müəyyən müddətdən sonra əvvəlki yerinə qayıtmağı ifadə edir;

- turizm səyahət olub, mənfəət gətirmək fəaliyyətini özündə əks etdirir.

Müasir şəraitdə BMT-nin tərifinə görə turizm sağlamlığın bərpası, istirahət, fiziki cəhətdən insanın inkişafı ilə bağlı səyahət kimi başa düşülür.

Turizm Azərbaycanın əhalisini ölkə daxilində və ölkədən kənarında müvəqqəti yerdəyişməsi və istirahətinin əsas marşrutlarını ifadə edir. Turizm mənəvi ləzzət olub müalicə, istirahəti, mədəni elmi və işgüzar görüşlərdə iştirak etməkdir. Turizm əmtəə olaraq xidmət formasında reallaşır. Xidmət olaraq turizm istehlak dəyərini özündə əks etdirərək insanın faydalı səmərə kimi hər hansı tələbatını ödəyir. Turizm xidməti istehlak dəyəri kimi əmtəə və canlı əməyin fəaliyyətinin prosesi olaraq sənaye məhsulu, qida və xidmət olaraq təzahür edir. Turizm xidmətində müəyyən əmtəə və

xidmət istehlakı onun istehsalı ilə eyni vaxtda baş verir. Turizm xidmətinə göndərişlərin verilməsi otellərlə təmin olunma, otellərdə qida və mədəni xidmətlə təmin olunma daxildir. Qeyd edək ki, turizm xidməti dəyər və istehlak dəyərinə malik olub, çəkilən xərclər və təkrar istehsal üçün zəruri olan gəlirlilik səviyyəsi ilə müəyyənləşir. Müasir şəraitdə turizm dəyəri onun bazar qiymətləri və onun rentabellik səviyyəsi və davamlı inkişafı üçün zəruri olan mənfəət norması ilə ölçülür.

Turizmin müxtəlif maddi, xidmət və təşkilati elementləri kompleks əlaqədə turizm fəaliyyətini təşkil edir.

TUR- yerdəyişmə üçün kompleks xidmətlər, daşınma, turistlərin qidalanması, ekskursiya xidməti, qidlərin tərcümə və tanışlıq xidmətləri.

Turist məhsulu- turistlərin tələbinə və seçiminə uyğun təklif olunan əmtəə və xidmətlərin məcmuudur. Turist məhsullarına tanışlıq, sağlamlıq və digər məqsədləri reallaşdıran xidmətlər, turist ekskursiya xidmətləri (yerləşmə, qidalanma, daşınma və s.), turist-suvenir xidmətləri (şəkillər, suvenirilər, kitablar, turist əşyaları) aiddir.

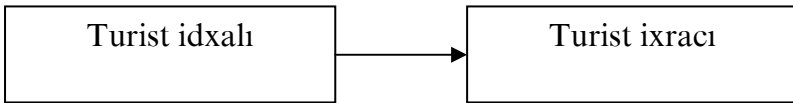
Turizm idxalı- ölkəyə gətirilən pul vəsaiti və turistlərin ölkə haqqında mülahizələri.

Turizm ixracatı- əhəlinin xarici ölkələrə apardığı təsərrüfat və ölkə haqqında mənəvi fikirlər və pul vəsaitləri.

Turist təsərrüfatı mənəvi etik dəyərlər olub, ölkə haqqında formalaşmış emosialar, mədəni və fəlsəfi dəyərlərdir. Turizm sferasının iqtisadi və sosial mənası, məhz turizm təsərrüfatının sosial mənasını genişləndirmək onun məkan və məzmun mahiyyətini genişləndirməkdən ibarətdir. Azərbaycan respublikasına gələn turistlər onun iqtisadi, təbii coğrafi, demoqrafik və milli xüsusiyyətləri haqqında formalaşmış təsərrüfatı dünya ölkələrinə ixracat edir. Həmçinin Azərbaycan əhəlisinin digər ölkələrdə turist kimi iştirakı, onun dünya görüşü, həyat tərzi və ölkə daxili münasi-

bətlərin tənziplənməsində xarici amilin müsbət tərəflərini tətbiq etməyə imkan verir.

Turizm ölkə üçün əlavə gəlir mənbəyini, yerli əhalinin öz məhsulunu satmaq imkanını genişləndirir. Yerli əhali xarici turistlərə xidmət etməklə ailə gəlirlərini artırır. Təcrübə göstərir ki, turizm inkişaf edən regionlarda əhali daha çox fəal həyat tərzi və gəlir gətirmək vərdişlərinə malikdir. Turist ixracatı və idxalı əraziyə gələn və gedən turist axını ilə eyni istiqamətdə baş verir. Bu zaman ölkəyə pul daxil olur və yaxud ölkədən pul axır.



Sxem: Turist axını

Azərbaycanda turist axını onun məqsədləri və turistlərin sosial-iqtisadi vəziyyəti onların turist səyi ilə bağlıdır. Turist səyi obyektiv səbəblər və yaxud gəlirlər səviyyəsi ilə ölçülür. Turizmin inkişafında xarici turistlərin tələbatını, onların turizm motivini və daha çox yerli imkanların modifikasiyası ilə uyğunlaşması turizm islahatları çərçivəsində həll olunur. Ona görə də turizm iqtisadiyyatı xarici amillərin təsiri və daxili resursların istifadəsi mexanizmləri ilə səciyyələnir. Turizm fəaliyyəti hüquqi və fiziki şəxslərin sahibkarlıq və sahibkarlıq yaratmadan turizm məhsulu, turist xidmətləri və infrastruktur bazasının yaradılmasında rolu ilə qiymətləndirilir. Turist təsərrüfatı iqtisadi element olaraq məqsəd resurs, proqram xarakterli fəaliyyətlə reallaşır. Turist təsərrüfatı əsas aşağıdakı funksiyaları təmin edir.

- turist məhsulunun istehsalı və onun istifadəsinin təşkili;
- turizm məhsulu və xidmətinin reallaşmasının təşkili.

Turizm təsərrüfatında turistlərə xidmət onların ehtiyaclarına uyğun resurs təminatı və turist təşkilatının rəqabət mühitü şəraitində davamlı inkişafı təşkil edir. Turizm sahə təsərrüfatı baxımından ixtisaslaşır, müəyyən xidmət və tələbata uyğun olaraq xidmətin resurs təminatı təşkil edir. Yeni sahələrin və onların son məhsulunun elmi texniki innovasiya xarakterli resurslarla təzələnməsi baş verir.

Turizm sahəsi sahələr arası kompleks kimi istehsal makroiqtisadi bölgü və yerli sahələrlə, funksional sahələr arasında təsərrüfat əlaqələri kimi inkişaf etdirilir. Turizmin istehsal kriteriyası turizm məhsulunun maksimumlaşması onun səmərəli istehsal amillərinin tapılması və keyfiyyətli xidmət sferasını təmin etmək qarşısında durur.

Turizmin iqtisadi kontekstdə yerli və onun rolu bu sahənin makrosəviyyəli səmərəsini ifadə edir. Turizm sahələrarası kompleks, differensiallaşmış və sosial məişət infrastrukturunu funksiyası rolunu oynayır. Turizm istehsal və qeyri istehsal funksiyasını formalaşdırır. Turizm təsərrüfat prosesi kimi maddi texniki baza, iş qüvvəsi və onlardan istifadənin müxtəlif variantlarını özündə əks etdirir. Turizm sferası rentabellik, mənfəət və sosial effekt kimi meyarlar məcmu və onların kombinasiyası ilə qiymətləndirilir. Turizmin sahə strukturunu onun istehsal və xidmətlər üzrə təsnifatına uyğun qiymətləndirilir. Turist sənayesi kənd təsərrüfatı və turizm, ev təsərrüfatı və turizm problemləri hər bir ölkədə dominant roluna görə qiymətləndirilir. Azərbaycan respublikasında turizm sənayesi, kənd turizmi, dini turizm, etnik turizm xarakterik cəhətdir. Dünya azərbaycanlıları, respublikadan kənarında yaşayan digər millətlər və diaspora respublikada turizmin həm subyektivi və həm də təşkilatçısı kimi potensial rolu oynaya bilər.

1.2. Turizmin iqtisadi mahiyyəti

1.1 Turist turizmin obyektı kimi

Turizmə istehlakçı-turist statusunu kəsb edir. Turist turizm məhsulunun istehlakçısı kimi çıxış edir. Turist tələbatını ödəmək və onun təşkili ilə məşğul olan şirkətlər turist fəaliyyəti kimi təşkilati turizm olaraq çıxış edir.

Turizm istehlakçısı əmtəə və xidməti istehlakçısından fərqli olaraq turistlərin turizm məhsulu və xidmətinə doğru gedir.

Turist məhsulunun istehlakçısı turizm səyahətindən qabaq turizm məhsulu və xidməti ilə tanış olur, onun faydalığını istehlakçı davranışı baxımından qiymətləndirir. Turist məhsulu özünün qiymətinin istehlakçı prosesindən sonra turistlərinə verdiyi qiymətlə müəyyənləşir.

Beynəlxalq turizm dövlətlər arası müqavilələr və münasibətlərlə tənzimlənir. Bu zaman müqavilə predmeti turistlərin motivi, onların sosial və iqtisadi xarakteristikası, davranışı və turizm məhsuluna marketing tələbatı əsas rolunu oynayır. Dövlətlər arası müqavilələrdə turizmin şərtləri, gömrük müqavilələri turistlərin təhlükəsizliyini, onların dövlət sərhədlərindən çıxış istiqamətləri müəyyənləşir. Ona görə də, turist axınlarını dövlətlər arası ümumirazılaşma və standartlara uyğun davranış qaydaları müəyyənləşir.

“Turist” termini inkişaf dinamikasına və dövlətlər arası razılaşmalara uyğun təkamül meyilləri ilə təkmilləşir. Turist anlayışı ekspertlər komitəsinin dövrə, 1937-ci ildən 24 saat və təndəş kənarında yaşayaraq hesab olunur.

Turist məqsədi ilə yerini dəyişən miqrantlar turist kimi qəbul oluna bilər. Miqrantlar müvəqqəti olaraq qazanç və yaxud təhsil yerini dəyişməsi olub, onlardan turist kimi baxılması düz deyil. Bəzi mənbələrdə müvəqqəti olaraq ölkəyə gələnlər turist kimi qəbul olunur.

Müvvəqəti olaraq gələnlər turizm potensialının inkişafı kimi, istirahət səyahəti, sağlamlığını bulması, idmanla məşğul olmaq ölkə üçün turizm potensialını formalaşdırır. Ölkəyə almaq dövlətin qiymətli dinamika hökumət nümayəndəsi kimi gələnlərin turist kimi qeydiyyatına alınması rim konfransının mövqelərində öz əksini tapır. Rim konfransının formalaşmış məruzəsinə görə tələblər ölkədə turist kimi qəbul oluna bilər.

Aşağıdakı qrup turistləri qəbul etmək olar:

- ailə vəziyyətinə görə istirahətə, müalicə və başqa məqsədlər üçün gələnlər:

- xidməti işlərə görə gələn vətəndaşlar:

- konfrans və iclaslara gələnlər (elm, inzibati və idman yarışları):

- xarici ölkələrə iş axtarmağa və müqavilə ilə iş gələnlər:

- daimi yaşayış üçün gələnlər:

-sərhəd rayonlarının əməkdaşlarının başqa rayonlarda yaşaması.

Turizm fəaliyyətinin Azərbaycan Respublikasında turist fəaliyyəti haqqında qanunla tənzimlənir (Bakı, 1999 il)

Turist-müvəqqəti olaraq ölkəyə (ərəziyə) sağlamlıq tanışlıq peşəkar, işgüzarlıq, idman və dini məqsədlər üçün gələnlər və 24 saatdan 6 aya kimi gələnlərə deyilir. Turizm dünya ölkələri arasında ümumi dünya turizm təşkilatlarını assambleyası ilə tənzimlənir. Bu assambleyanın 1985 ildə turizm xartiyası qəbul olunur.

Turizm xartiyasına proqram xarakterli turist fəaliyyətinə olan tələblər, öhdəliklər və turizm haqqında kodeks daxildir.

Turizm kodeksi hər bir ölkədə turizm səyahətinə tələbləri və öhdəlikləri, turistləri turist təşkilatlarının və firmaların uyğun səlahiyyətlərini özündə əks etdirir. Turizm təşkilatlarına üzv olan ölkələr o cümlədən Azərbaycan Respublikası

özünün ödəmələri və öhdəlikləri ilə beynəlxalq kodeksə uyğun özünün fəaliyyətinin qurur.

Turistin hüquqi vəzifələri turistlərinin və onların əsas tələblərinə uyğun dövlət və şirkətlərin vəzifələrinin formalaşdırır. Ona görə də turizm fəaliyyəti həyyat və iqtisadi fəaliyyətin tərkib hissəsi kimi inkişaf edir.

Turist hüquqları:

- hər bir turist ölkə haqqında informasiya ala bilər. Həmin ölkənin adət-ənənəsi, onun tarix-arxitekturası, iqlim və ətraf mühit şəraiti, təhlükəsizliyi.

- sərbəst hərəkət etmək, maraqlı resurs və nemətlərdən yerli hüquqlara uyğun olaraq istifadə etmək.

- şəxsi təhlükəsizlik və tibbi təminat;

- müxtəlif turist məhsullarını əldə etmək və onun istifadəsindən şərait yaradılması;

- hökumətin turist ehtiyaclarına təminat verməsinin və onun vəzifələri;

- rabitə və xidmətə ehtiyacaların ödənilməsi.

Turistin vəzifələri:

- ölkə qanunlarına riayət edilməsi

- ətraf mühitin qorunması;

- ölkədən getmək, ölkəyə gəlməyin qanunlarına riayət edilməsi

- şəxsi təhlükəsizliyin qorunması;

Turistlər özünün sosial-demoqrafik və istehlak xarakterinə görə tiplərə bölünürlər. Ona görə də tipologiya yanaşma metodu və tədqiqat üsuludur. Tədqiqatın məqsədi qiymətləndirmə nəticələrinə uyğun olaraq, turist tipləri müxtəlif meyar və göstəricilərlə ifadə olunur

Turist məhsullarına yanaşma və onun istehlak davranışı turistlərin qənaətçil, şəxsi təmkinlik “etika”, “apatik” tiplərini formalaşdırır. Turistlər alıcılıq qabiliyyətinə görə istehlak qabiliyyətinin formalaşdırır. İstehlak davranışı, turistlərin əmtəə və

xidmətin növü, onun qiyməti və istehlak xüsusiyyətləri turistləri qruplaşdırır.

Alman tədqiqatçısı Q.Qam aşağıdakı turist tiplərini irəli sürür.

S-,F-,W-A- və başqa tipləri

S-tip-günəş, dəniz, passiv istirahət

F-tip-məzuniyyətçi, uzaq səyahətə üstünlük vermək,

W-tip, səyyahəti uzaq fəal istirahətə üstünlük vermək,

W-2-idmançı həvəskar olmayan.

A-tipi-sərgüzəştlər və risklər sevmə

β - tip – təhsilli, qonaqpərvər və ya tarixi yerlər, mədəni və təbii sərvətlərə daha çox meyil edən turistlər.

Əlbəttə belə təsnifatlaşma turizm bazarını və turistlərin sosial-demoqrafik tərkibi, onların həyat tərzini və demoqrafiyasını dəyişdikcə yeniləşir və kombinəşir. Daha çox müasir tipli turistlər yaranır

1.3. Turizmin formaları və müxtəliflikləri

Turizmin səmərəliliyi və faydalılığı onun formaca təsnifatlaşması ilə müəyyənəşir. Turizm təsnifatı onun oxşar cəhətləri, məqsədləri tə texnoloji quruluşun görə yaxınlığı ilə qruplaşma metodikasına deyilir. Təsnifatlaşma hər bir ölkədə dinamika struktur dəyişməlidir, onun dünya standartları və xüsusiyyətləri və turizm xarakterinə görə dəyişmə qanunauyğunluğu mövcuddur.

Turizmin formaları turizm tələbatlarına uyğun təşkil olunmuş və konkret tələbatın ödənilməsi forması kimi çıxış edir. İqtisadi ədəbiyyatlarda turizm iqtisadi-xidməti prosesi olaraq aşağıdakı formada qruplaşır.

-turizm formaları;

-turizm növləri

-turizm formalarının müxtəlifliyi.

Turizm formalarına görə sərhəddən kənarı və sərhəd daxilində daxili və xarici səyahətlərə bölünür. Daxili turizm hər

bir ölkədə özünün təyinatı ilə bağlıdır. Daxili turizm yaşayış yerindən 48 80 kilometr kənarında olan turizm xidməti ilə müəyyənləşir. Daxili turizmə özünü daxili peşə məqsədinə görə: təklənmə, gündüz yerdəyişməsi iş yeri daxildir. Daxili turizmdə gecələmək heç də vacib deyil. 24 saat müddətində turizm yerindən yaşayış məntəqəsinə qayıtmaq olar. Ayrı-ayrı ölkələrdə daxili turizmə yanaşma onun meyar və məsafə normaları ölkələr üzrə müəyyənləşir.

Beynəlxalq turizm-xarici ölkələrə olan turizmdir. Beynəlxalq turizm məqsədi daxili yaşayış yerindən uzaqlaşma nəzərdə tutulur. Beynəlxalq turizm ölkədən kənarında, beynəlxalq müqavilələr və prinsiplər üzərində qurulan turizmdir. Beynəlxalq turizm dövlətlərarası iqtisadi və miqrasiya qaydaları üzərində qurulur. Beynəlxalq münasibətlərin forması əlaqə forması kimi inkişaf edir. Beynəlxalq turizm fəaliyyəti, integrasiya şəraiti olmaqla, beynəlxalq gəlir gətirmək və ölkədə olan resursları xarici istehlakçılara vermək formasıdır. Hər bir ölkəyə beynəlxalq turizm yeni iqtisadi siyasətini dəyişməsinin əsas istiqamətidir.

Beynəlxalq turizm getmə və gəlmə turizminə bölünür. Gəlmə turizm Azərbaycanın daxilində gələn turist axınını müəyyənləşdirir.

Getmə turizmi Azərbaycan əhalisinin xarici ölkələrdə turist səyahətini əhatə edir.

Elmi texniki tərəqqi integrasiyasının yeni firmaları, ölkələrin əhalinin rifahı və onların sosial tərəqqisi beynəlxalq turizmə ehtiyacları artırır. Hər bir ölkədə beynəlxalq turizm gələn gəlirlərin artırılmasına stimül yaradır. Elm, təhsil və yeni biznes əlaqələri beynəlxalq turizmin zəruriliyini və onun şəraitinin formalaşdırır.

Turizm tarixi aspekt daşımaqla milli və beynəlxalq münasibətlərin vəhdətində və onların sintemində qarşılıqlı əlaqəsində inkişaf etdirilir. Ona görə də beynəlxalq standartlar da

beynəlxalq turizmin təşkili və idarə olunmasında aparıcı amil rolunu oynayır.

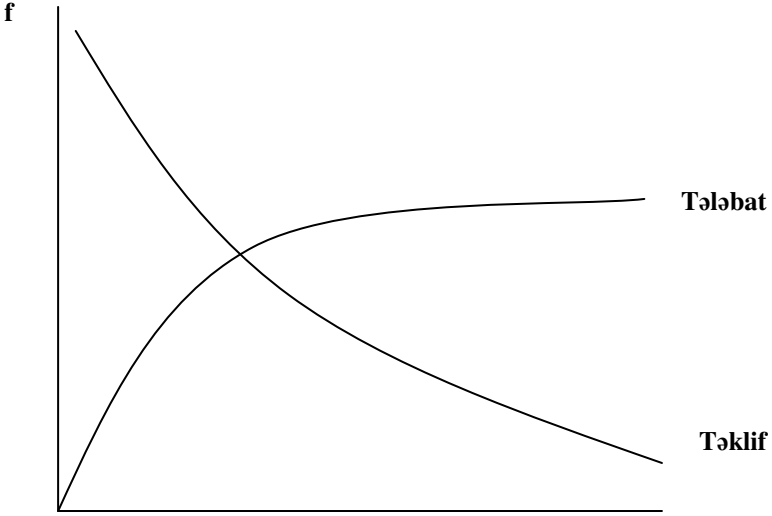
Beynəlxalq turizmə demoqrafik, iqtisadi və sosial amillər təsir edir:

Demografik amillərə əhalinin təbii yığılımı, onun məskunlaşması, həyat tərzini, məşğulluq səviyyəsi, əhalinin yeni və təkrar istehsal tərkibi, əhalinin istehsal tərkibi, təhsil və inkişaf indeksi daxildir.

İqtisadi amillərə dünya iqtisadiyyatına uyğun olaraq ölkə iqtisadiyyatında baş verən meyillər, istehsal, xidmət sferasının müxtəlifliyi və tələbata uyğun inkişaf dinamikası, elmi texniki tərəqqi, innovasiya səviyyəsi, turizm sənayesi, sənaye və ekoloji mühiti, nisbi sərvətlər və onlardan istifadə yolları daxildir.

Sosial amillərə həyat şəraiti və əhalinin fəaliyyəti, əhaliyə yaradılan sosial nemətlər, gəlirlər, xərclər və sərbəst vaxt üçün ayrılan məzuniyyət də daxildir. Əhalinin sosial tərkibi, pensiyaçıların sayı, onların pensiya təşkilatı, devalvasiya daxildir. Turizm növünə görə aktiv və passiv turizmə bölünür. Aktiv turistlər əmələ gələn və pul gətirən turistlərdir. Passiv turistlər ölkədən gedən və maliyyə resurslarını digər ölkəyə aparan turistlərdir. Məqsədindən asılı olaraq turizm işgüzar, elmi tanışlıq, istirahət, sağlamlıq üzrə növlər kəsb edir. Rekreasiya turizmi istirahət, sağlamlıq və müalicə məqsədilə təşkil olunur. Əhalinin 2-3 günlüyə istirahət üçün və idman məqsədi ilə turizm səyahəti rekreasiya xidmətinin əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Tanışlıq (mədəni) turizmi tarixi, mədəni, qonaqpərvərlik yerləri ilə tanış olmağına yönəlir. Elmi turizm-konqresləri, elmi konfranslarda iştirak etmək məqsədini güdür. İşgüzar turizm biznes fəaliyyəti və alış-veriş üçün istifadə olunur. Turizm təşkili formalarına görə: fərdi, qrup və təşkil olunmuş turizmə bölünür. Təşkil olunmuş turizm turist bazalarında, sanitariya, istirahət yerləri və otellərdə. göndəriş, fərdi ödəmə yolu ilə təşkil olunur. Turizm təsərrüfatının təşkilinə görə sərbəst turizm, daimi turizm, pərakəndə olan turizm obyektləri

və müəssisələri formalaşır. Xidmət müddətinə görə turizm mövsümündə, daimi, qısamüddətli turizm növünə bölünür. Adlarına görə uyğun olaraq bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu meyarların arxasında turizm tələbatı və təklifi dayanır.



Qrafik: Turizm tələbatı və təşkili

Turizmin əhali qrupları, ünvanlı funksional rekreasiya və ödəmə formaları müasir şəraitdə yeni növlər və mənbələr kəşf edir.

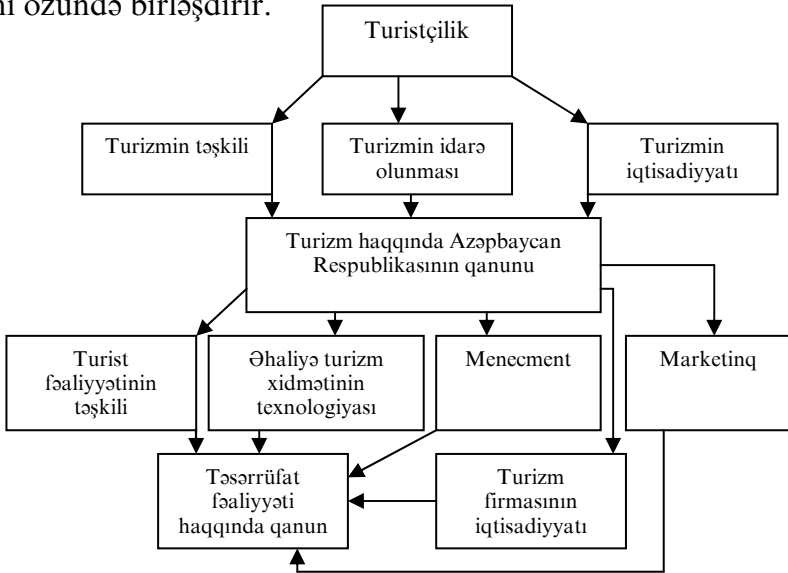
MÖVZU 2. TURİST FƏALİYYƏTİNİN İQTİSADİ ƏSASLARI

2.1. Turizmin iqtisadiyyatı turistçiliyin tərkib hissəsidir

Turistçilik fəaliyyət dairəsi olmaqla, onun mahiyyəti, məqsədi və istiqamət göstəricilərini əhatə edir. Turistçilik əhaliyyə xidmət deməkdir. Fəaliyyət dairəsi olmaqla müəyyən motivlərə, amillərə və təşkilati quruluşa uyğun kompleks əlaqələri özündə birləşdirir.

Turistçilik turizm haqqında praktiki elmlərin kompleks yığıdır. Turistçilik elmi kateqoriya olaraq iki əsas istiqaməti-təhsil və proqnozu özündə birləşdirir; sahə turizmi və turst subyektləri şirkətləri.

Turistçilik üç əsas səviyyədə turizmin elementlərini birləşdirir: təşkilatçılığı, idarəçiliyi və iqtisadiyyatı. Turistçilik sxematik olaraq aşağıdakı münasibətlərin qarşılıqlı əlaqəsini özündə birləşdirir.



Sxem. Turist fəaliyyətinin prinsipal sxemi

Turizmin təşkili üçün fəaliyyət məqsədi onun elementləri arasında qarşılıqlı əlaqə forması üçün vacibdir. Bu məqsədlə turizm idarəçiliyində sistemli yanaşma məqsədi proqram üsulları və metodologiyası tətbiq olunur. Turizmin yaranması, işlədilməsi və təkmilləşməsi üçün yollar axtarılır. Turizmin təşkilində sahə idarəçiliyi, sahə sistemi, ərazi və funksional sistemlərin vahid birləşməsi zəruridir. Bu məqsədlə turizm sistemi formalaşır və onun sistem tələblərinə cavab verən məqsədliliyi, kompleksliyi, vahidliyi və «emergentliyi» təmin olunur. Turizmin təşkilində biri-biri ilə əlaqə sistemi «ierarxiya» və qarşılıqlı əlaqə təmin olunur.

Turizmin təşkilində sosial-iqtisadi texnoloji, maddi əşya və informasiya aspektləri ayırmaqla reallaşma baş verir. İstənilən turist firması və turist agentliyi özünün resurs təminatını, kommersiya məqsədini və davamlı inkişaf strategiyasını hazırlayır və onun elmi, metodiki, və resurs əsaslarını qiymələndirməklə perspektiv dəyişmə istiqamətlərini verir.

Sosial iqtisadi aspekt turizmdə mülkiyyət münasibətləri, əsas istehsal fondları və dövriyyə vəsaitləri üzərində mülkiyyət formalarını, turizmin sosial nəticələrini və dövlət, bələdiyyə, xüsusi təsərrüfat formalarını əhatə edir. Turizm fəaliyyəti üçün maddi-maliyyə əsaslarını təmin edir. Maddi əşya aspekti turizmdə istehsal olunan sənaye məhsulunu, xidmət olaraq turları və xidməti əhatə edir. Bu aspekt turist məhsulunun reallaşmasını əhatə edir.

Texnoloji aspekt turizmdə turist məhsulunun istehsalının reallaşması və istehlakı üçün tətbiq olunan texnologiyaları əhatə edir. İnformasiya sistemi çoxsahəli və çoxaspektli informasiyaların qəbulu və onların arasında qərar qəbullarını və turizm layihələrinin əsaslandırılması və idarə edilməsini özündə birləşdirir.

İdarəetmə turizmdə məqsədyönlü nəticələrə nail olmaq üçün təsirləri əhatə edir. Turizm idarəçiliyi sahə, idarəetmə prinsipləri və turizm subyektlərinin maraqlarının uzlaşma-

sının əlverişli variantları ilə təkmilləşir. Turizmin idarəetmə subyekti Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, yerli hökumət orqanları və turizm departamentləri təşkil edir.

İdarəetmə obyektlərinə turist firmaları, turizm xidməti prosesi və turizmə qulluq edən alt sistemlər daxildir. Turizm idarəçiliyi onun subyektlər və obyektləri arasında qarşılıqlı maraq və əlaqələri uzlaşdırmaq və əlverişli əlaqə formalarını tapmaqla mümkün olur.

Azərbaycanda idman mədəniyyət və turizm əlaqələri hökumət və əlaqələndirmə şuraları ilə idarə olunur. Bu məqsədlə hökumət proqramları yaradılır ki, bu da öz növbəsində aşağıdakıları həll edir:

- dövlətin turizm sahəsində siyasətini formalaşdırır;
- qanunlar sistemi və hüquqi normativləri yaradır.
- milli turizmin mövcud vəziyyəti və onun perspektivi üçün tədbirlər və proqramlar hazırlayır.

Azərbaycanda turizmin strategiyası onun perspektiv istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və milli resurs potensialını turizm dövriyyəsinə cəlb etmək yollarını özündə əks etdirir. Turizmin milli strategiyası və ona uyğun icra mexanizmləri aşağıdakı məsələləri birləşdirir.

- bütün maddi və maliyyə resurslarını bank və kommersiya strukturlarını turizm proqramlarının reallaşmasında səfərbər etmək;

- milli otel qovşağı yaratmaq və dünya bazarında rəqabətə dözümlü şərait təşkil etmək;

- turist kompleksləri üçün otel tikintisi, onların modernləşdirilməsinə maliyyə resursları cəlb etmək;

- regionlarda xarici və daxili turizmi inkişaf etdirmək üçün investisiya proqramları tərtib edib onları reallaşdırmaq;

- xarici investisiyaları Azərbaycanda turizm sahəsinə cəlb etmək;

- milli turist məhsulunun artırılması və onun bazara çıxarılmasında dövlət və nazirliklər arasında əlaqəli idarə etmə mexanizmini yaratmaq.

Azərbaycan respublikasında turizm nazirliyi, idman və mədəniyyət nazirliyinin nəznində turizm komitəsi yarana bilərki, bu da öz növbəsində aşağıdakı vəzifələri reallaşdırma bilər:

- turizm siyasətinin reallaşması, otel təsərrüfatı və kurort işinin təşkili problemlərini qoyar;

- regionlarda proqnozlaşma, otel təsərrüfatı və kurortların regionlarda planlaşması;

- kurort layihələrinin əsaslandırılması və investisiya proqramlarının tətbiqi.

Turistçiliyin əsas hissəsini turizmin iqtisadiyyatı təşkil edir. Turizmin iqtisadiyyatı turizm sahəsində turizm fəaliyyətinin nəticələrini, istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak münasibətlər sistemini təşkil edir. Turizm təşkili turist formalarında xidmət proseslərini əhatə edir. İstehlak-xidmət sferasının elementlərini əmək vasitələri, insanlar və texnologiyalar təşkil edir. Beləliklə, turist fəaliyyətinin təşkili turizm proseslərində əmək, texnoloji proseslərin rəasional əlaqəsini və istehsal xidmət nəticələrinin səmərəli təşkili formalarına yönəldilən tədbirlər məzmunu əhatə edir. Turizm menecmenti turizm məhsulunun istehsalı, reallaşması və turizm bazarının tələb və təklifinə uyğun təşkili və idarə olunmasına kompleks yanaşmanı əhatə edir. Turizm menecmenti tələb və təklifə uyğun məhsul və xidmətin keyfiyyətli formalarını təşkil etməyə yönəlidir.

Turist formalarının iqtisadiyyatı, turizm fəaliyyətindən gələn gəlirlər, onların bölgüsü, əsas fondlar, dövriyyə vəsaitləri və onların istifadəsi yollarını əhatə edir. Turizmin səmərəsi əlverişli istehsal, gəlirlər və istehlakın təşkilinə yönəlidir.

2.2. Dövlətin turist siyasəti

Turist siyasəti dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin tərkib hissəsidir. Turizm siyasəti-dövlətin turist sənayesinin turist subyektlərini turist bazarının genişlənməsi inkişafına və onun səmərəli təşkilinə vətəndaşların turist tələbatının ödənilməsinə və turist subyektlərinin səmərəli təşkilinə yönəldilən fəaliyyətə deyilir. Bununla dövlət özünün siyasi-iqtisadi və sosial vəzifələrini reallaşdırır və təkmilləşdirir.

Dövlətin turizm siyasəti, məcmuu tədbirlər çoxluğu olmaqla, respublikada bu sahənin iqtisadi-sosial rolunu və iqtisadi sistemdə vəzifələrini idarə etməkdir. Turizm siyasəti aşağıdakı mexanizmləri əks etdirir.

- turizm konsepsiyasının inkişafı
- ayrı-ayrı turizm növü üçün kompleks məqsədli proqramların hazırlanması və reallaşması;
- konkret tədbirlərin məqsədə çatmasında rolunun təşkili və planlaşması
- turist fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi.

Turist siyasətinin əsas istiqamətlərini səyahətçilərin hüquqlarının qorunması təşkilidir. Milli turizm məhsulunun istehsalçılarının və xarici-daxili turistlərin maraqlarının qorunması təşkil edir.

Bu istiqamətlərin dəstəklənməsi və inkişafı üçün dövlətin investisiyasının kədr potensialına istifadəsi, turizmin maddi texniki bazasının təkmilləşməsi və milli turist məhsulunun dünya rəqabəti şəraitində yerinin möhkəmləndirilməsi, vergi və gömrük siyasətinin təkmilləşməsi, xarici və daxili investisiyanın axınına stimül yaradılması mexanizmləri daxildir. Turist siyasəti strategiya və texnikaya əsaslanır. Turizm strategiyası turizmin respublikada inkişafının əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Ali məqsədə nail olmaq üçün əlverişli variantlar tərtib edir və reallaşdırır. Turist strategiyası dövlətin turizm inkişafının yenidən təşkili sahəsinə əsas təsirlərini və hərəkətlərini müəyyənləşdirir. Turizm

strategiyası turizmin inkişafının konsepsiyasını məqsədli proqram və resursların səfərbərliyini əks etdirir. Turist taktikası konkret mexanizmləri və idarəetmə üsullarını müəyyən edir. Belə ki, turizmə vergi, turizm xidmətlərinin qiymətləndirilməsini müəyyən edir.

Konsepsiyanın əsas məqsədi yüksək keyfiyyətli və rəqabət qabiliyyətli turizm kompleksini yaratmaq, ona yerli və xarici vətəndaşların tələbatının ödənilməsi imkanlarını genişləndirmək, digər tərəfdən Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolunu yüksəltmək, yeni iş yerləri, büdcə gəlirləri və əhalinin sosial ehtiyaclarının respublikanın mədəni-tarixi iqtisadi imkanları hesabına ödəmək məqsədi və yolları daxildir. Bu məqsədlərin fəallaşdırılması üçün təklif oluna bilər.

- turizmi Azərbaycan iqtisadiyyatının yeniləşməsi tərkibinə daxil etmək;

- respublikada turizmin inkişafının uzunmüddətli məqsədinə və proqramını hazırlamaq;

- turizmin hüquqi normativ bazasını yaratmaq və onu dünya hüquq sistemi ilə uzlaşdırmaq;

- xarici və daxili turizmin iqtisadi mexanizmlərini yaratmaq, onların stimullaşdırma və daxili bazarı tənzimləmə xüsusiyyətlərini formalaşdırmaq;

- turizm fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması və onun sertifikatlaşdırılması mexanizmləri və qaydalarını təkmilləşdirmək;

- turizmin kompleks inkişafı üçün nəqliyyat, otel, mühafizə, sığorta sisteminin əlverişli kooperativləşməsini təşkil etmək.

Qoyulan məqsədlərin reallaşması üçün Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisində Mədəniyyət Komissiyası, İdman və Gənclər Nazirliyinin uyğun region şöbələri və proqram xarakterli komitetləri fəaliyyət göstərir.

Proqram xarakterli turizm tədbirləri, bu fəaliyyətin maddi texniki bazasının genişlənməsi, turistlərin tələbinə

uyğun xidmət sferasının təkmilləşməsi üçün zəruri olan resurs təminatı və kadr potensialını təmin etmək vəzifəsi durur.

Turizm proqramları aşağıdakı məsələləri həll edir:

- rəqabət qabiliyyətini, ixtisaslaşma və kooperativləşmə əsasında müasir milli turist bazarının yaradılması;

- turist fəaliyyətinin müasir normativ hüquqi bazasının dövlət tənzimlənməsi məqsədi ilə təkmilləşməsi;

- turizmin sosial xarakterini gücləndirmək;

- turizm sferasında mülkiyyət münasibətlərini təkmilləşdirmək;

- turizmdə kiçik sahibkarlığın inkişafının stimullaşması, kiçik biznesin dəstəklənməsi;

- ənənəvi turizmin regionlarda və təbii-coğrafi əlverişli şəraitdə bərpası və modernləşdirilməsi;

- azərbaycan turizminin dünya turizm sistemi ilə inteqrasiyası, beynəlxalq turist əməkdaşlığının genişlənməsi;

- azərbaycanda turizmin dayanıqlı inkişaf konsepsiyasının tərtibi və təbii sərvətlərin, ekoloji tarazlığın yaradılması;

- milli turist bazarında mütərəqqi texnologiyanın turizm xidmətində tətbiqinə təsir etmək;

- turizmin maddi bazasının genişlənməsinə stimullar yaradılması, bu məqsədlə kənar fondları, xarici investisiyaları turizmin modernləşməsinə və yeni turist obyektlərinin tikintisinə cəlb edilməsi;

- turist sənayesinin informasiya sisteminin təkmilləşməsi, fəal reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsi;

- müasir kadr hazırlığı və istifadəsi sisteminin yaradılması;

- turizmin əsaslarının yaradılması, fundamental və sahə elminin turizmdə tətbiqi və onun nəzəri praktiki aspektlərinin inkişafı.

Turizmin inkişafında dövlət himayəsi və dövlət mexanizmləri büdcə, vergi və sahibkarlığa kömək vasitəsi ilə re-

allaşır. Dövlət proqramları konseptual və konkret məqsədləri həll etmək üçün istifadə olunur. Bu məqsədlə proqram məqsədli proqramlar mərhələ-mərhələ və ünvanlı konkret məsələləri həll etmək üçün tərtib olunur. Uyğun olaraq məqsəd, mərhələ və vəzifədən asılı olaraq turizm proqramları aşağıdakıları özündə birləşdirir.

- normativ hüquqi baza;
- turist fəaliyyətini təşkili və turizmin inkişafının idarə olunması;
- turizmin maddi texniki bazasına dəstək;
- turizm məhsulunun daxili və xarici bazarlarda yayılmasında məlumat reklam təminatı inkişafı;
- turizmin kadr təminatı.

Bu tədbirlər dövlətin turizm inkişafında tənzimlənməsinin stimullaşdırma sistemini yaradır. Normativ hüquqi bazanın yaradılması turizm haqqında Milli Məclisin qəbul etdiyi qanunlar və turizm nazirliyinin tərtib etdiyi normalar və idarəetmə üsulları təşkil edir. Turizmin respublikada xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla dünya təcrübəsinə əsaslanan sertifikatlaşdırma və lisenziyalaşdırma turistlərin hüquqlarını onların təhlükəsizliyinin qorunmasına təminat mexanizmləri vasitəsi ilə reallaşır.

Turizmin maddi texniki bazasının təkmilləşdirilməsi tədbirləri inovasiya xarakterli tədbirlərin və informasiya-reklam xidmətinin kompüterləşməsi, turistlərinin ehtiyaclarına uyğun nəqliyyat, istirahət və mədəni tədbirlərin yeni, müasir elmi-texniki nailiyyətlər çərçivəsində idarə edilməsini əhatə edir.

Reklam informasiya təminatı Azərbaycan və Dünya turizm bazarında baş verən iqtisadi və təşkilati dəyişmələri əhatə edir. Bu istiqamətə informasiya-reklam paketinin hazırlanması və nəşri, yayılması, xarici və daxili turist sərgilərinin keçirilməsi, xarici ölkələrdə daimi nümayəndəliyin yaradılması və xarici turistlər üçün reklam informasiyanın genişlənməsi daxildir:

- turist vasitələri haqqında informasiya bankının yaradılması, turist formalarının tur və marşrutların yerləşdirilməsi;

- reklam kompaniyalarının keçirilməsi xaricdə və da-xildə respublikanın turizminin tərzini və sifətinin canlandırılması.

Turizmin inkişafında kadr potensialı və onun hazırlığı əsas istiqamətlərdən biridir. Bu məqsədlə aşağıdakılar həyata keçirilir:

- mütəxəssis tələbatının müəyyənəlməsi;

- turizm peşəsinin və onun uyğun təhsil sisteminin yaradılması;

- təhsil prosesində təhsil proqramı və metodu vasitələrin hazırlanması;

- xüsusi ixtisaslı kadrların formalaşması və hazırlanması.

Azərbaycanda 2009-2013-cü illərdə regionların sosial iqtisadi inkişaf proqramı çərçivəsində turizmin inkişafı regionu kompleksinin yaradılması yolu kimi nəzərdə tutulur. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf meyilləri dayanıqlı və qeyri neft sektorunun inkişafı konsepsiyası turizmin inkişafını prioritet, milli iqtisadiyyatın əsas istiqaməti kimi formalaşdırır. Bu məqsədlər üçün iqtisadiyyatın artım tempini və onun səmərəsini yüksəltmək milli turizmin bazarını formalaşdırmır. Rəqabət mühiti, ixtisaslaşma və inteqrasiya səmərəsi yolu ilə turizmin idarə olunmasını gücləndirmək nəzərdə tutulur. Buna görə də səmərəli turist layihələrini əsaslandırmaq, büdcədən kənar formaları, xüsusi vəsaitləri, müəssisə təşkilatların vəsaitlərini, kredit maliyyə resurslarını cəlb etməklə turizmin inkişafı zəruriləşir. Turizmin reklam xidmətinin təşkili, turizm infrastruktur və turizm biznesi konkret planlaşma obyektidir. Azərbaycan respublikasının turizm haqqında qanunu 1996-cı ildə qəbul edilib, çərçivə qanunu kimi turizmin iqtisadi rolunu, onun obyekt və subyekti, iqtisadi əsaslarını və idarə edilməsi

istiqlamətlərini əhatə edir. Turizm fəaliyyəti idarəetmə baxımından daha geniş əhatəli və çoxaspektli sahə və ərazi problemlərini əhatə edir, sosial istehsal maraqlarını uzlaşdırır. Dövlətin turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsinin əsas məqsədləri aşağıdakılardır:

- vətəndaşların istirahəti, yerdəyişmə hüquqlarının təmin olunması;
- ətraf mühitin qorunması;
- turistlərin sağlamlıq təhsil, tərbiyə üçün şəraitlərinin yaradılması;
- turist sənayesinin inkişafı və vətəndaşların tələbatına uyğun olaraq onun təkmilləşməsi;
- yeni iş yerlərinin açılması və dövlət gəlirlərinin turizm hesabına artırılması;
- təbii və tarixi dəyərlərin səmərəli istifadə edilməsi.

Turist fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi aşağıdakı yollarla reallaşır:

- turist sənayesində münasibətlərin normativ hüquqi aktlarının təkmilləşməsi;
- turist məhsulunun daxili və xarici bazarda hərəkətinə və satışına təsir edilməsi;
- turistlərin hüquq və təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;
- turist sənayesinin lisenziyalaşdırılması, tursit məhsuluna sertifikat verilməsi;
- Azərbaycanda gedən və gələn turistlərə gömrük rejiminin təkmilləşməsi;
- Dövlət büdcəsinin turizm xərclərini ödəmək üçün istifadə edilməsi;
- turist sənayesinə qoyulan bütün mənbələr üzrə investisiyanın təşviqi;
- vergi və gömrük tənzimlənməsi;
- turizmde sahibkarlığı inkişafına güzəşt edilməsi, güzəştli kreditlər və subsidiyalar yolu ilə din turizminin inkişafı;
- turizm kadrlarının hazırlanması və istifadəsi;

- turizm sənayesində elm və innovasiyanın tətbiqi və turizm elminin inkişafı;

- kartoqrafik məhsulla təminat.

Turist taktikasının mühüm tərəfi turist fəaliyyətinə lisenziya verilməsidir. Bu məqsədlə sahibkarlıq fəaliyyəti kimi biznes planı tərtib olunur. Azərbaycan respublikası Vergi Nazirliyi tərəfindən vahid pəncərə üsulu ilə lisenziya verilir. Sahibkarlıq haqqında normativ hüquqi və peşəkar xidmət uyğun nazirliklər ilə razılaşıdırılır. Turoperator və turagent fəaliyyəti ayrılıqda hüquqi və fiziki şəxs kimi lisenziyalaşdırıla bilər. Lisenziya qaydaları normativ hüquqi aktlar lisenziyalaşdırma haqqında qanunla tənzimlənir. Turist siyasəti asılı olaraq qısamüddətli və uzunmüddətli perspektiv siyasətə bölünür. Cari dövrdə turizm fəaliyyətinə təsir etmək dövlətin cari siyasətini əhatə edir. Cari dövrdə turist bazarının əməli tənzimlənməsi həyata keçirilir. Uzunmüddətli turizm siyasəti turizm sahəsində geniş miqyaslı tədbirlərin və turizm sənayesinin inkişafında köklü islahatların həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Uzunmüddətli siyasət üçün əsaslı kapital və köklü struktur dəyişmələri həyata keçirilir. Ona görə də uzunmüddətli turizm siyasəti struktur dəyişmələrinin və islahatların əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Bütövlükdə turizm siyasəti, iqtisadi və sosial inkişafın tərkib hissəsi və ölkə iqtisadiyyatının möhkəmlənməsi istiqamətlərini və əsas amillərinin təkrar istehsalının nəzəri və metodoloji aspektlərini əhatə edir.

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

2.3. Turizmin iqtisadi səmərəliliyi

Səmərəlilik ümumi mənada son nəticə və müəyyən səmərə almaq məqsədini güdür. İqtisadi səmərə-təsərrüfat fəaliyyətinin müəyyən xeyir əldə etmək deməkdir. Müəyyən məsrəflər, maddi maliyyə və informasiya resurslarının istifadəsinin əlverişli istifadə variantını tapmaq və minimum məsrəflərlə maksimum səmərə əldə etmək meyarı ilə idarə olunur. Turizmin iqtisadi səmərəsi uduş və gəlir əldə etməkdir. Öz növbəsində aşağıdakı yollarla baş verir:

- turizmin dövlət miqyasında təşkili;
- region əhalisinə turist xidməti;
- turist firmalarının istehsal xidməti prosesi.

Turizmin səmərəsi bütövlükdə ictimai əməyin səmərəliliyinin tərkib hissəsi olmaqla maraqların subyekt və obyektlər üzrə bölgüsü prizmasından baxılır. Turizm özünün meyar və göstəricilərini özündə əks etdirir. Turizm meyarı kriteriyalı sistem olub, qoyulan məsələnin və obyektin xarakterindən, mülkiyyət formasından asılı olaraq formalaşır. Turizm meyarının qəbul edilməsi onun istehsal-xidmət prosesinin xüsusi və inteqral səmərəsini hesablamağa imkan verir. İctimai istehsal bütövlükdə cəmiyyətin marağının ödənilməsinə yönəlir. Optimal fəaliyyət nəzəriyyəsinə görə ayrı-ayrı sahələrdən səmərəliliyin qiymətləndirilməsi ümumi səmərə baxımından qiymətləndirilir. Belə ki, xüsusi səmərələr meyarı qlobal meyarlara uyğun gəlməli və ondan doğmalıdır. İctimai istehsalın ümumi meyarı cəmiyyətin marağının minimum əmək və material xərcləri ilə ödənilməsi ilə nəticələnir. Turizm səmərəsinə sistem baxımından baxılır. Sistem yanaşma ayrı-ayrı meyar və göstəricilərin müxtəlif idarəetmə səviyyəsində ierarxik düzümünü və onların vahid məqsədinin reallaşmasında rolu ilə qiymətləndirilir.

Turizmin səmərəli idarə edilməsinin təşkili quruluşu aşağıdakı bölmələrdən ibarətdir:

-sosial məişət infrastrukturun sahələrarası kompleksinin diversifikasiya sistemi;

- təsərrüfat bölümündə turizmin sərbəstliyi;

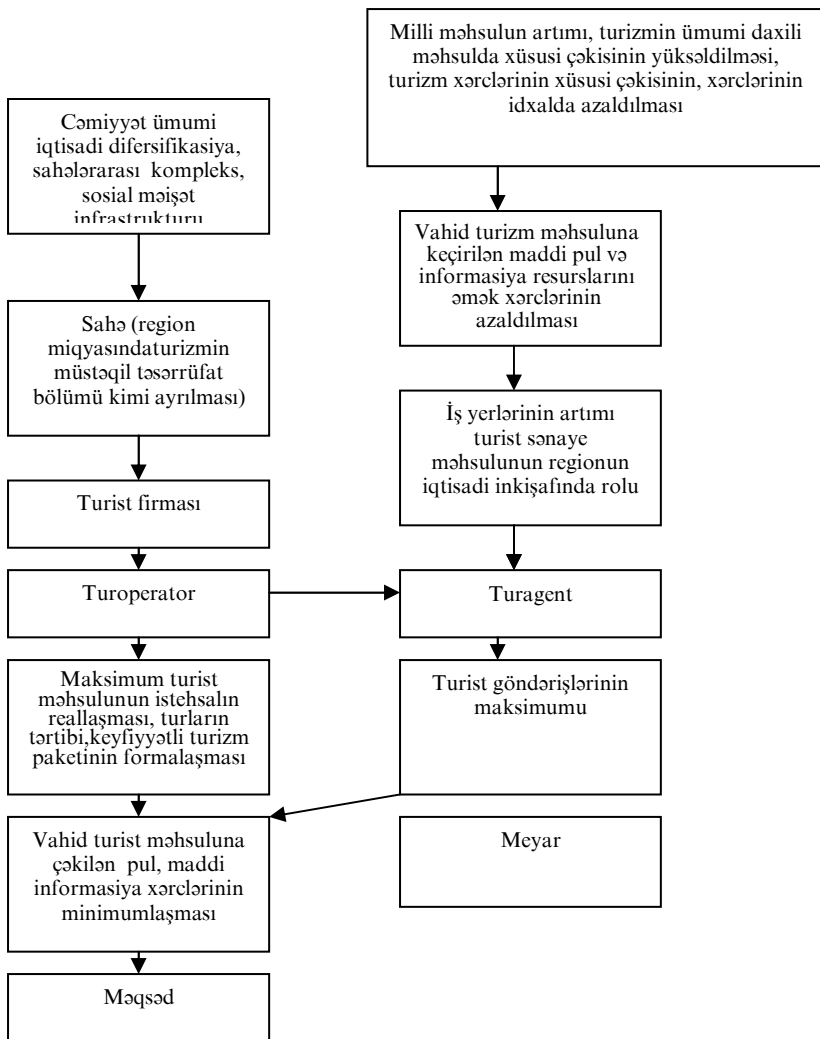
- turist firmasının təsərrüfat subyekti kimi baxılması.

Turizmin ümumi iqtisadi təsərrüfata meyarına üç əsas aspektdə baxmaq olar: cəmiyyətin ümumi iqtisadiyyat səviyyəsində, sahə və firma səviyyəsində. Sistem baxımında ümumi iqtisadi meyarlar və xüsusi meyarların reallaşması və qarşılıqlı əlaqəsi sistemi kimi turizmi kompleks sistem altlarının funksional əlaqəsi kimi baxmaq olar.

Turizm səmərəsi sinergetik effektdir. Başqa sözlə turizmin səmərəsi kompleks sahələrin və qarşılıqlı əlaqədə olan infrastrukturun sənaye industriyası, kənd təsərrüfatı və əhalinin maddi rifahı, digər məhsullara olan tələbatının ödənilməsi dərəcəsi ilə bağlıdır. Turizmin sosial tərəfi, regionda formalaşan və inkişaf edən həyat şəraiti, həyat tərzı və insanların istehlak davranışı, dövlətin turistlərə yaradıcı şəraitlə bağlıdır.

Turizm ölkədə ümumi daxili məhsulun yaradılması mənbəyi kimi fəaliyyət göstərir. Bəzi ölkələrdə ümumi daxili məhsulun 7,3%-ni turizm gəlirləri təşkil edir. Turizm səmərəsi sosial səmərə ilə ölçülür. İş yerləri, ölkəyə valyuta axını, daxili sənaye və kənd təsərrüfatı bazarının genişlənməsi onun sosial səmərəsini yüksəldir. Turizmin xüsusi çəkisi Almaniyada 4,6%, İsveçrədə 10% təşkil edir. Turizm səmərəsi birbaşa və dolayısı, «multiplikasiya» effekti kimi formalaşır. ¹

¹ Сапрунова В. Туризм: эволюция структура маркетинга, стр36



Sxem. Turizmin səmərəlilik meyarının «açaq» məqsəd sxemi

Turizmin bir başa ölkə iqtisadiyyatına təsiri turist xərclərinin əmtəə və xidmət istehlakına yönəldilməsi, digər tərəfdən xərclənmiş pulların ərazidə turizm gəlirlərinin və əhalinin fərdi gəlirlərinin formalaşmasında rolu ilə nəticələnir. Sadə formula aşağıdakı kimi ifadə olunur.

Xərclər-gəlirlər-xərclər-gəlirlər

Turizmin dolaylı yolla ölkə və region iqtisadiyyatına təsiri «multiplikator» səmərəsi ilə ifadə olunur. Turizmin inkişafı ilə digər sahələrin regionun iqtisadi potensialının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi güclənir. Digər sahələrin məhsul və xidmətlərinin turizm sənayesində və turistlərin şəxsi istehlakında rolu artır. Multiplikatorun tarazlı təmiz milli məhsuldan fərqlənən həcmi ümumi daxili məhsuldan kapital istehlakını çıxıldıqdan sonra investisiyanın başlanğıca görə dəyişməsinə nisbətən müəyyənləşir.

$$M = \frac{\Delta TMM}{\Delta I}$$

Burada, ΔTMM – təmiz milli məhsulun dəyişməsi

ΔI - investisiyanın ilkin dəyişməsi

M- multiplikator

Burada $\Delta TMM = M * \Delta I$

Multiplikator gəlirlərinin səmərəsi onun xarici turistlər hesabına regionda pul kütləsinin artmasına və əmtəə xidmət bazarında tələbin genişlənməsinə təsiri ilə qiymətləndirilir. Gəlirlər turist firmasının satdığı turizm məhsulundan formalaşır. Region gəlirləri turist firmalarından alınan vergilərlə qiymətləndirilir. Satıcı firmalar turistlərdən aldığı pul vəsaiti hesabına özünün işçilərinin əməkhaqqısını verir, bu da öz növbəsində əmtəə və xidmətlə reallaşır. Turizm tsiklik olaraq pul əmtəə-pul dövriyyəsinə tamamlayır. Turistlərin xərcləri, şirkətlərin gəlirləri, dövlət və yerli orqanlara vergilər, əməkhaqqı, sosial ödəmələr və yığım məqsədi ilə reallaşır. Bu da turizm dövriyyəsində olan kapitalın artımına səbəb olur. Multiplikasiya son nəticədə «xərclər-gəlirlər» tsiklinin həcm və strukturunun artımına səbəb

olur. İsveç alimlərinin hesablamalarına görə, multiplikator turizm istehsalından asılı olaraq fərqlənir. 1,2-dən 4 tama qədər dəyişir.²

Məsələn tutaq ki, multiplikasiya üçün 2,5%-dir. Turist sənayesinə investisiya artımının ilkin göstəricisi 40 mln manatdır. Onda turizm xidmətindən regionda 100 mln manat (2,5,40) təşkil edir. Turizmin başqa ölkələrə ixracı aktiv turizmin idxalı- passiv turizm adlanır. Xarici turistlərin regionda istehlak etdiyi turizm məhsulunun miqdarının, ölkənin vətəndaşlarının xarici ölkələrdə istehlak etdiyi turizm məhsuluna nisbəti turist balansını formalaşdırır. Turizmin xüsusiyyəti ondadır ki, istehsal olunan, turizm məhsulunun ixracı xarici turistlərin ölkədə istehlakı hesabına formalaşır. Kənara ixrac olunur. turizm məhsulunun istehlakçısı müəyyən məsafə qətt etməklə özünü təmin edən məhsulu istehlak edir. Turizm sferası ölkənin tədiyyə balansına və respublikaya gətirilən pula həmçinin pulun ölkədən axmasına təsir edir. Hər il Azərbaycandan müalicə və alış üçün xarici ölkələrə səfər edilir. Demək olar ki, müşahidələr göstərir ki, Şimali Qafqazın Mineral Sularından istifadə edənlərin 10%-i azərbaycanlılardır.

Turizmin şəxsi valyutanın tədiyyə balansında rolu gətirilən valyuta ilə onun ölkədə olan valyuta ehtiyatlarına olan nisbəti və ölkədən aparılan valyutaya nisbəti arasında dəyişmələr təhlil olunur. Turizmin səmərəsi həmçinin iş yerlərinin açılması, əhalinin məşğulluğunun artması, zəif inkişaf etmiş rayonların iqtisadiyyatının stimullaşmasına təsir edir. İş yerlərinin artımı turizm sənayesinin xüsusiyyətləri ilə formalaşır və aşağıdakılarda özünü göstərir:

- əhaliyə turist xidmətinin mövsümü xarakteri, başqa respublikalardan iş qüvvəsinin cəlb edilməsi pensiyaçıların əməyindən istifadə etməyə imkan verir:

- yarım iş günündə işləyənlərin xüsusi çəkisi artır;

² Сапрунова В. Туризм эвалюция структур, маркетинг – с36

- ixtisaslaşmış əməyinə əsaslanan işçilərin xüsusi çəkisinin artımı;
- turist sənayesində avtomatikləşmə kompüterləşmənin məhdudluğu.

Turizmin inkişafı bölgədə və regionda büdcə gəlirlərinin artmasına və əhali gəlirlərinə təsir edir. Turizmin inkişafı regionda təbiətin qorunması və onun təkrar istehsalı üçün zəruri olan mexanizmləri gücləndirir.

2.4 Turizmin inkişafının iqtisadi göstəriciləri və onun təhlili proqnozunun metodika əsasları.

Turizmin formalaşması və inkişafının iqtisadi göstəriciləri, turist xidmətinin reallaşmasının miqdar göstəricilərini və onun keyfiyyət xarakteristikasını həmçinin turist subyektlərinin istehsal-xidmət fəaliyyətinin iqtisadi göstəricilərinin əhatə edir. Turizmin sistem göstəriciləri özündə birləşdirir:

- turist axının həcmi;
- maddi-texnikin bazanı mövcud vəziyyəti və inkişafı;
- turist firmalarının maliyyə-iqtisadi göstəriciləri
- beynəlxalq turizmin inkişafı.

Turizm axının regiona daimi turist axınını göstərir. Turist axını ümumi turistlərin təşkil olunmuş və yaxud öz fəaliyyət formasında, regiona və gələnlərinin sayını göstərir (gecələrinin və çarpayılarının sayı ilə ölçülür). Hər bir tur turist üçün orta davamiyyət müddəti (günlə/regionda) xarakterizə olunur.

Günlərin ümumi sayə onların axının orta davamiyyətə vurulması ilə tapılır:

$$C = \dot{I} \times t$$

C- əmək günlərinin sayı

\dot{I} – turistlərin sayı (adam)

T – adam başına regionda turist davamiyyəti

Turist axını müddəti bərabər deyil. Bu davamiyyət mövsümi xarakter, təbii coğrafi şərait və əhəlinin maddi vəziyyəti və gəlirlərini formalaşması ilə əlaqəlidir:

$$K = D_{\max}/D_{\min} \times 100\%$$

harada ki, K- turist axının qeyri müntəzəmliyi.

D_{\max} -turistlərin aylıq sayının maksimum səviyyəsi adam-gün.

D_{\min} -turistlərin aylıq sayının maksimum səviyyə adam-gün.

Başqa formada:

$$K = D_{\max}/D_{il} \times 100\%$$

Burada k- turist axının qeyrimüntəzəmliyi.

D_{\max} -əmək günlərinin turist axınının maksimal səviyyəsi

D-əmək günlərinin illi sayı, adam-gün

Turizmin maddi-texniki bazası onun regionda gücünü müəy-yənləşdirir. Bura istirahət evlərinin son fondu, pansionatlar, tur baza, mehmanxanalar, sanatorialar və xüsusi evlər daxildir. Yeməxanalar, onların tutumu, müəlicə üçün zəruri olan avadanlıqlar, vannalar daxildir. Turizm göstəricilərin əsasını onda çarpayılıq fondu təşkil edir.

$$M_k = K_q \times 365 + K_o \times t.$$

Burada M_k - koyakaların ümumi sayı

K_2 -bütün sutka ərzində istifadə olunan çarpayılıqların sayı, vahidlə.

K_c - mövsümü istifadə çarpayılıqların sayı.

t- mövsümü istifadə olunan güclü turist axınlarını

Maliyyə iqtisadi fəaliyyəti il ərzində istehsal olunan turist məhsulunu dəyəri, iş gücünün təkrar istehsalı üçün əmək-haqqı fondu, istifadə olunan əsas fondlarının dəyəri, dövriyyə vəsaitlərinin istifadəsi, məhsulun maya dəyəri, mənfəət, rentabellik, turist firmasının tədiyyə qabiliyyəti, likvidliyi, maliyyə dayanıqlığı, valyuta özünü ödəmək qabiliyyəti və sayı daxildir. Ayrıca Beynəlxalq turizmin göstəriciləri ayrılır. Bunlara daxildir:

-xarici turistlərin ölkədən sərhəddən keçidi;

-xarici ölkələrə gedərkən hər bir turistin məsrəfləri xərcləri;

Turizmin inkişafı və turizm xidmətini artırılması, turizm-də qərar qəbulu, onun mexanizmləri və sosial nəticələri ilə bağlıdır. Turizmin inkişafı ölkənin iqtisadi potensialı, əhalinin turizm tələbatı və onu ödənilməsi üçün resurs potensialı ilə müəyyənləşir. Turizmin ölkədə inkişafının üçün və çatışmayan cəhətləri mövcuddur. Üstün cəhətləri aşağıdakılardır:

- ölkəyə pulun axına, o cümlədən valyuta axınının artması;
- yeni iş yerlərinə açılması;
- istirahətə yeni forma və islahatlarının yaranması, bu da öz növbəsində yerli və xarici turistlərin tərəfindən istifadə olunur.

- kapital cəlb olunur. Xarici investisiyalarının ölkəyə gətirilməsi mühiti yaranır.

Çatışmayan cəhətləri aşağıdakı nəticələrdə özünü əks etdirir:

- yerli məhsulların qiyməti düşür, təbii resursların və ekoloji mühitin təkrar istehsalı üçün əlavə xərclər çoxalır;
- xarici ölkələrə pulun axınına səbəbdir;
- sosial və ekoloji problemlərə təsir edir.

Turizmin inkişafının kompleks və sistemli təsviri özünün göstəricilərinin plan və perspektiv dinamikasını verməyə şərait yaradır.

MÖVZU 3. TURİST BAZARI

3.1. Turist bazarının funksiyası məzmunu və mahiyyəti

Turist bazarı turistlərin tələbatını ödəmək üçün turist məhsulunun istehsalı bölgüsü və istehlakının təşkili və reallaşması münasibətlərini əhatə edir. Turist bazarına aşağıdakı keyfiyyətlərdən baxmaq olar:

-turist məhsulunun alıcıları və satıcılarının maraqlarının uzaqlaşması aləti kimi:

-turist məhsulunun reallaşması;

-turist məhsulunun alıcıları və satıcıları arasında münasibət forması;

Geniş mənada turizm bazarı ayrı-ayrı prosesinin baş verdiyi ərazi və şərait başa düşülür (turlar, alqı-satqı xidmətləri, və turist üçün əmtəələr).

Turist bazarının məqsədləri eyni yerdə və eyni zamanda baş verir. Belə ki, turistlərin qəbulu mehmanxanalarda və turoperatorların arasında baş verir. Müasir şəraitdə alqı-satqı alıcı və satıcı iştirak etmədən, teleks, teleqraf, telefon və yaxud qismə faks verir. Ona görə də turist bazarını fəza baxımından deyil, alqı-satqı prosesinin əhatə edən kompleks şəraitlərlə ölçmək olar.

Turist bazarı turist məhsulu istehsalı və istehlak arasında iqtisadi münasibətlərin reallaşması kimi baxılır. İstehsalçı və istehlakçının hər birinin fərdi marağı üst-üstə düşündükdə, turist məhsulunun alqı-satqısı baş verir. Ona görə də turist subyektlərində maraqlar turizm bazarının forma məzmununu formalaşdırır.

Turist bazarı aşağıdakı funksiyanı yerinə yetirir:

-turist məhsulunun dəyəri və istehlakını reallaşdırır.

-turist məhsulunu istehsalçıdan istehlakçıya çatdırır.

-əməyin stimullaşmasını təşkil edir.

Birinci funksiyaya görə dəyərli hərəkəti və forması dəyişir. Turistlərin pulları produkta çevrilir.

Mülk \Leftrightarrow turist məhsulu

Pulun miqdarı turist məhsulunun həcmi, onu keyfiyyətini formalaşdırır. Turist məhsulunun artırılması və turistlərin cəlb edilməsi əlavə gəlir gətirir. Turist məhsulu, turist sənayesi, kənd təsərrüfatı və əhalinin gəlirlərinin artması uyğun pulun miqdarını artırır.

Turist məhsulunun istehlakçıya çatdırılmasının təşkili funksiyası turagent və turoperator setinin yaradılması ilə reallaşır. Turistlər öz pulunu turist məhsuluna dəyişməklə özünün mənəvi tələbatını maddi və xidmət məhsulunda ödəyir. Həmçinin turist bazar iş qüvvəsinin cəlb edilməsi, onların təkrar istehsalı üçün əmək haqqı xərclərini tənzimləyir.

Turizmdə əməyin stimullaşması funksiyası turizm gəlirlərinin bölgüsü və əməyin xarakterindən və onun faydalığından asılı olaraq əmək haqqının, forma və səviyyəsindəki fərqlərlə ifadə olunur.

Turist bazarı tutumu turist məhsulunun strukturu və reallaşma şəraitinə uyğun formalaşır. Turist bazarının tutumu onun bu və ya digər miqdarda turist məhsulunun həzm edilməsi, yaxud ayrı-ayrı məhsul və xidmətin mövcud qiymtlərdə və təklifdə reallaşması qabiliyyətidir. Əlbəttə bu həcm əhalinin turist tələbindən və əmtəə xidməti təklifindən asılıdır. Turist bazarının tutumu, qiymət dəyişməsindən kənarda təsvir etmək düzgün deyil. Qiymət turizm bazarının tərkib hissəsi olmaqla tələb və təklifin formalaşmasına təsir edir.

Turizm tələbatın turizm məhsulundan, onun tələbatına uyğun olduğundan və qiymətdən asılıdır.

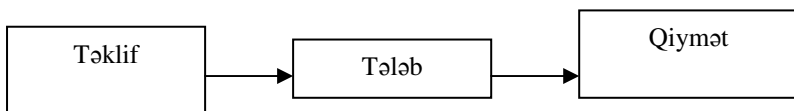
$$T=f(T^n,F);$$

Burada T- turist tələbatı

T^n -turist məhsulunun təklifi

F- qiymətdir.

Qiymətin dəyişməsi tələbata təsir edir, onun artımı tələbatın azalmasına, azalması isə tələbatın artmasına səbəb olur. Turist bazarında tələbatı turistlər diktə edir, turist məhsuluna təklifi ilə turist formaları təqdim edir. Hər birinin arxasında sosial-iqtisadi parametrlər və maraqlar mövcuddur. Tələb turistlərin gəlirləri, onların sosial-demoqrafik xarakteristikası, həyat tərzii ilə bağlıdır. Təklif istehsal həcmi onun marketing quruluşu və əmtəə xidmət keyfiyyəti ilə müəyyənəşir. Turist məhsulunun təklifi bir sıra mülahizələr və qərarların nəticəsində formalaşır. Burada turist sənayesinin rolu, onun resurs potensialının həcmi və strukturu, həmçinin texnologiyaların tətbiqi ilə məhsuldarlığın artımı və məhsulun xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşması təşkil edir. Tələb və təklifin mübadiləsi turist pulunun turist məhsuluna dəyişməsi ilə özünü göstərir. Bu zaman bir tərəfdən məhsul istehsalçısının marağı, digər tərəfdən onun istehlakçısının marağı ödənilir-bununla da təkrar istehsal baş verir. Qiymət dəyişməsi tələb və təklifdən asılı olaraq baş verir, tələb təklifi üstələdikdə qiymət qalxır, əksinə qiymət azalır.



Sxem: Tələb və təklif qiymət arasında. Məntiqi sxem

3.2 Turist bazarının seqmentləşməsi

Bazarın seqmentləşməsi-bu bazarın bircins elementlərə (mənzillərə) bölünməsi deməkdir. Bazarın seqmentlərə bölünməsi müəyyən meyarlarla reallaşır. Müasir şəraitdə vahid seqmentləşmə meyarı və üsulları yoxdur. Tədqiqatın məqsədi, bazarın xarakteri onun resurs müxtəlifliyi seqmentləşmədə ümumi prinsiplərlə yanaşı konkret yanaşma metodları tələb edir. İqtisadi ədəbiyyatlarda turizm seqmentləşməsinə dair müxtəlif

metodiki yanaşma mövcuddur.³ Seqmentləşmənin aşağıdakı meyarlar üzrə aparmaq olar:

- coğrafi;
- sosial;
- psixoloji.

Hər bir respublikanın coğrafi şəraiti, onun ərazisində turizmin inkişafının təbii şəraitini və ekoloji mühitini yaradır. Uyğun olaraq təbii sular, dağlar və iqlimin şəraiti sağlamlığın bərpası üçün turist səyahətləri üçün əlverişli şərait yaradır. Daha çox yerli əhali dağ rayonlarına və təbii sərvətlərin istifadəsinə üstünlük verir. İqtisadi cəhətdən əlverişli olan 2-3 günlük və həftəlik turist səyahətinə üstünlük verirlər. Ölkəyə onun coğrafiyası, yerləşmə və ora getmək şəraiti bu ölkənin turist sistemində mövqeyini müəyyənləşdirir.

Sosial meyarlar turistlərin sosial-demografik xarakteristikalarına görə qruplaşmasıdır. Turistlərin yaşı, cinsi, peşəsi, ailə tipi, milliyəti, dini mənsubiyyəti, gəlirləri, onların turist motivini formalaşdırır.

Psixoloji meyarlar turistlərin davranışını xarakterizə edir. Davranış üzrə turistlərin seqmentləşməsi və istehlak mədəniyyəti dünya görüşü və təhsili, iş yerləri ilə bağlıdır. Psixoloji meyar turist yerini seçilməsi, mövsümi, getmək vaxtı və həmçinin gedişi motivi ilə səciyələndir.

Seqmentləşmə turist məhsulunun seçilməsinə və onun qruplaşmasına təsir edir.

Turist məhsuluna tələbatın seqmentləşməsi

Meyar	Tələbatın seqmentləşməsi
1. Turistin gəldiyi ölkə	Gəlmə Daxili
Turistin səfərinin coğrafi məqsədi	Dünya ölkələri üzrə turizm Dünyanın ayrı ölkələri üzrə turizm Ölkənin rayonlara üzrə turizm Turistin yaşaması

³ Суринова В. Туризм, эволюция, структура, маркетинг. С. 22-30

Sosial meyar	
1. Yaş	Gənc turizm 9-30 yaşa gədər Varlıların turizmi (30-45 yaş, 45-55 yaş) Uşaq turizm Yaş qrupuna görə turizm
2 Cins	Qadın turizm Qarışıq turizm
3 Turistin peşəsi	İqtisadiyyatın və siyasətin problemləri üzrə turizmlər
4. Daimi yaşayış yerinin ölçüsü	Böyük, kiçik və orta şəhərlər üzrə turizm Kənd yerləri üzrə turizm
5. Ailəvi turizm	Tək turizm Uşaqsız turizm Ailəvi uşaqlı turizm Çoxailəli turizm
6. Milliyyəti	Etnik turizm
7. Dini məhsubiyyəti	Religiya
8. Ailənin gəliri	
Psixoloji meyarlar	
1. Səfərin motivi	Rekreasiya turizmi İşgüzar turizm İdman turizmi Tanışlıq turizmi Kommunikasiya turizmi
2. Turistin tipi	Müxtəlif təsnifatlar
3. Mövsümlük	Əsas mövsüm Mövsüm arası İlin ayları
4. Gedişin təşkili	Sərbəst
5. İstifadə olunan nəqliyyat vasitəsi	Turist şirkəti ilə, aftar, təyyarə, velosiped, avtobuslar
6. Yerləşmə vasitəsi	Motel, kemping, xüsusi evlər
7. Səfərin müddəti	Uzunmüddətli Qısamüddətli
8 Turist məqsədinin model	Müxtəlif meyarlar
9.Maliyyələşmə mənbəyi	Sosial turizm(sosial təminat), firma ödənişi, ailə büdcəsi
10. Turist səfərlərinin təşkili və təkmilləşməsində qərar qəbulu	Turagentlər, kütləvi informasiya

3.2. Turist bazarının subyektləri

Turist bazarının subyektləri hüquqi və fiziki şəxslər olmaqla mülkiyyət hüququ olan və turist məhsulunun istehsalı və istehlakında iştirak edənlərdir. Turist məhsulunun istehsalçısı səyahət etmək arzusunda olan və konkret turist obyektinin seçən daxili və xarici vətəndaşlardır. Turist məhsulunun istehsalçıları turist formaları (turagentlər, turoperatorlar, maliyyə dillerləri) olub, mənfəət əldə etmək və turistlərin tələbatını ödəmək məqsədlərini güdür. Beləliklə, turist bazarında üç subyekt fəaliyyət göstərir: turist, turistoperator, turagent.

Turoperator fəaliyyəti turist məhsulunun istehsalı köçürülməsi və istehlakı ilə məşğul olan lisenziya əsasında fəaliyyətini təşkil edən hüquqi və ayrı-ayrı sahibkarlar təşkil edir.

Turoperator təsərrüfat subyekti yaxud fərdi sahibkar olub, turist marşuristlərinin və onların reallaşmasını, reklamları turun qiymətini təyin edir və göndərişləri satılmasını təşkil edir. Turoperatorlar turist sənayesində xüsusi rol oynayır. Turoperatorlar turist məhsulunu əldə edir (təyyarə yerləri, oteldə yerlər və digər xidmətlər), xidmət paketini hazırlayır və onları müxtəlif istifadəçilərə satır- gəlir əldə etmək və yaxud bazarda rəqabətə dözmək üçün turist xidməti ayrı-ayrı satır. Gəlir məqsədilə turoperator turist paketini formalaşdırır və turist məhsulunun istehsalçı kimi çıxış edir. Bu bir başa turist məhsulunu əlavə şərait tələb etmədən istifadə üçün edilir. Turist paketləri öz tərkib elementlərinə görə fərlənir. Digər tərəfdə turoperator ayrılıqda turizm xidmətini satır, turist xidmətini topdan satış dilləri kimi çıxış edir. Bu halda turoperator turist məhsulunun istehsalçısında turist məhsulunun turist paketində çox olaraq alır. Bəzən turoperator turist ayrı-ayrı xidmətini adamlarla öz fərdi paketini formalaşdırmaq üçün satır. Turoperatorun qiymətləndirməsi onların çoxlu miqdarda turist məhsulunun qiymətinin düşməsindən özünü sığortalamaq qabiliyyəti ilə

ölçülür. Xaricdə adətən aşağıdakı turopertor qrupları ayrılır; kütləvi bazar; ixtisaslaşmış yerli səyyah.

Kütləvi bazar tipli turopertor daha geniş yazılıb. Onlar turist kurortlarına turist paketlərini satırlar. Turistlərin daşınması qatar və adi reyslər ilə reallaşır. Bu tip ancaq müəyyən olunmuş istiqamətdə turopertorları əhatə edir:

-müəyyən olunmuş müştərilərə turist paketini təqdim dir. (gənclər, ailə və s.)

-müəyyən istiqamətlərə turist paketlərin təqdim edir (Türkiyə, Amerika, İngiltərə və s.);

-müəyyən olunmuş nəqliyyat növündə turistləri daşıyır (gəmi, pəzd və s.);

-xüsüsüləmiş tur təşkil edir (qış turizmi, ovçuluq və s.)

Tuopertorlar turist paketinin yerli və xarici turistlərə satdıqlarına görə yerli və səyyar tuopertorlara bölünür. Səyyar tuopertorlar xarici turistlərə xidmət menecmenti rolunu oynayır, onları qarşılıyıb, otellərə aparır.

Tuopertorlar xeyli sayda xidmətlər etməklə avtobus və otellərin olan qiymətlərin aşağı salır, yemək, əyləncə proqramlar üçün kompaniyalarla danışaqlar aparır. Bəzi tuopertorlar etnik qruplar üçün ixtisaslaşır.

Tuopertor-turist formasının daha çox sənayeləşmiş görünüşüdür. O, özünün turist formasına topdansatış proseseini reallaşdırır, geniş ixtisaslaşmış turist əlaqələrinə həyata keçirir. Tez-tez turist agentlərinə turları satır.

Turagentləri özünün xidmət vasitələri yoxdur. Onlar turist xidməti müəssisələri ilə turist göndərişi olanlar arasında əlaqələndirici rolunu oynayır. Hər ölkədə turagentin müxtəlif növləri formalaşır. Qabaqcıl ölkələrin təcrübəsinə görə aşağıdakı növləri qəbul etmək olar:

1. Baş agentlər. Onlar xüsusi nəqliyyət lisenziya alır. Bu lisenziya onlar ölkə daxilində nəqliyyatın təşkilinə təminat verir. İxtisaslaşmasında asılı olaraq agentlər kütləvi turist turu

təqdim olur. Xarici turistlərə müəyyən olunmuş marşrutlar təqdim edir.

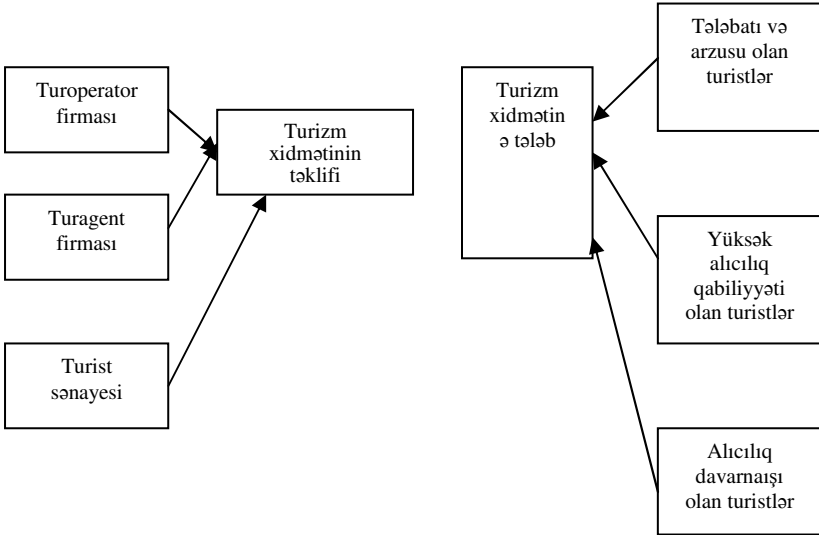
2. Turist agentləri ancaq Azərbaycanda turu təşkil edirlər.

3. Agent altılar, boş və turist agentləri arasında xidmət reallaşdırır

Turoperatorlar və turagentlər turist sənayesinin tərkibinə daxildilər

3.3. Turist bazarının fəaliyyəti mexanizmi

Turist bazarının fəaliyyət mexanizmi tələb və təklifi tarazlaşmasına sisteminə təsir edir və turist məhsulu, pul axını və turist axını arasında əlaqəni təşkil edir. Turist bazarını aşağıdakı sxemlə ifadə etmək olar:

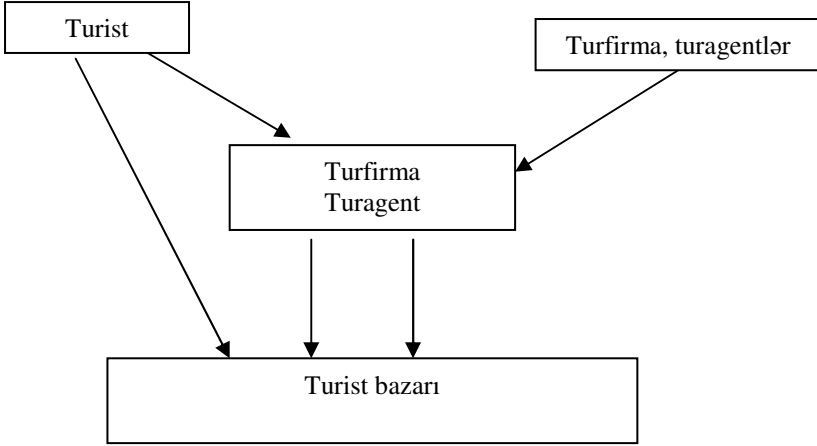


Sxem: Turizm bazarının fəaliyyəti

Sxemdən göründüyü kimi turizm xidmətinə tələb müəyyən mülahizələr və turistlərin arzusu ilə reallaşır. Yüksək alıcılıq qabiliyyətinə və səyahət arzusunda olan tələbat ən imicli tura, original, səyahəti yüksək xidmət axtarışında olurlar (komfort, tərcümə, avtonəqliyyat xidmətçilərin nəzər diqqəti)

Turist-turizm xidmətinin alıcısıdır. Tələb qabiliyyəti turistin psixoloji, sosial təbii şəraitilə formalaşır. Müəyyən mənada xarici mühüt, reklam, qiymətlə və əhalinin istehlakla davranışı ilə formalaşır. Turist bazarının səmərəli fəaliyyəti bu amillərdən asılı olmaqla, öz növbəsində ayrı-ayrı sektorlara bölünür. Bu amillərin öyrənilməsi meyilləri və təsirlərinin qiymətləndirilməsi tələb və təklifin optimal əlaqəsini təşkil edir. Turizmin inkişafı qlobal mənada bütövlükdə iqtisadiyyatın artımına və onun ayrı-ayrı sahələrinin dinamikasına təsir edir. Onu da vu sahələrin əlaqəsi ilə inkişaf edir. Turist bazara ölkə iqtisadiyyatına əlaqədə siklik xarakter daşıyır. İnkişaf etmiş turist bazarı dövlətin varlanmasına, əksinə az inkişafı yoxsulluğa təsir edir, iqtisadiyyatın zəifləməsinə səbəb olur.

İnkişaf etmiş iqtisadiyyat imkan yaradır naturistlərin tələbatı ödənilsin. Turist resursların çoxluğu və zənginliyi turizmin maddi-texniki bazasının genişlənməsinə imkan verir Turizmdən əldə olunan gəlirlər artdıqca yeni turist tələbatının ödənilməsinə və başqa sahələrinin inkişafına şəraiti yaradır. Turizm bir tərəfli inkişaf etdirmək olmaz, onu kompleks inkişaf etdirmək vacibdir. Turist dövriyyəsi və hüquq münasibətlər sistemi olub, turistlərə turist formaları arasında əmələ gələn münasibətləri və turist məhsullarının hərəkəti turizm investisiyasının turizmdən yaranan gəlirləri və onun bölgüsünün büdcə daxil olmalarının əhatə edir.



→ turist məhsulunun çəkisi

→ pul axını

1.- turist pul ödəyib turist firmasına

2.-turist firması turistə göndəriş verir

3-turist səyinin turist göndərişinin turist məhsuluna

4-mübadilə nəticəsində turist ödəyir. Pula görə özünün tələbatını ödəyir.

5.-turist firması aldığı pula görə turist bazarının genişləndirir.

6.-turist firması yeni turist məhsulu istehsal edir.

7-turist büdcəyə və müxtəlif ödəmələr edir.

Turizm dövriyyəsi turizmin mövsümündən asılıdır.

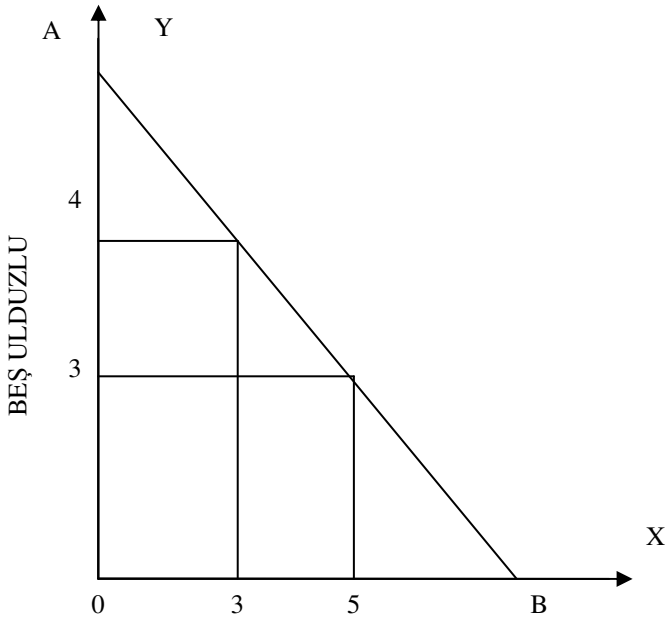
Dövriyyə vəsaitləri istehsal-xidmət prosesində resursların rəqabət qabiliyyətindən və müəssisənin texnoloji vəziyyəti ilə müəyyənləşir.

Mülkiyyət formalarına görə maddi-texniki təchizat obyektləri turist subyektinə, ayrı təsərrüfat subyektlərindən icarəyə olunan obyektlərə, məsələn bələdiyyələrdən icarəyə götürülmüş otellər, müxtəlif əyləncə obyektləri və yaxud fiziki şəxslərdən icarəyə götürülmüş obyektlərə bölünür, öz tərkibinə görə maddi texniki təchizatına tərkibi, gücü, miqdarı və keyfiyyəti regionda turist tələbatına uyğun olmalıdır. Bu uyğunsuzluq

turizmdə xidmətin keyfiyyətini azaldır, onun rəqabət qabiliyyətliyini və davamlılığını zəiflədir. İqtisadi cəhətdən səmərəli və turizmdən gələn gəlirləri azaldır.

Bütün iqtisadi komplekslərdə olduğu kimi turizmdə əmək, maliyyə, maddi resursları öz məhdudluğu ilə səciyyələnir. Turizm məhsulunun istehsalı, onun kəmiyyəti və keyfiyyəti müəyyən regionda və müəyyən vaxtda turist tələbatına uyğun olur. Turist məhsulları və xidmətlərinin birinin azalması, digərinə artmasına, yəni turist üsullarının bir-birinin əvəz edilməsi, tələbatın ödənilməsi, ierarxiyasını yaradır. Turist məhsulunun tələbatı onun yeni məhsulların və xidmətlərin tələbi ilə daima təkmilləşir, bu da öz növbəsində əlavə xeyir gətirir. Turist məhsulunu və xidmətini birinin azalması, işlərinin artırması ilə əvəz olunması bir tələbatın ödənilməsində müxtəlif kombinasiyada və əmtəə və xidmətlərin məcmunu təsvir etməyə imkan verir. Məsələn, turistlərin sayına görə otellərin və onların çarpayı tutumu proqnozlaşdırılır. Belə ki, proqnoza görə, turistlərin yerləşməsi üçün tikmək otellərin 3-nü üç ulduzlu, 5-ci ilə beş ulduzlu olması planlaşdırılır.

İkinci mərhələdə regionda turist sənayesinin gücünü proqnozlaşdırılır. Bir kateqoriyaları oteldə əvəz edilməsi qrafiki olaraq təsvir olunur.



DÖRD ULDUZLU

X və Y oxu k nöqtəsində kəsişir AKB xətti K nöqtəsində üç ulduzlu və beş ulduzlu otellərin asılılığını ifadə edir.

Dörd ulduzlu və beş ulduzlu otellərin arasında dəyişmə nisbətləri tələbatına dəyişmə dinamikasından asılıdır. Belə ki, dörd ulduzlu otellərə tələbat artdıqca beş ulduzlu tələbat azalır. Regionda əhalinin pul gəlirləri, onların sosial vəziyyətinin dəyişməsi uyğun olaraq tələbatın dəyişməsinə səbəb olur. Otelərdən sayı regionda turist ehtiyaclarını ödəməyə potensial şərait yaradır. Üçüncü mərhələdə tələbatı uyğun otellərin layihələşdirilməsi və onların tikintisi mərhələsidir. Bu mərhələdə otel təsərrüfatının təşkili və istifadəsində investisiyaların cəlb edilməsinin yerləşməsi, otel təsərrüfatında məşğul olan sahibkar fəaliyyətinin xarici investisiya mənbələrinin cəlb etməklə dünya standartlarına, xarici vətəndaşların zövqünə və tələbinə

reallaşır. Turist tələbatının ödənilməsi yolları, bütöv kompleks şəraiti ilə bağlıdır.

3.4. Turist bazarının fəaliyyətində mövsümlülük

Mövsümü anlayış təbii və stasional amil olmaqla hər turist fəaliyyətinin davamlığına onun məhsul istehsalında ahəngdarlığına və sosial nəticələrin səmərəsinə təsir edir. Mövsümi amillər turist bazarında tələbata təsir etməklə, onun ödənilməsi yollarına və turist səhiyyəsinin istehsal proqramını qiymətləndirir. Mövsümlülük təsirləri turist bazarında müvazinatlılığı və davamlığı saxlamaq üçün istifadə olunan tədbirlərin planlaşma və idarə olunması sistemini və üsullarını turist bazarının inkişafı konsepsiyasının hazırlanmasını tələb edir. İstehsal-xidmət intensivliyi turist bazarında mövsümlülükdən asılı olaraq formalaşır. Turist bazarında mövsümlülüüyün tədqiqi, təbii coğrafi amillərin təsirini nəzərə almaq, turist mövsümünün müddətini qiymətləndirmək, turist mövsümünə təsir edən amilləri nəzərə almaq və zəruri tədbirlərin hazırlanması və tətbiqi yollarını əsaslandırmaqla, istehsal-xidmət proqramlarının işlənməsi metodlarının və mexanizmlərinin idarə olunmasına əsas verir.

Turizmdə mövsümlülük aşağıdakı əlamətlərlə səciyəyənlir:

- turist axınını intensivliyinin maksimal axını;
- turist regionu, turist firması, turist müəssisəsi mövsümlükdən asılı olaraq bir neçə dəfə formalaşır;
- turist mövsümlüyü regionlar, şəhər və kənd yerləri üçün qeyri bərabər dinamizm kəsb edir. Ona görə də mövsümi təlatümlər qiymətləndirməklə turizm təklifi planlaşdırılır;
- turizm mövsümlülüüyü ayrı-ayrı turist növü üzrə fərqlənir.

Mövsümlülük özü də bir sıra amillərdən asılıdır:

- təbii klimatik şərait xüsusi amillər olaraq idmanın sağlamlıq və tanışlıq şəraitinin mövcudluğu;
- iqtisadi - əmtəə və xidmətin istehlaka tədiyyə qabiliyyətinin, əmtəə və xidmət təklifindən asılılığı;
- sosial - sərbəst vaxtın mövcudluğu;
- demografik - cins və yaşına görə istehlakın differensasiyası;
- texnoloji - ənənə, moda, yamsılama;
- maddi - texniki təminat yerləşmə sxemi, yemək, nəqliyyat mədəni-sağlamlıq xidməti;
- texnoloji - xidmət istehlakının keyfiyyəti.

Bütün amilləri təsir gücünə görə birinci dərəcəli və ikinci dərəcəli amillərə bölməklə, mövsümlülüüyün təsir gücünü qiymətləndirməklə əlavə tədbirlərin əsaslandırılması və proqnozu verilə bilər.

Təbii coğrafi şərait və formalaşmış amillər birinci, qalanları isə təşkilati-iqtisadi və idarə olunan amillər kimi ikinci növ amillər kimi qəbul olunur. Mövsümlülük turist tələbatının qeyri bərabərliyinə müxtəlif aspektdə təsir edir. Turist sənayesində mövsümlülük, məşğulluğa təsir edir. Bu da öz növbəsində müsbət və mənfi tərəfləri ilə səciyyələnir. Belə ki, mövsümlülük əlavə iş yerləri açır, amma əhali axınını artırır. Kadrların müvəqqəti işlə təmin olunması, sonradan işdən çıxarılmasına təsir edir. Mövsümlülük daimi iş yerləri üçün əhəmiyyətlidir. Tələbələr, işsiz adamlar və miqrasiya üçün gəlir əldə etmək imkanı yaradır. Mövsümlülük iş qüvvəsindən istifadənin universiallığını artırır. Mövsümlülük əlavə gəlir gətirməyə imkan verir. Turizm mövsümlüyü aşağıdakı istiqamətlərdə məşğulluğa təsir edir:

- natamam məşğulluğun xüsusi çəkisini artırır;
- məşğulluğun mövsümü dalğasını əmək yükündə artırır;
- ixtisaslaşmış kadrların xüsusi çəkisinin azalmasına;
- peşəkarlığın artımının məhdudlaşması;

- qadın əməyinin xüsusi çəkisinin artımına.

Azərbaycan respublikasında mövsümü xarakterli böyük xüsusi çəkiyə malikdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə mövsümi turizm, neytrallaşdıran daimi turist növlərinin biri-birini əvəz etməsi konseptual inkişaf istiqamətləridir. Fransa, İsveçrə, İtaliya, Avstraliyada müxtəlif turist növləri mövcuddur. Belə ki, dağ turizmi xizəklə idman üçün yararlıdır. Ona görə də mövsümlük təbii şəraiti, bəzi regionların və ölkələrin turist növü üzrə ixtisaslaşmasına səbəb olur.

Turist mövsümünün müddətinin uzadılması bir sıra nəticəsinə görə səmərəlidir. Birincisi, turizmin maddi texniki bazasının tam yüklənməsinə və boş dayanmaların, itkilərin azaldılmasına səbəb olur. İkincisi, tam məşğulluğu təmin edir, regionda iş yerlərinin daimliliyinə səbəb olur. Üçüncüsü əsas fondların fondla silahlanmasına və səmərəli istifadəsinə şərait yaradır.

Turizm xidməti bütövlükdə asılı olaraq ixtisaslaşır, uyğun mövsüm tədbirləri və istehsal xidmət sferası yaradır. Mövsümlülük uyğun əmsalla hesablanır.

$$K = \frac{Y_t}{Y} 100$$

Burada Y_t - ayrı-ayrı reallaşmış xidmət manatla

Y - orta aylıq reallaşmış xidmət

İqtisadi təhlil metodikasında mövsümlülük əmsalının müxtəlif üsullarla hesablayırlar. Statistik üsullar olaraq orta sadə, hamarlama, nisbi rəqəmlər, sürüşkən orta üsulları tətbiq olunur. Sadə orta üsulu ilə il ərzində mövsümlüyün orta rəqəmlə kənarlaşmasının orta hesablanması tətbiq edilir.

$$k = \frac{\sum_i^n (i \cdot s)}{\mu}$$

Burada ki, s_i - il ərzində mövsümlüyün dəyişmə dinamikası

s -orta rəqəmlə μ - mövsümlüyün hər ayda uyğun qiyməti

Sadə orta rəqəmi hesablamaq üçün ən azı üç sonuncu ilin rəqəmini götürmək vacibdir. Müxtəlif firma turist müəssisələrində aparılan müşahidələr və məntiqi təhlil göstərir ki, daha çox orta mövsümlükdən, uzlaşma yay və qış aylarında baş verir. Əlbəttə iqlim şəraiti əhalinin yerdəyişməsinə olan mövsümü ehtiyaclar və həmçinin əhalinin gəlirlərinin və məzuniyyət dövrünün, xəstəliklərin müalicəsi dövrləri mövsümün ərzində turist axınına təsir edir. Turizmin vaxtdan asılı olaraq əldə etdiyi gəlir xətti futasiya ilə ifadə etmək olar.

$$y = A_0 + A_i t$$

burada u - əldə edilən vəsait, rubl

t - vaxt amili

A_0, A_i -tənliyin parametrləri

Bu tənliklər vaxtdan asılı olaraq və A_0, A_i -in qiymət gəlirlərini hesablamağa imkan verir. Bu gəlirlər xətti dəyişilirsə, onda onun vaxtdan asılığını parabola, hiperbola və digər qeyri xətti funksiyalar ilə ifadə etmək olar.

MÖVZU 4. TURİST SƏNAYESİ

Plan:

- 4.1. Turist sənayesinin tərkibi və mənası
- 4.2. Turizmin maddi texniki bazası
- 4.3. Turist müəssisələrinin ayrı-ayrı tiplərinin xarakteristikası
- 4.4. Turizmdə iş qüvvəsi və istifadəsinin səmərəliliyi

4.1. Turist sənayesinin tərkibi və mənası

Turist firmaları özünün davamlı fəaliyyəti və gəlir gətirmək məqsədi ilə turist xidməti və biznesinin bir tərəfi olan turist sənayesini təşkil edir. Turist servis xidmətinin sənayesi turist sənayesi kimi çıxış edir.

Turist sənayesi özü ilə yerləşmə vəsaitləri, nəqliyyat vəsaitləri, ictimai iaşə müəssisələri, əyləncə, tanışlıq, işgüzar, idman və başqa təyinatlı təşkilatlarda turaperator və turagentin digər fəaliyyətləri reallaşdıran ekskursiya xidməti, tərcümə-qıdlik təşkilidir.

Turist sənayesi maddi-texniki bazanı özündə birləşdirir. Xeyli sayda işçiləri təşkil edir və sahələrlə sıx əlaqəsini yaradır. Geniş mənada turist sənayesinə geniş komplekslər daxildir. Nəqliyyat kompleksi, otel təsərrüfatı, ictimai iaşə müəssisələri, onların texniki və texnoloji bazası bu sənayenin əsas ehtiyaclarını ödəyir. Turizm sənayesi, istilik texnikası istehsalı və istifadəsi, nəqliyyat sənayesi, maşınqayırma, informasiya texnologiyası, suvenir sənayesi, yeyinti sənayesi və kənd təsərrüfatının bir çox sahələri ilə əlaqədə inkişaf etdirilir. Onların istehsal strukturunda turizm üçün sifarişlər qəbul edilir. Bu sahələrlə xidmət özü də sənaye məhsulu kimi turist tərəfindən mənimsənilir. Turist sənayesi, öz xarakteri etibarlı ilə turistlərin xidmətə olan tələbatını ödəməyə və texniki cəhətdən təkmilləşməyə ehtiyacı olan

sahədir. Turist xidmətləri aşağıdakı sənaye məhsulu kimi formalaşır.

- turistlərin yerləşməsi üzrə (otellər, motellər, kempinlər, pansionatlar, sanatoriyalar və turist bazarları). Turistlər xüsusi mənzillərdə yerləşə bilər xüsusi mənzillərdə, icariyyə mənzillərində, çadırlarda, qoşqu evlərdə, karvanxanalarda, poezdlərdə və gəmilərdə;

- turistlərin ərzaqla təminatı (restoranlar, kafelər, yeməxanalar, qəlyanaltılar, kafteriya və barlar)

- müxtəlif ölkələrdə turistlərin hərəkətinin nəqliyyat növü (poezd, gəmi, avtomobil, dəniz, aviya reysləri) nəqliyyat növləri turistlərin tələbinə görə və ayrı-ayrı turist müəssisələrinin xarakterinə görə ixtisaslaşır və hər bir ölkədə xüsusi turist nəqliyyat növləri mövcuddur. Nəqliyyat vəsaitlərinin seçilməsi vaxt amili xərclərdən asılıdır. Nəqliyyat vəsaitləri, mövcud nəqliyyat təchizatı, əhalinin sərbəst vaxtı və gəlirləri ilə differensiallaşır;

- reklamlar sosial informasiyanın müxtəlif görünüşüdür, insanlar arasında informasiya mərkəzidir. Reklamın səmərəsi geniş yayılır. Reklam turist məhsulunun artımına və onun strukturunun dəyişməsinə təsir edir. İnformasiya turist xidməti haqqında əhaliyə tanışlıq verir.

Turistlərin resursu- təbii, coğrafi, iqlim, sosial-mədəni obyektlər olub, turistlərin tələbatını ödəmək üçün istifadə olunan və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq turist dövriyyəsinə cəlb olunan resurslar daxildir. Xidmət tələbatını ödəyən resurslar potensial və faktiki tələbatı ödəyən konkret resurslara ayrılır:

- turist agentlərinin məişət xidməti turistlərə nəqliyyat seçimi etmə, onları otellərdə yerləşdirmək, dünya turist bazarında baş verən turist xidmətlərinə məlumat vermək, dünya və turist ölkələrində turist xidmətinin qiymətini çatdırmaq və valyuta kursu, digər məlumatlar verməkdən ibarətdir.

- mədəni xidmət turistlərə mədəni obyektlərin fəaliyyətinin əsas göstəricilərini, kinoteatr, xarici abidələr, şəhər və kəndlərin sosial mədəni inkişafı haqqında məlumatları birləşdirir.

- elmi-texniki xidmət ayrı-ayrı ölkələrdə elmi seminarlar, konfranslar və informasiya texnologiyaları haqqında məlumatlar yayır.

-işgüzar tələbatların ödənilməsi xidməti, konqreslərdə, müşavirələrdə, seminar və elmi simpoziumlarda, yarmarka, sərgi və bir sıra sahələrdə təcrübə, tanışlıq məqsədini güdür;

- ticarət müəssisələri xüsusi təyinatlı əmtələrin suvenirilər, markalar, hədiyyələr və milli ornomentləri təsvir edən tarixi və milli əşyaları (xalçalar, çikankalar, corablar, musiqi alətləri və s.) reallaşdırır.

- inzibati-nəzarət orqanları (polis, pasport icazəsi, miqrasiya kağızları, tamojnu, sənədlərin qaydalaşması və onlara nəzarət) xidmətini göstərir.

- təbiətin qorunması, tarixi və mədəni abidələrin istifadəsi və onlarla turistlərin tanışlığı

- məlumat xidməti

- dövlət turizmi orqanları (komitet və departamentlər)

- turist birlikləri

İqtisadi cəhətdən turist sənayesi vahid istehsal əmlak məcmuunu təşkil edir. Bu da öz növbəsində turizmin maddi texniki bazasını, onun resurs potensialını, iş qüvvəsinin qarşılıqlı əlaqəsini əhatə edir. Turist sənayesi məhsulu öz daxilində formalaşan maddi resursların xidmətə çevrilməsi və insan tələbatına uyğun istehlakı kimi özünü ifadə edir.

4.2. Turizmin maddi texniki bazası

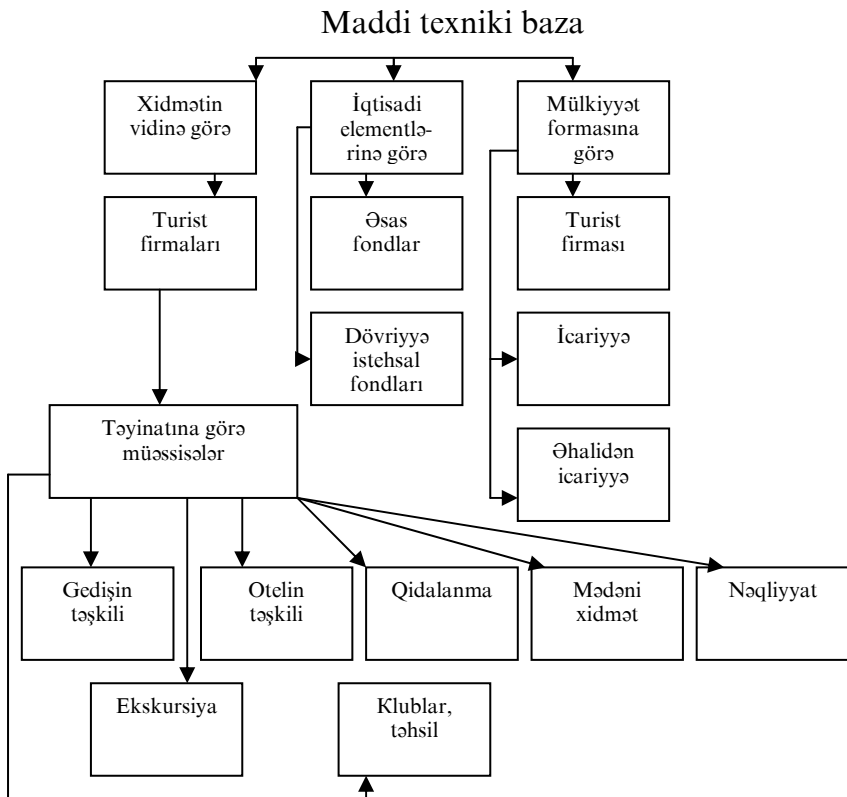
Turist təsərrüfat fəaliyyətinin təşkili onun restruktizasiyası və səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün maddi texniki baza və istehsal xidmət vasitələri əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmin maddi texniki bazasını binalar, texniki vasitələr, əsas fondlar, nəqliyyat vasitələri və digər əsas fondlar təşkil edir. Maddi texniki təchizat turizmin inkişafının dinamik tərkib elementi olub «əsas fondlar» mahiyyətindən daha geniş və maddi-şəyşə strukturu kəsb edir. Turizm dövryyəsinə təkcə bu sahəyə aid olan əsas fondlar deyil, həmçinin digər sahələrin turizm dövryyəsinə cəlb olunan əsas fondları təşkil edir. Maddi texniki baza turistlərə kompleks xidmət etməyin şəraitini yaradır. Turistlərin rahat, fizioloji tələbatını ödəyən şərait üçün texnologiya yardım göstərir. (yerləşmə, ekskursiya, daşıma, müalicə, qidalanma və s.) Beləliklə maddi-texniki baza turizm fəaliyyətinin intensiv və səmərəli, davamlı inkişafı və turizm məhsulunun keyfiyyətini yüksəldən ünsür kimi çıxış edir. Turizmin maddi-texniki bazasına, binalar, nəqliyyat vasitələri, göndərişlərin təşkili, qida müəssisələri, inventarlaşma, xilasedici - nəzarət xidməti (post), turist klubları, stansiyalar daxildir.

Turist firmaları - nəhəng turist müəssisəsi olmaqla turistlərə kompleks xidmət göstərir. Özünün gəlirləri və firmanın genişlənməsi üçün yığılı əməkhaqqı fondu və ehtiyatlarını öz gəlirləri hesabına tənzimləyir. Turizmin texniki bazasını müxtəlif meyarlar və göstəricilər, texnologiya baxımından təsnifatlaşdırmaq olar. Bu təsnifat aşağıdakı formada ola bilər:

- turistlərə göstərilən xidmətin növünə görə;
- iqtisadi elementlərə görə mülkiyyət formaları, texniki vəsaitlərin dövlət özəl və icarə münasibətlərinə uyğun istifadəsi yolları
- sxematik olaraq turizmin maddi texniki bazasını aşağıdakı kimi ifadə etmək olar.

Sxemdən görüldüyü kimi maddi-texniki bazanın təzələnməsi turizm məhsulunun xidmətinin əsas istiqamətləri üzrə konkretləşir.



Sxem. Turizmin maddi texniki baza obyektlərinin təsnifatı

Turistlərə göstərilən xidmətə görə turist obyektləri təsnifatlaşdırılır. Burada aşağıdakı turist obyektlərini təsnifatlaşdırmaq olar.

Turistlərə kompleks xidmət göstərən müəssisələr- (turist firmaları, xüsusi otellər, turizmin təşkili obyektləri, turagent, səyahət bürosu, göndərişləri reallaşması, qəbul bürosu); turistlərin yerləşməsi müəssisələri- (otellər, turbazalar); qida müəssisələri- (kafelər, restoranlar, barlar); nəqliyyat müəssisələri; mədəni müəssisələr- (kino, teatr, klub,

konsert zalları); ekskursiya təşkili müəssisələri (səyahət bürosu və ekskursiya).

İqtisadi cəhətdən maddi texniki baza əsas fondlar istehsal-dövriyyə, qiymətli və az qiymətli, təkrar istehsal xarakterinə görə resurslara bölünür.

Əsas fondlar- maddi əşya strukturu, təşkil edib təkrar istehsalda roluna görə öz dəyərini hissə-hissə yeni yaradılan məhsul üzərinə keçirir. Əsas istehsal fondları istehsalda fəal rol oynamaqla aşınaraq, öz dəyərini yeni yaradılan məhsul üzərinə keçirir. Əsas fondlar istifadə müddətinə görə uzunmüddətli olub, onun proqnozlaşması intensiv istifadə əmsalından və daha məhsuldar texnologiyanın meydana gəlməsi və istifadəsi intensivliyindən asılıdır. Dövriyyə vəsaitləri aktiv rol oynamaqla bir istehsal prosesində öz dəyərini yeni məhsul üzərinə keçirir və məhsulun dəyərində özünün dəyərini təcəssüm etdirir.

4.3. Turist müəssisələrinin ayrı-ayrı tiplərinin xarakteristikası

Turist müəssisələri öz xarakteristikasına görə fərqlənir. Turist müəssisələrinin təyinatına, iqtisadi imkanları istehsal xidmət keyfiyyəti və yerləşmə coğrafiyasına görə müxtəlif və eyni göstəricilər və xarakteristikalar kəsb edir. Dünya təcrübəsinə turist müəssisələri turistlərin yaşaması (gecələməsi üçün istifadə olunan otellər, motellər, turist bazaları daxildir). Turistlərin gecələməsi üçün lagerlər, çadırlar, yedəkli yaşayış otaqları istifadə olunur. Bu vasitələr, turist firmalarının sərəncamında olmaqla turistlərin yerləşdirilməsi üçün istifadə olunur.

Komfort – bu kompleks şəraitinin insan istirahəti üçün yaradılmasıdır. Komfortda əraitinə görə ölkədə müəssisələrinə təsnifatı qurulur. Otellərin klassifikasiyası, müxtəlif ölkələrdə eyni tip metodika əsasında aparılır. Standart tələbələr yaradılan şəraitinə müəyyən normativlərə uyğun əsaslandırılması və

onun turist tələbatının xarakteristikaları ilə uyğunlaşması ilə baş verir.

-11- səhifə

Dövlət standartlarına uyğun olaraq birdən beşinci kateqoriyalara qədər xarakterizə olunur. Turbazalar, kempinglər, sığınacaqlar üç dərəcəyə bölünür. A,B,V. Otel nömrələri beş dərəcəyə bölünür-“əla” beş birinci, ikinci, üçüncü, dördüncü.

Otellərin kateqoriya təsnifatı üzrə kompleks tələbələrə uyğun qruplaşdırılır.:

- maddi-texniki təminat;
- göstərilən xidmətin çeşidi və keyfiyyəti;
- xidmət səviyyəsi.

Ümumi tələbat bütün kateqoriyalara otellər üçün eynidir. İstənilən otelə gediş üçün əlverişli yol şəariti, işıqlı, əlverişli gəzintisi, avtomobil dayanacağı, yemkxanaya giriş və təmizliyi, təhlükəsizliyi, istənilən hava şəraitində olunmalıdır. Otelər ayrıca giriş qapısı olmalıdır.

Otellər mühəndis sistemləri ilə təchiz olunmalıdır.:

- soyuq və isti su təchizatı 24 saat ərzində su ehtiyatı
- kanalizasiya;
- istilik 18. dərəcədən aşağı təmin olunmamalıdır
- ventilyator, hansı ki otaqların təmiz hava olunmasına təmin verir:

- radio və televiziya təchizatı;
- rabitə əlaqəsi
- otaqlara təbii və süni işıqlanma

Yeni oteldə amillərin hərəkəti qəbulu üçün texniki şəraiti yaradır. Otellərdə mövcud dünya ticarət birliyi tələblərin, uyğun biznes fəaliyyəti müəssisələri olaraq turistlərin ehtiyatları ödəyir. Turizm infrastukturu otellərin maliyyələşməsində nəzərə almağı lift, yükdaşınma və digər xidmətləri yüngülləşdirən baza ilə təmin olunur. Dünya təcrübəsində bütün şəraiti olan otellər “Hilton” otelləri nümunəvi otellərdir. Otellərin nəzdində “restoranlar, kafelər, barlar, “lyuks”, ali birinci dərəcəli

oteldə olmaqla xidmətin keyfiyyəti və qiymətləri əsaslandırır: Bu istiqamətdə avtomobil nəqliyyatın və turistlərin ekskursiyası üçün avtobus parkları, onların xidməti, karter və lodkalar əhəmiyyəti kəsb edir. Avtobuslar tutumuna sürətinə və komfortunu görə təsnifatlaşdırır. Bu növlük otellərin dərəcəsinə və təsirlərinə uyğun olur.

4.4. Turizmdə iş qüvvəsi və istifadəsinin səmərəliliyi

İş qüvvəsi insanın fiziki əqli qabiliyyəti olmaqla maddi və mənəvi nemətlərin xidmətin yaradılmasında istifadə olunur. Əmək prosesində iş qüvvəsinin kəmiyyəti və keyfiyyəti reallaşır və cəmiyyətin məhsuldar qüvvəsinin tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Əmək məhsuldarlığı əməyin nəticəsi kimi ifadə olunur, maksimum əmək məhsulunun minimum məsrəflərdə təmin olunması kimi çıxış edir. Əməyin nəticəsi vahid məhsula və xidmət çəkilən xərclər yaxud vahid zamanda istehsal olunan və yaxud göstərilən xidmətə deyilir. Beləliklə məhsuldarın əmək prosesində səmərəli kimi qəbul edilir. Və yaxud vahid zamanda göstərilən xidmətin dəyərinin kəmiyyəti ilə ölçülür. Əmək məhsuldarlığın saxta kvartı ilə görə hesablanır. Əmək məhsuldarlığı iki üsulda hesablanır. Birincisi birbaşa adam düşən istehsal və göstərilən xidmətə görə; ikincisi turist məhsulunun reallaşmasında əldə olunan gəlirlərin orta illik pensiyacıların sayına bölmək yolu ilə.

Əmək tutumu-istehsal həcmnin əksidir. İstehsal həcmnin artımında əmək tutumunun azalmasına olan kitabı ilə hesablanır.

$$Y = 100x / 100 + X;$$

$$X = 100Y / 100 + Y$$

Harada Y-əmək tutumunu azalması tempi, %

Y-hasilatı artım tempi Y

Əmək tutumunun azalması tək-cə texniki tərəqqi ilə deyil, iş vaxtının səmərəsi onun daha intensiv istifadəsi ilə, yaxud qeyri

məhsuldar iş vaxtını azaltmaq əməyin intensivliyi yolu ilə baş verir. Turist firmalarında əmək məhsuldarlığının məhsulunun əmək tutumunun təyin edilməsi görə öz həllini tapmışdır. Bu hasilat normasının və xidməti hesablamaq üçün tətbiq olunur. İşçilərin hasilat artanda əlavə xidmət artır. Bu məhsuldarlıq aşağıdakı formula ilə ifadə olunur.

$$\Pi=100\Delta_r/\Delta_t$$

Burada-əmək məhsuldarlığının artımı hasilatı artım, %-lə

Δ_r - işçilərin sayının artımı, %-lə

Δ_t -turizm xidmətinin hasilatının artımı %-lə

Turizmdə əmək məhsuldarlığı üç əsas göstəricinin birləşdirir:

- dəyər qiymətində əmək məhsuldarlığı,
- natural ifadədə əmək məhsuldarlığı
- kompleks göstəricilər

Birinci göstərici turist sənayesində işçilərin hasilatını əks etdirir. Bu göstəriciləri regionda turist məhsulunun reallaşmasında əldə edilmək gəlirin işçilərin orta illik sayına bölməklə müəyyənləşir.

$$B=T/R$$

B-hasilat, vahid işçiyə əmək əldə olunan nəticə

T-turist məhsulunun reallaşmasından əldə olunan nəticə

R-turist sənayesində orta illik işçilərin siyahı üzrə sayı.

Əmək məhsuldarlığı bazar iqtisadiyyatı şəraitində əmək fəaliyyətindən asılı olaraq amillərdən də asılıdır ki, bu da öz növbəsində qiymətlərin dəyişməsi, tariflər, güzəşli göndəriş alanlarının sayının çoxalması kimi kənar amillərdən asılıdır. Əmək məhsuldarlığına hər bir işçinin sosial müdafiyyəsi tədbirləri onun perspektiv dövüdə yaşayışına təminat sistemi ölkədə olan ictimai böplüq sistemi və turizm regionda yaşayış üçün ətraf mühiti təsir edir. Ona görə də kompleks həyat şəraiti, müdafiə sistemində ətraf mühit, sosial mühit və təminat sistemi və əmək məhsuldarlığının artımına təsir edən amillərdir. Ona görə də əmək səmərəsinin kompleks ölçmə metodu, bir əmək məhsuldarlığının dəyər və natural dəyişmə göstəricilərini qarşılıqlı əlaqəsi kimi qiymətləndirmək olar

$$K_n = \sqrt{BH}$$

Burada K_n -əməyin səmərəliyinin dinamikasının kompleks göstəricisi

B-əmək məhsuldarlığın dəyişməsinin

H-əmək məhsuldarlığının dəyər göstəricisi

İş qüvvəsinin istifadəsinə turist əməyinin məhsuldarlığına amillərin xarakteri və məzmununa görə aşağıdakı qruplara bölmək olar.

-ümumi iqtisadi amillər

-turist sənayesi firmaları üzrə təsir edən amillər.

Ümumi iqtisadi amillər iqtisadiyyatın inkişafının artım templəri və investisiya qoyuluşları, elmi-texniki tərəqqi və innovasiyalar, turist sənayesinin inkişafı, infrastruktur obyektləri və işçilərin peşəkarlığı və hazırlığına dövlət dəstəyi. Turist firmaları səviyyəsində amillərə turist xidmətinin təşkili və fəaliyyətində keyfiyyət üçün reallaşan tədbirlər əməyin təşkili və iqtisadi stimullar sistemi firma səviyyəsində planlaşma, marketing və idarə etmənin təkmilləşməsi üsulları daxildir.

Turizmdə əməyin səmərəliyinin mühüm yolu, elmi-texniki tərəqqi turizm firmalarının müasir texnologiyalardan istifadəsi, yeni nəqliyyat növləri və kiçik mexanizmləri təşkil edir. Digər yol turizm fəaliyyətində məhsulun keyfiyyətini yüksəltmək turistin tələbinə və zövqünə uyğun onun təkmilləşməsi və turizm xidmətində keyfiyyət problemlərinin həlli rolunda başqa bir amil turizmdə əməyin xarakterinə uyğun stimullar sistemini tətbiqi və daha çox əmək haqqı sistemni təkmilləşməsi təşki edir. Əməyin təşkili və idarə edilməsində onun müəyyən normalarında və elmi əsaslarla təşkili və idarə olunması sosial müdafiə rıçaqlarının istifadə edilməsi ilə müasir tipli əmək prosesinin təşkili əsas rol oynayır. Turizm əməyinin səmərəliyinin turizm məhsulunun reallaşması və ondan gələn gəlirlərin artırılması ilə mümkün olur. Turizm gəlirləri təkrar istehsal və kadr potensialını gücləndirmək üçün istifadə olunur.

MÖVZU 5. TURİZMDƏ İQTİSADI MEXANİZMİN FƏALİYYƏTİ

- 5.1. Turizmdə qiymət və qiymətəmələqəlmə**
- 5.2. Turizmdə maliyyə münasibətlərinin təşkili**
- 5.3. Turist fəaliyyətində vergitutumunun
xüsusiyyətləri**
- 5.4. Turizmdə sığortalanmanın xüsusiyyətləri**
- 5.5. Turizmin qanunvericilik bazası**

5.1. Turizmdə qiymət və qiymətəmələqəlmə

İngilis kəlamında dəyər münasibəti, qiymət-siyasəti kimi qəbul edilir. Nəzəri baxımından qiymətin mənası müxtəlif prizmdan izah edilir. Nəzəri cəhətdən qiymət qarşılıqlı əlaqədə olan amilləin təsiri ilə formalaşır. Tarazlı qiymət bir tərəfdən son faydalılığı, digər tərəfdən son məsrəfləri əhatə edir və harada ki son artım surəti ilə istehsala təsir edir. Qiymətin aşağıdakı funksiyaları mövcuddur:

- bölgü;
- stimullaşdırıcı;
- istiqamətlənmə funksiyası.

Bölgü funksiyası qiymətin ümumi daxili məhsulun formalaşması və gəlirlərin sahibkarlar və sahələr arasında bölünməsi ilə səcliyyədir. Stimullaşdırıcı funksiya qiymətin istehsala və istehlaka stimulyatmağı, məhsulun keyfiyyətin yüksəlməkdə xammal və resursların cəlb edilməsi və rentabellik səviyyəsinin yüksəldilməsi görə qiymətləndirilir. İstiqamətlənmə funksiyası zəruri informasiyanın alıcı və satıcı üçün istiqamətləsinin təşkil edir. Qiymət təsərrüfat mexanizmdə aləti olmaqla təsərrüfat subyektinin kommertiya siyasətinin özündə birləşdirir. Qiymət iki əsas səviyyəni əhatə

edir. Aşağı və yuxarı sərhəddə məhsul arasında dəyişir maya dəyəri ilə, yuxarı sərhəd isə tələblə müəyyənləşir. Nəticədə turizmin məhsulunun qiyməti maya dəyəri və ona olan tələbat arasında dəyişir. Tələbin dəyişməsi qiyməti təsir edir. Qiymət turizm xidmətinin müxtəlifliyi ilə səciyələnilir. Turizm xidməti sahəsində qiymətməmləgətirmə, öz xüsusiyyətləri ilə seçilir.

-Turizm xidməti, bütöv xidmət kimi son istehlak məhsulunda istifadə olunur, ona görə də xidməti qiyməti pərakəndə satışı qiyməti kimi çıxış edir.

-Aralıq məhsulda qiymət məhsulun maya dəyərinin formalaşmasına təsir edirsə, son məhsulda onun təsiri, məcmun məhsula onun gəlirlərinə və istehlakçıların alıcılıq qabiliyyəti, yəni bölgü və yenidən bölgüsündə, turist məhsulunun dinamikasına təsir edir.

-Xidmət sferası bir başa istehlakçı psixolojiyası ilə əlaqəlidir. Xidmət istehlakı onun istehsalı, bölgüsü anı ilə üst-üstə düşür. Ona görə turizm xidməti istehlakçıda mənfi emosiya yaratmalıdır.

-Xidmətin istehsalı, reallaşması və istehlakı vaxt baxımında üst-üstə düşür. Ona görə turizmdə qiymətin mövsümlüyü və onun tariflərində qiymət differensasiya baş verir. Turizm xidmətinin qiyməti mövsümü xarakter daşıyır. Xidmət istehlakında qeyri bərabərlik, turizm tələbatını ödəmək üçün ehtiyat güclərini yaradılmasını və onların istifadəsini formalaşdırır. Turizm tələbatının maksimal səviyyəsində maksimal güclər tələb olunur. Turizm qiymətləri qış, yay, və yaz, payız aylarında tələb və təklifən asılı olaraq dinamik dəyişir. Turizm məhsulları istehlakçıların ərazisinə görə müxtəlifliyi onun daxili və xarici qiymətlərinin formalaşdırır. Turistlərinin xarici olması, onlara qiymətlərin dollarla ifadəsinin müəyyənləşdirir. Respublika turistləri üçün turist qiyməti manatla ifadə olunur.

Turizm xidmətinin qiymətlərinin həmin xidmətlərin istehlak dəyəri ilə müəyyənləşir. Turizm xidmətində daşınmaz

əmlak kimi formalaşması tarixi abidələr və arxitekturalar təkrar istehsal dəyərinə görə qiymətləndirilir. Daşınmaz əmlakın və tarixi abidələrin qorunması üçün zəruri olan xərclərlə qiymət müəyyənləşir. Turizm xidmətinin qiyməti komfort, nəqliyyat növü, coğrafi yerləşmə, əlverişliyi və əlavə məsərəfləri nəzərə almaqla müəyyənləşir.

Turizm xidmətinin qiyməti aşağıdakı amillərlə müəyyənləşir: xammalların dəyəri (qida məhsulların hazırlanması); istehsalın, istehlakın cari xərcləri; mənfəət.

Dolayısı vergilər (əlavə dəyər vergisi, aksizlər, gömrük rüsumları)

Qiymətin strukturu aşağıdakı formula ilə ifadə olunur

$$\Gamma = M + V + M + G$$

Burada Γ -turizmdə qiymətlər

M-xidmətin maya dəyəri

V-vergilər

Mən-mənfəət

G-güzəştlər

Turizm məhsuluna qiymət tələb və reklama uyğun gəlir. Qiymət turist qruplarına xidmətlərə görə differensiallaşır. İstehlak tipləri, turizm fəaliyyəti, səmərəsini yüksəltməyə imkan verir. Turist qiymətləri turist məhsuluna olan tələb və reklamdan asılı olaraq dəyişir. Bur qayda olaraq turist tələbatının azalması turist məhsulunun qiymətinin artırır, bu da öz növbəsində turist məhsulunun qiymətinin artırır. Qiymətinin səviyyəsi turist məhsulunun ümumi dəyərində və onun xalis gəlirinə təsir edir. Turizm məhsulunun qiyməti tələbə və reklama uyğun olaraq formalaşır. Reklam xərcləri turizm məhsulunun qiymətinə uyğun gəlir. Qiymətin dəyişməsi son nəticədə reallaşan turist məhsuluna firmada əldə etdiyi gəlirlərə təsir edir. Qiymət səviyyəsi bir sıra kompleks iqtisadi tələb və təklif və xidmətin keyfiyyətinə ilə müəyyənləşir:

-turist məhsulunu istehlakı sərbəst vaxt dövründə turistləri seçimi, davaranışı və onun maddi-maliyyə imkanları formallaşır

-turist məhsulunu istehsalı ilə onun istehlakı arasında müəyyən dövr keçir.

- turlar bir neçə ay göndərişlərin satışından əvvəl tərtib olunur. Belə ki, sosial sığorta tədbirləri inflyasiya görünməsi üçün turist şirkətləri özlərinin öhdəçiliyinin qəbul edirlər

- turist firmaları güzəştlər tətbiq etməklə turist bazarının özlərinin müştərilərinin artırmağa və ehtiyatları hesabına əlavə keyfiyyətli xidmət göstərməyə can atır

Turist məhsulunun qiyməti ayrı-ayrı xidmətlərin qiymətlərinin məcmu ilə müəyyənləşir. Qiymət kalkulyasiyası, ayrı-ayrı xərcləri və mənfəəti özündə birləşdirir: oteldə yaşmaq və xidmət qiymət formalaşmasında birbaşa ucuzlaşma stimulları yaradılır, komission mükafatlandırma proqramı tərtib edib, onun reallaşması ilə baş verir. Komissiyaların qiyməti "brutto" və "netto" qiymətlərlə ifadə edilir.

"Brutto" qiyməti komissiyaların çıxmadan "netto" qiyməti Netto-netto-komissiya çıxandan sonra qiymət

Oteller öz məhsullarına xidmət görüş ötürmək, yaşamaq üçün çəkilən xərcləri əlavə etməklə qiymət qoyur. Turagentin otel məhsulu "netto" qiymətində vaxt məhdudluğu olmadan alır. Öz adından yer bronlaşmasını həyata keçirir. Turagenti oteldən müəyyən sayda yerə sifariş verməklə dəyərinin 10% ödəyir. Turagent kvota ilə yerlər alır, kvotadan artıq yerəldiqdə, ona güzəştli qiymətlə müəyyən faizlə yerlər verilir. Turagent tur kataloqunu hazırlayır və tur gedişinin qiymətini müəyyənləşdirir. Turist kontinqentliyini gəlir və xərclərini nəzərə alır. Turist məhsulunu qiyməti normativ kalkulyasiya üsulu ilə müəyyənləşir. Turist məhsulu xidməti passiv kimi müəyyən əhəmiyyətli qrupların tələbatını ödəmək üçün qərarlaşdırır. Ona turistlər və turistləri, tərcüməçilər, qrupları ötürücülər daxildir.

Turagentin qiyməti aşağıdakı kimi ifadə olunur.

$$\Gamma = \text{H} + \text{N} + \text{M} + \text{G} + \text{K} / \text{T} + \text{K}$$

Burada Γ -turagentin hər turist düşən qiyməti, man

H -paketə daxil olan turist xidmətinin qiyməti, man.

V-dolayısı vergilər

M-turoperatora mənfəəti, man.

C-güzəşt, man

IK-mükafat komissionu

I-turistlərin sayı, adam

K-turistləri müşayət edənlərin sayı, adam

Turoperator turagentə turist paketinin topdan satışı qiyməti satır. Turagent qiymətlərə əlavələr etməklə satır.

Bazar rəqabəti şəraitində turoperator öz imicini saxlamaq üçün turagentə turist məhsulunu möhkəmlənmiş qiymətdə satır. Turagentə fərdi xərclər onun qiymətinə daxil edilir. Şəkil, eksursiya, paket daxil edilir, onlar hər bir vətəndaşın tələbi və təklifi ilə formalaşdırılır.

Turizm qiyməti turun müddətəndən və turgünlərindən sayındam asılıdır. Tur qiyməti fərdi və kollektiv turdan asılıdır. Turist qrupunda qiymətlər turda olan turistlərin sayından və onların mənimsədiyi xidmətdən asılı olaraq tərtib olunur.

Ayrı-ayrı turist firmalarında qiymətlərin formalaşması dinamikası göstərir ki turist firmaların payı turun ümumi dəyərində 13% təşkil edir. (aviauçuşu nəzərə almadan).

Turizmin qiymətlərinin hesablanması üçün aşağıdakı prinsiplərdən yanaşmaq lazımdır.

-Qiymət turizm firmasından məsrəflərinin ödəmək məcmuu istehsalı, reallşması və istehlakı üçün çəkilən xərclər ödənilməsinin təmin edilməlidir.

-qiymət turizm xidmətinə olan tələblə uyğunlaşmalıdır. Bununla mənfəət və rentabellik səviyyəsinin yüksəltməklə turizmin özünün maliyyələməsinə şəraiti yaratmaqdır

-qiymət çevik, manevr etməklə dinamik olmalıdır.

-turizmdə kalkulyasiya xərcə bir başa və dolayısı xərcələri, onların dəyişməsidir, resursların əvəz edilməsində turist tələbinin nəzərə alınmalıdır.

Praktikada məsrəflərə son məhsul arasında əlaqə səbəb və nəticə əlaqələrinin resursların səmərəli istifadəsinin və alternativ resurs mənbələrinin tapmağa imkan verir. Məsrəflər son məhsuldan asılı olaraq nisbətlərlə dəyişir. Mənfəətin yaranması təbii resursların renta gəlirləri və mövsümü xarakteri gəlirləri ayırmaq və qiymətləndirməklə, qiymət dəyişməsindən əldə olunan gəlirləri idarə etmək istifadə və ehtiyatlara yönəldilmək kimi konseptual məsələlər həll edilir. Məsrəflər və son məhsul arasında normativ məsrəflər, perspektiv proqnozları qiymətləndirməyə imkan verir.

Turist məhsulundan gələn mənfəət turist firması tərəfindən maya dəyəri məsrəflərinin turist məhsulunun reallaşmasından əldə edilən vəsaitə bölünməklə tapılır. Adətən 5%-dən 100%-lə qədər dəyişir.

Maya dəyərinin strukturası aşağıdakı tərkib elementləri ilə hesablanır

Turun maya dəyərinin strukturu Rusiyada Azərbaycana səyahət zamanı (şərti rəqəmlərlə)

Məsrəflərin	% cəmi
Təyyarə ilə uçuş	27,5
oteldə yerləşmə(dördulduzlu otel)	20
Qidalanma	40
Kokteyl içilməsi	1,5
Kommunal xərcələri köçürmələr	1,0
Təyyarə vokzalından otelə və əksinə	2,0
Dəniz sahilinə və əksinə	3,0
Tibbi yardım	1,0
Tibbi straxovka	4,0
Eksursiya	
Cəmi tur	100

Turist firmaları mövsüm vaxtı turizm xidmətinin maya dəyəri üzrində mənfəəti daxil edirlər. Bu maya dəyərin 50%-nə bərabər olur. Onda turun qiyməti maya dəyəri 500 ABŞ dolları olduqda aşağıdakı kimi hesablanır. $500+500 \times 50/100=750$ dollar. Turist firmaları xarici turistlərin qəbulu üçün firmalarla danışıqlarla gedir. Bu əməkdaşlıq müxtəlif ölkələrlə iki formada baş verir:

Valyuta mübadiləsi olamdan ikitərəfli turist mübadiləsi forması, valyuta mübadiləsi nəzərə almaq ölkələr arasında valyuta dair müqaviləni nəzərə almaqla.

Ümumiyyətlə göndərişin qiymətinin turist qrupları arasında mübadiləsi zamanı nəzərə alınır, turist xidməti kompleks xarakter daşıyır. Belə ki otel xidməti,daşınma xidmət növləri, ekskursiya xidmətlərinin kompleks qiymətlərinə metodikasını tətbiq olunur. Qiymət normativ mənfəəti görə hesablanır.

Valyutasız əsasda əməkdaşlıq paritet şəraiti ilə tərəflər arasında baş verir. Bu zaman xidmətin həcmi kalendar ildə nəzərdə tutulur. Əməkdaşlar hesabat üçün hesab vahidini seçirlər. Hesab vahidi olaraq vahid turistə düşən eyni keyfiyyətdə xidmət bərabərliyi götürülür. Hesablama varianları əmək günlərinin miqdarı ilə yaxud kalendar xidmət günlərini sayı ilə əmək günlərinin miqdarını gündə kompleks qida xidməti ilə (səhər yeməyi 0,8, nahar 0,4 lə, şam yeməyi 0,9, bütöv yeməklərini 1) əmək günlərinin kompleks yerləşmə xidmət və qidalanma üzrə (səhər yeməyi-0,1, nahar-0,2, şam yeməyi-0,2 gecəyatmaq-0,5, cəmi 1 gün). Müxtəlif variantlarla hesablama turistik firması üçün əlverişli variantı seçməyə imkan verir. Firmalar arasında əməkdaşlıq, bağlanmış valyuta müqaviləsi üzrə ofislər yolu ilə baş verir. İkitərəfli razılaşmalarda gün ərzində vahid kompleks xidmətinin dəyəri götürülür. Turist xidmətinin dəyəri turist xidməti günlərinin onun dəyərində vurulması ilə tapılır. Xidmət dəyəri tur üzrə bütövlükdə dəyişə bilər. Qiymətin təzələnməsi valyuta və milli

pulun arasında kursun dəyişməsinin nəzərə alınır: Paritet əsaslarda turist dəyişikləri turist xidmətinin dəyişməsinə səbəb olmur. Azərbaycanda turistlərinin olmağı qiymətlərdə üstünlüyü turist firmasına zərər gətirə bilər. Qiymətlə maya dəyəri arasında fərqlər son nəticədə mənfəətə və yaxud zərərlə işləməyə səbəb olur:

Bazar şəraitində istehsalçı üçün turist məhsulunun qiyməti elmi əsasla tərtib olunur və proqnozlaşdırılır. Qiymət siyasəti onun kompensasiyası və prioritetin istiqamətləri turist firmaları və turoperatorların marağını turist maraqları ilə uzlaşmağa yönəlir. Qiymət siyasəti standart qaydaların sistemi olub, turist firmasını məhsulunu satışına yönəldir.

Qiymət siyasəti qiymətləri müəyyən edilməsi, onun əsas prinsiplərinin reallaşmasının özündə birləşdirən qayda və rəhbərlik formasıdır. Qiymət siyasəti turist məhsulunun təchizatı strategiyasından irəli gəlir. Strategiyadan asılı olaraq turist firmalarının və qiymət siyasətində müxtəlif yanaşmalar olur. Məsələn hər hansı məsrəf üzrə aşağı salma meyili onun ümumi məsrəflərinin saxlanması şərti ilə məhdudlaşmalıdır: Qiymət qalxmasını yumşaltmaqla rəqabətə dözümlüyü saxlanılır. Bazar qiymətlərinin dəyişməsinə uyğun hərəkət edilməlidir. Konkurentlərlə nisbətən yüksək qiymət saxlamaqla imicə can atmaq. Qiymət qərarlaşması ilə müəyyən olunmuş gəlirləri və məhsul reallaşması nəticəsində əldə olunan nəticəyə nail olmaq. Turist bazarının təchizatı və qərarlaşmasını təmin etmək. Qiymət siyasəti uzun müddət üçün hazırlanır və mövcud bazara uyğun qərarlaşır. Məqsədəuyğundur ki qiymət əmələgətirmə çevik və dinamikası proseslərə uyğun müəyyən maraqları tarazlandıran, optimal qiymət kimi tənzimlənir. Qiymət siyasəti əhalinin rifahını, inflyasiyanı və böhrana qarşı tədbirlərin hazırlanmasına metodiki əsas verir. Qiymət siyasəti əhalinin alıcılıq qabiliyyətinə ona təsir edən amillərin tənzimlənməsinə yönəlir. Belə ki, əhalinin marağı onların gəlirləri ailə tərkibi və demoqrafik tərkibi, bütövlükdə dövlətin

iqtisadi və sosial siyasətinə, qiymət vasitəsi ilə təsir edir. Tədiyyə qabiliyyəti bazarın əmtəə və xidmət strukturuna qiymətlərin səviyyəsi və hər bir pullu xidmətin həcminə uyğun olaraq formalaşır. Turizm siyasətinin daxili amilləri mənfəətin uzaqlaşma və onun həlli istiqamətlərində tənzimləmə siyasəti ilə əlaqələndirilir. Turizmdə qiymət siyasəti rəqabət mühütü şəraitində gəlir əldə etmək, digər tərəfdən sahibkarlığın region iqtisadiyyatının inkişafının mühüt istiqamətidir.

Qiymətin formalaşmasına müxtəlif amillər təsir edir. Daha çox məhsula tələb və təklif və məhsulun maya dəyərinə təsir edən amillət nəzərə alınır. Xidmətin keyfiyyətcə dəyişməsi onun marketing və assortiment quruluşunun uyğunlaşması, xidmətin qiymətini formalaşdırır. Dünya qiymətilə daxili qiymətləri arasında fərqlər turizm firmalarının xarici bazara çıxılması fəallığını artırır.

Turizmin qiymətləndirməsi fəaliyyətin qiymətləndirməsi kimi çıxış edir-onun idarə olunması liberal və sosial müdafiə strategiyası arasında optimal baxımından həll edilir. Qiymətləndirmə metodikası bazar münasibətləri şəraitində bir sıra sosial meyarları nəzərə tutulur.

5.2. Turizmdə maliyyə münasibətlərinin təşkili

Turizm sahəsi digər iqtisadi sahələr kimi maliyyə münasibətləri əsasında özünün təkrar istehsal və məhsul istehsalı fəaliyyətini təşkil edir.

Maliyyə- pul münasibətləri sistemidir. Pul fondunun formalaşması və turizmdə istifadəsi proseslərini ifadə edir. Maliyyə münasibətləri pul axını prosesində yaranan və kəsilməz pul dövriyyəsinə tənzimləmək məqsədini güdür. Maliyyənin aşağıdakı funksiyaları mövcuddur:

1. Pul fondunun yaranması (kapital);
2. Pul fondunun istifadəsi;
3. Nəzarət funksiyası;

Kapital- mənfiyyət əldə etmək üçün istifadə olunan pul vəsaitidir. Kapital mənfiyyəti istehsalçının, sahibkarın əldə etdiyi gəlirlər, pul fondu və xüsusi pul vəsaitləridir. Pul fondu məqsəduyğun maliyyələşdirilən vasitələr yığıdır. Pul vəsaiti sərbəst məqsəduyğun istifadə olunan vəsaitdir.

Yuxarıdakı birinci funksiya məcmuu məhsulu bölgüsündə dövlət, sahibkar və ailə pul fondunun formalaşmasını göstərir. Ümumi daxili məhsul məhsulun bazar dəyərində (iş və xidmətlər) bütün sahələrdə yaranan və son istifadə də daxili təkrar istehsal üçün yığım və ixracat üçün istifadə olunan məhsuldur. Əmək prosesində kapital (istehsal vasitələri), torpaq (təbii amillər) və sahibkarın təşkilatçılıq qabiliyyəti, hesabında yaradılan dəyər ayrı fondların yaradılmasında yönəldilir. Əldə olunan məhsulun reallaşması hesabına əldə pul vəsaiti, gəlirlər toplanır. Bu gəlirlər əsas fondların təzələnməsi, aşınma xərcləri, region fondları, yığım və ehtiyat fondlarını yaratmağa yönəldilir. Maliyyənin ilkin funksiyası istehsal və qeyri istehsal fondlarına xidmət və inzibati idarəetmə məqsədinə yönəldilməklə inkişaf strategiyasını formalaşdırır. Pul fondlarının istifadəsi konkret olaraq mülkiyyətçisindən asılı olmayaraq müəyyən pul vəsaitini müəyyən olunmuş məqsədlərə yönəltməklə maddi əşya və pul formasında xərc strukturu ilə ifadə olunur.

Maliyyə münasibətlərinin hərəkət forması $\Pi - \partial; \Theta - \Gamma$ - ifadəsini tapır.

Nəzarət funksiyası dəyər nisbətləri, mübadilə və istifadə prosesində pul xərclərinin xüsusi pul vəsaitlərinin üzərində nəzarəti həyata keçirir. Maliyyə nəzarəti pul və ya maddi əşya arasında istehsal və istifadədə formalaşan nisbətlərin optimal olmasına, israfçılıq və iqtisadi əsaslarla xərc strukturunun formalaşmasına yönəldilir.

Maliyyə nəzarəti hər hansı maliyyənin potensialını əsaslandırmaq, maliyyə subyektlərinin gəlir və xərcləri üzərində nəzarəti həyata keçirmək, maliyyə resurslarını

norma və normativlərə uyğun istifadə etmək funksiyalarına nəzarəti həyata keçirir. Maliyyə əşyaları, maliyyə normativləri, hüquqi normativ baza, normativ məsrəflər, əməkhaqqı və digər xərclər üzrə planlaşdırılır.

Alıcı satıcının fəaliyyəti üzərində nəzarət edir. Alıcı satıcı üzərində müxtəlif formada hesablamaq yolu ilə öz vəsaitlərinin üzərində nəzarət edir. Kredit münasibətlərində kredit verən onu alan arasında münasibətlər, faiz normaları, qaytarma vaxtı, girov münasibətləri tənzimlənilir. Dövlət faizi, vergi və ödəmələr yolu ilə kredit resrusları üzərində nəzarət edir. Maliyyə nəzarəti bütövlükdə iqtisadi problem olmaqla turizmdə öz xarakterik xüsusiyyətlərini kəsb edir. Xüsusiyyətlər turizm məhsulu, turizm fəaliyyəti və onun maliyyə mənbələrini nəzərəalmaqqla xüsusiləşir və özünəməxsus mexanizmlər kəsb edir.

Turist firmasının maliyyəsi təsərrüfat subyektinin maliyyəsi deməkdir. Turist firmasının maliyyəsinin əsasında onun pul fondunun formalaşması və istifadəsinin səmərəliliyini idarəetmək, bununla da istehsal xidmətini reallaşdırmaqla mənfəət və dayanıqlı inkişaf etdirmək vəzifəsi durur. İstehsal, xidmət prosesində turist firmasında aşağıdakı münasibətlər formalaşır:

- tuoperator turagentlə birlikdə turist göndərişlərinin alınmasına hesabatlar edir;
- turagentlər arasında turist göndərişlərinin alınması üçün hesabatlar edilir;
- turagentlər mənzil-kommunal orqanları ilə kommunal xidmətə ödəmələr edir;
- turist firması yerli orqanlara, torpağa icariyyə haqqı və təbii sərvətlərdən istifadəyə görə bonuslar ödəyir;
- turist firması öz işçilərinə əməkhaqqı, dividend və mükafatlar verir;
- turist firması banklarla bank haqq-hesabları etməklə kreditlərə faiz ödəyir;

- turist firmalar büdcə olmayan təşkilatlarla ödəmələr edir;

- turist firmaları sığorta kompaniyalarla müqavilə bağlayır və özlərini sığortalayır;

- turist firmaları sosial müdafiə fonduna vəsaitlər keçirir;

- turist firmaları dövlət idarələri ilə əlaqədə özünün müqavilələri ilə pullu xidmətlər təşkil edir;

- turist firmaları maliyyə təşkilatları ilə bir sıra əməliyyatlarla özünün maliyyə potensialını təmin edir.

Turizmin maliyyə münasibətləri özünün xüsusiyyətlərini kəsb edir. Turizm fəaliyyəti subyektli turist olmaqla özünün marağına görə göndəriş əldə edir. Turizm məhsulunun istehsalı, istifadəsi və istehlakı eyni vaxtda baş verir. Bu amillər turizm dövriyyə vəsaitlərini formalaşdırır. Turizmdə dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsi bütövlükdə sənayedən, ticarətdən fərqli prinsiplər üzərində qurulur. Dövriyyə vəsaitlərinin turizmdə dövriyyəsinə aşağıdakı sxemlə ifadə etmək olar.

$$\Pi - \Theta - \Pi_1$$

Π – turist firmalarının avans etdiyi pul vəsaiti olub, turist məhsulu yaratmaq üçündür.

Θ – turizmdə maddi və qeyri maddi xidmətlər və turistlər üçün suvenirlerdir.

Π_1 -turist məhsulunun reallaşmasında əldə olunan vəsait.

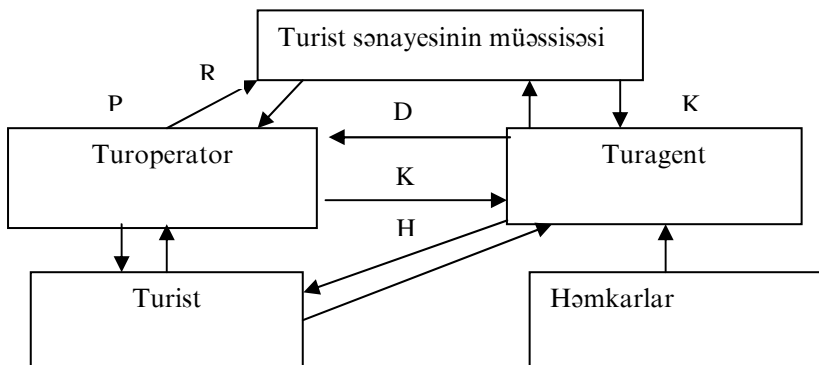
Yuxarıdakı sxem göstərir ki, turist öz təsvirinə görə pul ödəyir. (təbiət seyri, tarixi və arxetiktura abidələrini görmək və s). Turist obyektlərinin nümayişi üçün turist firmaları öz kapitalını sərf etmir, baxmayaraq ki, gəlir gətirmir. Firma turistlərlə bu obyektləri göstərmək üçün pul ödəyir. Turist firması üçün turist təsərrüfatı turistin marağına gəlir. Turist marağının dəyişməsi və keyfiyyətinin dəyişməsi turist firmasının gəlirlərinə təsir edir.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsi üzrə istehsal və tədavül mərhələsini özündə əks etdirir. Dövriyyə vəsaitlərinin bir formadan digər formaya keçməsi onun dövriyyə müddətini ifadə edir. Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsi üçün sərf olunan vaxt dövriyyə vaxtını əhatə edir. (dövriyyə əmsalı) Vəsaitlərin dövriyyə əmsalı turist məhsulunun reallaşmasından əldə edilən vəsaitin vahid dövriyyə vəsaitinə olan nisbətidir. Dövriyyə əmsalı dövriyyə vəsaitlərinin fond verimidir. Hesabat istifadə olunan dövriyyə vəsaitlərinin səmərəliliyini göstərir. Eyni zamanda bu əmsal dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsinin sayını göstərir. Səmərəlilik dövriyyə vəsaitlərinin yüksəlmə əmsalı ilə ölçülür. Hər bir turist firması, yaxud təsərrüfat subyekti (zavod, mağazin, restoran) öz dövriyyə sürəti ilə xarakterizə olunur. Bu sürət çoxlu amillərlə xarakterizə olunur. Bu sürət çoxlu amillər ilə formalaşır. (daimi təsadüfi amillər)

Hər şeydən əvvəl istehsal və reallaşan əmtəə və xidmətlər üzrə müəyyənləşir. Turizm sahəsində dövriyyə sürəti və yaxud dövrlərin vahid zamanda sayı sənayedən keyfiyyətdir. Ona görə də turist sahəsi kapitalın tezliklə öz sahibinə qaytarılması üçün əlverişli biznes mühətidir.

Turist firmaları üçün maliyyənin tərkibi və strukturası xarakterik cəhət təşkil edir, bu xüsusilik turopoperator və turagentlərin sayı ilə ölçülür. Turagentlərin sayı dövriyyə resurslarının həcmindən onun strukturundan asılı olaraq hesablanır. Turopoperatorlar fəaliyyət kimi lisenziyalaşdırılır. Rusiya təcrübəsində turopoperatorlar turist firmalarının tərkibində 90% turagentlər isə 10% təşkil edir. Turist firmalarının otel və digər xidmət müəssisələrindən asılı olaraq xərc strukturunda əsas vəsaitlər qeyri material aktivlər, dövriyyə qeyri vəsaitləri xüsusi çəkisinə görə fərqlənir. Turist firmalarında maliyyə vəsaitlərinin formalaşması mənbələri turist bazarının subyektləri arasında təsərrüfat əlaqələrinin, borc və kredit münasibətlərinin xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur. Turist məhsulunun satışı ilə onun

istehlakı arasında vaxta görə müəyyən fərqlər formalaşır. Turlar qayda olaraq istehlakdan xeyli müddət əvvəl tərtib olunur və satılır. Turist bazarında subyektlər arasında əlaqələr aşağıdakı kimi formalaşır.



P-pul

D-debitor borclar

K-kredit borcları

Sxem. Pul axının turist bazarı subyektlər arasında axını və istifadəsi

Turist formalarının maliyyə mənbələri cəlb olunan resurslarının mülkiyyət formasına görə təsnifatlaşdırır. Aparıcı rol turist firmalarının xüsusi vəsaitləri təşkil edir. Borc vəsaiti turist firmalarında olunur. Çünki turist firmaları öz göndərişlərini qabaqcadan satır. Kredit borcları müasir şəraitdə turist firmalarının maliyyə vəsaitlərinin 50%-ni təşkil edir.

Turist firmaları kreditləşməni dövriyyə vəsaitləri kimi aparır. Turoperatorları maliyyə vəsaitinin 35%-i xüsusi resurslar, 65%-i isə cəlb olunmuş resurslar təşkil edir. Cəlb olunmuş maliyyə resursları digər subyektlərin sərəncamında

olur. Kreditlərin cəlb olunması turist firmalarının layihələrinin reallaşması və yeni tikintilər üçün cəlb edilir.

Maliyyə xüsusiyyətləri turizmde qiymətəmələgəlmənin xüsusiyyətləri ilə uyğunlaşır. Turist məhsulunun qiyməti turoperator və turagentin amillərindən, xidmətin dəyəri, turagentə daxil olan xidmətlərin siyahısı və turistlərin yaşqrupu və mövsümlülük ilə müəyyənləşir. Turist məhsuluna qiymətin hesablaması, maliyyə imkanlarını, turist fəaliyyətinin maliyyə potensialını və onun təkrar istehsalı üçün zəruri olan kapital xərclərini formalaşdırır.

5.3. Turist fəaliyyətində vergitutumunun xüsusiyyətləri

Vergitutma turist fəaliyyətinin gəlirlərinin bir hissəsinin dövlət ehtiyacları üçün götürməsi prosesini, onun qanunvericilik bazasını və qaydalarını təşkil edir.

Vergi (yığma) məcburi ödəmə olub dəyərin və yaxud gəlirlərin formasından asılı olaraq büdcəyə köçürülən vəsaitdir. Əsas vergi mənbəyi ödəyicinin gəlirlərini təşkil edir. Vergilər aşağıdakı formasiyaları reallaşdırır.

- tənzimləyici
- stimullaşdırıcı
- bölgü
- fiskal

Tənzimləyici funksiyada dövlət vergi ilə manevr etməklə güzəştlər, vergi dərəcələri tətbiq etməklə fəaliyyət üçün şərait yaradır. Stimul yaratmaq funksiyası turist firmalarının məhsuldarlığını artırır, dövlət büdcəsi və müdafiə məqsədi ilə artan vəsaitə stimulyar yaradır. Yeni iş yerləri elmi texniki-tərəqqiyə stimulyar yaradır. Bölgü funksiyası ilə dövlət büdcəsi, yerli büdcə və əhalinin gəlirləri ayrı-ayrı sosial qrupların real nominal gəlirləri arasında nisbətlər dəyişir. Vergi yolu ilə əhalinin gəlirləri formalaşır. Onun istehlakının artması və azalmasına təsir edir. Fiskal

funksiya dövlət xəzinəsini formalaşdırmaq funksiyasını özündə birləşdirir.

Azərbaycanda vergi sistemi aşağıdakıları birləşdirir.

- Dövlət büdcəsinə tutulan vergilər.

- Yerli büdcəyə daxil olan vergilər.

- Bələdiyyə, büdcəsinə daxil olmalar.

Mahiyətinə və funksional vəzifələrinə, sosial statusu və təyinatına görə vergilər əlavə dəyər vergisinə, əmlak vergisinə, torpaq vergisi, gəlir vergisi kimi istiqamətlərdə formalaşır. Əlavə dəyər vergisinin (ƏDV) vergi obyektı istehsal olunan turist məhsulunun həcmidir. Göndərişlər (kursovkalar) əlavə dəyər vergisi obyektı deyil-əhalinin turist kimi fəaliyyətinə vergi yükünün artırılması onun qiymətlərinin dəyişməsinə səbəb ola bilər, bu da öz növbəsində turistlərin tələbini azaldır. Turist sferasında, tibbi müəssisələr, mədəniyyət, incəsənət obyektləri, idman, teatr vergiyə cəlb olunmur. Əlavə dəyər vergisi oteldə yaşamağa görə qidalanmağa və nəqliyyat xidmətinə görə tətbiq olunur. Turist kalkulyasiyası əlavə dəyər vergisinin strukturunu müəyyənləşdirir. Torpaq vergisi hüquqi şəxs kimi turist firmalarının sərəncamında olan torpaq sahəsindən tutulur. Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər öz xüsusi torpaqlarından istifadə etmək və yaxud icariyyə verilməsi ilə əldə etdikləri gəlirlərdən vergi ödəyirlər. Torpaq vergisi bələdiyyə torpaqlarından bələdiyyənin sərəncamına keçirilir. Vergi məcəlləsinə uyğun olaraq xüsusi şəxslər torpaq və əmlak vergisini dövlət büdcəsinə keçirirlər. Fiziki şəxslər isə vergiləri bələdiyyə büdcəsinə keçirirlər. Turist firmalarının gəlirlərindən və xüsusi vəsaitlərindən özlərinin sərəncamında olan əmlak və nəqliyyat vəsaitlərinin istifadəsindən gələn gəlirlərə görə vergi verirlər. Göndərişlərin sayına görə vergitutma aşağıdakı kimi hesablanır.

$$V = \frac{C \cdot \sum_{i=1}^k T_i}{KO}$$

Burada H=yaşayış fonduna, sosial mədəni obyektlərin və avtomobil yollarından istifadəyə görə vergi (manatla)

C- vergi dərəcəsi

T_i-vahid turist göndərişlərinin qiyməti man.

K-satılan göndərişlərin sayı

Turist firmalarında müxtəlif xidmətlərə görə mükafatlar, ticarət güzəştləri vergilərin hesablanmasında nəzərdə tutulur. Əlavə dəyər vergisi aşağıdakı formada hesablanır.

$$\partial DV = \frac{20}{100} \sum_{i=1}^k T_i$$

Harada k₁, var 20%- əlavə dəyər vergisinin dərəcəsi.

T_i=turist göndərişinə ticarət, əlavə manatla

K= satılan göndərişlərin sayı.

Turist fəaliyyətinin vergi dərəcəsi ümumi qanunvericiliklə idarə olunur. Vergi bazasını genişləndirmək üçün turist məhsulu və onların əhatə dairəsi genişlənilir. Vergi gəlirləri büdcə daxilolmalarının tərkib hissəsidir. Turist gəlirləri dövlət və yerli gəlirlənin vergiyə cəlb olunmasına əsas verir.

Turizmdə vergi sistemi turist fəaliyyətinin nəticəsində əldə olunan vəsaitlər və məqsədlə dövriyyəyə cəlb olunan resursların təkrar istehsalını təmin etmək vəzifələrini əsas götürür. Mənfəət vergisi turist şirkətlərinin məhsulunun dəyərindən xərcləri çıxdıqda mənfəətdən vergi normalar üzrə hesablanır. Mənfəətdən 35%-ə qədər vergi tutulur. Bu zaman dividendlər və bir sıra güzəştlər mənfəətdən çıxdıqdan sonra vergiyə cəlb olunan hissələr azaldılır. Xarici vətəndaşların respublikada fəaliyyətini tənzimləmək üçün onların vergilərindən yerli büdcəyə vergilər tutulur. Rusiyada bu rəqəm 20%-ə qədər təşkil edir. Turist firmaları

və turist müəssisələri yerləşdiyi regionda və əmlakdan, torpaqdan və təbii resurslardan istifadəyə görə haqq ödəyirlər.⁴

Ayrı-ayrı şəhərlərdə turist infrastrukturunun genişlənməsi üçün yığımlar və ödəmələrdən istifadə etməklə yerli sosial məqsədlər üçün istifadə edilir. Turizm fəaliyyəti özünün məhsuluna təbii, tarixi, coğrafi resurslardan istifadə etmək üçün icarəyə görə haqq verirlər. Bu da həmin resursların təkrar istehsalı üçün istifadə olunur. Bəzi ödəmələrdən azad olma turizmdə daha geniş istifadə olunur. Belə ki, turbazalar, uşaq lagerləri, sanatoriyalar bir sıra məcburi ödəmələrdən azad olunur. Otellərin ödəmələri onların əlverişli yerləşməsindən asılı olaraq dəyişdirilir.

5.4. Turizmdə sığortalanmanın xüsusiyyətləri

Sığortalanma- təsərrüfat subyektlərinin və turistlərin bədbəxt hadisə və təsadüfi hadisələrdən qorunması və onların zərərlərinin kompleksasiyası üçün istifadə olunur. Sığortalanma hər hansı zərərin bölüşdürülməsi, sığortacılarla sığortalananlar və üçüncü şəxs arasında münasibətlərin formalaşması kimi çıxış edir. Sığorta prosesi özünün kateqoriya kimi mahiyyəti və əsas mexanizmlərinə uyğun olaraq tərtib edilir və tətbiqi baxımından turizm sistemində xüsusiləşir. Turizm sığortası, turist risklərinin bölgüsü, ondan gələn xeyir və ziyanın kompensasiyası mexanizmlərini əks etdirir. Sığorta əsasən aşağıdakı funksiyaları reallaşdırır: risk etmək, xəbərdarlıq, yığım, nəzarət. Sığortalanmanın risklilik funksiyası risklərin ödənilməsini təşkil edir. Bu funksiya zamanı risk nəticəsində gəlirlərin bölgüsü onun iştirakçılar arasında yenidən bölgüsü baş verir. Hər bir risk nəticəsində zərərlər və xeyirliyi onun risk

⁴ И.Т.Балабанов, А.И.Балабанова «Экономикс туризма» Москва 2003 год. Стр-136

dərəcəsinə və iştirak payına görə turist subyektləri arasında bölgü prosesi baş verir. Risk funksiyası əsas aparıcı rol oynayır, belə ki, riskə görə müəyyən nəticələr və onun maddi maliyyə ehtiyatları formalaşır.

Xəbərdarlıq funksiyası sığorta fondu hesabına tədbirlərin maliyyələşməsi və sığortalanma riskinin azalmasına təminat vermək kimi qəbul olunur. Yığım funksiyası sığorta zamanı müəyyən pul vasitəsinin yığılması və onun təyinatına qədər yaşaması prosesidir. Nəzarət funksiyası sığorta fondu hesabına xərclərin üzərində nəzarətin və onun təyinatına uyğun olaraq istifadəsini formalaşdırır. Turist sığortasında obyektlər, ayrı-ayrı turist firmaları, turistlərin həyatı və turizm fəaliyyətində inkişaf edən obyektlər daxildir. Turist firmaları öz əmlakını, nəqliyyat vəsaitlərini, maliyyə resurslarını sığortalayır. Sığortalanma bu sahədə uyğun qanunvericilik və sığorta haqqında çərçivə qanunla tənzimlənir. Turizmdə sığortalanma xüsusiyyətləri turistlərlə bağlıdır. Aşağıdakı sığorta formaları mövcuddur.

-tibbi sığorta

-həyat sığortası və sağlamlıq

-əmlak sığortası

-nəqliyyat vəsaitlərinin sığortası

-pis hava şəraitində turistlərin ev şəraitində qalması

-assistant

-turistlərə təsadüfi əlaqədə nəzərdə tutulan xidmətin göstərilməsinə sığorta

-turistlərin gömrük və qayda qanunun hazırlanmasına təminat. İdxal və ixraca nəzarət zamanı gömrük rejimini pozmaq

- səyahətin başa vurulmasında imkanların olmasına görə çəkilən xərclər

-nəqliyyat sahibinin cavabdehliyi.

Bu sığorta növləri hər bir ümumi və xüsusi mexanizmlərə uyğun təşkil olunur.

Tibbi sığorta aşağıdakıları əhatə edir:

- tibbi sığorta
- stasionar sığorta
- təcili yardım maşını ilə daşınma
- dərmanların əldə edilməsi
- xəstəyə xidmət, təsadüfi və qəflətən xəstələnmə zamanı həkim məsləhəti və müalicə
- insanın ölüm zamanı vətəninə aparılması.

Bəzi ölkələrdə sığortalanma yaşdan asılı tətbiq edilmir, adətən 70% yaşından sonra təbii ölüm və xronik xəstələnmə halları daha çox baş verən hadisələrdir. Tibbi sığorta sistemi əhalinin sosial qrupları, onların iqtisadi vəziyyətinə görə differensiallaşır. Belə ki, tibbi sığorta zamanı həkim xidməti və müalicə üçün prosedurların minimum səviyyədə maliyyələşmiş dövlət təminatı ilə büdcədən maliyyələşir.

Minimumdan yuxarı müalicə almaq üçün sığorta haqqı onun daxil olan müalicə metodları daha çox sığorta haqqı ilə fərdlərin və yaxud firmaların hesabına ödənilir. Tibbi sığorta bir sıra ölkələrdə o cümlədən, Avropa ölkələrində səhiyyənin maliyyələşmənin əsas mənbəyi olaraq inkişaf etdirilir. Azərbaycanda tibbi sığortanın inkişafında əhalinin motivizasiyası hələ ki, lazımi səviyyəyə qalxmışdır. Xaricə getmək üçün vətəndaşlar özlərini məcburi olaraq tibbi sığortalayırlar. Bu da xaricdə fəvqəladə xəstələnmə zamanı xarici həkimlərin xidməti ilə müalicə almağa imkan verir. Azərbaycanda tibbi sığorta qanunda bir sığortanın məqsədi və obyektini və iqtisadi əsasları, maliyyələşmə mənbələri və idarəetmə vəzifələri öz əksini tapır. Rəqabət mühiti şəraitində sığorta firmaları özünün təminatlığını, likvidliyini və risklərin kompensasiyasında əməli və çevik olmaları ilə sığorta bazarında üstünlüyü əldə saxlayırlar. Belə ki, dünya təcrübəsinə «MERKUR ASSISTANTCE» (Almaniya) Reco-Qarantiya-Fransız firmaları özünün xidməti ilə seçilir. Bəzi sığorta firmaları təbii sığorta ilə yanaşı bədbəxt hadisələrdən sığortalamaqla, kompleks xidmət şəraiti yaradır və istehlakçıların asılılığını azaldır.

Kompleks sığorta xidməti, stasionar, ambulatoriya müalicəsi xəstənin dərman ehtiyaclarını və evinə çatdırılmasına çəkilən xərcləri öz üzərinə götürür. Turizmdə sığorta xidmət polisi ilə təsnifatlaşır. Tibbi sığorta sistemi əhatəsində daxil olan xidmət növlərini və onların göstərdiyi müalicə metodlarını əhatə edir. Xarici ölkələrdə xidmət polisinə daxil olan proseduralar, həmin ölkənin tibbi sisteminin keyfiyyəti ilə bağlıdır.

Bir sıra ölkələrdə turist axını çox olduqda tibbi sığortaya limit qoyulur. Belə ki, tibbi sığorta vəsaiti azlıq təşkil etdikdə viza verilmir. Turistlərin sığortalanması həmin turistlərin istirahət vaxtında təbii fəlakətlərdən daşqın və qasırğalardan, yaxud zəlzələ və digər hadisələrdən maddi və fiziki zərər çəkən turistlərin kompensasiyasına öhdəçilik götürmək deməkdir.

Asistan- xüsusi növ sığortalamaq olub, xaricə gedən vətəndaşların avtomobilinə və yaxud texniki vasitələrinə yardım etmək məqsədini güdür. Bu sığorta maddi maliyyə və texniki vasitəsilə reallaşır. Sığortalanma obyektini müasir turizm fəaliyyətinin və texniki vasitələrin sahibinin digər sahibkarın texniki vasitələrinə vurduğu zərər zamanı birincilərin ödəmələri hesabına reallaşdırılır. Yaxud həmin adamların daxil olduğu sığorta şirkətinin ödəmələri hesabına baş verir.

Sığortalama zamanı əziyyət çəkmiş şəxsə və yaxud həyatını itirmiş vətəndaşın ailə üzvlərinə maddi maliyyə formasında sığorta şirkəti tərəfindən ödəmələr, kompensasiyalar verilir. Dünya miqyasında sığortalanma aktı «yaşıl kart» yolu ilə reallaşdırılır. «Yaşıl kart» dünya səviyyəli müqavilələrdə avtomobil sahibinin daxil olduğu ərazilərdə özünü sığortalanma hüququ verən beynəlxalq sənəddir. «Yaşıl kart» sistemi 1949-cu ildən yaranıb, eyni zamanda 32 ölkəni əhatə edir.

Bütövlükdə avtomobillərin sığortalanması Avropa məkanında məcburi xarakter daşıyır. Ona görə də xarici

səyahətlərə getmək məqsədi ilə məcburi olaraq sığorta haqqlarının verilməsi və özünün vəsaitlərinin sığortalanması həyata keçirilir.

5.5. Turizmin qanunvericilik bazası

Hər bir ölkədə sahə qanunları çərçivəsində turizm fəaliyyətinin hüquqi əsasları, turistlərin, turist subyektlərini, dövlət və yerlərin funksiyaları, vəzifə, səlahiyyətləri turizmin daxili qanunları və beynəlxalq qanunlarla reallaşır. Dünya turist təşkilatlarına daxil olmaqla turizmin inteqrasiya amilindən istifadə etməklə onun biznes fəaliyyəti və dünya iqtisadi əlaqələr sistemində yeri müəyyənləşir. Dünya turist təşkilatları, turist standartları, prinsipləri və turistlər üçün yaradılan şəraitlərə uyğun olaraq təkmilləşir. Hər bir turist təşkilatı özünün sabitliyini, rəqabət mühiti şəraitində davamlı və gəlirli işləmək üçün onun dünya tələblərinə uyğun turist məhsulu və xidməti istehsal etməyə stimullar yaradır. Beynəlxalq turizm standartlarına uyğun fəaliyyət «turizm partiyası» ilə idarə olunur. Bu xarta insanın sərbəst vaxt, istirahət hüquqlarını təmin edən dünyəvi prinsiplərə uyğun qanun səlahiyyətləri özündə birləşdirir. Hər bir vətəndaşın turist xidməti qarşısında bərabərliyi, hüquqları və turist subyektlərinin öhdəlikləri, vəzifə və borcları bu xartiyada öz əksini tapır. Bu xartiyaya daxil olan hər bir dövlət özünün qanunvericilik bazasını sosial-normativ və hüquqi aktlarını dünya tələblərinə uyğunlaşdırır. Onun reallaşma mexanizmlərini yerli və spesifik şəraitə uyğun tənzimləyir.

Azərbaycanda turizm haqqında qanun 1999-cu ildə Milli Məclis tərəfindən qəbul olunub. Son illərdə respublikada baş verən iqtisadi dəyişmələr, turizmin perspektiv sahə kimi prioritet plana keçirilməsi bu sahənin qanunvericilik bazasında iqtisadi, hüquqi və sosial normalara uyğun təkmilləşmələr edilir. Turizmin dünya standartlarına

yaxınlaşması, turizmdə yeni texnologiyaların tətbiqi turistlərin tələbat sistemindəki dəyişmələrin proqnozu və uyğun şəraitinin yaradılması üçün təşkilati-hüquqi və normativ baza yaradır.

Turizmin respublikada regional, sahə və ərazi idarəetmə çərçivəsində təkmilləşməsi üçün turizmin konsepsiyası, onun sosial-iqtisadi rolu və yeri, həm dövlət prioritetləri həm də biznes maraqları baxımından kompleks şəkildə tətbiq edilir, proqnozlaşdırılır. Respublikada neft strategiyası, turizm və sosial inkişaf əlaqələr, dövlət proqnozları yolu ilə həll olunur. Respublikanın sosial iqtisadi inkişafının 2009-2013-cü illərə qədər bir sıra regional sahə və ayrı-ayrı fəaliyyətlərin inkişaf meyilləri və yaradılan tədbirlər, bu sahənin perspektivini müəyyənləşdirir. Bu məqsədlə sahibkarlıq biznes və dünya qlobal sisteminə inteqrasiya şəraiti yaradılmalıdır.

MÖVZU 6. TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI ROLUNUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Plan:

- 6.1. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunmasının sosial-iqtisadi mahiyyəti**
- 6.2. Turizmin sosial fəal dairəsi kimi tədqiqi və idarə olunması**
- 6.3. Turizmin iqtisadi inkişafında rolu**
- 6.4. Turizmin regionların iqtisadi inkişafda rolu**
- 6.5. Turizmin inkişafı və sosial tərəqqi**

6.1. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunmasının sosial-iqtisadi mahiyyəti

Turizmin mahiyyəti iqtisadi ədəbiyyatda sərbəst vaxtla yerdəyişmə kimi başa düşülür və əhalinin həyat səviyyəsi yüksəldikcə, sərbəst vaxtları artdıqca turizmə tələbat meydana çıxır. Ona görə də turizm iqtisadiyyatı mahiyyətə coğrafi, iqtisadi, sosial funksiyaların qarşılıqlı əlaqəsini əks etdirir və bu deyilənlərin predmeti olaraq öyrənilir. Turizmin iqtisadiyyatı fənni kompleks sistemli qarşılıqlı fənnlərin məcmusudur. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması ona fəaliyyət dairəsi kimi baxıldıqda mümkün olur. Turizmin məqsədi bu predmetin əsas vəzifələrini müəyyənləşdirir. Turizmin məqsədi çox funksiyalı tələbatdır, bir sıra coğrafi, iqtisadi, sosial amillərdən asılıdır və bunun təşkili, idarə olunması zəruri hal kimi predmetin əsasını təşkil edir. Turizmi idarə etmək funksiyası iqtisadi idarə etməkdir. Əhalinin turizmə, səyahətə olan ehtiyaclarını öyrənmək, onları təşkil etmək və proqnoz və perspektivdə turizmin inkişafına şərait yaratmaq turizmin tənzimlənməsi deməkdir. Turizm iqtisad elminin sahə quruluşudur, iqtisadi inkişafın regional ərazi idarə etmək tərkibinə

daxildir və dünya ölkələrinə integrasiyaya daxil olmanın bir yoludur.

6.2. Turizmin sosial fəal dairəsi kimi tədqiqi və idarə olunması

Turizmin mahiyyəti onun sosial-iqtisadi mənasını açır. İqtisadi mənası sahə olaraq gəlir gətirmək qabiliyyətidir. Turizmin sahəsi iş yerlərini təmin edir, özünün maddi ehtiyatlarını formalaşdırır və uyğun fondları təşkil edir və fəaliyyəti nəticəsində gəlir, mənfəət əldə edir, sosial mənası isə iş yerlərinin açılması, sahibkarlığın inkişafı və uyğun olaraq turizm regionlarında ev təsərrüfatlarının, əhəlinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sferası yaratmaqdır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizmin inkişaf etmiş regionlarda dövlət və əhəli gəlirlərinin 30% -ə qədəri turizm fəaliyyəti ilə bağlıdır. Turizmin sosial sahə olaraq inkişafı xidmət sferası ilə bağlıdır. O cümlədən, turizm inkişaf etmiş regionlarda sosial infrastruktura daha geniş yayılıb. Sosial infrastruktura sahələri isə nəqliyyat, ictimai iaşə, mənzil, otel və məişət xidmətləri sahələri ilə bağlıdır. Turizmin infrastruktur sahələri şəhərsəlmədə və regionlarda kompleks ərazi inkişafını təmin edir. Turizmin sosial mahiyyəti onun sosial predmeti olaraq öyrənmə və sosial proqnozlarının əsasını yaradır. Turizm və sosial siyasət qarşılıqlı əlaqədə həll olunur. Turizmin inkişafında sosial amillər demoqrafik və təhsil səviyyəsi ilə ölçülür. Turizmin sahə quruluşu onun regional yerləşmə sxemi sosial infrastrukturun yerləşməsinin konseptual əsasıdır. O cümlədən, turizm infrastrukturunu birbaşa sosial xarakterli infrastrukturadır. Təhsil, səhiyyə, əhəli daşınması, pullu xidmətləri, mənzil kommunal təsərrüfatının inkişafı, otelçilik, ev təsərrüfatına münasibət sosial vəzifələri ifadə edir. Turist kadrlarının hazırlanması və turistlər üçün zəruri olan qida sənayesi, ictimai iaşə, qida məhsulları öz mahiyyəti etibarını ilə sosial yönlü

iqtisadiyyatın tərkib hissəsidir. Turizmin sosial xarakteri iqtisadi inkişafda sosial məqsədlərə qoyulan investisiyanı formalaşdırır, o cümlədən büdcədən ayrılan vəsaitlər qeyri-dövlət maliyyə resurslarının cəlb olunması, bələdiyyələrin, yerli orqanların gəlirlərinin turizmə cəlb edilməsi sahələrini aid edir. Hesab edirik ki, turizmin inkişafı sosialyönlü siyasətin və iqtisadi islahatların tərkib hissəsidir və turizmin inkişafına maddi əsas yaradan iqtisadi artım, dövlət büdcəsi, əhali gəlirləri və xərcləri daxildir.

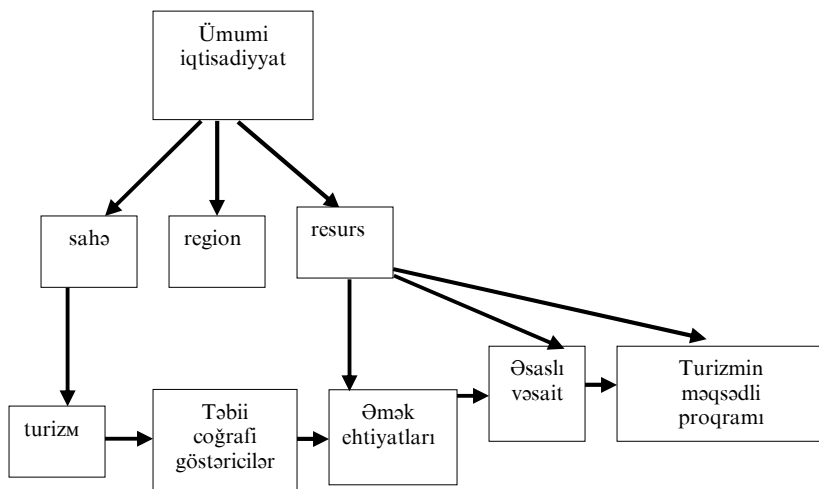
6.3. Turizmin iqtisadi inkişafında rolu

Turizmin iqtisadi rolu onun iqtisadi artımda tarazlı iqtisadi siyasətdə və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdə xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. İqtisadi artım ÜDM artımı və bu artımda turizm sahəsinin rolu qiymətləndirilir. ÜDM-un bölgüsündə isə turizmin inkişafına ayrılan vəsaitlər planlaşdırılır və idarə olunur. Dövlət büdcəsi, onun gəlirləri və xərcləri, bələdiyyə büdcələri, yerli büdcələri və ayrı-ayrı şirkətlərin, müəssisələrin, hüquqi və fiziki şəxslərin gəlir və xərclərinin formalaşması turizmin potensialı ilə ondan istifadə səmərəliliyi ilə formalaşır. Turizmin rolu iqtisadiyyatın strukturu ilə bağlıdır. Daha çox k/t-nın inkişafı, regional iqtisadiyyat və kənd əhalisinin sosial inkişafı, tərəqqisi turizmin bütövlükdə və ayrı-ayrı növləri ilə bağlıdır. Turizmin inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq Azərbaycanda potensialına görə I yerlərdən birini tutur. Amma istifadə dərəcəsinə görə aşağı səviyyədədir. Turizmin iqtisadi və sosial inkişafda rolu istehsal və istehlak istiqamətdə formalaşır və inkişaf edir. ÜDM-nin strukturunda turizm sferası turizm sənayesi və xidməti formasında iştirak edir. Sənaye məhsulunun inkişaf etmiş turist ölkəsində strukturu turistlərin və turist infrastrukturasının tələbinə uyğun formalaşır. Xidmət sferasında isə turist təşkilatlarının müxtəlif mərhələlərdə təşkil etdiyi xidmət

gəlirləri, işçilərin sayı və bu sahəyə qoyulan kapital qoyuluşu ilə ölçülür. Turizmin istehlak rolu isə turist təşkilatları, turist müəssisələri olan regionlarda əhalinin məşğulluğu, onların əməkhaqqı və istehsal etdiyi məhsulun satışı və reallaşmasını əhatə edir. Turizmin istehlakı beynəlxalq əlaqələrin miqrasiya problemlərinin formalaşmasına təsir edir. Belə ki, beynəlxalq turizm təşkilatları respublika iqtisadiyyatının inkişafında iştirak etməklə iqtisadi və sosial əlaqələri, onların səmərəli variantlarını təşkil edir. Turizmin gəlirləri dövlət gəlirlərinin, əhali və sahibkar gəlirlərinin tərkib hissəsidir, regional iqtisadi siyasətin formalaşma faktorudur, amilidir. Ona görə də hər bir ölkənin turizm sahəsi onun iqtisadi, sosial potensialının formalaşmasına və idarə olunmasına təsir edir. Təbii ki, ayrı-ayrı ölkələrdə turizmin xüsusiyyətləri mövcuddur, xarakteri formalaşır. Turistlərin sosial iqtisadi xarakteri turizm fəaliyyətinin xarakteristikasını səciyyələndirir, yəni turizm sahəsində motivləşmə meydana çıxır. Turizmin iqtisadi sosial rolu strateji problemlərin həlli üçün proqnozlar verməyə şərait yaradır. Turizmin proqnozları sahələrin və regionların iqtisadiyyatını müəyyənləşdirir. O, regiondakı turizm potensialını yüksəldir, həmin regionlarda infrastruktura layihələri əsaslı vəsait qoyuluşu, investisiya proqramları və bir sıra xarici ölkələrin kredit resursları cəlb olunur. Turizmin inkişafı iqtisadi amil olaraq öyrənilir. Turizm özünə məqsəd deyil turizm ümumi iqtisadiyyatın inkişafını təmin etmək üçün əhalinin məşğulluğunu, istirahətini təşkil etmək yoludur. Ona görə də biz turizmin iqtisadi və sosial rolunu kompleks sistemli göstəricilər ilə qiymətləndiririk. ÜDM-da turizmin yeri, xüsusi çəkisi, əhalinin məşğulluğunda rolu, miqrasiya proseslərində rolu, təbii sərvətlərin, pul vəsaitlərinin iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunması dərəcəsi turizmin rolunu müəyyənləşdirən göstəricilərdir.

6.4. Turizmin regionların iqtisadi inkişafda rolu

Turizm və regional iqtisadiyyat qarşılıqlı əlaqədə olan iqtisadi istiqamət və sosial istiqamətlərdir.



Sxem: Turizm və region iqtisadiyyatı

Regionların iqtisadi inkişafı ölkə iqtisadiyyatının tərkib hissəsidir. Strateji məsələlər, problemlər regionlarda özünün xüsusiyyətlərini kəsb edir. Hər bir iqtisadi regionun inkişafına təsir edən amillər iqtisadi, təşkilati və qərar qəbuluna, idarəetmək amilinə bölünür. Ona görə də ümumi halda regionların və ayrı-ayrı sahələrin iqtisadi inkişafı istehsal funksiyası ilə ifadə olunur:

$$y = A^{\alpha} B^{\beta} C^{\delta}$$

Burada: α, β, δ -amillərdən istifadə əmsalları:

A, B, - uyğun resurslardır (maddi (A), əmək (B), təşkilati (C) resurslardır).

Bəzi ədəbiyyatda bu əmsallar elastiklik əmsalları adlanır.

Bəzi ədəbiyyatlarda bu əmsallar elastiklik əmsalları adlanır. $\alpha + \beta + \delta = 1$.

Regionların iqtisadi inkişafı sahələr üzrə və əraziləri üzrə, kənd, şəhər formasında inkişaf etdirilir. Təsərrüfat forması olaraq isə bir neçə region birləşib assosiasiyalar yaradır. Bu zaman resurslar mərkəzləşdirilir, hər bir resurs sahibinin payına uyğun olaraq gəlirlərin bölgüsü reallaşdırılır, region maraqları ilə ümumi maraqlar arasında tarazlıq təmin olunur. Mərkəzləşdirilmiş qaydada tərtib olunan, işlənən proqramlar regionlar üzrə konkretləşir, regionun yükü müəyyənləşir və regionun tələbinə uyğun bölgü sistemi formalaşır. Belə ki, dövlət büdcəsində dotasiyalar verilir. Subsidiyalar ayrılır, güzəştli kreditlər və birbaşa (kredit) xidmət etmək vəzifələri həyata keçirilir.

6.5. Turizmin inkişafı və sosial tərəqqi

Turizm xarakter etibarını ilə sosialyönlü fəaliyyət dairəsidir. Onun sosial mahiyyəti iş yerlərinin açılmasıdır. Ev təsərrüfatlarının inkişafıdır, sahibkarlığın genişlənməsi və bazarda uyğun əmtəə və xidmət istehsalıdır. Ona görə də biz turizmi fəaliyyət dairəsi kimi tədqiq edirik. Uyğun olaraq turizmdə biznes, turizmdə infrastruktura, turizmdə kəndin sosial inkişafı, regionun sosial inkişafı, infrastruktur bütövlükdə sosial inkişafın amilləri kimi öyrənilir. Turizmdə məşğulluq əhalinin əmək tutumlu fəaliyyətini reallaşdırır. Ev təsərrüfatda fərdi sahibkarlığı stimullaşdırır. O cümlədən, təqaüdcülər, tələbələrin, uşaqların əməyindən istifadə etməyə şərait yaradır. Turizm inkişaf edən regiondakəndlərdə, şəhərlərdə təhsil, səhiyyə obyektləri tikilir, yollar salınır, bazarlar inkişaf etdirilir, yeni xidmət sferası artır. Bütün bunlar uyğun olaraq bazarda dövriyyəyə cəlb olunan pulun miqdarını çoxaldır, bank sisteminin inkişafını təmin

edir. Bu da ixtisaslı kadrların hazırlanması, istifadəsi, bölgüsündə olan tələbləri ödəyir. Tuurizmin sosial tərəqqidə rolu birbaşa, dolayı yolla baş verir. Turizmin sosial mahiyyəti, vəzifəsi onun xarici ölkələrlə, xarici şirkətlərlə əlaqəsində öz əksini tapır. Turizm mədəniyyəti, davranışı və insanların özünün daxili, xarici, turistlərin tələbinə uyğun xidmət etmək qabiliyyətini formalaşdırır.

MÖVZU 7. TURİZMİN İDARƏ OLUNMASININ ƏSASLARI

Plan:

- 7.1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri**
- 7.2. Turizm idarəçiliyinin metodoloji əsasları**
- 7.3. Turizm planlaşması və əsas prinsipləri**
- 7.4. Turizm idarəçiliyinin müasir şəraitdə təkmilləşmə istiqamətləri**

7.1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri

Turizm idarəçiliyi sosial və iqtisadi idarəetmə problemlərinin vəhdətindən təşkil olunur. İqtisadi və təşkilati quruluş sahə və ərazi prinsipləri əsasında qurulur. İdarəetmə vəzifələri bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun dinamik, kompleks və sistemli təşkil olunur. İdarəetmə funksiyası mülkiyyət münasibətlərini, onun formalarını və təsərrüfatın təşkil olunmasının, istiqamətlərini əhatə edir. İdarəetmə məqsədi olaraq maksimal səmərə nəzərdə tutulur. Turizmin səmərəsi iqtisadi və sosial səmərə ilə ölçülür. Hər bir subyekt təsərrüfat bu turizmdən gələn gəlirlərin maksimum artmasına səbəb olur. Minimum məsrəflərlə yeni iş yerlərinin açılması, məşğulluq və kommersiya mənfəətinin artırılması nəzərdə tutulur. Turizmin idarəçiliyini turizmin mentaliteti formalaşdırır. İlkin növbədə turizmin bazarı öyrənilir. Turizm bazarının digər sahələrdən fərqli cəhətləri onun fəaliyyət mexanizmlərinin xüsusiyyətləri ilə formalaşır. Turist idarəçiliyi turist tələbatı ilə təklifi arasında təşkilati idarəetmə strukturunu yaratmağı özündə əks etdirir. Turizm idarəsinin bazar strukturu şəraitində əsas maliyyə mənbəyi sahibkarlıq və dövlət hesabına büdcə

təşkil edir. İdarəetmə mexanizminə əsasən turistlərin ayrı-ayrılıqları sayı onların məqsədləri və ölkənin iqtisadi potensialı daxildir.

Turizm idarəsinin əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

1. Sistemli yanaşma prinsipləri
2. Normativ yanaşma prinsipləri
3. Səmərəlilik prinsipləri

Turizmin regional xüsusiyyətli idarəetmədə regionların kompleks inkişafına və onun əsas amillərinin nəzərə alınması ilə formalaşdırır. İdarəetmə iqtisadi və sosial inkişafın ali məqsədlərinə xidmət edir. Region maraqları ilə makroiqtisadi maraqların uzlaşmasını təmin edir. İdarəetmə resurs təminatına və tələbatın ödənilməsinin yaxşılaşmasına yönəldilir. Turizmde çəkilən xərclərin çoxşaxəliliyi, rəngarəngliliyi onun məsrəflərinin qiymətləndirilməsinin yeni metodikasını tələb edir. Buna görə turizm «gətirilmiş məsrəflər» ilə ifadə olunur, 1 məsrəf digər məsrəfdən ekvivalentliyini tapır. Turizmin iqtisadi potensialı təbii sərvətlər ilə ifadə olunur. Turizmin iqtisadi potensialı təbii sərvətlərin qiymətləndirilməsi ilə bağlıdır. Təbii sərvətlər isə öz effektivliyinə görə, istifadə olunmasına və sahəsinə görə fərqli bir – birini əvəz edən resurslara daxildir. Ona görə idarəetmə vəzifələri proqnozlarla reallaşır. Proqnozlar idarəetmə hədəfini müəyyənləşdirir.

7.2. Turizm idarəçiliyinin metodoloji əsasları

Turizm idarəetməsi məqsədyönlü fəaliyyətdir, sahə maraqları üzərində qurulub. Turizm sahəsinin iqtisadi, sosial rolu və onun ümumi iqtisadi inkişafda yeri müəyyənləşilir. Bu baxımdan istifadə olunan metodlar:

1. ümumi iqtisadi
2. xüsusi metodlara bölünür.

Bu metodlar turizm modelləri formalaşdırır. Hər bir ölkədə iqtisadiyyatın strukturu turizmin sahə kimi fəaliyyət

dairəsini formalaşdırır. Metodologiya baxımdan sistemli yanaşma metodları istifadə olunur. Resurs-məqsəd-turizm məhsulu ardıcılığı prinsipləri və modelləri mövcuddur. İlk növbədə turizmə olan tələbat formalaşdırılır. Bu tələbat potensial və faktiki istehlak tələbatına bölünür. Potensial tələbatın öyrənilməsində tətbiq olunan metodlar coğrafi iqtisadi amilləri və onların təkrar istehsalını nəzərə alır. Bu zaman torpaq, su, hava, insanlar, tarixi abidələr, onlardan istifadə zamanı əldə olunan faydalı effektləri nəzərdə tutulur.

Turizm inkişafının metodoloji əsasını normativ metodlar təşkil edir və uyğun modellər tərtib olunur. Bu modellərə sahələrarası modellər, birbaşa hesablaşma proqnozları və məsrəf, son nəticə modeli daxildir. Turizmin inkişafı amillərlə yanaşı bazar tələbatına uyğun genişlənilir, təkmilləşir və turizm məhsulu bir bazar segmentindən digər bazar segmentinə çevrilir. Ona görə də turizmin transmisiya modeli formalaşır. Turizm inkişafının struktur modeli onun sahədaxili və sahələrarası proporsiyalarına nisbəti müəyyən edir. Sahədaxili nisbətində aralıq, son məhsul, onların bölgüsü sxemi formalaşır. Turizmin proqnozları ümumi iqtisadi inkişafın proqnozları ilə tarazlaşdırılır. Dövlət büdcəsinin obyektlərinin, turist fəaliyyətinin maddi-maliyyə əsasları proqnozlaşdırılır.

7.3. Turizm planlaşması və əsas prinsipləri

Turizmin planlaşması perspektiv dövrə üçün turizm fəaliyyətinin təşkili deməkdir. Planlar sahə, ərazi və funksional planlara bölünür. Cari və perspektiv planlar tərtib olunur. Hər bir şirkətin və turist təşkilatının biznes planı onun proqnozu əsasında verilir. Planlar direktiv xarakter daşımır. Planlar strateji əhəmiyyət kəsb edir. Turizm fəaliyyətinin bütün imkanları bazar münaasibətləri çərçivəsində həll edilir. Xüsusi maraqlar və ictimai maraqlar uzlaşdırılır.

Strateji planlaşma konseptual müddəlar, ümumi iqtisadi artım və sosial inkişaf kontekstində işlənir. Strateji planlaşma turizm obyektlərinin və turist şirkətlərinin ehtiyatlarını, onların davamlı inkişafını və rəqabət qabiliyyətli olmasını təmin edir. Strateji planlaşmada dövlətin turizm sahəsinə himayəçiliyini müəyyən edir. Dövlət idarəetməsi dövlətin maliyyə kredit, nəzarət funksiyasını formalaşdırır.

Cari planlaşma daha çox marketing planlaşmasını əhatə edir. Maliyyə idarəçiliyi hər bir turist fəaliyyətinin konkret yerləşməsi, onun inkişafı, resurs təminatı və bazar istiqamətini əhatə edir. Planlaşmada uyğun olaraq təminat səviyyəsi ölçülür. Hər bir turist üçün zəruri olan, tələb olunan yerdəyişmə, yəni turist fəaliyyəti formalaşdırılır. Turizm motivi seçilir. Təbii ki, plan özü zəka tələb edir. Buna görə variantlar tərtib olunur. Hər bir variantın özünün məqsədi, resurs texnologiyaları tapılır.

İqtisadi ədəbiyyatlarda planlaşma texnikası işlədilir. Planın özünün səmərəliliyi, onun reallaşmasında sahibkarlar əlavə gəlir əldə etsinlər. Planlaşma turizmin inkişafının mexanizmlərinə daxildir. O daima təkmilləşir, müasir şəraitdə daha dinamik və çevik olur. Ona görə də plan mexanizmini təkmilləşdirmək üçün xüsusi orqanlar, idarələr yaradılır. Ancaq turizm sahəsi daha çox sahibkarlıq fəaliyyətidir. Burada istehsal olunan məhsulların 90%-i bazar tələbatına uyğun təkmilləşir. Ona görə də planın adekvatlığı informasiya bazarının genişlənməsi ilə bağlıdır. Turizm informasiyası xarici, daxili turistlərin mövcud turist müəssisəsini və həmçinin turizm sahəsinə ayrılan dövlət vəsaitlərinin və sahibkarlarının səyini qiymətləndirmək yolu ilə planlaşdırılır.

7.4. Turizm idarəçiliyinin müasir şəraitdə təkmilləşmə istiqamətləri

Turizmin idarə edilməsi kompleks sistemli və məqsəd-yönlü fəaliyyət dairəsi olub struktur islahatların tərkib hissəsidir. Turizm idarəetmə obyektı olaraq turizm məqsədində, onun əsas təşkilatı quruluşuna və kadr potensialına əsaslanır. Turizm idarəçiliyi turistlərin motivasiyasıya əsasında qurulur. Bu baxımdan hər bir turist obyektində turistlərin rəyi, seçimi öyrənilir, onların özlərinin xarakteristikası, hansı ölkədən gəldikləri, turist müddəti və turistlərin sosial demoqrafik tərkibi sosial statusu, turist tələbatı ilə müqayisə olunur və bu idarəetmədə aparıcı motiv seçilir. Turistlərin hər bir ölkəyə axını potensial turist axınıni qiymətləndirməyə imkan verir. Turizm potensialı hər bir nəfərə düşən şəraitin maddi məsrəflərin, kadrların sosial xarakterləri ilə öyrənilir.

Turist idarəçiliyi, turist agentliyi, turist operatorluğu, turist dillərləri və turizmin əsas xidmət sferasında işləyən əhalinin sayını müəyyən edir. Onların arasında əmək bölgüsünü formalaşdırır. İdarəetmə səmərəsi cari və perspektiv resurların istifadəsi və onların ehtiyatlarının artımı ilə müəyyənləşdirilir.

Turizm ehtiyatları idarəetmənin resurs potensialını formalaşdırır. Ehtiyatlar planauyğun olaraq turistlərin sayı və hər bir turistə düşən maddi, maliyyə, əmək məsrəflərini formalaşdırır. Hər bir ölkədə bu nisbətləri özünəməxsus formada həll olunur. Turizm sahəsində vəzifə bölgüsü çox ukladlı təsərrüfat xarakterini daşıyır. Turist sənayesi, turist infrastrukturunu, otelçilik, turist planlaşması, turizmə mədəni xidmət sferası bir-birini əlaqəli surətdə tamamlayır. Bu etapların hər biri özünün bir sıra xarakterik göstəriciləri, meyarları və idarəetmə üsulları ilə səciyyəlidir. Təbii ki, təkmilləşdirmə dedikdə müasir şəraitdə ölkə iqtisadiyyatında baş verən struktur dəyişmələrini nəzərə alır və ölkənin

perspektivinə uyğun olaraq layihələr hazırlanır. Turizm sahəsi ərazi idarəetmənin üstünlüyünü tələb edir. Həmçinin dünyəvilik prioritet istiqamət sayılır. Turizmin qlobal problemlərini onun makroiqtisadi aspektləri ölkə iqtisadiyyatının xüsusi ilə bağlanır. Məsələn, investisiya mühiti, qida təhlükəsizliyi, bütövlükdə təhlükəsizlik, sahibkarlıq mühiti, qanunvericilik bazası, turizmin region üzrə yerləşməsi strategiyası, təbii coğrafi şəraitin üstünlüyü və onlardan istifadənin zəruriliyi makroiqtisadi problemlərdir və təkmilləşmə tələb edir. Mikro səviyyədə turizmin problemləri və istiqamətləri planlaşma ilə bağlıdır. Daha çox marka planlaşmasına üstünlük verilir. Biznes planları tutulur. Sosial prioritetlər və kommersiya maraqları üst-üstə düşəndə əlverişli şərait yaranır.

MÖVZU 8. TURİZMİN İNKİŞAFININ VƏ İDARƏ OLUNMASININ TƏŞKİLATI QURULUŞUNUN TƏKMİLLƏŞMƏSİ

Plan:

- 8.1. Təşkilati quruluşun mahiyyəti, onun turizmdə xüsusiyyətləri**
- 8.2. Turizm qanunvericiliyi və sosial hüququn normaları**
- 8.3. Turizm marketing planlaşmasının əsas istiqamətləri**
- 8.4. Turizmin məhsulunun idarə olunması**

8.1. Təşkilati quruluşun mahiyyəti, onun turizmdə xüsusiyyətləri

Təşkilati quruluş hər bir sahənin əsas istiqamətlərini müəyyən edir, onun fəaliyyətinin perspektivini formalaşdırır. Resruslarını, vəsaitlərini, onun mənbələrini tapır, müəyyən edir və qərar qəbul edib layihələr hazırlayır. Uyğun olaraq təşkilati quruluş idarəetmə orqanlarını və təsərrüfat formalarını yaradır. Turizm konkret sahədir, onun idarəçiliyi xüsusi mülkiyyətə əsaslanır. Xüsusi mülkiyyət isə inzibati idarəetmə yox, azad rəqabətə əsaslanan, kommersiya maraqları üzərində qurulan sahibkarlıq fəaliyyətini təşkil edir. Təşkilati quruluş elmi əsaslara istinad edir. Nə istehsal edəcəyini, turistlərin tələbinə uyğun təşkil edir. Bu da öz növbəsində turist məhsulunun sahə və ərzi strukturunu formalaşdırır. Sənaye məhsulu formasında, qida məhsulu formalaşmasında və xidmət sferasında, xidmətləri yaradan infrastruktur obyektləri formasında yaradır (yeməxanalar, otellər, sağlamlıq zonaları, idman obyektləri və s.) Təşkilati proses turizmin əsas növünü, isti-

qamətini müəyyən edir, onun məhsulunun tələbat növünə uyğun olaraq seqmentləşməsinə müəyyən edir. Hər bir turist məhsulu turist fəaliyyətinə görə ixtisaslaşır və seqmentləşmədə xüsusi çəkisinə görə əsas yer tutur. Bu turizmin motivini müəyyənləşdirir və təşkilatçı subyekt bu tələbdən asılı olaraq özünün imkanlarını cəmləşdirir, onlardan istifadə etmənin yollarını, texnologiyalarını müəyyən edir. Turizmin təşkili ilkin növbədə turizmə verilən lisenziya ilə hüquqi əsasını tapır. Müasir şəraitdə sahibkarlıq fəaliyyəti kimi qeydiyyatata alınır. Vergi və yerli orqanlar tərəfindən nəzarət olunur. Gəlirlər də dövlət və yerli bəğdçələrə keçirilir. Bu mexanizmlər vasitəsilə turizmin inkişafına stimulyarada bilir, kreditlər verilir, vergi normaları azaldıla bilər, turistin turist müəssisəsinə axınını təşkil etmək üçün göndərişlər verə bilər və s. Təşkilati quruluş təkmilləşir, ixtisaslaşır, çoxşaxəli kompleks və əraxi daxili problemləri özündə əks etdirə bilər. Bir neçə turist obyektlərinin bazası xüsusi ola bilər və hər birinin ayrıca istifadəsi üçün qvotalar, məhdudidyyətlər və ödəmələr tətbiq oluna bilər. Gəlirlər də uyğun olaraq turizm sahibkarları, yerli orqanlar arasında bölüşdürülür. Belə ki, təşkilati quruluşda maraqlar uyğun olduqda birgə effekt yaranır. Təşkilati quruluşun səmərəli forması təşkilat formaları kimi müəssisənin optimal ölçüsünü, onun strukturunu müəyyənləşdirir.

8.2. Turizm qanunvericiliyi və sosial hüququn normaları

Turizmin idarə olunması bazar iqtisadiyyatı şəraitində mülkiyyət münasibətlərinə və mülkiyyət formalarına əsaslanır. Təbii ki, turizm sferasının xüsusiyyətini özündə əks etdirir. İdarəetmə baxımından turizm sahəsi ərazi, sahə və funksional məqsədlərə yönəlir və uyğun olaraq mexanizmlər vasitəsilə təmin olunur. Dövlətin əsas vəzifəsi bu mexanizmlərin təşkili, istifadəsi və reallaşması üçün uyğun metodlar hazırlamalıdır. Turizmin dövlət tənzipləməsi mövcuddur.

Dövlət birbaşa və dolayısı yolla sahibkarlığa təsir etmə yolu ilə idarəetmə mexanizmlərini yaradır. Ali vəzifəsi turizmin sferasının iqtisadi rolunu artırmaq, onun sosial mahiyyətini genişləndirmək və kommertiya gəlirləri əldə etməkdir. Turizmin idarə olunması sistem halında baş verir. Kompleks sistemli idarəetmə mexanizmləri tətbiq olunur. Dövlətin idarəetmə funksiyası ayrı-ayrı regionlarda turizmin sahibkarlığına dəstək verməkdir. Bu isə budcə vəsaitləri ilə, vergi siyasəti ilə sahibkarlığa kömək yolu ilə reallaşır. Dövlətin maliyyə siyasi iqtisadi inkişafın cari və perspektiv xərc strukturunu ifadə edir. Turizm idarəçiliyi qanunlarla tənzimlənir. İlk dəfə 1997-ci ildə MM tərəfindən turizm haqqında «çərçivə qanunu» təsdiq olunmuşdur. Bu qanunda turizmin əsas funksiyaları, vəzifələri və turizmin iqtisadi əsasları verilib, dövlətin rolu qiymətləndirilir, turizmin hüquqi normativ təşkilati strukturu, onu idarə edən orqanların vəzifələri və səlahiyyətləri qanunla müəyyən olunur. Turizm aləti üçün şərait yaradan digər sahələrin və ərazilərin iqtisadi mexanizmlərini təmin edən bölgü sistemi formalaşdırır. Turizm gəlirlərinin formalaşmasında yerli orqanların, əhalinin, dövlət büdcəsinin payını müəyyən edən prinsiplər.

Bu qanun son illərdə Azərbaycanda baş verən struktur dəyişmələrinə uyğun olaraq təkmilləşir, yeni maddələrlə, müddəalarla müəyyənəşir. Turizmin sahə idarəçiliyi Turizm Nazirliyi tərəfindən idarə olunur. Bu sahəyə ayrılan dövlət vəsaitləri bu sahədən gələn gəlirlər Turizm Nazirliyinin idarəsinin birbaşa maliyyə imkanlarını formalaşdırır.

Turizmin idarə orqanları normativ hüquqi baza ilə təmin olunur. Belə ki, turizm fəaliyyətdə standartlara uyğun xidmət sferası formalaşır və bu standartlar hər bir turist və hər bir turist xidmətləri təşkil edən şəxslər və personallar üçün diferensiaslaşır. Hər bir turistə xidmət üçün ayrılan vəsaitin normal ölçüsü, nominal maddi xərclər, xidmət normaları uyğun standartlarda öz əksini tapır. O cümlədən

otelçilik üzrə xidmət normaları, ərzaq normaları, göndərişdə göstərilən səy və dincəlmək normaları hər bir ölkədə ümumi standartlarla yanaşı, xüsusiyyətlər də kəsb edir. Ona görə uyğun nazirliklər turist göndərişlərini təşkil etdikdə bu standartlara ümumi nəzarəti öz vəzifəsi hesab edir. Amma rəqabət qabiliyyətli turist müəssisələri təşəbbüskarlıq etmək yolu ilə və fərqi, subyektiv idarəetmə bacarığına istinad etməklə bu normativlərin hər bir müəssisə üçün optimal ölçüsünü təmin edə bilər.

8.3. Turizmin marketing planlaşmasının əsas istiqamətləri

Turizm idarə edilməsinin müxtəlif üsulları mövcuddur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində strateji planlaşma turizm inkişafının əsas istiqamətləri müəyyən edilir, onun dövlət səviyyədə idarə olunmasının prinsiplərini müəyyənləşdirir, konseptual əsaslarını tənzimlənmə və idarəetmə funksiyalarını formalaşdırır. Bununla yanaşı bazar tipli inkişaf modelinə uyğun marketing planlaşması zəruri istiqamətdir. Hər bir turist müəssisəsi və sahibkar özünün turist planına, biznesini təşkil etdikdə turist məhsulunun strukturunu formalaşdırır, onun həcmi, turist xidmətinin və turist məhsulunun çeşid və keyfiyyətini, yəni onun marketing quruluşunu müəyyənləşdirir. Bu baxımdan bazar öyrənilir. Daxili və xarici tələbat və onun formalaşmasına uyğun təşkil olunur. Turist tələbatının marketing üzrə seqmentləri əsaslandırılır və sxematik olaraq seqmentləşmənin dinamikası illərdən asılı olaraq dəyişmə meyili tapılır. Marketing planlaşması 2 aspektdə reallaşır:

1. İstehsal sferasında istehsal üzrə seqmentləşmə
2. İstehlak sferasında istehlak üzrə seqmentləşmə

Bu baxımdan istehsala təsir edən amillər və istehlaka təsir edən amillər arasında uyğunluq, təsir gücü matrissa şəklində ifadə olunur. Bu da öz növbəsində müəssisədaxili

planlaşmanı formalaşdırır. Turizm marketinq özünün xüsusiyyətləri ilə fərqləndirilir. Hər bir turist xidməti bir sıra kompleks amillərlə formalaşır. Onun istehlakçılarının sosial iqtisadi, psixoloji amilləri uyğun seqmentləşməni yaradır. Buna görə də plan təcübəsi seqmentdə iştirak edən funksional əmək bölgüsünü təşkil edən menecmentdən asılıdır. Turizm mentaliteti, menecerlərin, onların peşəkarlığı, bazar iqtisadiyyatı şəraitində çevik idarəetmə qabiliyyəti ilə bağlıdır. Menecment hər bir turist obyektinin mövcud vəziyyətini qiymətləndirir, onun müxtəlif variantlarda inkişaf etmə strategiyasını proqnozlaşdırır və rəqabət qabiliyyətli davamlı inkişaf taktikasını seçir. Turizm sahəsi çox riskli sahədir: kapitaltutumlu, əməktutumlu və dünya iqtisadiyyatında baş verən təsirlərlə formalaşır. Bu şəraitdə turizm mentaliteti strateji plan ilə marketinq planlarının üzvi əlaqəsini birbaşa və əks əlaqəsini idarə edir. İdarəetmə funksiyası idarəedici şəxsin təhsilindən, təcübəsindən və bazar tipli inkişafın dəyişdirilməsi qabiliyyətindən asılıdır. Turizmin kadrları müasir şəraitdə hərtərəfli biliyə malik olan iqtisadi və idarəetmə vəzifələrini başa düşən menecerlərdir.

8.4. Turizmin məhsulunun idarə olunması

Turizm məhsulunun idarə olunması bazar prinsipi əsasında qurulur. Bazar dəqiqləşdirilir, bazarın əmtəə və xidmət strukturu formalaşdırılır, o cümlədən turizm sənayesi, turizmin qida təminatın turizmin kadr potensialı və turizmin təşkili potensialı qiymətidir. Bu imkanlar turizm müəssisəsinin gücünü formalaşdırır, onun əsas fondlarını, dövriyyə vəsaitlərini və hər bir turist məhsuluna çəkilən xərclərin nominal və cari ölçülməsinə səbəb olur və bu xərclər səmərəliliyin idarə olunmasına gətirib çıxarır. Turizm gəlirləri ilə xərclər arasındakı nisbət fəaiyyət dairəsi olaraq onun səmərəliliyini müəyyən edir. Hər bir məhsulla

və xidmətə çəkilən xərclərin isə onun xüsusi səmərəsini müəyyən edir.

$$\frac{\sum_{i=1}^n C}{\sum_{i=1}^M M_{esi}} = G - \text{ümumi səmərə}$$

$$\frac{X_i}{\sum_{i=1}^M M_{esi}} = G$$

$$X_i = \sum_{l=n}^M a_y + y_i \text{ (formul)}$$

Turizm məhsulunun istehsal və bölgüsü bu balans formulu ilə ifadə olunur.

X_i - məhsulun həcmi

a_{ij} – məhsulun yod sahəsində çəkilən məsrəflər

y_i - son məhsul

i - məhsul

MÖVZU 9. TURİZMİN İDARƏ OLUNMASININ KONSEPTUAL ƏSASLARI

Plan:

- 9.1. Turizmin idarə olunmasının konseptual əsasları**
- 9.2. Turizmin idarə olunmasının məqsədli proqnoz modeli**
- 9.3. Turizmin idarə olunması resurs modeli**
- 9.4. Dünya təcrübəsi və dünya ölkələrində turizmin inkişafının əsas əlamətləri**
- 9.5. Turizmin inkişafının informasiya bazası və informasiyanın yeni texnologiya ilə işlənməsi**

9.1. Turizmin idarə olunmasının konseptual əsasları

Turizmin inkişafı nəzəri, praktiki, konseptual müddəalara əsaslanır. Resurslarının sosial iqtisadi inkişafının əsas iqtisadi kontekdə həll olunur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində turizmin inkişafı iqtisadi və sosial parametrlərinə görə qiymətləndirilir, turizm tələbatı müəyyənləşir. Bu zaman konseptual istiqamətdə onun səmərəsi qiymətləndirilir və ölkə iqtisadiyyatının struktur siyasəti kimi qəbul olunur. Turizm sahəsinə ayrılan vəsaitlərin məbləği, onun mənbələri müəyyənləşir. Turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatına verdiyi iqtisadi və sosial səmərə proqnozlaşdırılır. Turizmin inkişafı modeli bazar tipli modellərə əsaslanmalıdır. İlkin meyar olaraq gəlirlilik səviyyəsi əsas götürülür. Belə ki, turizm riskləri dövlətin və sahibkarın xərcləri və onların əldə etdikləri gəlirlərin səviyyəsi ilə ölçülür. Buna görə də turizm konsepsiyası dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin tərkib hissəsi olmaqla hər bir ölkədə strateji idarəetmə obyektidir. Turizm konsepsiyası regionların inkişafını əsas götürür, resursların bir-birinin dəyişməsi imkanlarını qiymətləndirir və hər bir regionda, şəhər və kənd yerlərində məskunlaşmanı forma-

laşdırır. Turizmin modeli mövcud imkanlar və perspektiv struktur dəyişmələri nəzəri fikirlərinə əsaslanır. Mövcud imkanlar turizmin inkişafının əhatəli artım tempini təmin edir, yəni artıq formalaşmış imkanlardan istifadə etmə yolu ilə onların stasionar modeli adlana bilər. Bu modellərin reallaşması zamanı turistin ehtiyacları onların sayı dəyişərək saxlanılır və turizm sferasına ayrılan vəsait orta statistik normalarla istifadə olunur. Turizmin 2-ci əsas modeli normativ modeldir. Bu modellər standartların dəyişməsinə uyğun olaraq turizm xərclərinin dəyişməsinin, onun hər bir xidmətə, məhsula istifadənin yeni variantların nəzərə alınması ilə tərtib olunur. Turizm modelləri, sosial normaları, xərc normaları və gəlirlilik normalarına görə ayrılır. 3-cü əsas model məqsədli proqnoz modelidir. Məqsədli proqram tipli modellər turizmin məqsədini və o məqsədi həyata keçirmək yollarını əhatə edir. Ali məqsədlər və lokal (məhəlli) məqsədlər formalaşdırılır.

9.2. Turizmin idarə olunmasının məqsədli proqnoz modeli

Məqsədli proqnoz dövlətin proqnoz xarakterli tədbirlərini və təşkilini formalaşdırır. Məqsədli proqnozlar hər bir turist dövriyyəsində iştirak edən obyektin və subyektin vəzifələrini, onların kapital vəsaitlərini və gəlirlərin bölgüsündə iştirak payını formalaşdırır. Məqsədli proqnoz metodları ünvanlı xərc strukturunu və proqnoz xarakterli qərar qəbulunu formalaşdırır. Turizmin modelini tərtib etmək üçün turizmin mövcud vəziyyəti təhlil olunur. Onun iqtisadi və sosial nəticələri maraqlar baxımından qiymətləndirilir. Bu nəticələr adambaşına gəlirə görə, turizm işçilərinin sayına görə, respublikaya gələn və respublikadan gedən turistlərin sayına görə, turizm altında iştirak edən öz fəaliyyətini tarazlayan təsərrüfat subyektlərinə görə təhlillər aparılır və turizm fəaliyyətinin 2 əsas modeli qurulur:

1. Təsərrüfatçılıq modeli.

2. İnkişaf modeli.

Təsərrüfat modeli kimi turizm sahəsində müasir bazar tipli rəqabətə dözümlü inkişaf istiqamətləri qəbul olunur. Turizmin özünü maliyyələşmə, öz işçilərinin həyat səviyyəsini təmin etmə və regionda turizmin xüsusi çəkisini artırmaq meyarları qəbul olunur. İnkişaf modelində isə əlverişli turist variantları axtarılır. Xarici turistlərin cəlb olmasına daha üstünlük verilir və turizm modelinin parametrləri iqtisadi inkişafın tələblərinə uyğun qurulur. Turizmin innovasiya tipli modelləri daha üstünlük təşkil edir. Yeni texnikanın, yeni çevik informasiya bazasının tətbiqi və onların təşkili turizmin inkişaf modelinin sistemi onun sahə, ərazi və funksional model sistemini tətbiq etməyə imkan verir. Turizmdə daha çox sahələrarası model tərtib olunur. Bu zaman bütün sahələrin xərcləri və əldə olunan son nəticə arasında fərqlər, nisbətlər maksimumlaşdırılır. Turizmin inkişaf modeli gəlirlərin optimal bölgüsünə əsaslanır, çünki fəaliyyətdə iştirak edən subyektlər, təsərrüfatlar xarakteri ilə eyni olmadıqları üçün onların gəlirlərin bölgüsündə payı effektiv və ekvivalent olmalıdır. Belə olmazsa modelin əsas tələbi olan komplekslik və sistemlilik pozula bilər. İnkişaf modelinin təkmilləşməsi üçün perspektiv informasiya təşkil edir. Beləliklə, perspektiv inkişafın əsasını proqnozlar təşkil edir. Proqnozlar modellərə uyğun olaraq passiv və aktiv proqnozlara bölünür. Passiv proqnozlar statistik və formallaşmış meyilləri əks etdirir. Aktiv proqnozlar isə zəruri olan inkişafı təmin edən variantları əsaslandırmağı tələb edir.

9.3. Turizmin idarə olunmasının resurs modeli

Turizm sferası iqtisadi sfera olduğuna görə onun fəaliyyəti dairəsi kimi modelləri tərtib olunur. Bu modellər başqa sahələrdə olduğu kimi istehsal, istehlak və bazar tipli

modellərə bölünür. Turizmin istehsal modeli onun amillərinin təsirini turizm məhsulunun artımında qiymət yolu ilə tərtib olunan istehsal funksiyalarıdır. İstehsal amilinə turizm dövryyəsinə cəlb olunan maddi resurslar, əmək resursları və idarəetmə qabiliyyəti daxildir. Turizm sahəsində istehsal olunan məhsul və xidmətlər həm yerli tələbatı ödəmək, həm də ixrac potensialını artırmaq məqsədilə istifadə olunur. İstehsal modelinin analitik forması istehsal funksiyalarıdır. İstehsal modeli resursların bir-birini əvəz etməsi variantlarını əks etdirir. Əsas göstəricilərinə turizm məhsulu, onun dəyər və natural göstəriciləri, hər nəfərə düşən turizm məhsulu və turizm gəlirləri, əsas fondlar dövryyə vəsaitləri və turizmdə tətbiq olunan yeni fikirlərin, layihələrin tətbiqi daxildir. İstehsal modeli intensiv inkişaf modelidir. Bu model hesabına turizm istehsalçıları öz fərdi gəlirlərini artırmağa can atır. Turizmin istehlak modeli isə bazarda turizm məhsuluna olan ehtiyacların ödənilməsi ilə ifadə olunur. Bu zaman əsas informasiya bazası aşağıdakılardır:

1. Turistin sayı.

2. Turist obyektlərinin ümumi sayı, onların hər bir turistə düşən istehlak gücləri.

Respublikada yerli turistlər hər bir turistin istirahət müddəti turistin sayı, turist müəssisəsinin yerləşmə yerindən məsafəsi, mehmanxanalar, restoranlar, yeməcxanalar və onların tutumunun 1000 nəfər hesabında götürülür. İstehlak modelinə yanaşma metodikası istehlakçıları öyrənməyə tələb edir. Turist istehlakçı kimi motivlə uyğun qruplaşdırılır. Əsas göstəricilərdən biri turistlərin sosial tərkibi, onların məşğuliyyəti və gəlirlilik səviyyəsi təşkil edir. Bu tip modellər turistin sosial xarakteristikasına uyğun bölgüsünü formalaşdırır və bu isə öz növbəsində istehlakçı tələbinə uyğun olaraq bazar tipli marketin idarə edilməsini formalaşdırır, struktur dəyişmələrin əsasını verir. Təşkilati iqtisadi model isə qərar qəbulunun operativliyi, çevikliyi və onun

real prosesə yaxınlığı ilə ölçülür. Buna görə də hər bir idarə edən subyekt qərar qəbulunun formalaşmasında daha çox real vəziyyətə uyğun metodlar tətbiq edir. Turizmin idarə olunmasının informasiya bazası dünya təcrübəsində olan informasiya üzrə identifikasiya olunur. Bu isə turizm sahəsində kompleksinin yeni texnikasının tətbiqinə imkan yaradır. 2 əsas göstəricilər sistemi tətbiq olunur:

1. Real dünya qiymətləri.

2. Faktiki resurslarda çəkilən xərclər və təklif olunan qiymətlər.

Bu qiymətlərin arasındakı fərqlər turistlərin yerdəyişməsinə stimullaşdırılır. Turizmin inkişafı modelləri dünya tələblərindən kənarında inkişaf edə bilmir. Rəqabət mühitinin nəticəsində turizmin sonrakı fəaliyyəti səmərəli olmur və böhran vəziyyətinə düşür. Turizmin texnikası dedikdə, təkcə texniki vəsaitlər deyil, planlaşma, qiymətləndirmə, qərar qəbulu və idarəetmə funksiyaları nəzərdə tutulur. Dünya təcrübəsində turizmin real modeli dövlətlərarası kompromis variantlar əsasında idarə olunur və dünya turist təşkilatlarında idarə olunur. Üzvlük haqqı, iştirak payı məsuliyyətlər və səlahiyyətlər çərçivəsində həll olunur.

9.4. Dünya təcrübəsi və dünya ölkələrində turizmin inkişafının əsas əlamətləri

Turizmin inkişafı hər bir ölkənin iqtisadi strategiyasının tərkib hissəsi olduğuna görə onun formalaşması, dinamikası, strukturu həmin ölkənin müvafiq strukturaları ilə bağlıdır. Turizmin iqtisadi dünya iqtisadiyyatının tərkib hissəsidir. Ona görə də beynəlxalq turizm bölümü həm predmet olaraq, həm də ixtisas olaraq hazırlanır. Beynəlxalq turizm sahəsi xarici ölkələrin turizm təcrübəsindən istifadə etmə yolu ilə ümumiləşmələr və qanunauyğunluqlar əldə etmək deməkdir. Dünya turizm təşkilatları mövcuddur. Bu təşkilatlar qabaqcıl turist ölkələrinin təcrübəsini və

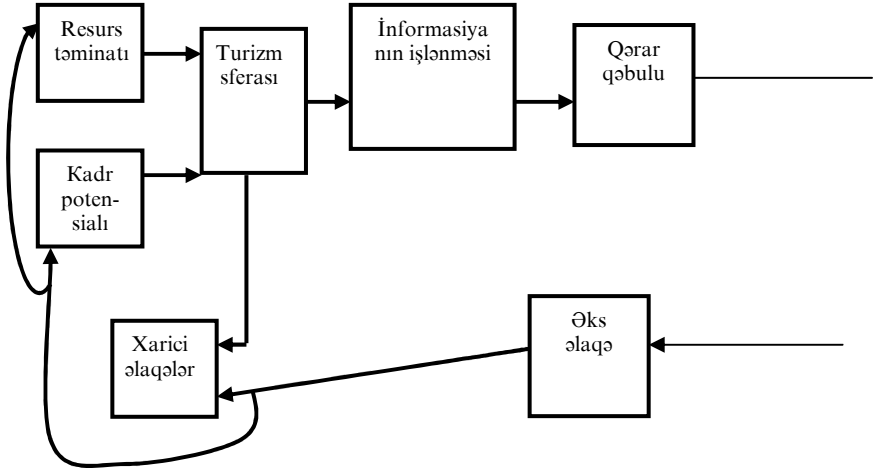
inkişaf etməkdə olan ölkələrin səviyyəsini nəzərə almaqla metodiki tövsiyələr və maliyyə yardımları edirlər. Bu təşkilatlara üzv olmaq könüllülük prinsipi əsasında həyata keçirilir. Hər bir turist təşkilatının nizamnaməsi, ona daxil olmanın şərtləri və ümumi təşkilatların imkanlarından istifadə etmə yolları göstərilir. ÜTT-larının maliyyə əsası ayrı-ayrı dövlətlərdə olan turist təşkilatının və dövlətlərin keçirdikləri vəsait hesabına formalaşdırılır və ümumi formalaşmış resurlardan istifadə etmək üçün kvotalar tətbiq olunur. Dünya ölkələrinin hər birində turizm üçün yararlı olan resursların həm daxili, həm də beynəlxalq turizmin inkişafı üçün istifadə edilməsi yolları hər ölkədə formalaşan, dərinləşən turist fəaliyyəti ilə bağlıdır. Real həyatda turizmin iqtisadi rolu bu ölkələrdə turizmin ümumi daxili məhsulda payı və ÜDM-istifadəsində dövlət büdcəsinin, qeyri-dövlət resurslarının, xarici ölkələrin resurslarının istifadə payı ilə ölçülür və dünya turizm fəallığı rəqabətlə idarə olunur. Hər bir ölkə turizm bazarını genişləndirmək üçün turizm məkanının genişlənməsini digər ölkələrdə axtarır. Bu isə turizmin dünya ölkələrinə axını üçün mövcud coğrafi şəraitdən, nəqliyyat əlaqələrindən, yaxınlığından və çəkilən məsrəflərdən asılıdır. Hər bir ölkədə turizm şəraiti kompleks xidmətlərin vahidliyi ilə ölçülür. Belə ki, o ölkədə nəqliyyatın əlverişliyi, otelçilik, ümumi ictimai xidmət, istirahət və mədəni servis yuxarıdırsa, həmin ölkələrə turist bazarında üstünlük verilir. Təbii ki, turizmin inkişafı dünya iqtisadiyyatının inkişafı ilə bağlı olaraq tarixi qanunauyğunluqlara malikdir. Turizm tələbat növü olaraq əlaqələrə bağlıdır. Müstəqillik şəraitində isə turizmin xarici iqtisadi əlaqələr kimi inkişafı və dinamikası gəlirlər və kommersiya maraqları üzərində qurulur. Turizmin inkişafı hər bir ölkədə milli mənəvi iqtisadi imkanlarla bağlıdır. O cümlədən sağlamlıq, səhiyyə sferasında iqtisadi xarici turizmdən istifadənin bir sahəsidir və sağlamlığı yuxarı ölkələrdən xarici ölkələrə gedən turistlərin sayı azdır. Ona görə

ədəbiyyatda turist məqsədlərinin təsnifatı nisbidir. Məsələn, ərəb ölkələri Türkiyə İran ölkələrinə turizm səhayəti bizim respublikamız üçün xarakterikdir. Rusiya turist müəssisənin səhiyyə Turizmin inkişafında dövlətin investisiya siyasəti kredit resursları dövlətin gəlirlilik sahəsi kimi prioritet istiqamətlərini həmin ölkədə turizmin əks istiqamətlərini müəyyənləşdirir. İctimai əmək bölgüsündə xarici ölkələr turizmin ixtisaslaşmasına görə maraq kəsb edir və regionla xüsusiyyətlərə malik olur. Xarici turizmdən gələn gəlirlər ümumi daxili məhsulun formalaşmasında və sosial inkişafın əsas istiqamətlərini perspektiv istiqamətlərində öz əksini tapır.

9.5. Turizmin inkişafının informasiya bazası və informasiyanın yeni texnologiya ilə işlənməsi

Turizmin fəaliyyəti onun düzgün planlaşması və idarə olunması turizmin informasiya təminatı ilə ölçülür. Xarakter etibarı ilə bu sahə qeyri-müəyyən situasiyalardan asılıdır. Turizmin qeyri-müəyyənliyi idarə etmə baxımından informasiya təminatının, onun işlənməsi yollarının klassik metodlarını və müasir şəraitdə yeni texnikanın tətbiqini tələb edir. İnformasiyanın qəbulu, onların işlənməsi, saxlanılması və proqnozu turizm sahəsində adekvat, real qərar qəbuluna səbəb olur. Turizm informasiyaları cari və perspektiv məlumatlara bölünür. Cari informasiya statistik və hesabat məlumatlarını ifadə edir. Turizm sferasında mühasibatlıq, uçot, turizm fəaliyyətinin auditi kimi nəzarət funksiyaları həyata keçirilir. İnformasiya qıtlığı olan şəraitdə qeyri-müəyyənlik metodu istifadə olunur və aralıq boşluğu doldurmaq üçün verilənləri qiymətləndirilir. Turizmin informasiya bazasını dövlət orqanları yerli orqanlar və qeydiyyatdan keçən turist təşkilatları təmin edir. Belə ki, fiziki və hüquqi şəxs kimi turist təşkilatları statistika idarəsinə, vergilər nazirliyinə, hesablama palatasına,

özünün fəaliyyətini tənzimləmək üçün audit orqanlarına müraciət edir. Turizmin informasiya bazasının təşkili və idarə olunması sistem halında təsvir olunur.



Sxem. Turizmin informasiya sistemi

Turizmin informasiya bazasını genişləndirmək üçün hər bir test müəssisəsində informasiya üzrə menecerlər olur və uyğun texnikalar tətbiq olunur. Müasir texnikalar informasiyanın qəbulu, onların sistemləşməsi və təkmilləşməsi istiqamətlərini özündə əks etdirir. Kompüter texnologiyası, proqramları və informasiyanın avtomatlaşdırılması sistemləri yaradılır. Texnikalar həmçinin planlaşmanın mexanizmlərini, uzunmüddətli proqnozları və variantları əsaslandırır. Turizm məhsulunun variantı üzrə iqtisadi səmərəsi qiymətləndirilir. Turizm fəaliyyətində təhlil və proqnoz üçün uçot və idarəetmək üçün zəruri olan formalar əsaslandırılır. Turizmin fəaliyyətinin yeni texnikaları əsasında idarə olunmasında turistlərin tələbatı, onların motivləri və turizm məhsuluna ehtiyacları planlaşdırılır.

MÖVZU 10. TURİZMİN POTENSİALI VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ METODİKASI

Plan:

- 10.1. Turizmin iqtisadi əsasların mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri**
- 10.2. Turizmin məmnəfəti və onun bölgüsü sxemi**
- 10.3. Turizmdə fondlar və resurslar**
- 10.4. Turizmin kadr potensialı**
- 10.5. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi metodikası**

10.1. Turizmin iqtisadi əsaslarının mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri

Turizmin iqtisadi əsası ölkədə istehsal olunan ÜDM, regionların iqtisadi potensialı və turizmin inkişafına yönəldilən investisiya daxildir. Hər bir ölkədə investisiya mənbəyini daxili və xarici resurslar təşkil edir. Xarici resursların turizm sferasına kapitalı əldə olan mənfəətlə ölçülür və biznes fəaliyyətinin yeni forması kimi beynəlxalq səviyyəli qərarların qəbulundan asılıdır. Xarici investisiyalar adətən iqtisadi cəhətdən zəif olan ölkələrdə, amma təbii sərvətləri zəngin olan ölkələrə axınla ifadə olunur və mahiyyəti etibarlı ilə bu sahə investisiya risklərindən xeyli asılıdır. Buna görə də turizmin inkişafının iqtisadi əsasını formalaşdırmaq üçün dayanıqlı iqtisadi siyasət vacibdir. Turizmin iqtisadi əsasını müasir şəraitdə onun maddi texniki bazası, resursları və təşkilati idarəetmə qabiliyyəti təşkil edir. Mövcud turizmin vəziyyəti haqqında onun əsas göstəricilərini təhlil etmək və onun rolunu qiymətləndirmək yolu ilə mümkün olur. Belə ki, turizmin əsas fondları, o cümlədən passiv və aktiv əsas fondlar, inovasiya sistemi, yeniliklər və kadr potensialı ilə ölçülür əsas fondlar mülkiyyət formalarına görə istifadə

olunur. Turizmdə daha çox qeyri-dövlət xüsusi mülkiyyət forması səmərəlidir. Sahibkarlıq kimi turizmin inkişafına dövlət büdcəsindən sahibkarlıq fondu vasitəsilə çox cüzi faizlə kreditlər verilir. Turizmin əsas fondları binalar tikilir, xidmət edən müəssisələr infrastruktur və formalaşdıran infrastrukturular, o cümlədən nəqliyyat imkanları, yerli əhəlinin iqtisadi durumu, xarici sahibkarların qoyduğu vəsaitlər təşkil edir. Turizmin əsas fondları aktiv və passiv funksiyaları həyata keçirir. Mülkiyyət formalarına görə turizmin əsas fondları dövlət, bələdiyyə və xüsusi mülkiyyətə bölünür.

Dövriyyə vəsaitləri turizmdə pul vəsaiti ilə ölçülür. Bu pul vəsaitinin mənbəyi isə yaradılan yeni mənfəətdir. Turizmin iqtisadi və sosial inkişafının əsas iqtisadiyyatı olaraq resurslardan istifadə etmək yolları, onun səmərəliliyi iqtisadi potensialın yüksəlməsinə təsir edir. Rəqabət mühiti şəraitində gəlirli turist obyektləri və hüquqi şəxslər öz fəaliyyətinin genişlənməsinə, özünün maliyyələşməsinə maliyyə imkanı yaradır.

10.2. Turizmin mənfəəti və onun bölgüsü sxemi

Turizm mənfəəti turizm məhsulunun həcmi və onun qiyməti ilə ölçülür. Turizm məhsulu artırsa onun iqtisadi potensialı genişlənir. İqtisadi potensialın formalaşmasında xalis məhsul onun qiyməti daha əhəmiyyətlidir. Bu müəssisələrin xalis gəlirini ifadə edir. Xalis gəlir istehsal olunmuş və satılmış turist məhsulu ilə ona çəkilən xərclərin arasında olan fərqi ifadə edir. Xalis məhsul artımı turist obyektlərinin, sahibkarların iqtisadi və sosial maraqlarıdır. Rəqabət şəraitində bu xalis məhsul, xalis gəlir nə qədər çox olsa, bir o qədər də gələcək inkişaf üçün şərait yaradır və turist obyektləri rəqabət mühitinə dözümlü olur. Turizmdə ÜDM aşağıdakı formula ilə qiymətləndirilir:

$$\text{ÜDM (t)} = \text{Turizm məhsulu} \times \text{qiymət}$$

Xalis gəlir isə
 $XG = \dot{U}DM(t) - M(t)$
M-məsrəflər

Xalis məhsulun yüksəldilməsi turizmdə meyardır. Onun yüksəldilməsi yolları formulalardan göründüyü kimi qiymətin qaldırılması yaxud məsrəflərin aşağı salınması ilə mümkündür. Ancaq qiymətləri qaldırmaq bazar şəraitində mümkün deyil. Məsrəfləri aşağı salmaq isə hər bir turizm obyektinin, müəssisənin səmərəli fəaliyyətinin təşkilidir. Buna görə də turist müəssisələrini yeni texnikanın tətbiqinə, keyfiyyətli məhsul istehsalına və varlı müştərilərin cəlb olunmasına maraqlıdır. Məsrəflərin salınmasına, həm də turizmdə işçilərin əməkhaqqısı ilə də bağlıdır. Turizmdə fəaliyyət göstərən xidmət göstərən bütün personalların yaşayışı üçün zəruri olan digər xərclərlə bağlıdır. Bu xərclərin hər birinin müəyyən məhdudluqları, müəyyən yolları mövcuddur. Bu yollar turizmi idarə edənin qabiliyyətindən, bacarığından və onun yaşayışı üçün zəruri olan ehtiyaclarından asılıdır. Turizmdə əməkhaqqı orta aylıq iqtisadiyyat üzrə işçilərin əməkhaqqından çox olduqda bu sahəyə işçi qüvvəsinin cəlb olunması çətinləşir. Turizm obyektlərinin mənfəətinin bölgüsü mövcud şəraitdə Respublikada fəaliyyət göstərən qoşumların və bazarın prinsiplərindən asılıdır. Mənfəətin bölgüsü və yenidən bölgüsü sxematik olaraq aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

1. Mənfəətdən dövlət ödənişləri ayrılır, yəni vergilər verilir və dövlətə zəruri olan ödəmələr ayrılır.

2. Mənfəətdən əməkhaqqı verilir, o cümlədən işçilərin kateqoriyaları üzrə əməyin xarakterinə görə, onun məzmununa görə diferensasiya ayrılır.

3. Turist müəssisəsinin genişlənməsi və təkrar istehsalı üçün zəruri olan material məsrəfləri ayrılır. Yeni texnikalar tətbiq olunur və struktur dəyərləri həyata keçirilir.

4. Turizmin ehtiyatları yaradılır, investisiya xarakterli tədbirləri həyata keçirmək üçün müəyyən valyuta ehtiyatı formalaşdırılır.

Bu istiqamətlər bir-biri ilə və ayrılıqda müxtəlif xarici və daxili təsirlərlə planlaşdırılır. Təbii ki, bu idarəetmədə bazarın tələbləri nəzərə alınır.

Gəlirlərin bölgüsü və yenidən bölgüsündə real iqtisadiyyatda fəaliyyət göstərən vergi sistemi, vergi normaları, sosial ödəmələr və təbii sərvətlərin təkrar istehsalını təmin edən ayırmalar rol oynayır. Turizm gəlirlərinin artması rəqabət mühiti şəraitində turizm məhsulunun bazar tələbinə uyğun planlaşması və istehsalın təşkili amili ilə də bağlıdır. Ona görə də, biz bu amili təşkilati iqtisadi amil kimi qiymətləndiririk.

10.3. Turizmdə fondlar və resurslar

Turizm sferasının fəaliyyəti onun resurs təminatı ilə bağlıdır. Resurs təminatı resurs tələbatı ilə faktiki resursların arasında olan nisbətə ölçülür

$$\text{Təminat səviyyəsi} = \frac{\text{tələb}}{\text{faktiki imkan}}$$

Təminat səviyyəsini artırmaq səmərəli fəaliyyəti təşkil etmək deməkdir. Belə ki, gəlirlilik səviyyəsini yüksəltmək, turizm bazarını genişləndirmək, turizmin məsrəflərini azaltmaq və turizm risklərini yumşaltmaq deməkdir. Resurs təminatı vahid göstəricilər ilə ölçülə bilər. Bu dəyərle ifadə olunur. Resurslar potensial resurslara və real resurslara bölünür. Potensial resursları artırmaq təkcə müəssisənin işi deyil, amma real resursları artırmaq müəssisə fəaliyyətinin iqtisadi problemidir. Real resurslar, onlardan istifadə

mexanizmləri turizmdə sahibkarlığın inkişafını, onun planlarının və proqnozunun əsasını təşkil edir. Bəzi hallarda bu resurs yanaşma metodu da adlanır. Resurslara maddi, maliyyə, əmək, innovasiya və təşkilati resurslar daxildir. Resurslara təbii sərvət, coğrafi mühit və ətraf şərait də daxildir. Turizm resursları xarakter etibarlı ilə bir-birini əvəz edən resurslara bölünür. Maddi və əmək resursları turizmin fəaliyyətinin əmək tutumlu və materialtutumlu olur. Maddi resurslar elmi texniki tərəqqinin və innovasiyanın əsas istiqamətləri ilə planlaşdırılır, proqnozlaşdırılır. Turizm sferası xidmət sferası olduğuna görə bu sahədə əmək resursları, onlardan istifadənin təkmilləşməsi və əməkhaqqı xarakterik xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Turizm sahəsində maddi əmək mövsümi xarakter və çoxşaxəli əmək fəaliyyəti, onun əməkhaqqı sistemini daha çox müqavilələrlə əsaslandırır. Turizmdə əməyin təşkili intensiv əmək fəaliyyətinə uyğun olub görülən xidmətin həcminə görə planlaşdırılır. Əməkhaqqı ilə material resurslar turizmin fəaliyyətinin əmək tutumlu və materialtutumlu olur. Maddi resurslar elmi texniki tərəqqinin və innovasiyanın əsas istiqamətləri ilə planlaşdırılır, proqnozlaşdırılır. Turizm sferası xidmət sferası olduğuna görə bu sahədə əmək resursları, onlardan istifadənin təkmilləşməsi və əməkhaqqı xarakterik xüsusiyyət kəsb edir. Turizm sahəsində maddi əmək mövsümi xarakter və çoxşaxəli əmək fəaliyyəti, onun əməkhaqqı sistemini daha çox müqavilələrlə əsaslandırır. Turizmdə əməyin təşkili intensiv əmək fəaliyyətinə uyğun olub görülən xidmətlərin həcminə görə planlaşdırılır. Əməkhaqqı ilə material resurslar turizmin əsas xərclərini təşkil edir. Turizm sferasında xidmətlərin sosial mədəni forması gündəlik, aylıq, mövsümi, əməkhaqqı sisteminin formalaşdırır. Daha çox yerli və xarici vətəndaşın əməyindən istifadə etməklə onların tələbatı və sosial xidmətləri üçün vəsaitlər ayırır. Resursların cari və perspektiv ittifaqları turizm fəaliyyətinin transformasiyası ilə yanaşı təkmilləşir.

Ona görə də hər ildən göstərilən xidmətlərin həcminə və seqmentinə uyğun olaraq tarif sistemi tətbiq olunur. Tariflər əsas xərcləri və xidmət xərclərini əhatə edir. Belə ki, turistin qarşılınması, onun yaşayış, otel ilə təminatı, səyahətin təşkili, bank xidmətinin göstərilməsi, teleqraf, telefon və digər xidmətlər turistlərin sayından asılı olaraq gündəlik, aylıq xərcləri əhatə edir. Rəqabətin mühiti xeyli xidmət şəraitini tələb edir. Xeyli xidmətlərin isə təşkilində maddi və maliyyə məsrəflərinin təkmilləşməsi, əməyin xarakterinə uyğun təsnifatlaşması perspektiv planlar üçün əhəmiyyətlidir. Turizm sferası obyektlərində innovasiya xarakterli əmək fəaliyyəti daha mürəkkəb əməyin məsrəfləri ilə bağlıdır. Bu baxımdan turizm sferasında fəaliyyət göstərənlərin əmək bölgüsünə görə təsnifatı hazırlanır. Turagentə, turoperatorlar, turist brokerləri, turist idarələrinin mentaliteti, turist müəssisəsinin direktoru bu sahədə fəaliyyət göstərən personallardır. Hər bir işi, fəaliyyətin yerinə yetirilməsi üçün xidmət servis ixtisasına malik olan və müasir beynəlxalq səviyyəli xidmət göstərmək vərdişlərinə yiyələnən personallar, əmək qabiliyyətli işçilər daxildir. Onların resurs potensialı kimi kadr potensialı olaraq hazırlanması şirkətin hesabına baş verir. Müasir şəraitdə muzzdlu əmək fəaliyyəti daha üstünlük kəsb edir.

10.4. Turizmin kadr potensialı

Turizm sferasının kadr potensialı onun istehsal proqramına uyğun olaraq təşkil olunur və idarə olunur. Belə ki, xidmətlərin ümumi həcmi onun yerinə yetirilməsi hər nəfərə düşən məcmu iş qüvvəsi ilə müəyyənləşir. Əgər biz hər bir işçinin potensialını nəzərə almaqla gün ərzində, ay ərzində xidmət göstərmək imkanını nəzərə almaqla zəruri və normativ işçilərin sayı müəyyənləşir. Kadr potensialı tələb və təklifdən asılıdır. Kadrların ümumi sayı, onun strukturu və istifadə etmə əmsalları bütövlükdə məcmu

kadr tələbatını formalaşdırır. Kadrların, işçilərin ümumi sayı turizm fəaliyyəti daxilində istifadə üçün ixtisaslaşır. Adətən ixtisaslaşma ilə yanaşı əməyin universal xarakteri bu sahədə aparıcı rol oynayır. Turizm fəaliyyətinin bir birinə oxşar konkret fəaliyyət sferası uyğun ixtisaslı kadrın hazırlanmasına əsas verir. Daha çox orta ixtisas təhsilli kadrlar xidmət sferasında istifadə olunur və bütövlükdə vahid sistem halında idarəetmə məsələləri turizm mentaliteti vasitəsilə həyata keçirilir. Kadrların hazırlanması təhsil sistemində formalaşır. Onların istifadəsi isə konkret turist obyektilə ixtisaslaşır.

Turizmin kadr potensialı onun idarə olunması kadrlar üçün yaradılan şəraitin əlverişliyi ilə tarazlaşdırılır. Regionlarda yerli əhalinin, əmək qabiliyyətli insanların, pensiyaçıların və yeniyetmələrin turizm fəaliyyətində istifadəsi kadrlara olan tələbatın ödənilməsinin əsas mənbələridir. Kadrların peşəkarlığı, onun məhsuldarlığı verilən əməkhaqqından, əlavə stimullardan, tədris hazırlığı kurslarının təşkilindən asılıdır. Turist sferasında əmək universal xarakterlidir. Xarakter etibarını ilə sadə əməkdən ibarətdir, amma dünya informasiya sistemində turizm fəaliyyətinin genişlənməsi onun reklamının onun informasiya təminatı bazarının yaxşılaşdırılması kadrların ümumi və peşə birliyinin artmasına səbəb olur. Kadrlar müxtəlif dilləri bilir. Mədəni servis olmalıdır. Hər hansı konkret problemin həllini sivil qaydada həll etməlidir. Turistlərin şəxsi keyfiyyətlərini, onların motivini sivil formalarda və məzmununda şəhr etməlidir. Təbii ki, bu amillər turizm sferasında kadrların təhsil yolu ilə hazırlanmasını tələb edir. Turizmin komponentli kadrlarında universal biliyə xüsusi ehtiyacı vardır. Bu bazadan turizmin daxilində peşə fəaliyyəti ilə ona qulluq edən kadrlar hazırlanır: otelçilik, maliyyə broneri, turagent, turoperator, ictimai iaşə mütəxəssisi, tarixçi, arxeoloq, etnoqraf. Müxtəlif dilləri bilən ixtisaslı kadrlar turizmin kadr potensialını isə hər bir ölkədə yerli və dünya

turist müəssisələrində işləyənlər üçün hazırlanmış kadrların seçimi, istifadəsi, rəqabət münasibəti ilə əldə olunur. Bazar diqtəsi və kadrları qane edən əməkhaqqı aparıcı rol oynayır. Müasir şəraitdə kadrlara ehtiyac yer yaradır. O cümlədən mövsümi xarakter daşıyan ölkələrdə, turist müəssisələrində istifadə üçün ucuz əməkhaqqı ilə əmək resurları artıq olan ölkələrdən xidmətçilər tələb olunur. Məsələn; Azərbaycandan Türkiyədə istifadə olunur. Türkiyənin kadrları birdəfəlik və yaranmasında mövsümi xarakter daşıyan şərtlərlə təmin olunur, mədəni maarif servis xidmətləri üçün müqavilə ilə kadrlar cəlb olunur. Mədəniyyət, konsert, kino və digər sahə xidmətçiləri müqavilələr cəlb olunur və muzzdlu əmək formasında əməyi ilə qiymətləndilir. Bütün bu şəraitlər uyğun olaraq turizmin yolunu seçən şirkət və turizm dövryyəsinin sosial, iqtisadi vəzifələrinə daxil olur. Sosial iqtisadi vəzifələr kimi dövlətin təhsil sisteminə, mədəniyyət nazirliyinə, nəqliyyat sisteminə, mərkəzi kommunal təşkilatına, şəhər icra komitələrinə və yerli idarəetmə orqanlarına turizm təminatı üçün tədbirlər proqramları təqdim olunur.

10.5. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi metodikası

Potensial imkanlar, onların qiymətləndirilməsi ədəbiyyatlarda müxtəlif kriteriyalardan asılı olaraq öz əksini tapır. Potensial qiymətləndirmə son səmərə ilə ölçülür. Belə ki, potensialın maksimal və cari qiymətləndirmə metodikası mövcuddur. Potensial qiymətləndirmə normal şəraitdə, normal səviyyədə turizm potensialının yaratdığı ümumi məhsulun və xidmətlərin həcmi ilə ölçülür. Faktiki potensial isə mövcud şəraitdə, mövcud disproporsiyaları şəraitində əldə olunan istehsal olunan son məhsullar nəzərdə tutulur. Problem nədədir? Cari potensialın maksimal potensiala yaxınlaşmasının dinamikasını həlli yollarını tapmaq poten-

sialın artmasına təsir edir. ETT, innovasiya, struktur dəyişiklikləri və əməyin təşkili, onun stimullaşması və bundan başqa idarəetmə bacarığı ona görə də resurslardan səmərəli istifadə etmənin səmərəliliyi yüksək potensialın artırılmasının əsas yoludur. Potensialı proqnozlaşdırmaq yolu ilə turizmin inkişafına şərait yaradılır, mühit dəyişdirilir.

MÖVZU 11. TURİZMDƏ İNVESTİSİYA SİYASƏTİ VƏ İNVESTİSİYA İSTİQAMƏTLƏRİ

Plan:

- 11.1. **İnvestisiyanın mahiyyəti, onun turizmzdə xüsusiyyətləri**
- 11.2. **Turizmin investisiyasının formalaşması mənbələri və turizmi sferasında əsas istiqamətləri.**
- 11.3. **İnvestisiyanın səmərəliliyi**
- 11.4. **İnvestisiyanın proqnozu və idarə olunması**

11.1. **İnvestisiyanın mahiyyəti, onun turizmzdə xüsusiyyətləri**

İnvestisiya sferasında yeni sahələrin inkişafı, onların modelləşdirilməsi, ETT, əmək şəraitinin yaxşılaşması və turizmzdə işləyənlərin sosial təminatı üçün ayrılan vəsaitləri əhatə edir. İnvestisiya kapital qoyuluşu deməkdir. Onun idarə olunması istehsalın, xidmətin sosial inkişafının əsas istiqamətləri ilə uyğunlaşdırılır. İnvestisiya mənbələri dövlət siyasətinin əsas mahiyyətini açır və ayrı-ayrı prioritet istiqamətləri nəzərə almaqla idarə olunur. İnvestisiyanın müasir şəraitdə bir sıra daxili və xarici amilləri mövcuddur. Belə ki, ÜDM, ölkənin maliyyə potensialı və yeni iş yerlərinə ehtiyac investisiyanın artımını formalaşdırır. İnvestisiya istehsal, təkrar istehsal istiqamətlərində istifadə olunur. İnvestisiya struktur siyasətinin reallaşması üçün maliyyə mənbələri rolunu oynayır. Ədəbiyyatda investisiya formaları aşağıdakı konkret istiqamətlər üzrə təsnifatlaşdırılır:

1. Əsas fondların təzələnməsi, onun strukturuna uyğun ayrılan investisiyalar
2. Təkrar istehsal strukturunun təzələnməsi
3. Texnoloji strukturun və layihələrin təzələnməsi

4. Sosial təminatın və infrastrukturun inkişafı üçün vəsait ayrılması

İnvestisiyaların sahə strukturu hər bir sahənin inkişafına ayrılan vəsaitlə ifadə olunur. Belə ki, materialtutumlu sahələr daha çox əsas fondun təzələnməsinə ayrılan vəsaiti xərcləyir. Əsas fondlar turizm sferasında istifadə olunan maddi əşya aktivlərini birləşdirir. Passiv və aktiv əsas fondlara bölünür. Təkrar istehsal strukturu görə əsas fondlar yeniləşmək üçün amortizasiya xərclərini nəzərə alır. Turizmdə təkrar istehsal strukturu ETT ilə bağlıdır. İnnovasiya xarakterli kapital qoyuluşları yeni texnologiyanı tətbiq edir. Xidmət sferası olmaqla innovasiya öz istiqamətlərinə görə tamamilə yeni xüsusiyyətlər kəsb edir. Belə ki, əqli əməyin, kompüterləşmənin, proqnozların təşkili və idarə olunması həyata keçirilir. Təkrar istehsal investisiyaları əməyin istehsalın mütərəqqi dəyişmələrini özündə birləşdirir. O cümlədən fond verimi, fond tutumu əməkhaqqı tutumu bunlar arasında nisbətlər investisiyanın planlaşması və istifadənin nəzəri metodoloji əsasını təşkil edir. İnnovasiya siyasət deməkdir. İqtisadi siyasət perspektiv inkişafın nəzəri və metodiki əsaslarını özündə əks etdirir. İnnovasiya mühiti bu siyasətin aparıcı həlqəsidir. Mühit daxili və xarici resursların maliyyəsiz və maraqla gətirilməsini formalaşdırır. Həm yaradılan şəraitlər və mexanizmlər bu mühitin formalaşmasının əsas faktorlarıdır. İnnovasiya mühiti dövlətin, iqtisadi qanunların, fərdi sahibkarların marağına uyğun aparılan siyasət deməkdir. İnnovasiya mənbələri daxili, xarici mənbələr hesabına formalaşır. Belə ki, ölkənin iqtisadi imkanları artdıqca onun gəlirləri çoxalır və gəlirlərin idarə olunmasında innovasiya yönəltmək mühüm maraq olaraq formalaşır.

11.2. Turizmin investisiyasının formalaşması mənbələri və turizmi sferasında əsas istiqamətləri

İnvestisiya mənbəyi olaraq dövlət büdcəsi sahibkarların xüsusi vasitələri və bank sektorunun vəsaitləri istifadə olunur. Dövlət büdcəsi hər il və 2 il müddətinə istiqamət olaraq təsdiq olunur. Dövlət büdcəsinin layihələşməsində iqtisadiyyatın sahə və ərazi strukturu funksional idarəetmə obyektləri və məhsulları üzrə xərclər müəyyənləşdirilir. Bu xərclər istehlak və investisiya xarakterli olur. İstehlakla investisiya arasında nisbət strateji planlaşma və idarəetmənin əsas istiqamətləridir. İnvestisiyanın mənbəyi olaraq sahibkarların gəlirlərinin öz fəaliyyətinin genişlənməsinə yönəltməyi təşkil etmə yolu ilə baş verir. Bu məqsədə nail olmaq bir tərəfdən bazarın tələbi ilə formalaşır, yeni məhsula, xidmətə ehtiyac olduqca investisiya vəsaitləri artır. Digər tərəfdən sahibkarlar özünün davamlı inkişafını təyin etmək üçün öz işçilərinə şərait yaratmalıdır. Buna görə də öz gəlirləri və mənfəətinin istehlakla yığım arasında tənzimlənməsini, idarə olunmasını həyata keçirir. Müasir şəraitdə bank sektoru inkişaf etdikcə onun istehsal və xidmətə müdaxiləsi dərinləşdikcə investisiya üçün ayrılan xərclər, kreditlər artır. Hər bir sahibkar borc almaqla öz cari və perspektiv xərclərini örtür. Ona görə də kreditlər resurslarının investisiya mənbəyi olaraq formalaşması kredit bazarının onun əsas tərəfləri olan tələb, təkliflə idarə olunur, tənzimlənilir. Kreditlərə ehtiyac artdıqca onun %-i artır və kredit resurslarını formalaşdırmaq üçün əhalinin, sahibkarların əmanətinin faizi çoxalır. İnvestisiya mənbəyini həmçinin, əhalinin gəlirləri rolunu oynaya bilər. Belə ki, müasir şəraitdə hüquqi şəxs yaratmadan fiziki şəxs fəal göstərən sahibkarlar investisiyanın xüsusi fərdi formasını yaradırlar. Ev təsərrüfatı, mənzil tikintisi, xüsusi məişət mənzil obyektı, şəxsi investisiyanın kapitalının hesabına genişlənilir və inkişaf etdirilir. Təbii ki, bu layihələrdə gəlirlilik

səviyyəsi əsas rol oynayır. İnvestisiya layihələrini sosialyönlü və kommersiya maraqları güdür. Kommersiya məqsədilə investisiya səmərəliliyi meydana çıxır, gəlirlilik ölçülür və məsrəfləri aşağı salmaq yolları əsaslandırılır. Sosial yönümlü investisiya işə əmək şəraitini, istehsal şəratini yaxşılaşdırmaq, transfer xərclərini yüksəltmək məqsədi güdülür. Hər bir layihədə uyğun xərc strukturu formalaşır.

Turizmdə xərc mürəkkəb və çoxsaxəli olduğuna görə onları vahid ölçüyə gətirmək üçün və rentabellik səviyyəsini qiymətləndirmək məqsədilə gətirilmiş məsrəflərdən istifadə olunur.

11.3. İnvestisiyanın səmərəliliyi

İnvestisiyanın layihələnməsi səmərəlilik meyarları üzərində qurulur. Səmərə anlayışı turizmdə qlobal və sahə prinsiplərinə əsaslanır. Qlobal səviyyədə investisiya səmərəliliyi iqtisadi effektlə müəyyənləşir. Qoyulan investisiyanın hesabına əlavə artım ölçülür. 1% investisiya artımı neçə % ÜDM-ün artımına təsir edirsə bu elastiklik əmsalı qlobal səmərə kimi ölçülə bilər.

$$\text{Effekt} = \frac{\Delta \text{ kapital}}{\Delta \text{ ÜDM məhsul artımı}}$$

Səmərəlilik sahə üzrə də hesablanır. Turizm sahəsində iqtisadi və sosial səmərə əldə olunan mənfəətlə ölçülür. Belə ki, ümumi səmərə = məsrəfə + kapital qoyuluşu və mənfəət Turizmdə səmərəlilik məsrəflərlə mənfəət arasında nisbətə ölçülür və rentabellik səviyyəsi formalaşır. Effekt = turizm məhsulunun dəyəri: turizm sferasına gətirilmiş məsrəflər sosial səmərəlilik iş yerlərinin açılması və işləyənlərin əməkhaqqının və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi ilə ifadə olunur.

11.4. İnvəstisiyanın proqnozu və idarə olunması

İnvəstisiyanın proqnozu invəstisiyanın təşviqi ilə baş verir. Belə ki, sahələrarası rəqabət turizmə ayrılan invəstisiyanın əsaslandırır. İnvəstisiyanın təşviqi, mühiti, planlaşması, onun səmərəli istifadəsi istiqamətlərini əhatə edir. Ona görə də idarəetmə baxımından dövlətin əsas vəzifəsi investörlərin maraqları və onlardan istifadənin yolları proqnozlaşdırılır.

İnvəstisiya proqnozu ilk növbədə prioritetlərin seçilməsi ilə başlanır. Hər bir invəstisiya fəaliyyəti üçün məqsədli proqram tərtib olunur. İnvəstisiya bazarının formalaşmasında invəstisiya resursları, invəstisiya mexanizmləri, onların riskləri formalaşdırılır. İnvəstisiya mənbəyi rolunu oynamaq üçün əsaslı vəsait və təminat sistemi olmalıdır. İnvəstisiya layihələri biznes layihələri ilə uyğunlaşdırılır. Turizmde invəstisiyanın əsas istiqamətləri ilə uyğunlaşdırılır. Turizmde invəstisiyanın əsas istiqamətlərini əsas fondların təzələnməsi, turizm infrastrukturunun yeniləşməsi və turizmde işləyənlərin iqtisadi cəhətdən təmin olunmasına yönəldilən vəsaitlərin artırılması məqsədini güdür.

Proqnozlar invəstisiya imkanlarının yeni mənbələrini axtarmağa sövq edir. İnvəstisiyanın proqnozu istehsal proqnozları ilə uyğunlaşdırılır. Hər bir turizm müəssisənin cari və perspektiv dəyişdirilməsində zəruri olan əlavə vəsaitlərə ehtiyac proqnozlaşdırılır və bu ehtiyacların hansı investörlər tərəfindən maliyyələşdirilməsi əsaslandırılır, hesablanır və plan tərtibatında nəzərə alınır. İnvəstisiya mənbələrinə görə dövlət resursları, əhalinin xüsusi vəsaitləri və bank kreditləri istifadə olunur. Dövlət invəstisiya mənbələri dövlət layihələrinin maliyyə mənbələri əsaslandırılır, dövlət gəlirləri, onlardan səmərəli istifadə, invəstisiya yönümlü tədbirlərə yönəldilir və bu büdcə maliyyə vəsaitləri ilə tənzimlənir. Büdcə maliyyə vəsaitinin sahələr üzrə bölgüsü həmin sahənin strukturu ilə uyğunlaşdırılır. Ona görə də

investisiya struktur dəyişmələrinin əsasını təşkil edir. Xüsusi vəsaitlərdə investisiya daha çox kommersiya maraqlarını güdür. Hər bir sahibkar öz vəsaitini ancaq rentabellik səviyyəsi yuxarı olan biznes fəaliyyətinə istiqamətləndirir. Amma təbii ki bu biznes fəaliyyəti davamlı və daimi gəlir gətirən fəal növü ilə əsaslanmalıdır. Buradan da investisiyanın riskliyi meydana çıxır. Risk dərəcəsi aşağı olan sahələrə investisiya marağı azalır. Ona görə də daxili və xarici resursları investisiya mənbəyi kimi idarəetmə vəzifəsi təminat funksiyasını reallaşdırmaqdır.

Bank kapitalı investisiya mənbəyi rolunu oynayır. Amma bank kapitalının investisiyaya yönəlməsi üçün ucuz verilən kreditlərlə alınan faizlərlə olunan fərqlər tənzimlənir. Kredit resursları bankların faiz vermək.

MÖVZU 12. TURİZM SFERASINDA ƏMƏKHAQQI SİSTEMİ, ƏMƏYİN TƏŞKİLİ VƏ İDARƏ OLUNMASI

Plan:

- 12.1. Turizm əməyinin xarakteri, əmək bölgüsü və əmək fəaliyyəti**
- 12.2. Turizm işçilərinin əməkhaqqı sistemi, onun formaları və istiqamətləri**
- 12.3. Turizm əməyinin planlaşması və idarə olunması**
- 12.4. Turizm inteqrasiyasının istiqamətləri və əməyin təşkilinin diferensasiyası**

12.1. Turizm əməyinin xarakteri, əmək bölgüsü və əmək fəaliyyəti

Turizm fəaliyyəti kompleks sistemli əməkhaqqı və stimular sisteminə əsaslanır. Turizm işçilərinin sayı turizm məhsullarının miqdarından və onun gətirdiyi gəlirdən asılıdır. Turizm fəaliyyəti rəqabət mühiti şəraitində onun rentabellik səviyyəsi ilə ölçülür. Belə ki, turizm müəssisəsi birbaşa və dolayısı yolla xərcləri aşağı salmaq üçün yollar axtarır. Turizm məhsulunun maya dəyərinə material məsrəfləri və canlı əmək məsrəfləri daxildir və bu məsrəflər arasında optimal əlverişli nisbətlər formalaşır. Əmək məsrəfləri canlı əməyin təkrar istehsalını təmin edir. Bu isə əməkhaqqı, bundan başqa əlavə gəlirlər, mükafatlar və s. üdəmələr daxildir. Əməkhaqqı əməyin yaratdığı dəyərlə mütənəşib olaraq dəyişir. Belə halda əməkhaqqı stimül rolunu oynayır. Turizm sahəsində əmək xarakteri etibarlı ilə mürəkkəbdir. İstehsal və xidmət əmək fəaliyyəti kimi formaca fərqlənən əməkhaqqı ilə mükafatlandırılır. Əməkhaqqı iş yerlərinin, peşənin və yaradılan dəyərin kəmiyyəti ilə ölçülür, qiymətləndirilir. Mürəkkəb xarakterli və faydalı əmək yüksək

Əməkhaqqı ilə mükafatlandırılır. Turizmdə orta aylıq əməkhaqqı formalaşır və bu sahənin daxilində əmək bölgüsü sistemində görülən işin mahiyyətinə görə haqla ödənilir. Turizmdə xidmət haqqı tariflərlə ifadə olunur. Bu zaman əməkhaqqı xidmətlərin tarifi kimi özünü biruzə verir. Belə ki, xidmətlərin tələb və təklifdən asılı olaraq daxili və xarici ölkələrə beynəlxalq səviyyədə qiymətləndirilmənin dəyişməsi onun işçisinə verilən haqla tarazlaşdırılır. Əməkhaqqı sistem halında formalaşır. Minimum əməkhaqqı, orta aylıq əməkhaqqı və normadan artıq işə görə verilən haqq. Bütün daxil olmaları üzrə turizm işçilərinin gəlirləri formalaşır. Əməkhaqqı nominal və real əməkhaqqına bölünür. Nominal əməkhaqqı-turizm gəlirlərindən maddəli əməyin verilməsi təşkili üçün ayrılan vəsaitlə məhdudlaşır. Nominal hər bir işçi görür, onu istifadə edir və onun səviyyəsi stimullaşdırılır (işçini maraqlandırır). Müəssisə rəqabət mühitində nominal əməkhaqqını artırmağa məcburdur. Amma real əməkhaqqına təsir edən amillər turizm sferasından kənarında baş verir. İnflyasiya, işsizlik səviyyəsi real əməkhaqqını azaldır.

Əməkhaqqının planlaşması və proqnozu turizm məhsulunun proqnozu ilə bağlıdır. Əməkhaqqı sahə diferensiyasına malikdir. Turizm sahəsi digər sahələrdən fərqli olaraq əməkhaqqının səviyyəsinə görə geri qalır. Bəzi hallarda turizm məhsulunun planını yerinə yetirmədikdə əməkhaqqı müntəzəm verilmir. Ona görə də turizmdə mövsümi xarakterli əmək fəaliyyət göstərir. Turizm təşkilatları əmək ehtiyatları çox olan şəraitdə orta aylıq əməkhaqqını sala bilər. Həmçinin xarici ölkələrdən turizm işçisi qüvvəsini cəlb etməklə əmək fəaliyyətini təşkil etdikləri turizm əməyinin təşkil və idarə olunması turizm məhsuluna olan tələbatla müəyyənləşir. Tələbatı ödəmək üçün istehsal həcmi artırılır, əməkhaqqı çoxaldılır, əmək prosesi intensivləşir və əmək şəraiti yaxşılaşır.

12.2. Turizm işçilərinin əməkhaqqı sistemi, onun formaları və istiqamətləri

Turizmdə əməkhaqqının təşkili turist işçilərinin həyat səviyyəsini formalaşdırır və mövsümi olaraq regionda əhalinin əməyindən istifadə etməni zəruriləşdirir. Turizmdə əmək ehtiyatları təbii artım və xüsusi hazırlıq yolu ilə təşkil olunur. Təbii artım regionda əmək qabiliyyətli insanların sayın müəyyənləşdirir. Turizm fəaliyyəti daha çox əl əməyinə əsaslandığına görə istehsal olunan məhsulun və xidmətin tərkibində, maya dəyərində əməkhaqqı xərcləri xüsusi çəkisinə görə üstünlük təşkil edir. Əməkhaqqının formaları, diferensiasiyası əmək fəaliyyətinin mürəkkəbliyi və onun faydalılığı ilə uyğunlaşdırılır, bu da əməkhaqqının stimül yaratmaq rolunu artırır. Əmək məhsuldarlığını artırmaq yolu ilə turizm sferasında işçilərin sayını axaltmaq və əməkhaqqını artırmaq mümkündür. Əməkhaqqı işçilərin peşəkarlığına, onların təhsilinə, məhsuldarlığına görə ayrılır. Turizmdə tarix sistemi tətbiq olunur. Muzdlu əməyə görə verilən haqq, daimi işə verilən haqq inzibati idarəetmə şəxslərinə verilən haqqlara ayrılır. Belə ki, minimum əməkhaqqı ən sadə əmək fəaliyyətini reallaşdıranlara verilir. Orta aylıq əmək fəaliyyətini reallaşdıranlara verilir. Orta aylıq əməkhaqqı ilə ümumi iqtisadiyyatda olan əməkhaqqı isə ümumi iqtisadiyyatda olan əməkhaqqı səviyyəsi ilə rəqabət mühitində uyğunlaşdırılır. Daha çox xidmət göstərmək xidmətlərin müasir formalarını təşkil etmək, gəlir göstərmək, xidmətlərin müasir formalarını təşkil etmək, gəlir götürmək və dövlətin ərazinin büdcəsində iştirak payını artırmaq məqsədini güdür və bu məqsədlə əməyin məhsuldarlığı, texnoloji vəsaitlər və maliyyə vəsaitləri, onların mənbələri idarə olunur. Beləliklə, turizm mentaliteti əməyin təşkilinin əlverişli variantlarını bazarın tələbinə uyğun təşkil etmə funksiyasını boynuna götürür. Turizmin daxilində əməyin təşkili funksional, texnoloji ixtisaslaşma istiqamətlərində

yeniləşir, quruluş kadr potensialı turizm əməyinin fəaliyyətinin idarə olunmasında mühüm rol oynayır. Xüsusi kadrlar hazırlanır. Bu kadrlar peşəkar olmaqla turizm mütəxəssisləri kimi sertifikatlar alır. Hər bir fəal növü üzrə peşəkar kadrların hazırlanması, onların istifadəsi, stimulyasiyası iqtisadi mexanizmlər olan əməkhaqqı gəlirlər müəssisədə fəalliyət üçün əməkhaqqı fondu formalaşdırılır. Əməkhaqqı fondu fərdi əməyin ödənilməsinə, onun təkrar istehsalına, kollektiv əməyin və istehlakın ödənilməsi üçün istifadə olunan xərclərə və texnoloji texniki maddi xərclərə bölünür. Əməkhaqqı fondunun artımı sosial müdafiəni və fərdi gəlirlərin formalaşma mənbəyidir. Müəssisənin daxilində sosial müdafiə tədbirlərini həyata keçirməyə imkan verir. Həmçinin turizm müəssisələri olan regionlarda yerli büdcənin formalaşmasına təsir edir. Turizmin fəaliyyəti prosesində iştirak edən subyektlər, təsərrüfat vahidləri və yerli orqanlar özlərinin bu sferadan müəyyən mükafatlarını, ödəmələrini əldə edir. Ona görə də hər bir turist subyektləri olan ərazidə insanların, o cümlədən birbaşa onun işçilərinin əməkhaqqı sistemində əsas əməkhaqqı və əlavə əməkhaqqı daxil olur.

12.3. Turizm əməyinin planlaşması və idarə olunması

Turizm əməyinin təşkili və planlaşması turizm məhsuluna olan tələbatlarla məhdudlaşır. Turizm məhsulunun təklifi onun əsas amilləri olan maddi və əmək ehtiyatlarına olan tələbatı artırır. Hər bir işləyənə düşən məhsulun miqdarı, gəlir turizm fəaliyyətdə əməyin səmərəliliyi kimi ifadə olunur. Belə ki, əsas işçilər, xidmət göstərən şəxslər bütövlükdə fəaliyyət göstərənlərin sayını. Onların istehsal etdiyi ümumi məhsulun, xidmətlərin miqdarı ilə müqayisə etməklə səmərəliliyin dinamikası haqqında fikir söyləmək olar və bu artımla yanaşı əməkhaqqı arasında nisbət əməkhaqqının səmərəliliyi kimi qəbul etmək olar. Əməyin

təşkilinin planlaşması turizm məhsulunun marketinq quruluşu ilə uyğunlaşdırılır. Əsas əmək prosesi yardımçı əmək fəaliyyəti və ehtiyat vəzifələri həyata keçirmək üçün zəruri olan işçilərin sayı planlaşdırılır və işçilərin peşə funksional icra etmə potensialları qiymətləndirilir. Turizm əməyinin planlaşması strateji və cari planlara bölünür. Strateji planlaşma obyektini olaraq turizmin regionlarda yerləşməsi, onun istehsal gücləri (bir il ərzində) işçilərinin sayı 1 il ərzində xidmət ediləcək turistlərin sayı və turizm sferasına ayrılan bütün mənbələr hesabına investisiya təşkil edir. Turizmin strateji planlaşması dövlətin bu sahəyə olan investisiya siyasətini, turizm fəaliyyətinin sxemini əsaslandırır. Marketinq planlaşması turizm sferasında fəaliyyətin funksional növləri üzrə təşkili və idarə olunmasını əhatə edir. Turizm əməyinin planlaşması normativ prinsiplərə əsaslanır. Belə ki, hər bir xarici və daxili turisti sosial iqtisadi motivizasiyasını nəzərə almaqla zəruri olan xərclər planlaşdırılır. Turizmin obyektləri daxilində material normaları, xidmət normaları və əlavə məsrəflər elmi əsaslarla tərtib olunmuş normalar üzərində qurulur. Normalar həmçinin standartlara uyğun da həyata keçirilir. Müqayisəli təhlil normalarla cari məqsədlər arasında nisbətlər turizm planlaşmasında istifadə olunur. Belə ki, işçilərin sayı, material tutumu, enerji tutumu, sosial xidmət normaları, ərzaq normaları, istirahət və mədəni servis xidmət normaları turist obyektinin imkanları daxilində və bu xidmətlərin standartlara yaxınlaşması məqsədilə formalaşdırılır.

12.4. Turizm inteqrasiyasının istiqamətləri və əməyin təşkilinin diferensiasiyası

Turizmin təşkili və idarə olunması dünya inteqrasiya sistemində həll olunur. Belə ki, turizmin funksional strukturu dünya turist tələblərinə uyğun yeniləşir, təzələnilir. Respublikamızda turizm fəaliyyəti dövlətin lisenziyaları əsa-

sında daha yaxşı qurulur və bu lisenziyalaşma zamanı ayrı-ayrı turist fəaliyyətinin məzmunu, onun iqtisadi maliyyə mənbələri göstərilən xidmətlərə görə diferensiallaşdırılır. Turizmin xərcləri diferensial xərclərdir. Coğrafi mövqedən, nəqliyyat potensialında istifadədən və kommunikasiya xidmətlərinin məsrəflərinin xərclərindən asılıdır və bu diferensiallaşma turizm məhsulunun qiymətini diferensiallaşdırır. Buna uyğun olaraq gəlirlər diferensiallaşır. Diferensiallaşmanın turizmin sonrakı inkişafına maddi şərait yaradır və rəqabət mühiti şəraitində turist müəssisəsinin kombinasiyasını və ixtisaslaşmasını zəruriləşdirir. Xalis turist müəssisəsi o qədər səmərəli deyildir. Onun iqtisadi potensialı, sosial potensialı digər sahələrin mülkiyyət formalarının potensialından asılıdır. Ona görə də turizmin tarifləri və yaxud onun icarə etdiyi vəsaitlər müxtəlif şəraitdə müxtəlif qiymətlərə malik olur və bazarda tariflərin və qiymətlərin tələb və təklifdən asılı olaraq dəyişməsi baş verir. Turizmdə gəlirlilik normaları rəqabət mühitində səmərəlilik meyarı ilə qiymətləndirilir, dəyişdirilir. Turizmin planlaşmasının müasir şəraitdə əsas səmərəli variantı dünya inteqrasiyasına daxil olmalıdır. Bu daxilolmalar xarici iqtisadi əlaqələr və qabaqcadan uzlaşdırılmış müştərək müəssisələr formasında baş verir.

Xarici investorlar turizmdə gəlirin bir hissəsinə sahib olur, öhdəlikləri və məsuliyyətləri müştərək olaraq həll edir və idarəetmədə hüquqlarını qanunla əsaslandırır. Müasir şəraitdə inteqrasiya amilindən istifadə etmə daha səmərəli variant qəbul oluna bilər. Bu isə öz növbəsində investisiyanın təşviqi, təhlükəsizliyin təminatı və gəlirlərin bölgüsündə ədalətli sistemin təşkili və idarə olunması ilə bağlıdır.

MÖVZU 13. TURİZM SFERASINDA MƏHSULUN MAYA DƏYƏRİ VƏ MƏNFƏƏT

Plan:

- 13.1. Turizm fəaliyyətinin xərc strukturu
- 13.2. Turizm məhsulunun maya dəyəri
- 13.3. Turizm məhsulunun qiyməti
- 13.4. Turizmdə mənfəətin formalaşma mərhələləri
- 13.5. Turizm mənfəətinin yüksəlməsi metodları, yolları
və əsas amilləri

13.1. Turizm fəaliyyətinin xərc strukturu

Turizmin fəaliyyəti, onun xərcləri və gəlirləri ilə müqayisə yolu ilə idarə olunur. Xərc dedikdə, vahid turizm məhsuluna və ya xidmətinə sərf olunan məsrəflər nəzərdə tutulur. Əsas fondlar, dövriyyə vəsaitləri və mənfəət norması əldə etmək üçün xərclər formalaşır. Material xərcləri, əmək məsrəfləri xərcləri və dövlət büdcəsinə ödəmələr daxildir. Vahid turizm məhsulunun istehsalına sərf olunan maddi nemətlər material tutumu ilə ifadə olunur.

$$MT = \frac{\text{Mat. məsrəfləri}}{\text{Ümumi məhsul}} \cdot 100\%$$

MT – material tutumu

Fond tutumu isə turizmdə istehsal olunan məhsulun vahidinə düşən istehsal fondlarını, o cümlədən əsas fondları və dövriyyə vəsaitlərini əhatə edir:

$$FT = \frac{\ddot{U}M}{F\ddot{e}+Pr} \cdot 100\%$$

FT – fond tutumu

$\ddot{U}M$ – Ümumi məhsul

Fə – əsas fond

Pr – dövriyyə vəsaitləri

Turizm xərcləri birbaşa və dolayısı xərclərə bölünür. Birbaşa xərclər turizm istehsalına yönəldilən onun məhsuldarlığını, səmərəsini artıran istiqamətlərdən xərclərə bölünür. Xərclər azaldıqca ümumi məhsulun miqdarı artdıqca səmərəlilik çoxalır və mənfəət norması artır. Turizm xərcləri materiala, xammala, iş qüvvəsinə ayrılan vəsaitlərin həcmi əhatə edir. Həmçinin turizm sahəsində regionun təbii sərvətindən sahibkarın fərdi əməyindən və icarəyə götürülən əmlakdan, resurslardan istifadəyə görə verilən ödəmələr də daxildir. Turizm məhsulunun ümumi dəyəri xərclərdən, iş qüvvəsi xərclərindən və mənfəətdən ibarətdir.

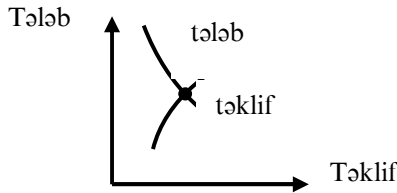
$$\text{Ümumi məhsul} = C + V + M$$

C – material xərcləri

V – əmək xərcləri

M – mənfəət

C – bu məsrəflər birbaşa məsrəflərdir. Material maddi məsrəflərdir. V – əməkhaqqı olduğuna görə iş qüvvəsinin dəyərindən asılıdır.



Xərclərin formalaşması dinamikası ETT-dən aslıdır və yaşayışın təmin olunması üçün əməkhaqqı xərclərindən asılı olaraq formalaşır. ETT, innovasiya turizm məhsulunun dəyərindən, onun keyfiyyətinin və məhsuldarlığının artmasına təsir edir. Yaşayış dəyəri isə bazarda tələbat və təkliflə ölçülür. Mənfəət norması rəqabət mühiti şəraitində turizm məhsulunun istehsalının genişlənməsinə yönəldilir. Dö-

zümlü davamlı inkişaf üçün mənfəət normasını artırmaq turizmdə ümumi məhsulun artımı ilə mümkündür.

13.2. Turizm məhsulunun maya dəyəri

Maya dəyəri iqtisadi mənaca vahid turizm məhsulunun istehsalına, daşınma və istifadəsinə çəkilən xərclərə deyilir. Planlı təsərrüfat sistemində maya dəyəri hər bir sahə fəaliyyət üçün əsaslandırılırdı və təsdiq olunurdu və maya dəyəri dəyişildikdə müəssisənin xərc strukturu üzrə əsaslandırılması tələb olunur və maya dəyəri normativ məsrəflərə əsaslanır. Maya dəyəri və maddi xərclər, əmək xərcləri və təkrar istehsal üçün lazım olan və nəzərdə tutulan xərclər daxildir. Maya dəyərinə yuxarıdakı formoldan $C+V$ daxildir. Bu xərcləri aşağı salmaq müəssisə fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəlməsi yoludur. Müasir şəraitdə maya dəyəri təsdiq olunmur, amma bazar rəqabəti şəraitində davamlı inkişafın maddi əsasını təşkil edir. Bunlar göstərir ki, maya dəyəri aşağı olan turist müəssisələri keyfiyyətli, çeşidli xidmətlər göstərsə, onun mənfəəti çoxalır və mənfəətin təkrar istehsalı üçün istifadəsi artır. Maya dəyəri müəssisə fəaliyyətinin digər sahələrlə əmtəə, xidmət maliyyə əlaqələrinin formalaşdırır. Onun aşağı salınması yolları daha keyfiyyətli məhsuldar istehsalla bağlıdır və göstərilən xidmətlərin daha tələbata uyğunluğu ilə həll olunur. Maya dəyərini proqnozlaşdırmaq (üçün) onun amillərinin proqnozu ilə reallaşır. O cümlədən turizmdə istifadə olunan texnologiyalar xidmət xərcləri səmərəli təşkil olunur. Kompleks sistemli idarəetmə yolu ilə təkrar istehsal üçün zəruri olan istehsal xərcləri azaldılır. Bu zaman mənfəət artır. Mənfəət aşağıdakı formolda ifadə olunur:

$$M = \text{ÜDM}(t) - (C+V)$$

Mənfəətin artırılması idarəetmə metodudur və müəssisə fəaliyyətinin sonrakı inkişafı üçün maddi əsas yaradır. Mənfəət norması:

$$\text{Mənfəət norması} = \frac{\text{mənfəət}}{\text{ÜDM}}$$

13.3. Turizm məhsulunun qiyməti

Turizm fəaliyyəti qiymət və qiymətləndirmə sistemi ilə bağlıdır. Turizm qiyməti turizm məhsulunun bazar qiyməti ilə ölçülür. Turist məhsulunun qiymətinin əsasında maya dəyəri dayanır. Qiymət turizm məhsulunun dəyər ifadəsidir. Qiymətlərin dəyişməsinə tələb və təklif təsir edir. Digər tərəfdən turizm müəssisəsini saxlamaq üçün hər bir müəssisənin özünün xüsusi kapitalı formalaşmalıdır. Bu məqsədlə turist təşkilatları müəssisələri məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırır. Onun istehlakçı tələbatına uyğunlaşması üçün əlavə xərcləri sərf edir. Əlavə xərclərin əlavə gəlirlərə olan nisbəti səmərəlilik əmsalı adlanır:

$$\frac{\Delta X}{\Delta M} = \Delta S$$

$\Delta S > 1$ olduqda turizm müəssisəsi iqtisadi cəhətdən özünün təminat səviyyəsinə yaxınlaşır. Qiymətli məhsul bazar və bazardan kənar amillərdən asılıdır. Xarici amillərə daxildir: inflyasiya, həyat səviyyəsi indeksi, xarici kapitalın ölkəyə axını (çirkli pullar). Daxili amillərə daxildir: turizmin obyektinin region və sahə əlverişliyi, həmin regionda yaşayanların həyat səviyyəsinin yüksək olması, idarəetmə qabiliyyəti bacarığı.

Turizm məhsulunun qiymətləri uyğun olaraq sənaye məhsulunun qiymətləri, xidmət tarifləri və icarə haqqlarına bölünür. Turizm xidmətlər sferası olduğuna görə, onların qiymətləri diferensiallaşır. Tariflər daha çox tətbiq olunur və bu tariflərin çoxu bazarın tapşırığı ilə tətbiq olunur. Digər tərəfdən bəzi dövlət tarifləri turizmin qiymətinə təsir

edir. Turizmin fəaliyyətdə topdan satış qiymətləri, müqavilə qiymətləri, icarə qiymətləri və pərakəndə satış qiymətləri formalaşır. Sahə baxımından turizm ticarəti, turizm sənayesi, turist ictimai iəşəsi, turizm tikintisi ayrı-ayrılıqda sahə qiymətləri ilə tənzimlənir. Turizm qiymətləndirilməsi sistemli kompleksli ölçü mexanizmləri vasitəsilə baş verir.

13.4. Turizmdə mənfəətin formalaşma mərhələləri

Turizmin mənfəəti onun fəaliyyətinin son nəticəsi olmaqla xərclərlə gəlirlər arasında fərqi göstərir. Mənfəətin iqtisadi mənası turizm müəssisəsinin gəlirli işləməsi deməkdir. Turizmin gəlirləri onun rentabellik səviyyəsini müəyyən edir. Rentabellik səviyyəsi xalis mənfəətin xərclərə olan nisbətində deyilir. Mənfəətin yüksəldilməsi rəqabət mühiti şəraitində davamlı inkişafın maliyyə əsasıdır. Belə ki, hər bir turizm fəaliyyəti onun rəqabət qabiliyyətliliyi mənfəət normasının orta iqtisadi normadan yuxarı olmaq dərəcəsi ilə ölçülür. Mənfəət norması ümumi mənfəətin istehsal xərclərinə olan nisbətində deyilir. Mənfəət norması fəaliyyət üzrə və müəssisələr üzrə fərqlənir. Mənfəət norması nisbi kəmiyyətdir. Onu yüksəltmək üçün xərcləri azaltmaq, yaxud gəlirləri artırmaq lazımdır. Xərcləri azaltmaq müəyyən məhdudiyətlərlə qarşılaşır. Çünki əsas fondlar təzələnir, əməkhaqqı artır. Ona görə də vahid məhsula düşən xərclər normativ məsfrəflərdən aşağı salına bilmir. Ona görə də gəlirlərin artmasına stimül yaranır. Turizmin məhsulunun bazarda qiyməti onun həcmi və strukturu bu gəlirlərin artım mənbəyidir. Həmçinin gəlirlərin artımına resurslardan səmərəli istifadə etmə yolları, onların xüsusi səmərəliliyi təsir edir. Mənfəətin mənbəyi həmçinin texnoloji proseslər və bazar qiymətləridir. Turizm məhsulunun alıcısı, yəni tələbat artdıqda onun qiyməti artır. Beləliklə, bu sahədə yaranan ümumi məhsul kəmiyyətcə çoxalır. Xərclərin azaldılması nəticəsində xalis məhsul çoxalır. Xalis məhsulun

xərclərə nisbəti mənfəəti təşkil edir. Mənfəət diferensial göstəricidir. Mənfəətin yaranması, bölgüsü və yenidən bölgüsü turizm fəaliyyətinin maliyyə əsasını təşkil edir, dövlətin və turizm təşkilatlarının müəssisələrinin qarşılıqlı əlaqəsinin təsirlərini formalaşdırır. Mənfəətin yüksəldilməsi turizm sahəsində fəaliyyətin səmərəli təşkili nəticəsidir. Mənfəət xüsusi mənfəət normasını formalaşdırır, hər bir turist müəssisənin yerləşdiyi şəraitdən, onun tutumundan, istehsal güclərindən, xarici ölkələrin və yerli turistlərin tələbatından asılı olaraq reallaşan, satılan məhsul və xidmətlərə görə hesablanır. Sahə mənfəət normaları ərazi mənfəəti və sahələrarası mənfəət norması turizm dinamikasına təsir edir. Turist təşkilatları başqa sahələrin müəssisələrinə nisbətən eyni kapital məsrəfində yüksək mənfəət norması əldə edərlərsə bu həmin müəssisənin səmərəli təşkili deməkdir və onların sonrakı inkişafına, təkrar istehsalına maddi əsas yaradır. Turizm mənfəəti maya dəyəri aşağı salmaq, məhsuldarlığı artırmaq, bazarın tələbinə uyğun daha çeşidli, keyfiyyətli xidmət göstərmək yolu ilə mümkün olur. Onların isə hər biri özünəməxsus amillərlə bağlıdır. Belə ki, yeni texnikanın tətbiqi, innovasiya tədbirləri, dünya turizm bazarına çıxmaqla ixracat potensialını artırmaq mənfəətin artırılması amilləridir. Mənfəətin artımı istehsal funksiyası ilə ifadə olunur.

$$Y = A^{\alpha} \cdot B^{\beta} \cdot C^{\delta}$$

Y – iqtisadi artım

A – maddi amil

B – iş qüvvəsi, yaxud insan resursları

C – idarəetmə qabiliyyəti

δ, β, α - uyğun olaraq iqtisadi artımla amillər

arasında elastiklik əmsallarıdır.

Hər bir amilin (A, B, C) iqtisadi artıma təsiri eyni olmadığına görə idarəetmə bu amillərin kombinasiyasını bir-birinə əvəz etməsini təşkil edir. Bəzi hallarda iqtisadi artım (y-in artımı) sahibkar üçün A-nın artımı ilə daha əlveriş-

lidir. Digər halda B-nin artımı ilə baş verə bilər. Hər hansı halda eyni iqtisadi nəticəni müxtəlif resurslarla əldə etmək olar. Təbii ki, bu resurslar müəssisə üçün daxili imkanları, kreditlər, xərclər vasitəsilə təmin olunur. Beləliklə, təşkilati amil formalaşır. Müəssisədə təchizat, təminat, texnologiyalar, iş qüvvəsi, maliyyə vəsaitləri və istehsal ahəngdarlığı problemləri həll olunur. İstənilən dəyişmələrdə:

$$\delta + \beta + \alpha = 1$$

13.5. Turizm mənfəətinin yüksəlməsi metodları, yolları və əsas amilləri

Mənfəətin yüksəldilməsi müasir şəraitdə turizm müəssisəsinin fəaliyyətinin tarazlı inkişafı deməkdir. Onun davamlılığı, məhsuldarlığı və təşkilati rolu ilə ifadə olunur. Mənfəəti yüksəltmək meyardır, çünki mənfəət hesabına təkrar istehsal baş verir. Mənfəətin bölgüsü, yenidən bölgüsü iqtisadi sistemdə gəlirlərin formalaşmasına təsir edir. Müəssisə ilə dövlət arasında xalis gəlirin və ya mənfəətin bölgüsü baş verir. Müəssisə dövlətə vergilər verir. Sosial müdafiə üçün sosial vergilər ayırır. Dövlət isə müəssisəyə verdiyi kreditlərə və maliyyə qaynaqlarına görə faizlər və ödəmələr alır. Mənfəətin bölgüsü hesabına dövlət büdcəsi formalaşır. Sosial müdafiə fondu yaradılır və dövlət tapşırıqlarını təyin etmək üçün hər bir müəssisənin öhdəlikləri dövlət nəzarəti ilə həyata keçirilir. Mənfəət yerli büdcəni formalaşdırır. Hər bir regionda mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yerləşən turizm müəssisəsi təkrar istehsal təmin etmək üçün yerli büdcəyə vəsaitlər ayırır. Bu da öz növbəsində torpaq, su, meşə və digər istifadə olunan resursların təkrar istehsalına yönəldilir. Yerli büdcələr sahibkarlıq yolu ilə turizm üçün zəruri olan və ona şərait yaradan sosial infrastruktur abidələrinin tikilməsi və istifadəsinə şərait yaradır. Yerli əhəmiyyətli yollar çəkir, otellər tikir, ictimai

iaşə müəssisələri tikir və digər sosial mədəni xidmət sferasını pullu və ya xüsusi vəsaitlər hesabına təşkil edir. 3-cü əsas bölgü müəssisə-mənfəətinin əhali, o cümlədən işçilərlə olan münasibətlə formalaşır. Birincisi əməkhaqqı yaranır, stimül yaranır, sosial müdafiə üçün resurslar ayrılır. Bir sözlə müəssisədə işləyənlərin əmək fəallığının təkrar istehsalı üçün zəruri olan resurslar ayrılır. Hər bir müəssisənin əməkhaqqı fondu, sosial ödəmələri sosial sığorta sistemi işə düşür. Müəssisə öz işçilərini sığortalayır. Onun sağlamlığını, səhiyyə tələbatını, özünün və ailəsinin təhlükəsizliyini təmini edir sığorta sistemini formalaşdırır. Məcburi və könüllü halda bazar iqtisadiyyatı şəraitində məcburi sosial sığorta sistemləri daha genişlənilir. Bu da iş qüvvəsinin sığorta sistemi dayanıqlı olan müəssisələr axınıni təmin edir. Beləliklə, turizm müəssisələri və iş qüvvəsinin təkrar istehsalı arasında əlaqələrin maddi maliyyə əsası 2 subyektin, yəni müəssisə və insanın iştirak payı, mənimsəmə %-i və onların artımı ilə ifadə olunur.

Turizm müəssisəsi hər hansı bir ərazidə baş verdiyinə görə onun gəlirləri səmərəliliyi əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına təsir edir. Ona görə də müəssisə və əhali arasında əlaqə forması gəlirlərin bölgüsü ilə ifadə olunur. Nəhayət, resursların formalaşması prosesi baş verir və gəlirlərin yenidən bölgüsü yaranır. Bu proses qiymət, tələb, təklif vasitəsilə reallaşır. Bu prosesə təsir edən mərhələ bazar mərhələsidir – «turizm bazarı». Turizm bazarının formalaşması bütövlükdə bölgü və yenidən bölgünün formalaşmasının səmərəliliyini ifadə edir. Hər bir istehsalçı bazara istiqamət götürür. Bazarın segmentləşməsini proqnozlaşdırır. Bu segmentlər daxilində özünün istehsal segmentini formalaşdırır. İstehsal segmenti ilə bazar segmentinin əlaqəsi bütövlükdə təkrar istehsalın, bölgü və yenidən bölgü münasibətlərinin tsiklik xarakterini müəyyən edir.

MÖVZU 14. TURİZMİN DÖVRIYYƏ VƏSAİTLƏRİ VƏ TURİZMDƏ QIYMƏT ƏMƏLƏ GƏLMƏNİN TƏKMİLLƏŞMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

Plan:

- 14.1. Turizmdə dövriyyə vəsaitlərinin mahiyyəti, onların istifadəsi istiqamətləri**
- 14.2. Turizm məhsulunun qiyməti**
- 14.3. Turizm resursları, onların dövriyyə surəti**
- 14.4. Turizmdə kapital və kapital axınının sürətlənməsi yolları**

14.1. Turizmdə dövriyyə vəsaitlərinin mahiyyəti, onların istifadəsi istiqamətləri

Turizm sferası istehsal sferasından fərqli olaraq məhsul və xidmətlərin dövriyyəsi ilə onun bazara çıxarılan həcmi, strukturu və məhsulun reallaşması şərtləri ilə bağlıdır. İstehsal, bölgü və istifadə turizm dövlətini əks etdirir. Turizm dövriyyəsi turizm məhsulunun istehsalı və istehlakı arasında zəruri olan vaxt amili ilə ölçülür və dövriyyə surəti formalaşır. Dövriyyə surəti az olarsa, turizmdə kapitalın xərclərinin qaytarılması müddəti azalır. Ona görə də dövriyyə müddəti anlayışı turizm dövriyyəsinə daxil edilir. Dövriyyə müddəti əmsala bərabərdir. Dövriyyədə olan kapitalın bütün çəkilən xərclərə olan nisbəti dövriyyə prosesi turizm sferasında hər bir şirkətin özünün sertifikatı ilə bağlıdır və turist müəssisələrinin konkret məhsulunun xarakteri ilə birgə göndərişin müddəti onun qiyməti ilə bağlıdır. Dövriyyə vəsaitləri pul vəsaitləridir və hər gün, hər ay yeniləşir. Dövriyyə vəsaitinin təzələnməsinin amili istehlakçıdır. Turistlərin xərcləri onların fərdi istehlakı, mədəni servis xidmətlərinə ehtiyacları dövlət vəsaitlərinin həcmi və çeşidini formalaşdırır.

Hər bir turist müəssisəsi daimi fəaliyyətini tənzim etmək üçün müəyyən vəsaitlərin dövr etməsinə, onun planlaşmasına ehtiyacı vardır. O cümlədən, ehtiyatlar, əməkhaqqı fondu, qida təminatı, müxtəlif mədəni sosial tədbirlər üçün zəruri olan vəsaitlərin ayrılması dövlət vəsaitlərinin həcmi ilə əlaqələndirilir. Dövlət vəsaitləri ilə fondlar arasında nisbətdə hər bir turist müəssisəsinin material, enerji əmək tutumunu və kapital ehtiyatlarını müəyyənləşdirir. Turizm ehtiyatları istehlakçıların tələbatına uyğun marketin çeşid quruluşuna malikdir və müəssisədə dövlət vəsaitləri bu ehtiyatların cari və perspektiv həcmi planlaşdırmağı tələb edir. Dövriyyə sürəti nə qədər az olarsa, bir o qədər sinxron təzələnməyə ehtiyac var. Ona görə də hər bir müəssisədə əsas fondda dövriyyə vəsaitləri arasında nisbət həmin müəssisənin əmək məsrəflərini, xidmət məsrəflərini, maliyyə vəsaitlərini vaxtında tapmağa şərait yaradır. Dövlət vəsaitləri müxtəlif mənbələrdən formalaşır. Turist müəssisəsinin bir illik və yaxud mövsümi tutumunu, istehsal gücünü müəyyənləşdirir.

Turist təşkilatları öz məsrəflərini ödəmək üçün ehtiyatlarını hesablamalıdır və yaxud bu ehtiyatların mənbələri cavabdeh olmalıdır. O cümlədən bank kreditləri, xüsusi vəsaitləri müştərilərdən alınan ödəmələr, putyovkanın dəyəri qabaqcadan dövriyyə vəsaitlərinin formalaşmasında qiymətləndirilməlidir.

14.2. Turizm məhsulunun qiyməti

Turizm məhsulu xidmət və istehlak məhsulu formasında ifadə olunur. Turizm məhsulu həmçinin turizm xidmətlərinin məsləhətləri orda turistin olduğu sosial mədəni xidmət, mənimsədiyi informasiya və fiziki sağlamlığı təmin etmək üçün əldə olunan turizm nəticələri daxildir. Ona görə turizm məhsulu yeni yaradılan və potensial istifadə olunan resurslarla hesablaşır. İllik məhsul hər bir turistə göstərilən

xidmətlərlə ölçülür. Turizm xidmətləri turistlərin sayından asılıdır. Və hər bir turistin istehlak etdiyi maddi mədəni nemətlərdən və xərclərdən formalaşır. Turizm məhsulunun natural və dəyər göstəricisi ifadə olunur. Natural göstəricilər turizm planlaşmasında zəruri olan material məsrəflərini, işçilərin sayını müəyyənləşdirir. Turizm məhsulunun dəyəri qiymətdən də asılıdır. Turizm qiyməti isə tələb və təklifdən, maya dəyərindən və dövriyyənin turist müəssisəsi qarşısına qoyduğu ödəmələr həcmindən asılıdır. Xidmət anlayışı turizm məhsulunun dəyərli ifadəsidir.

Qiymətəmələgəlmə turizm fəaliyyətinə təsir etmək üçün işlədilən siyasətdir. Bəzər buna qiymət siyasəti də deyilir. Qiymətin əmələgəlməsində istehsal, bölgü, təkrar istehsal, səmərəlilik prinsipləri əsas götürülür. Qiymətin optimal ölçüsü olmalıdır. O, məhsulun dəyərinə yaxın olduqca, onun dəyərini ifadə etdikcə bir o qədər gəlirlilik səviyyəsi yüksək olur və müəssisədə rəqabətə davamlılıq təmin olunur. Qiymətin formalaşdırılması turizm məhsulunun maya dəyərindən asılıdır və rentabellik səviyyəsindən asılı olaraq formalaşır. Nəzəri cəhətdən qiymət bərabərdir, məhsulun maya dəyəri gətəgəl normativ rentabellik əmsalı. Belə olduqda müəssisə həmin məhsulu istehsal etməkdə stimullaşır. Ona görə də qiymətin aşağıdan və yuxarıdan tənzimlənmə funksiyası formalaşır. Aşağı maya dəyərindən məhsulun qiyməti yuxarı olmalı, yuxarıdan isə məhsulun qiyməti alıcılıq qabiliyyətinə, rentabellik səviyyəsi ilə məhdudlaşmalıdır.

Qiymətin formaları əlavə xərcləri özündə əks etdirir. Turist firmaları öz xərclərini ödəmək üçün, o cümlədən nəqliyyat, rabitə, tibbi sığorta və yaxud əlavə xidmət almaq üçün xərcləri ödəmək üçün turistin özündən və yaxud onun göndərdiyi təşkilatlardan əlavə qiymətlə pul vəsaiti toplayır. Beləliklə, qiymətin formasının zəruri obyektiv amilləri mövcuddur.

14.3. Turizm resursları, onların dövriyyə surəti

Turizm çox istifadə sferasına görə və səmərəliliyinə görə fiziki və mənəvi aşınmaya məruz qalır. Əsas resurslar fond formasında fiziki aşınmaya məruz qalır. Dövriyyə vəsaitləri və ehtiyatları bir il ərzində və yaxud mövsüm ərzində öz dəyərini yeni məhsul üzərinə keçirir. Bu resursların təkrar istehsalı resurs planlaşması ilə baş verir.

Material, enerji, qida, ərzaq və xidmət resursları hər bir turist müəssisəsinin xərc strukturunda təkrar istehsal üçün öz məbləğini tapır və mənfəətdən bu xərclər ödənilir. Bu xərclərin artımı müəssisənin genişlənməsinə şərait yaradır. Resurslar canlı və cansız əmək və material, xammal, innovasiya resurslarına bölünür. Resursların təsnifatlanmasında bir sıra metodiki-yanaşmalar mövcuddur:

1. Resurslar fiziki cəhətcə xarakterində, texniki cəhətdən oxşardırlar
2. Resurslar təkrar istehsal baxımından eynidirlər.
3. Resurslar eyni bir texnoloji prosesin daşıyıcısıdırlar
4. Resurslar canlı əmək və kadr potensialını vəziyyətlərini nəzərə almaqla təsnifatlaşdırılır.

Resursların təkrar istehsalı kapital qoyuluşuna səmərəli istifadəni tələb edir. Ona görə də hər bir müəssisənin potensial imkanları və onların cari fəaliyyəti bu resursların təzələnməsindən aslıdır. Resurslar bir-birini əvəz edir. Əvəz etmə meyarı olaraq effektivlik əsas götürülür. Vahid məhsulun yaranmasında kompleks resursların minimum məsrəfi müəssisədə menecment fəaliyyətinin səmərəliliyini artırır.

14.4. Turizmdə kapital və kapital axımının sürətlənməsi yolları

Turizmin inkişafının əsas amili və şəraiti bu sahəyə qoyulan vəsaitlə məhdudlaşır. Vəsaitlərin xarakteri təkrar istehsal strukturu kapital tələbatı kimi formalaşır. Turizm

fəaliyyətinin xərc strukturu kapitalın istifadə istiqamətini müəyyən edir. Əsas fondlar, dövriyə vəsaitləri və idarəetmə xərcləri hər biri ayrı-ayrı amillərdən asılıdır. Bu xərcləri ümumiləşdirən və müqayisəli təhlil üçün əsas verən cəhət hər birinin kapital tutumudur. Kapital potensial gücü deməkdir. Bu mənbələri istifadə mexanizmləri məhsulun, xidmətlərin kapital tutumu ilə müəyyənləşir. Ayrılan kapitalın ümumi məhsula olan nisbəti məhsulun kapital tutumunu müəyyənləşdirir. Əsas fondlara olan nisbəti isə fond tutumunu ifadə edir. Əmək ehtiyatlarına əməkhaqqına sərf olunan kapital əməkhaqqı tutumunu müəyyən edir. Kapitalın təkrar istehsalı yaradılan mənfəət hesabına baş verir. Bütün xərclər çıxdıqdan sonra yerdə qalan xalis gəlir dövlətin maliyyə öhdəliklərini ödəyir və müəssisə daxili şirkətin xalis gəliri kimi təkrar istehsalın yeni istiqamətlərinə yönəldilir.

Turizm sahəsində kapital yönümlü siyasət həmin sahənin əsas fondları, onların təkrar istehsalı, yeni texnikanın tətbiqi mədəni servis xidmətləri üçün zəruri olan texniki bazarın mədəni servis xidmətləri üçün zəruri olan texniki bazarın yaradılmasına yönəldilir. Kapital artımı həm turist fəaliyyətinin özünün hesabına baş verir, digər tərəfdən ümumi iqtisadi artımın tərkib hissəsidir. ÜDM-in artımı sənaye potensialı, kənd təsərrüfatı potensialı bütün mənbələr hesabına investisiya qoyuluşları. Xarici və daxili banklardan alınan uzun müddətli kredirlər cari kapital məsrəflərini formalaşdırır. Kapital tutumuna görə müəssisə fəaliyyəti keyfiyyət təhlil obyektidir.

MÖVZU 15. TURİST FƏALİYYƏTİNİN TƏHLİLİ METODİKASI

Plan:

- 15.1. Təhlilin mahiyyəti və əsas metodikaları**
- 15.2. Turist fəaliyyətinin təhlili xüsusiyyətləri**
- 15.3. Təhlil metodikaları və əsas təkmilləşmə istiqamətləri**
- 15.4. Turist fəaliyyətinin proqnozu üsulları**

15.1. Təhlilin mahiyyəti və əsas metodikaları

Təhlil iqtisadi sistemin metodoloji əsası və onun təşkilinin tərkib hissəsidir. Hər bir fəaliyyətin özünəməxsus təhlil metodikaları, qiymətləndirmə üsulları və proqnoz sistemləri mövcuddur və bu sistemin təşkili, idarə olunması təhlilin nəticələrindən asılıdır. Təhlil nəticəsində qərarlar qəbul olunur. Sonrakı inkişaf və qərarların səmərəliliyi düzgün təhlildən və aşkar olunan qanunauyğunluqlardan asılıdır. Təhlilin əsas məqsədi real iqtisadiyyatın mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək onun əsas meyillərini aşkar etmək və perspektiv istiqamətləri əsaslandırmaqdan ibarətdir. Ona görə də təhlil metodologiyası dəyişkən, dinamik bir prosesdir. Müxtəlif şəraitlərdən asılı olaraq formalaşır, obyekt və subyekt seçilir və nəticələrini qabaqcadan müəyyən etmək üçün hipotezlər (fərziyyələr) verilir. Əgər real şərait bu fərziyyədə tutulan şəraitdən ciddi və yaxud xeyli fərqlənirsə, onda bu fərqlərin aradan qaldırılmasının yolları qiymətləndirilir. Təhlil iqtisadiyyatı metodoloji keyfiyyət, kəmiyyət, cari perspektiv təhlillər üzrə təsnifatlaşdırılır və real şəraitə uyğunlaşdırılır. Turizmdə təhlil metodologiyası turizm məqsədini, turizm resurslarını, onlardan istifadənin yollarını əhatə edir, turizm məqsədləri əsaslandırılır, bu məqsədin obyekt və subyektləri seçilir. Fəaliyyət növü olaraq ayrı-ayrı

amillər, məhsul və xidmət növləri, onların artımı, kəmiyyət və keyfiyyət dəyişmələri, iqtisadi sistemdə rolu təhlil olunur. Ona görə də təhlil üçün obyektin miqyası onun əsas göstəriciləri və şərait amilləri uyğun olaraq subyekt və obyektə görə seçilir.

Turizm fəaliyyətinin obyekt turist təşkilatları, turistlə bağlı olan fiziki və hüquqi şəxslər, dövlət turist mexanizmləri və şirkətləri və beynəlxalq obyektləri daxildir. Turizm fəaliyyətinin predmeti isə turizm bazarının formasında inkişafında iştirak edən ayrı-ayrı subyekt və obyektlərin münasibət sistemidir. Daha çox turizmin fəaliyyəti nəticəsində əldə olunan səmərənin ayrı-ayrı subyektləri üzrə bölgüsü və onun yüksəldilməsində iştirak edən amillərin yaxşılaşması səmərəliliyi əsas rol oynayır. Turizm fəaliyyətinin təhlili onun idarə olunmasının başlanğıc həlqəsidir. İdarəetmə məqsədi təhlil aparmadan mümkün deyil. Təhlilin idarəetmədə rolu qərar qəbulu və müxtəlif variantların seçilməsində əhəmiyyət ilə formalaşır. Turizm idarəçiliyin məqsədyönlü fəaliyyətdir. Ya gəlir gətirmək fəaliyyəti, ya da iqtisadi və sosial potensial gücündən istifadə etmək, ya da regionların sosial inkişafı və əhalinin həyat səviyyəsini yüksəltmək vəzifələri durur. Bu məqsədlə formalaşan, istifadə olunan mexanizmlər təhlilin məcmu sistemidir.

15.2. Turist fəaliyyətinin təhlili xüsusiyyətləri

Turizm fəaliyyətinin təhlili, onun məqsədləri, resursları, sahə və ərazi yerləşməsi, fəaliyyət növü xüsusiyyəti ilə bağlıdır. Turizmi təhlil etmək üçün göstəricilər sistemi tərtib olunur. Göstəricilər mütləq, nisbi, natural, dəyər, balans, tarazlı və dinamik göstəricilərə bölünür. Göstəricilərin bir-birinə bağlılığı sistem təhlilinin əsasını təşkil edir. Sistemli təhlil metodu turizm məqsədini, onun resurslarını və inkişaf variantını əhatə edir. Bu sahədə əsas aşağıdakı göstəricilər təhlil olunur:

1. Makro iqtisadi göstəricilər turizm məhsulunun ümumi miqdarı, onun əmtəələr və xidmətlər üzrə təsnifatı, strukturu bura daxildir

2. Turizm maliyyə maddi potensialı

3. Turizmin əmək ehtiyatları

4. Turizm gəlirləri və mənfəəti

5. Turizmin rentabellik və səmərəlilik səviyyəsi

6. Turizmin ixracat potensialı, beynəlxalq əlaqələrdə turizmin rolu

7. Turizmdə əməkhaqqı sistemi, xərc strukturu

8. Turizmdə innovasiya göstəriciləri

Bu göstəricilər maddi, xidmət və təşkilati quruluşuna görə müəssisə və şirkət üzrə təhlil olunur. Ümumi iqtisadi göstəriciləri olaraq respublika iqtisadiyyatının tərkib hissəsi kimi struktur göstəricisi olaraq təhlil olunur. Təhlil müqayisəli metodlarla həll olunur. Belə ki, ayrı-ayrı turist fəaliyyətinin bir-birilə müqayisəsində səmərəli variant tapılır. Bu səmərəli variantın əsasını təşkil edən səbəblər və amillər ümumiləşdirilir. Turizm çoxşaxəli və çoxamilli fəaliyyət prosesi olduğuna görə bu amillərin özlərinin tədqiqi və təhlilini həyata keçirməklə əlverişli variant əsaslandırılır. Turizm təhlilinin metodları:

1. Müqayisəli təhlil metodu

2. Normativ metodlar

3. Proqnoz metodu

4. Birbaşa hesablama metodu

5. Kəmiyyət və keyfiyyət metodları

6. Amillər metodu

Hər bir metodun seçilməsi turizm variantının və turizm fəaliyyətinin ayrı-ayrı sahələrinin tətbiqi baxımından əsaslandırılır. Turizmin hüquqi normativ bazası sosial normaları təsərrüfat fəaliyyəti kimi məsrəf normaları və əmək fəaliyyəti kimi əmək normaları formalaşdırır. Turizmin təhlili metodikası variantlar üzərində qurulur. Ən səmərəli variant qərar qəbulundan asılıdır. Qərar qəbulu isə təhlil,

proqnoz, resurs və qərar qəbulu ardıcılığı ilə həyata keçirilir. Turizmin təhlili, proqnozu, onun real mövqeyini qiymətləndirmək və perspektivini əsaslandırmaq üçün təsnifləşdirilir.

15.3. Təhlil metodikaları və əsas təkmilləşmə istiqamətləri

Turizmin təhlili metodları ümumi iqtisadi metodların bu sahəyə tətbiqi ilə əsaslandırılır. Metodlar sistemli təhlil, balans yanaşma, normativ metodlar, məsrəflər və son nəticə, iqtisadi riyazi metodlar, birbaşa hesablamalar, statistik, dinamik, təhlil metodlarına bölünür. Hər bir metod özünün spesifik amillərini, konseptual əsaslarını və hesablama metodikasını özündə əks etdirir. Turizmin metodikası regionlar üzrə, turizm fəaliyyəti üzrə və turizm amilləri üzrə konkretləşir. Əsas fondların dövriyyə vəsaitinin, əmək ehtiyatlarının amil olaraq təhlili, qiymətləndirilməsi turizm məhsuluna görə təsnifatlaşdırılır. Hər bir turist məhsulunun formalaşmasında zəruri olan amillər maddi əşya və pul vasitəsilə ifadə olunur. Beləliklə, turizm fəaliyyətinin təkrar istehsal strukturu formalaşır. Təkrar istehsal strukturunun tərkibinə resursların bir-birini əvəz etməsi xarakterinə görə turizmin məsrəf və son nəticə modeli tərtib olunur. Turizmin təhlili metodları səmərəlilik prinsiplərini özündə əks etdirir. Elə metodlar seçilməlidir ki, həmin metodların informasiya girişində və son nəticədə real proses təsvir olunsun. Metod nə qədər nəzəri, konseptual faktorları özündə əks etdirirsə bir o qədər real olduqda alınan nəticələr səmərəli olur və turizmdə iş istehsalatı həyata keçirməyə imkan verir. Müasir şəraitdə ünvanlılıq və komplekslik məqsədilə proqramlar tərtib olunur. Proqram xarakterli tədbirlər həyata keçirilir. Kompleks proqramların son hədəfi resurs təminatı və təşkilatlanma strukturuna əsaslandırılır. Kompleks proqramlar ərazi mənafeləri üstünlük təşkil edir. Sahə

prinsipində isə həmin sahənin davamlılığı, kommersiya gəlirləri prioritet istiqamət təşkil edir. Ərazi və sahə prinsipləri vəhdət şəklinə idarəetmənin təkmilləşmə metodudur.

15.4. Turist fəaliyyətinin proqnozu üsulları

Bütün iqtisadi proseslər kimi turizm sahəsində müasir və perspektiv qərarları tələb edir. Proqnozlaşdırma perspektiv inkişafın əsas istiqamətlərini əhatə edir. Proqnozlar passiv, aktiv olur. Passiv proqnozlar formalaşmış turist fəaliyyətinin retrospektor təhlilidir. Passiv proqnozlar struktur dəyişmələri əhatə etmir. Aktiv proqnozlar isə turizm fəaliyyətinin dəyişilmiş variantıdır. Bu məqsədlə turist məhsulunun yeni trayektoriyası, onun yeni strukturu, segmentləşməsi və resurlarda istifadənin yeni texnologiyası müəyyənləşir. Turizm layihələri uzunmüddətli proqnozlarla əsaslandırılır, investisiyalar tapılır və onlardan istifadənin variantları əsaslandırılır. Turizm proqnozu modelləri dinamik modellərdir. Bu modellər sahələrarası modellərə əsaslanır. Statistik və dinamik modellər mövcuddur. Sahələrarası model aşağıdakı formula ilə ifadə olunur:

$$y_i = \sum_j a_{ij} \cdot xX_i + y_i^k$$

Burada:

Y_i – i sahəsinin məhsuludur

a_{ij} – j sahəsinin i turizm sahəsinə olan məsrəf normalarıdır.

y_i^k - turizm sahəsinin son məhsuludur.

X_i – i sahəsində vahid məhsulun həcmidir.

Turizmin proqnozu miqdar və fəza proqnozlarına bölünür. Hər hansı bir səviyyə yüksəlmək, qalxmaq proqnozunun hədəfi kimi qəbul olunur. Burada hədəflə faktiki göstəricilər arasındakı fərqlərin minimuma endirilməsi meyardır:

$$\text{Min } E = \frac{(f(y_i) - N_i)}{T_i}$$

Turizm proqnozu amilləri üzrə də həyata keçirilir. Amillər material, əmək və təşkilati idarə etmə amillərinə bölünür, yaxud menecment amili kimi qəbul olunur. Turizmdə tətbiq olunan balanslar aşağıdakılardır:

1. Material balansları
2. Əmək balansları
3. İnvestisiya gəlirləri və xərcləri balansları
4. İdxal və ixrac balansları

Material balansları bu sahədə tətbiq olunan maddi-texniki bazanın, məhsulun material tutumu ilə ölçülür, elmin, texnikanın inkişafı ilə yeniləşir. Əmək balansları gəlirlər və xərclərlə ölçülür. İş qüvvəsi ehtiyatları, onlardan istifadə və regionda turizm tələbatının əmək ehtiyatlarına təsiri qiymətləndirilir. İnvestisiya gəlirləri və xərcləri kapitalın mənbələrinə, investorların vəsaitlərinin formalaşmasına və istifadəsinə yönəldilir. İdxal, ixrac isə turizm, şirkətlərinin xarici iqtisadi əlaqələrdə əldə etdikləri vəsaitlər və idxal etdikləri məhsullarla təhlil olunur. Turizmin proqnozu sistemli kompleks tədbirlərin nəzəri və praktiki parametrlərin əsaslanması ilə baş verir. Proqnozlar elm tutumlu, real və tətbiqi üçün səmərəli olmalıdır. Ona görə də proqnozlar variantlarla verilir. Hər bir variantın özünün şərti və şəraiti mexanizmləri mövcud olmalıdır. Alternativ variant meyarlar əsasında seçilir və qərar qəbul olunur. Qərar qəbulunun subyektivi dövlət, şirkət və turistlər ola bilər. Turizmin planlaşması və idarə olunması proqnozu planqabağı tədqiqatlarla bağlıdır. Bu tədqiqatlarda təhlil araşdırmalar, qiymətləndirmə metodikası tərtib olunur. Turistlərin motivasiyası, onlara təsir edən amillər olunur. Turizm motivi, turizm alternativ variantı qərar qəbulu üçün əsas verir. Turizmin proqnozu riyazi, iqtisadi modellərə yeni müasir şəraitdə səlisl sistemləri ilə tədqiq olunub proqnozlaşır və bu zaman ehtimallıq, risklik, səmərəlilik kateqoriyaları metodiki obyekt olaraq işlənilib hazırlanır və proqnozlaşdırılır.

MÖVZU 16. TURİZMİN İDARƏ OLUNMASININ ƏSAS MEYAR VƏ GÖSTƏRİCİLƏRİ. TURİZMİN BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏRDƏ YERİ VƏ ROLUNUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Plan:

- 16.1. Turizm idarəçiliyinin əsas meyarı və əsas prinsipləri**
- 16.2. Turizmin inteqrasiya amili və beynəlxalq əlaqələrin təşkilində rolu**

16.1. Turizm idarəçiliyinin əsas meyarı və əsas prinsipləri

Turizmin hər bir ölkədə sahə olaraq formalaşması bu sahə üçün zəruri olan iqtisadi potensialla müəyyənləşir. İqtisadi potensialın başqa sahələrə yönəldilməsində əldə olunan səmərə az olduqda turizm sahəsi daha prioritet istiqamət təşkil edir. Turizmin idarə olunması kompleks sistemli meyarlarla ifadə olunur və turizm çoxmeyarlı sistem kimi iqtisadi, sosial, dünyəvi dəyərlər üzərində qurulur. Kommersiya marağı olaraq turizmdə gəlirlilik davamlı inkişafın iqtisadi əsasıdır. Sosial meyar baxımından isə iş yerləri və əhalinin turizm tələbatının ödənilməsi əsasıdır. Dünyəvilik baxımından isə turizmin xarici iqtisadi əlaqələrdə əhalinin məskunlaşmasında və ya xarici turistlərin respublikaya gəlməsi ilə ifadə olunur. Belə ki, ÜDM-in artımında turizmin rolu, turizm sahəsində işləyənlərin sayı əsas fondların dövriyyə vəsaitlərin və regionlarının resurs potensialının istifadəsi dərəcəsi, kəmiyyət və keyfiyyətlə ifadə olunur. Turizmin gətirdiyi gəlirlər əhali gəlirlərinə, dövlət və şirkətin gəlirlərinə bölünür. Hər bir subyektin marağı ödənildikdə bu sahə inkişaf edir və turizmin effektivliyi idarəçiliyi mümkün olur.

16.2. Turizmin integrasiya amili və beynəlxalq əlaqələrin təşkilində rolu

Müasir şəraitdə bir sıra iqtisadi problemlər dünya integrasiya sisteminin tərkib hissəsi almaqla xarici amillərlə məruz qalır. Məhz xarici amillərin təsiri bir sıra əlverişli turist fəaliyyəti üçün şərait yaradır. Digər halda dünya rəqabət mühitində turizmin iqtisadi səmərəsi baş vermir. Turizmin daxili tələbatdan kənarında formalaşır. Ona görə də açıq iqtisadi sahə kimi fəaliyyət göstərir. Onun məhsuluna, məhsullarının növünə, xidmətlərinə, səmərəli fəaliyyətinə və genişlənməsinə respublikadan kənarında olan amillər təsir edir. Bu isə turizmin miqrasiya, idxal, ixrac xarakterini formalaşdırır. Turizm fəaliyyətdə zəruri olan texniki vəsaitlər, mədəni servis, otel və digər proqramlar xarici turistlərin motivinə uyğun olaraq hazırlanır. Bu da turist kadrlarının seçilməsini, onların peşə yönümlü hazırlığı, intellektual səviyyəsini, idarəetmə təcrübəsini, bir sözlə turizm mentaliteti formalaşdırır. Turizm mentaliteti beynəlxalq normalar, beynəlxalq prinsiplər əsasında təhsil alır, praktikada həyata keçirir və çevik funksiyalarını həyata keçirir. Ona görə də dünya təcrübəsi turizmdə kompromis qərar qəbulu üçün vacib şərtədir. Bu da integrasiyanın yeni variantlarını, yollarını, coğrafi istiqamətlərini formalaşdırır. Turist ölkələri təyin olunmuş xidmət üzrə ixtisaslaşır. Şəhərlər, regionlar, tarixi abidələr, təbii coğrafi mühit hər bir iqtisadi regionda turizm bazarının və turizm bazasının modifikasiyasını yaradır. Məsələn; ərəb ölkələrində, Uzaq Şərqdə, MDB məkanında, Qafqazda və s. hər birinin özünün dünya turizm bazarında tutduğu mövqeyi ixtisaslaşma və aparıcı halqa kimi bütün dünya turist sisteminin tərkib hissəsidir. Belə əlaqələr beynəlxalq səviyyəli turist təşkilatlarını yaradır. Kompleks proqramlar tərtib olunur. Hər bir proqramın arxasında dayanan əmək bölgüsünə uyğun olaraq hərəkət edən, fəaliyyət göstərən subyektlər, təşkilatlar yaranır. BMT-nin fəaliyyət proqramları beynəlxalq maliyyə korporasiyaları dünya səviyyəli sosial xarta və bilavasitə turizm beynəlxalq inkişafını idarə edir.

MÖVZU 17. TURZMIN REGIONLARIN İNKİŞAFINDA ROLU, QARŞILIQLI ƏLAQƏ VƏ İDARƏETMƏ XÜSUSIYYƏTLƏRİ

Plan:

- 17.1. Turizmin regional aspektləri**
- 17.2. Turizm iqtisadi inkişafın, sosial tərəqqinin tərkib hissəsidir**
- 17.3. Turizmin sosial iqtisadi inkişafda əsas istiqamətləri**
- 17.4. Regional iqtisadi idarəetmə və turizmin sahə idarə edilməsi arasında əlaqə**

17.1 Turizmin regional aspektləri

Turizmin regional xüsusiyyətləri dedikdə, onun yerləşməsi və planlaşması istiqamətlərində hər bir regionun iqtisadi potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək intensivliyi başa düşülür. Turizmin coğrafi iqtisadi mahiyyəti onun ərazi xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Belə ki, regional iqtisadiyyat təbii coğrafi və tranzit şəraitindən asılıdır. Hər bir regionda müəyyən resurslar, onlardan istifadənin texnologiyaları, əhalisi və məskunlaşma problemləri mövcuddur. Buna görə də regionların hərtərəfli və kompleks inkişafı üçün onların resurs potensialını qiymətləndirmək, yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etmək və fəaliyyət sahələri kimi səmərəli iqtisadi təsərrüfat sahələri qurmaq kriterial meyar baxımından əsaslandırılır.

Regionların iqtisadiyatı ölkə iqtisadiyyatının tərkibidir. Ölkə iqtisadiyyatında baş verən dinamizm, inkişaf proporsiyaları, qanunauyğunluqlar regionların iqtisadi imkanlarına təsir edir. Regionlar bir-biri ilə və mərkəzlə əlaqədar vahid təsərrüfat sistemlərini yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat inzibətçilik əsasında deyil, qarşılıqlı əlaqələr prinsipləri üzərində

qurulur. Regionların iqtisadiyyatı məhəlli maraqlar üzərində qurulduğu halda ölkə iqtisadiyyatı ümumi mənafeələr üzərində qurulur. Ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi hər bir vətəndaşın, hər bir şəxsin iqtisadi maraqlarını, sosial inkişafını mərkəzləşdirilmiş fondlar vasitəsilə, resurslar vasitəsilə təmin etmək strategiyası əsas götürülür. İnteqral, yəni makroiqtisadi maraqlar, resurslar, lokal, məhəlli və birgə imkanlar hesabına uyğunlaşdırılır. Bu baxımdan regionlarda təsərrüfat subyektləri, sosial əhali qrupları öz maraqlarını, tələbatlarını mərkəzləşdirilmiş ölkə səviyyəsində həll etməklə vahid sistemin region daşıyıcılarına, subyektinə çevrilir. Bu əlaqələr, uyğunlaşma iqtisadi mexanizmlər olan ÜDM-un istehsalında, bölgüsündə, dövlət büdcəsinin formalaşmasında, istifadəsində, həmçinin hər hansı qərar qəbulunun ayrı-ayrı sahələrə təsirində öz səmərəsini tapır.

Turizmin sahəsi region iqtisadiyyatında sahə və sosial rol oynayır. Həm məhəlli region, həm də ölkə mərkəzləşmiş səviyyədə özünəməxsus mexanizmlərlə icra olunur. Belə ki, ÜDM-un yaranmasında, bölgüsündə dövlət büdcəsi gəlirlərinin formalaşmasında, regionlarda yerli büdcələrin formalaşmasının mənbələri rol oynayır. Buna görə də region iqtisadi potensialı dedikdə, geniş mənada hər bir regionda olan potensial turist imkanlarını qiymətləndirmək və onlardan istifadə yollarını müəyyən etməklə ümumi iqtisadi inkişafa təsiri qiymətləndirmək, proqnozlar vermək mümkündür. Turizmin regional maraqları və dövlət maraqları arasında sərhədlər, miqyaslar, bölgü resursların istifadəsilə bağlıdır, amma müasir şəraitdə regionların özünü idarəetmə prinsipləri bu resursların istifadəsindənə əldə olunan ölçüsü ilə seçilir, əsaslandırılır.

Turizm baxımından bəzi regionlar daha əlverişli, daha sosial tutumlu və regionun kompleks inkişafı üçün əhəmiyyətli olur. Buna görə də turizm 2 əsas istiqamətdə öyrənilir:

- 1) Makroiqtisadi meyarlara uyğun
- 2) Regionun sosial inkişafına uyğun

Turizm təbii sərvətlərlə bağlı olduğuna görə onun təkrar istehsalı yerli əhaliyə ayrılmaq üçün vəsaitlərlə təmin olunur. Ona görə də mərkəzləşmiş büdcə hesabına sahibkarlığa kömək, yaxud subsidiyalar vasitəsilə ayrı-ayrı regionlarda turizmin inkişafı stimullaşdırılır.

17.2. Turizm iqtisadi inkişafın, sosial tərəqqinin tərkib hissəsidir

Turizmin inkişafı bir sıra ölkələrdə strateji hədəflər rolunu oynayır və bu rol turizmin ÜDM-da xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Belə ki, turizm gəlirlərinin ÜDM-da nisbəti, turizmdə olan resursların istehlak resurslarına olan nisbəti ölkənin resurs potensialının formalaşmasında turizmin rolunu qiymətləndirir. Ayrı-ayrı ölkələrdə 30%-40% qədər yüksələ bilər. Turizmin rolu sosial indikatorlar rolunu oynayır. Belə ki, əhslinin sahə üzrə məşğulluğu regionlarda əhalinin məskunlaşmasında turizm sahəsinin payı, xüsusi çəkisi qiymətləndirilir. Perspektiv inkişaf istiqamətlərində iqtisadiyatın sahə quruluşunu təkmilləşdirmək üçün və resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi məqsədilə bəzi sahələrə investisiya qoyuluşu yüksək qiymətləndirilir. Investisiya mənbəyi olaraq müasir şəraitdə dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər və əhalinin xərcləri rol oynayır. Turizm növləri, formaları, motivləri iqtisadi inkişafın xarakterini müəyyənləşdirir.

Turizmin inkişafı həmçinin inteqrasiya əlaqələri ilə daha çox digər ölkələrin turizm tələbatı ilə səciyyələndiyi üçün onun öyrənilməsində beynəlxalq xüsusiyyətlər nəzərə alınır. Ona görə də beynəlxalq turizm sahəsi ölkədə miqrasiya problemləri ilə bağlıdır və yaxud ölkəyə daxil olan xarici vətəndaşların tələbatı ilə məhdudlaşır. Əmək məhsuldarlığı, tranzit şəraiti ümumi iqtisadiyyatın problemləri, investisiya qoyuluşları ilə bağlıdır. Buna görə də biz turizmin regional xüsusiyyətlərini digər sahələrin xüsusiyyətləri ilə vəhdətdə öyrənirik və region

maraqları öz xüsusi çəkisinə görə inteqral maraqlarla uzlaşdırılır, əlaqələndirilir və bu xüsusi maraqlar ölkənin inkişafının bir sıra qlobal xüsusiyyətlərini müəyyən edir. Regionlarda sosial infrastruktur layihələri turizm maraqları baxımından uyğunlaşdırılır və turizm maraqları dairəsinə üstünlük verməklə iqtisadi və inzibati vergi sistemi formalaşır, maliyyə-lizinq xidməti formalaşır. Beləliklə, turizmlə sosial-iqtisadi inkişaf bütövlükdə əlaqəli problemlərdir və tarixi aspektdən yanaşsaq, Azərbaycan üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İqtisadi artımın gəlirləri surəti regionların iqtisadi inkişafını tələb edir. Ona görə də 2009-2010-cu illərdə dövlət proqramı əsasında regionların sosial iqtisadi inkişafının əsas sahələrindən biri ola bəzi regionlarda turizmin inkişafının dövlət prinsipləri formalaşır. Həmçinin ayrı-ayrı resurslar üzrə, ərazilər üzrə konkret məqsədli proqramlar tərtib olunur. Məqsəd rayon, kənd əraziləri, sərhədyanı regionların turizmin maraqları nəzərindən təsnifatlaşdırılmasıdır.

17.3. Turizmin sosial iqtisadi inkişafda əsas istiqamətləri

Regionlarda turizmin inkişafı həmin regionların və respublikanın sosial-iqtisadi inkişafının tərkib hissəsi olmaqla daxili, xüsusi və mərkəzləşdirilmiş resurslara əsaslanır. Sosial iqtisadi inkişafda rolu ÜDM-un artımında iş yerlərinin açılmasında və regionun iqtisadi potensialının səmərəli istifadə olunması yolları ilə yerli büdcələrin formalaşmasına təsiri ilə müəyyən edilir. Yerli büdcələr daxili vergilər və mərkəzləşdirilmiş dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər ilə formalaşır. Yerli büdcələrin əsas məqsədi ərazilərin sosial iqtisadi inkişafını təmin etməkdir. Regionlarda yerləşən müəssisələr fiziki şəxslər və hüquqi şəxslər vergi subyekti kimi əmlak vergisi və torpaq vergisi yerli büdcəyə köçürülür. Sahibkarlıq vergiləri isə mərkəzləşdirilmiş dövlət büdcəsinə keçirilir. Regionlarda məşğul-

luq həmin regionların iqtisadi potensialını istifadə etməklə istehsal və xidmət sferasının yerləşməsi, genişlənməsi, onların məhsullarının, xidmətlərinin daxili və xarici ölkələrdən gələnlərin tələbatını ödəmək üçün regionda gəlirlər artır, büdcə formalaşır. Ona görə də region turizmin inkişafında, turizm obyektlərinin yerləşməsində maraqlıdır. Regionun sosial iqtisadi inkişafı həmin region üçün məhəlli səmərə təmin edən sahələrlə inkişaf etdirilir. Dövlət sosial iqtisadi inkişafın regional aspektlərini gücləndirmək üçün yoxsulluğun azaldılması və iqtisadi davamlı inkişaf proqramı 2013-cü ilə qədər regionların sosial iqtisadi inkişaf proqramlarını təmin edir. İqtisadi təhlillər göstərir ki, regionların iqtisadi potensialı ilə onların sosial iqtisadi inkişafında rolu arasında müəyyən disproporsiyalar mövcuddur. Belə ki, əhalinin 50%-ə qədəri həmin sərvətlərin, coğrafi resursların və infrastrukturunun bir sıra obyektləri regionlarda yerləşdiyi halda onların iqtisadi artımda, əhalinin məşğulluğunda və əsas fondların, dövriyyə vəsaitlərinin istifadəsində xüsusi çəkisi aşağıdır. Regionların özünü maliyyələşdirmə, özünün idarəetmə prosesində fəallığı həmin regionlarda potensialın, ondan istifadənin yuxarı olması ilə bağlıdır. Bu potensialın iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunması üçün dövlətin regional siyasəti bir sıra iqtisadi mexanizmlər, təşkilati iqtisadi mexanizmlər vasitəsilə reallaşır. Dövlət büdcəsindən hər il 10 milyona qədər vəsait, pul, kapital sahibkarlara kömək məqsədilə emal təsərrüfatının, infrastruktur obyektlərinin tikilməsinə və istifadəsinə yönəldilir.

İxtisaslaşma prosesi həmin regionlara planlaşma istiqamətində ayrı-ayrı prioritetlər üzrə subsidiyalar ayırmağa imkan verir və uyğun olaraq kənd təsərrüfatı, sənaye, turizm sahələri üçün obyektlərin tikilməsində nəzərə alınır. Turizm sahəsi daha çox regional xarakterli sahədir. Onun coğrafiyası resurs təminatı, maliyyə potensialı və turizm marketinqinə uyğun olaraq təbii coğrafi şərait regionlarda rəngarəngdir, çox şaxəlidir və bu çox şaxəli regional iqtisadiyyat kənd, şəhər problemləri,

xarici turistlərin və respublikadaxili turizmin inkişafının əsas motivini müəyyənləşdirir. Təbii ki, yay, qış kənd mühitinə, iqliminə uyğun olaraq turizm obyektləri inkişaf etdirilir. Regionların sosial iqtisadi inkişafı sosial demoqrafik vəziyyətin perspektivini müəyyənləşdirir. Məşğulluq səviyyəsi regionlarda nə qədər yuxarıdırsa, bir o qədər davamlı inkişaf xarakterikdir, məskunlaşma problemləri həll olur, regionların iqtisadiyyatı daha dayanıqlı, müntəzəm artan və öz potensialına uyğun sahələrin inkişaf etdirilməsinə imkan yaradır. Məskunlaşma prosesi hər bir regionun kompleks inkişafının tərkib hissəsidir. Regionlarda iqtisadi potensialla əhali məşğulluğunun birgə inkişaf etdirilməsi iş qüvvəsinin qıtlığını azaldır, əhali miqراسياسى minimuma endirilir. Məskunlaşma həyat səviyyəsi və sosial infrastrukturunun inkişafı ilə bağlıdır. Aparılan siyasət dünyada və bizim respublikada islahatlar şəraitində regionların iqtisadi inkişaf səviyyəsini mərkəzlərin iqtisadi inkişaf səviyyəsinə çatdırmaqdan ibarətdir. Ancaq qeyd edək ki, bu yaxınlaşma optimal ən əlverişli, iqtisadi cəhətdən səmərəli və sosial durum baxımından effektiv olmalıdır. Regionlarda bir sıra sosial obyektlər mülkiyyət formasından asılı olmayaraq əhali tələbatına uyğun olmalıdır və müəyyən sosial iqtisadi normativləri təmin etməlidir, o cümlədən səhiyyə obyektləri, təhsil müəssisələri, yol təsərrüfatı, enerji ehtiyatları, içməli su problemləri, telefon rabitələri normativlərə uyğun olmalıdır.

17.4. Regional iqtisadi idarəetmə və turizmin sahə idarə edilməsi arasında əlaqə

Region iqtisadiyyatı respublikada turizm sahəsi idarəetmə obyektidir. Bu məqsədlə sahə idarəetməsi, ərazi idarəetməsi və funksioanl idarəetmə prinsipləri uyğunlaşdırılır. İdarəetmə kriteriyası olaraq ərazidə yaşayan əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, onların hərtərəfli inkişafı nəzərdə tutulur. Bu məqsədlə proqnozlar əsasında tərtib olunur. Regionun iqtisadi

diyyatının strukturu onun potensialının dəyişmə meyilləri, dinamikası həmin regionun perspektiv inkişafını müəyyən-ləşdirir. Regiondaxili potensiallarına görə eyni deyildir. Belə ki, coğrafi yerləşmə xüsusiyyətlərinə görə regionlar *əlverişli, nisbi əlverişli və əlverişsiz* ərazilərə bölünə bilər. Belə hallarda idarəetmə əlaməti formalaşır. Maliyyə resursları infrastruktur obyektlərinin idarə olunması özünəməxsus xüsusiyyətlər kəsb edir. Regionlarda iqtisadi idarəetmə səmərəliliklə ölçülür. Region səmərəliliyi mürəkkəb prosesdir:

- Regionların ÜDM-da rolu
- Regionların əhalisinin sayı
- Hər 1000 nəfərə düşən iqtisadi potensial, maliyyə potensialı
- Təhsil, elm şəraiti hər 1000 şagirdə görə
- Mənzil kommunal şərait

Regionların inkişafında dövlətin əsas siyasəti sahibkarlığa şərait yaratmaq, eyni baxımdan subsidiyalar ayırmaq və dövlətin bir sıra vəzifələrinin həyata keçirilməsini təmin etməkdir. Regionların idarə edilməsi bununla yanaşı hər bir regionun özünü maliyyələşdirmə prinsipləri ilə idarə olunur. Sahə marağı region marağı ilə çulğalaşır. Hər bir sahə marağının arxasında onun maliyyə potensialı dayanır. Ayrılan maliyyəni ayıran sahibkar nəzarət funksiyasını yerinə yetirir. Bələdiyyələr və yerli maliyyə təşkilatları yolu ilə nəzarət təftiş, audit və digər mexanizmlərdən istifadə olunur. Hesablama palatası maliyyə nəzarəti funksiyasını yerinə yetirir. Bələdiyyələr öz bütçələrini qorumaq üçün könüllü surətdə hesablama palatalarına müraciət edir.

Regionlarda turizm idarəçiliyi turizmin sfera kimi əsaslandırılması, onun yerləşməsi, turizm potensialının formalaşması və idarə olunması istiqamətlərini əhatə edir. Turizmin maraqları turistlərin, turist təşkilatlarının, sahibkarların və turizm obyektlərinin yerləşdiyi regionların marağını təmin edən prinsip əsasında idarə edilir. Bunların hər birinin özünün iqtisadi

əsasları, maliyyə imkanları və mexanizmləri mövcuddur. Turizm idarəçiliyi müstəqil motivini təmin etmək üçün turizm xidmətini, turizm məhsulunu planlaşdırır. Turizm məhsulu turistlərin sosial demoqrafik proqnozu ilə uyğun əsaslandırılır və istehsal olunur. Turizm obyektləri mülkiyyət formasından asılı olmayaraq kommersiya maraqlarını da güdür. Ona görə də idarəetmədə vergilər, yaxud gəlirlərin bölgüsü prinsipləri formalaşır. Turizm gəlirlərinin bir hissəsi mərkəzləşdirilmiş büdcəyə daxil olmalıdır.

Turizmin təhlükəsizliyi, onun dövlət təminatı mərkəzi idarəetmə əsasında həyata keçirilir. Turizmdə dövlət yerli sahibkarlıq mülkiyyət formalarını, idarəetmənin ierarxiya strukturunu formalaşdırır. Turizmin prioritet istiqamətləri hər bir ölkədə həmin ölkənin perspektiv strategiyasını əhatə edir.

MÖVZU 18 . REGIONAL TURİZMİN PLANLAŞMASI VƏ İDARƏ OLUNMASININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

Plan:

18.1. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları

18.2. Regional turizmin strateji planlaşması

18.3. Turizmin biznes və kommersiya planlaşması

18.4. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri

18.5. Turizmdə sahibkarlığın formaları

18.1. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları

Regional turizmin ərazi planlaşması prinsipində 2 əsas məqsəd güdür:

- 1) Regionun turist potensialını maksimal istifadə etmək yolu ilə ərazidə məşğulluğun təmin olunması və ərazidə gəlirlərin artırılması
- 2) Sahibkarlıq fəaliyyəti, kommersiya gəlirləri, kommersiya mənfəəti və rəqabət mühiti şəraitində təsərrüfat subyekti olaraq turizmlə bağlı fəaliyyət göstərən istehsalçı və istehlakçıların maraqlarının qorunması

Turizmin inkişafının planlaşması ümumi prinsiplərə və fərdi xüsusiyyətlərə əsaslanır. Ümumi prinsiplər ümumi iqtisadi inkişafın və respublikanın müvafiq iqtisadi şəraiti ilə bağlıdır. Xüsusi prinsiplər isə konkret olaraq hər bir turist fəaliyyəti üçün ayrıca gəlir və mənfəət prinsiplərinə əsaslanır.

Turizmin planlaşması direktiv xarakter daşımır. Onun proqnozu bir sıra hesablamalar, variantlar və resurslar təminatı üzərində qurulur. Ona görə də planlaşma cari yox, perspektiv planlara ayrılır. Turizmin planlaşması kompleks sistemli yanaşma

üsulları ilə həll olur. Komplekslik regionda bütöv şəraitin, sahələrin və resursların istehsalı və istifadəsinin təşkilini özündə əks etdirir. Komplekslik regionun, dövlətin, xarici ölkələrin turizmin inkişafına dair imkanların istifadəsinin qiymətini vahid sistem halında birləşdirir. Kompleks yanaşma turizm təşkilatçılarının, istifadəçilərinin, dövlət və yerli orqanların marağını təşkil etmək və idarə etmək qabiliyyətini özündə əks etdirir. Buna görə də turizm sahəsi regionda digər sahələrin iqtisadi və sosial inkişaf proqramları ilə uzlaşdırılır. O cümlədən regionun ÜDM-u region əhalisinin məşğulluğu, regiondan ixracat potensialının yüksəldilməsi, turizmlə digər şirkətlər arasında təsərrüfat əlaqələrinin və əmək bölgüsünün təşkili, turizm məhsulunun istehsalçıları arasında bölgüsü planları tərtib olunur. Bu planlar bir sıra göstəricilər, meyarlar və əsas vəzifələrlə uyğunlaşdırılır. Bu göstəricilərə *makroiqtisadi göstəricilər və konkret sahə göstəriciləri* daxildir.

Makroiqtisadi göstəricilər turizmin inkişafının ümumi iqtisadi artımda rolunu müəyyən edir, turizmin investisiya tutumunu, orada işləyənlərin sayının əmək məşğuliyəti qabiliyyətində olmasının xüsusi çəkisini müəyyən edir.

Turizmin planlaşmasının əsas prinsipi olaraq dövlətin himayəçilik siyasəti formalaşdırılır. Dövlətin normativ hüquq və aktları, onların istifadəsinin təşkili, turizm prioritetlərinin dövlət səviyyəli prioritetlərə uyğunlaşdırılması və təbii ki, turizm sahəsi ilə məşğul olan ayrı-ayrı sahələrin vəzifələri həyata keçirilir.

18.2. Regional turizmin strateji planlaşması

Planlar göstəricilərinə görə, əhatə dairəsinə görə və qərar qəbulunun xarakterinə görə *icmal planlar və konkret məhsullar* üzrə tərtib olunur. Turizm sferası fəaliyyət dairəsidir. Regional turizmin region, sahə və fəaliyyət növünün sistemli təsviridir. Təbii ki, xarakter etibarilə turizmin təşkili və planlaşması

dövlətin iqtisadi və sosial statistikasının əsasını təşkil edir. Strateji əhəmiyyət kəsb edərək turizm sahəsinə ayrılan vəsaitlərlə turizmdə sahibkarlığa güzəştli kreditlər tətbiq olunur. Turizm iqtisadi təhlükəsizliyin, ərazi təhlükəsizliyinin tərkib hissəsidir. Regionda turizmin inkişafı üçün xüsusi orqanlar yaradır. Digər orqanların turizmlə bağlı əsas vəzifələri və səlahiyyətləri müəyyən edilir. Turizm azad iqtisadiyyatın, azad fəaliyyətin sahə strukturu olmaqla bir sıra qanunla tənzimlənir.

Turizmin inkişafının statistikasını rəqabət mühiti şəraitində onun idarə olunmasına ayrılan vəsaitlərlə tənzimlənir. Turizm idarəçiliyi çevik sistemli və perspektiv qərarların qəbulu ilə bağlıdır. Turizm fəaliyyəti hüquqi və fiziki şəxslərin təsnifatının formalaşmasını əmələ gətirir. Hər bbr turist təşkilatı biznes planı tətbiq edir və sahibkarlıq fəaliyyəti kimi vergi orqanlarına təqdim edir. Müasir şəraitdə vergi vahid pəncərə sistemi əsasında turizmin sahibkarlıq fəaliyyəti kimi qeydiyyat alınması, onun lisenziyalaşdırılması, biznes planı, dövlətə verilən vergilərin sayı, miqdarı müəyyənləşir. Turizmin inkişafının planlaşması isə onun perspektiv, səmərəli yollarının seçilməsi ilə bağlıdır. Ona görə də turist fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlərə turist müəssisəsinin biznes planının tərkibində, onun perspektivində dəyişikliklərin səmərəli variantların həyata keçirmək üçün elmi əsaslarla qurulmuş proqnozların verilməsinə icazə verilir.

Turizm idarəçiliyi beynəlxalq planlaşma iqtisadi sistemi ilə bağlıdır. Bu məqsədlə turist şirkətlərinin birbaşa başqa dövlətlərlə və yaxud başqa şirkətlərlə əlaqəsi cari və perspektiv dövrlər üçün tərtib olunur. Beynəlxalq turizmin regionlarda inkişafı xarici kapitalın turist regionlarına axınına və turist xidmətinin təşkilində digər sahələrin məhsullarını və yaxud potensialını turizm dövryyəsinə cəlb etməyə şərait yaradır. Ona görə də potensial olan dövlətlər turist əməkdaşlıqlarına daxil olmaqla özünün real bazar sferasını genişləndirir və təbii resursların istifadəsində əlverişli xidmət sferası yaradır. Ölkə

strategiyası olaraq bir sıra turist göstəriciləri arasında nisbətlər tənzimləyici parametrlər kimi istifadə olunur.

Ölkədə maliyyə, kredit, pul sabitliyinin təşkili baxımından daxili bazarda turizm tələbatının xarici bazarlara uyğun olaraq inkişafına dövlət tərəfindən dəstək verilir və nizamlanır. Turizmin strateji planlaşmasının prioritet olması iqtisadi- sosial təhlükəsizlik sahəsində, əhalinin rifahının yüksəldilməsində əldə olunan nəticələrlə əlaqələndirilir.

18.3. Turizmin biznes və kommertiya planlaşması

Turizmin müəssisədaxili planlaşması regionda ayrı-ayrı turist fəaliyyətləri üzrə baş verir. İlkin növbədə hər bir regionda turistlərin strukturu, onların sosial demografik tərkibi, motivizasiyası qiymətləndirilir. Turizm müəssisəsi üçün zəruri olan şərait və bu şəraiti yaradan resurslar, imkanlar qiymətləndirilir. Müəssisənin biznes planında turist məhsulunun miqdarı, keyfiyyəti, xidmətçilərin sayı və zəruri olan sahədaxili ötürmələr, nisbətlər planlaşdırılır. Hər bir turist müəssisəsində plan kommertiya gəlirləri baxımından qiymətləndirilir. Rentabelli turist məhsulu iqtisadi baxımdan biznes planın əsasını təşkil edir. Turizm fəaliyyətinin biznes planı sosial fəaliyyətlərlə də ölçülür. Yol təsərrüfatı, otelçilik, ticarət müəssisələri, ev təsərrüfatı və digər sosial infrastruktur obyektlərinin sahibindən asılı olmayaraq regionun inkişafı biznes planlaşmasında sosial nəticələr, sosial effektlər kimi qiymətləndirilir.

18.4. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri

Regional turizmin idarə edilməsi makrosəviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində baş verir. Makrosəviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual istiqamətlər hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri müəyyənləşir, turizmin beynəlxalq əlaqələri və ölkədaxili investisiya mən-

bələri tapılır. Turizmin inkişafında yeli orqanların, bələdiyyələrin, nazirliyin vəzifələrini müəyyən edən qanunlar Nazirlər Kabineti tərəfindən şərait və normativlər tətbiq olunur. Qlobal səviyyədə turizmin təhlükəsizliyi turistlərin qida və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən rejimlər, o cümlədən gömrük, mühafizə və təhlükəsizlik problemləri həll olunur. Dövlət səviyyəsində turizmin idarəçiliyi dövlət mexanizmləri və beynəlxalq səviyyəli tələblərə uyğun qəbul olunan qanunlar, müqavilələr istifadə olunur. Turizmin inkişafının kompleks yanaşma metodologiyası bu sahə ilə bağlı olan digər sahələrin, o cümlədən sənayenin, kənd təsərrüfatının, regionların, tikintinin, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət infrastruktur layihələri hazırlayır. Hər bir regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi üçün tələbatın genişlənməsi məqsədilə dövlət investisiya layihələri hazırlayır. Turizmin inkişafının, onun region təminatının əsas istiqaməti xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına yaradılan şəraitdir. Ona görə də respublikada sahibkarlıq fondu, investisiya fondu və regionların sosial inkişafı üçün ayrılan dövlət vəsaitləri turizmin dövlət siyasətini formalaşdırır.

Dövlət siyasəti ümumi iqtisadi artım regionun iqtisadi və sosial potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunması kontekstində həll olunur və dövlət turizm sferasında digər sahələrə nisbətən daha çox təminatçı rolunu oynayır. Bu məqsədlə dövlətin turizm siyasəti sosial mahiyyətinə görə digər sahələrin inkişafına aparıcı həlqə kimi təsir edir və sahibkarlar turizm sferasında təminatın yüksək olmasını, onun maliyyə maddi kədr potensialının dövlət tərəfindən tənzimlənməsini bilərəkdən turizm risklərini artırırlar. Dövlət idarəçiliyi turizm sferası üçün kədr potensialını, təhsil sistemini, turizmin idarəçiliyində innovasiyanı, turizmin dünyəvi beynəlxalq səviyyəli statusunu formalaşdırır. Dövlət resursları birbaşa və dolayısı yolla bu sahənin təşkili və inkişafına yönəldilir. Turizmin infratsruktur bazası sahibkarlıq fəaliyyəti ilə mümkün deyil. Bu ancaq

dövlət proqramları əsasında baş verir. Dövlət idarəçiliyi qanunların, onların reallaşması üçün zəruri olan mexanizmlərin təşkilinə və təkmilləşməsinə yönəldilir. Turizm qanunları sahə və ərazi qanunları kimi funksional mexanizmləri idarəetmə xüsusiyyətlərinə görə ixtisaslaşır. İxtisaslaşma dövlət maraqları, yerli maraqlar və turist sahibkarlarının, müəssisələrin fəaliyyəti arasında stimula yaradan prinsiplərə əsaslanır. Belə ki, turizm müəssisələrinin rəqabət mühiti turizmdə sahibkarlığa təşəbbüskarlıq, turizm gəlirlərində ədalətli maraqların qorunması və turizm məhsulunun təkrar istehsal bölgüsünü bütövlükdə iqtisadi siyasətin effektiv, səmərəli formalaşması deməkdir. Dövlətin rolu onun sosial mahiyyətində daha qabarıq rol kimi qiymətləndirilir. Dövlət strateji planlaşma obyektini olaraq turizmin inkişafını dövlət proqramına salır. O proqramın tərkibində cari və perspektiv imkanları azad rəqabət şəraitində turizm dövriyyəsinə cəlb etməkdə imkan yaradır. Hər bir regionda turizm potensialının tərkibinə uyğun olaraq onun istifadəsinin funksional sistemi və proqramları dövlət proqramı statusuna malik olur.

Müasir şəraitdə turizm sahibkarlığı digər sahələrlə yanaşı pəncərə sistemi ilə idarə olunur. Belə ki, turizmin biznes planı onun əsas vəzifələri turizmin perspektivi haqqında vergi orqanları tərəfindən 3 gün müddətinə qədər qeydiyyatla alınır və lisenziya verilir. Dövlətin idarə sistemi daha çox aparıcı, global məqsədlərə yönəldilir. Bu məqsədlər içərisində ən əsası rifah, həyat səviyyəsi problemləridir. Yoxsulluğun azaldılması, yeni iş yerlərinin açılması və ölkəyə turizm yolu ilə kapital axınının təmin edilməsi idarə sisteminin əsasıdır.

18.5. Turizmdə sahibkarlığın formaları

Turizmin idarə edilməsinin əsas istiqaməti və yolu turizm sahibkarlığı, onun tənzimlənməsi və təşkili formalarıdır. Turizmin sahibkarlığı xüsusi fəaliyyət dairəsidir. Formalarına,

məqsəd və vəzifələrinə, inteqrasiya xüsusiyyətlərinə görə fərqlənir. Turizm sahibkarlığı yerli, xarici və müştərək müəssisə formasında fəaliyyət göstərir. Turizmin sahibkarlığının əsas istiqamətləri turizm məhsuluna görə ixtisaslaşma növü, istiqaməti təşkil edir. Turizm bazarı və turizmin resurs potensialı sahibkarlığın əsas istiqamətini formalaşdırır. Turizm sahibkarlığında əsas məqsəd gəlir əldə etmək və turizm bazarına uyğun olaraq tələbatı ödəməkdir. Sahibkarlıq fəaliyyəti kimi hər şeydən əvvəl kommersiya gəlirləri əsas rol oynayır. Hər hansı biznes planı və istehsal həcmi, xidmət sferası əldə olunan gəlirləri özündə əks etdirir. Turizm sahibkarlığının forması müəssisə tipi yerli resursların, təbii coğrafi şəraitin və idarəetmə təcrübəsinin əsasında həll olunur. Sahibkarlıq inkişaf etdikcə assosiasiyalar artır. Bu zaman idarəetmə vəzifələri də dərinləşir və genişlənir. Hər bir sahibkar öz fəaliyyətini gəlir gətirmək məqsədinə yönəlmişdir, bazarı tədqiq edir. Bazara çıxara bildiyi məhsulun növünü, keyfiyyətini planlaşdırır. Potensial yanaşma zamanı xüsusi vəsaitlərini və kənarından cəlb olunan imkanları nəzərə alınır. Dövlətin sahibkarlığa yardım, kömək məqsədilə müxtəlif şərait və imkanlarını qiymətləndirir və onlardan istifadə yollarını düşünür. Sahibkarlıq təşəbbüskarlıq, çeviklik və turizm məhsulunun bazar tələbinə uyğun olaraq dəyişməsinə idarə edir. Sahibkarlığın idarə olunmasında dövlət tənzimləmə sistemi mühüm rol oynayır. Dövlət sahibkarlara subsidiyalar verir, uzunmüddətli və qısamüddətli şərtlərlə kredit verir. Beləliklə, dövlət sahibkarlıq bazarına nüfuz edir, onun mühitini formalaşdırır, amma bu mühit bütün sahibkarlar üçün eyni olmalıdır. Bərabər mühitdə sahibkarların gəlirləri müxtəlif olur. Təbii resurslara əsaslanan sahibkarlıq həmin resursların istehsalı üçün ayrılan vəsaiti tələb edir. Mənfəətin bir hissəsi vergi və ödəmələr yolu ilə dövlətin büdcəsinə və yerli büdcəyə daxil olur, digər hissəsi əmək haqqı xərclərini, digər hissəsi isə innovasiya, maddi texniki baza, otelçilik, infrastruktur obyektlərinin tikilməsinə yönəldilir. Turizm sahibkarlığında

ilkin fəaliyyət üçün heç də binaların, yolların təminatı vacib deyil, çünki regionda uzun illər formalaşmış komplekslərdən istifadə etmək yolu ilə fəaliyyət göstərmək olar. Ona görə də sahibkarlıq lisenziya aldıqda öz ətrafında olan komplekslərdən, potensiallardan istifadə yollarını göstərir, icarə haqlarını müəyyən edir və uyğun olaraq bu istiqamətlərdə xərclərini müəyyən edir.

Turizm sferası təbii sərvətlərdən, tarixi abidələrdən xeyli asılıdır. Təbii ki, bu şəraitdən həm turizm məqsədi üçün istifadə olunur, həm də digər məqsədlər üçün əlverişlidir.

Turizmdə sahibkarlıq torpaqdan istifadə ilə bağlıdır. Turizmin sahibkarlığının əsas tərəfi olan torpaq qiyməti ilə ölçülür, ona görə də rəqabət mühiti şəraitində onun turizmdə istifadə edilən effekti ilə digər sahələrdəki effektlər müəyyən olunur. Turizmdə sahibkarlıq mühiti dövlət siyasətinin yaratdığı mühitdir. Dövlətin regional siyasəti vergi mexanizmləri, kreditlər və xarici ölkələrdən kapital axınını tənzim etmək üçün inkişaf edir. Belə ki, sahibkarlıq onun məhsulunun daxili istehlakında istifadəsi vergiyə cəlb olunur.

Sahibkarların ayrı-ayrı regionlarda yerləşməsi və inkişafı üçün dövlət ucuz kreditlər verir və həmin regionlardakı turizm məsulunu reallaşdırmaq üçün dövlət müəssisələrinin istehakçı kimi istifadəsinə şərait yaradır.

Sahibkarlıq idarəsi həmçinin fəaliyyət idarəçiliyidir. Müəssisənin imici artdıqca onun müştərisi coxalır, sahibkar turizm bazarında özünün potensial tələbini formalaşdırır və tələbinin sosial-iqtisadi quruluşunu öyrənməklə öz fəaliyyətini təşkil edir. Bununla yanaşı, əhəlinin alıcılıq qabiliyyəti sahibkarlığın inkişafına, onun məhsulunun çeşid və keyfiyyətinə təsir edir. Sahibkarlıq müəssisələri sərbəst, müstəqil və müttəmadi dəyişən proqnozlara əsaslanır. Hər bir sahibkar özünün təcrübəsi, bacarığı ilə digər sahibkarlardan fərqlənir. Təbii ki, rəqabət mühiti, təşəbbüskarlıq bazara uyğun olaraq iqtisadi və sosial mühitə təsir edir, sahibkarlığın davamlı inkişafını təmin edir.

MÖVZU 19. REGIONLARDA TURİZMİN İNKİŞAFININ DÖVLƏT SİYASƏTİ VƏ DÖVLƏT TƏNZİMLƏMƏSİ

Plan:

- 19.1. Regionlarda sosial iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu**
 - 19.2. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqamətləridir**
 - 19.3. Regionlarda turizmə dövlətin himayəçilik siyasəti**
-
- 19.1. Regionlarda sosial iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu**

Turizmin inkişafı potensialının 50%-i regionlarda olan siyasətlə bağlıdır. Regionların sosial iqtisadi inkişafı əhalinin məskunlaşması bir sıra dövlətin aparıcı himayəçilik obyektidir. Bunun üçün dövlət sosial iqtisadi inkişafın potensialı olan hər bir regiona şərait yaradır. Dövlətin regional siyasəti güclü respublika məqsədilə həyata keçirilir. Regionlar daxili və xarici əlaqələri təkmilləşdirməklə öz müstəqil iqtisadi təhlükəsizliyini təmin edir. Dövlət və region münasibətləri müasir şəraitdə sərbəst bazar iqtisadiyyatına uyğun və dövlət tənzimləməsi yolu ilə əlaqələndirilir. Regionların iqtisadi müstəqilliyi və mərkəzləşdirilmiş qərarlar arasında iqtisadi maraqlar əsas götürülür. Belə ki, mərkəzləşdirilmiş resurslar, maliyyə potensialı, iş qüvvəsi bunların təkrar istehsalı üçün ümumi respublika potensialı, dövlət resursları və regionun xüsusi resurslarını artıran, onun istifadəsini təkmilləşdirən siyasət formalaşır. Regionların dövlət qarşısında öhdəlikləri ümumi qlobal məqsədləri həyata keçirmək üçün həmin regionların resurslarından istifadə etmək məqsədi və öz daxili resurslarını səmərəli istifadə etmək üçün dövlətin resurslarını cəlb etmək məsələləri meydana çıxır.

Regionlararası iqtisadi münasibətlər, təsərrüfat əlaqələri, infrastruktur şərikliyi hər bir regionun kompleks inkişafına şərait yaradır. Dövlətin regiona müdaxiləsi iqtisadiyyatdan daha çox sosial xarakter daşıyır. Belə ki, regionlarda təhsil, səhiyyə, mədəniyyət sahələri sahibkarlığa yardım, kömək və şərait, regionlara maliyyə datasiyası, dəstəyi sosial xarakterli dövlət vəzifəsidir. Bu vəzifələrin qarşısında regionlar isə həmin əhalinin təbii artımına, razinin əhalisinin sosial tələbatının ödənilməsinə cavabdeh olmalıdır. Regionda mülkiyyət münasibətləri təbii resursların, kənd təsərrüfatının, torpağın, əhalinin müxtəlif təsərrüfatlarında və mülkiyyət formalarında istifadəsi ilə reallaşır. Özəlləşmə, özəlləşmədən sonrakı inkişaf regionun iqtisadi maraqları üzərində qurulur. Regionda əmək bölgüsü dövlət mülkiyyəti, bələdiyyə mülkiyyəti və xüsusi mülkiyyət üzərində qurulan məşğulluq əsasında formalaşır. Azərbaycanda torpaqların özəlləşməsi, onun uzunmüddətli istifadəyə verilməsi, bələdiyyə, dövlət və xüsusi mülkiyyətdə olan torpaq sahələrinin turizmin inkişafına cəlb olunması hər bir regionda maya dəyərinin formalaşmasına, onların müxtəlifliyinə, gəlirlərin və xərclərin strukturuna təsir edir. Ona görə də turizmin regional qiymətləri formalaşır.

Dövlət büdcə, mərkəzləşmiş fondlar, ehtiyat fondu, bank sistemi vergi sistemi vasitəsilə regionlara təsir edir. Dövlətin tənzimləmə siyasəti geri qalmış regionlara müəyyən müddət üçün ucuz kreditlər vermək, ayrı-ayrı regionların inkişafında sahibkarlığa dəstək yaratmaq və hər bir regionun sosial tələbatını minimal və orta səviyyədə qanunvericiliyə uyğun etməkdir. Dövlətin regional siyasəti ilə turizm arasında qarşılıqlı əlaqə formaları sahə prinsipləri ilə və ərazi prinsiplərinin qovuşması ilə həll olur.

19.2. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqamətləridir

Dövlət tənzimləyici rolunu turizm və regional maraqların qovuşmasında həll edir. Tənzimləmə istiqamətləri istehsal, bölgü və regionda istehlak sferasına yönəldilir. İstehsalın genişlənməsi yolu ilə dövlət gəlirlərinə daxil olan vergiləri artırmaq və regionda əhalinin gəlirlərini yüksəltmək məqsədini güdür. İstehsal yolu ilə bazar diktəsinə uyğun məşğulluq sahə növləri formalaşır. İstehsalın inkişafı infrastruktur problemlərini həll edir. Belə ki, regionlarda turizmin inkişafı kənd təsərrüfatının, təbii sərvətlərin, ev təsərrüfatının, tikintinin, yol təsərrüfatının inkişafına təsir edir və dövlət büdcə vasitəsilə, yaxud kreditlər vermək yolu ilə birbaşa bu sahələrin inkişafına təsir edir, onların maliyyə mənbələrinin avadanlıqla təmin olunmasını təşkil edir.

Sahibkarlara kömək məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq üçün dövlət büdcəsindən ildə 10 milyona manata qədər vəsait ayrılır. Vergi formaları ilə dövlət regionlarda yaşayan əhalinin fərdi gəlirlərinin formalaşmasına köməklik göstərir. Ünvanlı sosial yardım regionda yaşayan yoxsulların sayı, onların faktiki adambaşına düşən gəlirlərinin səviyyəsi ilə qiymətləndirilir. Əgər adambaşına düşən gəlir səviyyəsi ehtiyac minimumundan aşağıdırsa, bu səviyyəni ehtiyac minimumuna qaldırmaq üçün dövlət vəsaitlər ayırır.

Region digər əsas prioritet fəaliyyəti, funksiyası dövlət üçün həmin regionda resursların istifadəsinə şərait yaratmaqdır. Bu məqsədlə investisiya proqramları, investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya proqramları tərtib etməkdir. Azərbaycan respublikasında son 3 ildə investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya sahələrinin, o cümlədən turizmin inkişafına dəstək olmaqdır. Fondun idarə mənbəyi respublikada mövcud olan gəlirlərin yuxarı olmasıdır.

19.3. Regionlarda turizmə dövlətin

19.4. Himayəçilik siyasəti

Bu siyasətin əsas quruluşunda turizmə himayəçilik durur. Turizm iqtisadi rolluna və iqtisadi potensialına görə qiymətləndirildikdə Azərbaycanda perspektiv sayılan sahə strukturu təşkil edilir. Turizm gəlirləri dövlət və bələdiyyə gəlirlərinin, əhali gəlirlərinin tərkib hissəsidir. 2 əsas yol ilə turizm potensialı olan regionlarda inkişafı təmin etmək mümkündür: Dövlət birbaşa öz vəsaitləri hesabına turizm kompleksləri tikməklə regionlarda turizmin inkişafına şərait yaratmaq, digər tərəfdən sahibkarlara kömək etmək yolu ilə yerli və xarici investorları turizmə cəlb etməklə inkişafa şərait yaratmaq. Təbii ki, 1-ci yol dövlət gəlirlərinin yüksək olması ilə bağlıdır, həmçinin dövlət resurslarından səmərəli istifadə etmək lazımdır. Xarici turistlərə yönəldilən turist sənayesi məhsulu və xidməti əsas götürülür və turist bazarı genişlənilir. Turizmin dövlət tənzimlənməsinin 2-ci yolundan istifadə etməklə inkişaf daha vacibdir. Bu məqsədlə sahibkarlıq gəlirlərinin turizm məqsədilə istifadəsi rəqabət mühiti şəraitində daha səmərəli variant kimi qəbul olunur.

Turizm sahibkarlığının digər sahibkarlıq sahələri ilə əlaqəsi daha genişdir. Şəhərlərdə və digər ölkələrdə olan investorlar sahibkarlıq mühiti yaradır. Sahibkarlıq turizm fəaliyyətində ayrı-ayrı kiçik sahibkarların birləşməsi ilə bağlıdır. Belə ki, otelçilik, ictimai iaşə, mənzil tikintisi, kommunal təsərrüfat vahid turist ərazisində birləşə bilər və öz vəsaitlərini birləşə istifadə edir. Bu məqsədlə sahibkarlıq mühiti yaradılır.

MÖVZU 20. TURİZMİN REGIONLARDA TƏŞKİLİNİN VƏ İDARƏ OLUNMASININ ƏSAS AMİLLƏRİ VƏ ONLARDAN İSTİFADƏNİN İQTİSADI MEXANİZMLƏRİ

Plan:

- 20.1. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri**
- 20.2. Turizmdə əmək haqqı sistemi və iqtisadi stimullar**
- 20.3. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili**
- 20.4 .Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması**

20.1. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri

Region turizm potensialı öz istifadə və davamlı inkişafına görə tükənən resurslardır. Onların təkrar istehsalı idarəetmə və tənzimləmə mexanizmləri vasitəsilə həll olur. Region potensialını artırmaq üçün sahələrarası və sahədaxili resursların təkrar istehsalı vacibdir, o cümlədən regionların əmək ehtiyatlarını, regionda əhalinin həyat səviyyəsini yüksəltmək, onların xüsusi vəsaitlərini artırmaq və regionun infrastrukturunu genişləndirmək yolu ilə turizm dövriyyəsinə cəlb olunması potensialını artırmaq olur, lakin bu potensialın istifadəsinin səmərəliliyini artırmaq müasir innovasiya xarakterli tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə daha əlverişli yol hesab olunur. Turizm sahələrinin özündə də potensialların istifadəsinin səmərəliliyi eyni olmur. Ona görə də hər bir turist fəaliyyətinin ətrafında ixtisaslaşmış region potensialı formalaşır. Region potensialı özü istehsal xarakterli müdafiəni kəsb edir. Həmin potensialın təbii sərvətdən hazır məhsula və xidmətə çevrilməsi etapu turizm fəaliyyəti ilə resurs arasında aralıq mərhələləri rolunu oynayır.

Bu vəsaitlərin bir hissəsi regionda turizm sənayesi üçün istifadə olunur. Digər hissəsi isə turizm üçün qida məhsulu formasında istehsal olunur. Turizm sənayesi regionun təbii sərvətlərinə və kənd təsərrüfatına əsaslanır. Azərbaycan Respublikası kənd təsərrüfatı xarakterli respublikadır. Əhalisinin 50% kənd yerlərində və təbii sərvətlərinin yarısından çoxu rayonlarda yerləşir və sənayenin potensialı isə daha çox ərzaq və yerli istehlak tələbatına yönəldilir. Bunlar da öz növbəsində turizm fəaliyyəti üçün şərait yaradır.

Turizm sənayesinin inkişafı iri sənaye deyil, kiçik müəssisələr şəklində daha çox səmərəlidir. Bu da ev təsərrüfatının inkişafı ilə bağlıdır. Kənd təsərrüfatı, təbii resursların çox hissəsi yerli və əhali mülkiyyətindədir. Kənd təsərrüfatında fermer təsərrüfatı, ailə təsərrüfatı turistlər üçün zəruri olan qida məhsulları, suvenirlər və xidmət göstərmək imkanlarına daha ahəngdar olaraq dəyişə bilər.

Resurslara münasibət baxımından əhali bərabərdir. Kənd əhalisinin adambaşına düşən torpağı imkanlarına uyğun olan xüsusi təsərrüfatı və dövlətin əlində olan vəsaitlərdən meşə və dağ örtüklərindən pulsuz və ya icarə yolu ilə istifadə hüquqları mövcuddur.

Regional idarəetmə tənzimləmə orqanları və mərkəzləşdirilmiş dövlət orqanları bu potensiallardan istifadəni tənzimləmək üçün sahibkarlığa stimül yaradır. Uzunmüddətli mərkəzləşdirilmiş komplekslər yaradılır. Turizm bazarının qorunmasına dair tədbirlər həyata keçirilir, lakin qeyd edək ki, real turizmin mövcud vəziyyəti onun potensialı ilə müqayisədə aşağıdır. Bu aşağı səviyyənin səbəblərini aşkar etməklə təşkilati idarəetmə tədbirləri həyata keçirilir.

Azərbaycan Respublikası regionlarının inzibati və iqtisadi əmək bölgüsü turizmin inkişafının kontorunu yaradır, lakin regionlararası komplekslərin yaradılması təşkilati cəhətdən daha sərfəlidir, çünki elə resurslar vardır ki, onlar ancaq bir və ya bir neçə regionda mövcuddur. Onlardan istifadə etmək

zərurəti yaxın rayonların vahid radius ətrafında birləşməsinə təmin edir. Fikrimizcə, inzibati rayondan daha çox ərazi cəhətdən daha səmərəli formada təşkil olunan rayonlararası funksional turizm fəaliyyəti daha səmərəlidir.

Azərbaycanda 11 iqtisadi region mövcuddur. Bu iqtisadi regionların iqlim, resurs şəraiti, potensialı oxşar olduqlarına görə onların müştərək birgə istifadəsi üçün yaradılan, fəaliyyət göstərən turizm sahələri təşkilatı potensial kimi əhəmiyyətlidir. Lakin bu sistemdə həmin təşkilata daxil olmaq iqtisadi maraqlar üzərində qurulur. Birgə turist təşkilatına daxil olan müəssisələr ekvivalent gəlir əldə etməlidir. Gəlirlərin bölgüsündə bərabər hüquqlar mövcuddur və gəlirlərin bölgüsü modeli məsrəf gəlir prinsipinə əsaslanır. Belə olan halda yeni təşkilatı forma kimi bu birliklərə daxil olmağa çalışan yeni assosiasiyalar meydana çıxır və razidə olan gəlirlərin kənara çıxması azalır. Beləliklə, ərazi təşkilatı idarəetmə problemləri turizmin inkişafının 3 əsas amilindən biridir: *maddi, resurs və təşkilatı*. İqtisadi roluna görə birbaşa və digər amillərin tərkibində, strukturunda özünün səmərəliyini təmin edir.

20.2. Turizmde əmək haqqı sistemi və iqtisadi stimullar

Turizm sferası iqtisadi amillər üzərində qurulduğuna görə onun sahə daxili problemləri mövcuddur. Sahə müəssisələri eyni şəraitdə yerləşmədiyi üçün və bazar tələbinə uyğunluğunda müəyyən fərqlər yarandığına görə gəlirlərin bölgüsü və istifadəsi meyarlar üzərində fərqlər meydana gəlir. Gəlirli turist fəaliyyəti daxili potensialın artırılmasına və iş qüvvəsinin təkrar istehsalına şərait yaradır. Əməyin təşkilində bazar tələbi, əmək haqqı sistemində isə onun faydalılığı əsas götürülür.

Turizmde əmək haqqına təsir edən kənar amillər mövcuddur. Turizm bazarında əmək bazarının xarakteri, iş yerlərinin və iş qabiliyyətinə malik insanların arasında nisbətlər də əsas

rol oynayır. Bir sıra turist fəaliyyəti mövsümi xarakter daşıyır. Belə hallarda əmək bazarından müvəqqəti olaraq iş qüvvəsi cəlb olunur. Turist sferasında işçilərə verilən əmək haqqı turistlərin sayı ilə müəyyənləşir. Ona görə də hər bir obyektədən vəsait hesablanır. Turizmdə əmək haqqı *nominal* və *real* əmək haqqına bölünür. Nominal əmək haqqı hər bir turist işçisinə müqavilə ilə təklif olunan muzzdlu haqdır. Əməyin xarakteri vahid deyil. Əmək məsrəfi vaxt məsrəfi və ya xidmət edən turistlərin sayı ilə ölçülür. Əmək bazarında tələb təklifin arasındakı fərq turizm sahəsində iş qüvvəsinin dəyərini müəyyənləşdirir. O regionlarda ki, işsizlik daha çoxdur həmin regionlarda əmək haqqının aşağı salınmasına rast gəlinir. Əmək haqqı iş miqrasiyasını formalaşdırır. Miqrasiya təkcə regionlarda deyil, həm də ölkələrarası baş verir. İşçilərin pulsuz yeməyi, bəzi xidmətlərdən istifadəsi, mənzil-kommunal xərci turizm müəssisələri tərəfindən ödənilədiyi halda nominal əmək haqqı aşağı salına bilər. Ona görə də turizm işçilərinin real əmək haqqı formalaşır.

Turizm sferasında xidmətin formaları onun öz işçilərinə təqdimatı, istifadəyə verilməsi şəxsi ödəmələr, yaxud birbaşa müəssisə gəlirindən köçürmək yolu ilə həyata keçirilir. Ona görə də turizmdə hesablaar sistemi formalaşır. Turizm xərclərinin çox hissəsi qida və xidmət xərclərinə bölünür. Əmək ehtiyatlarının ucuz qiymətdə istifadəsinin bir yolu da xarici ölkələrdən ucuz işçi qüvvəsinin gəlməsi ilə təşkil olunur. Turistlərin başqa ölkədən gəlməsi ilə onun sosial sığortası, gələcəkdə pensiya təminatıyla təmin edən kvota sistemi beynəlxalq səviyyəli qanunla tənzimlənir. Hər bir turistin və turist obyektlərində işləyənin sosial müdafiəsi üçün həmin müəssisənin gəlirlərindən bu məqsədlərə vəsait alınır.

Əməyin xarakteri, onun gəlirliyi onun diferensasiyasını yaradır. Turizm təşkilatları beynəlxalq sistemə daxil olsa da, onların əmək haqqı sistemi yerli və daxili əmək haqqı sistemi ilə uyğunlaşdırılır. Hər bir peşənin özünəməxsus orta aylıq

əmək haqqı formalaşır. Daha mürəkkəb xarakterli əmək yüksək əmək haqqı ilə idarə olunur.

20.3. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili

Əməyin mövsümi xarakteri regionlarda iqlim şəraiti, digər regionlardan turistlərin axını, gəlmə turizminin çoxalması və istirahət vaxtlarının mövsümi olması ilə əlaqəlidir. Ona görə də hər bir regionda turizmin təşkili onun istehsal gücü, xidmət tutumu səviyyəsi hər mövsümə uyğun gələn turistlərin ümumi sayı ilə proqnozlaşdırılır. Mövsümi xarakter gəlmə turizmin təşkilində iqtisadi təşkilati rol oynayır. Yay turizmi, qış turizmi, istirahət günləri üçün zəruri olan turizm fəaliyyəti daimi və müvəqqəti istehlak və infrastruktur obyektlərinin təminatı ilə bağlıdır. Mövsümi turist obyektləri ixtisaslaşır və bu ixtisaslaşma zamanı konkret istehlakçılar formalaşır və həmin regionda mövsümi turizmlə bağlı sənaye xidmət kompleksi yaradılır. Mövsümi turizmin təşkili təbii resurslara əsaslanır. Bu da turist tarifinin qiymətlərinin aşağı salınmasına gətirib çıxarır. Turizmin regional təşkili, onun səmərəliyi mövsümi amilin qiymətindən və onun turizmin səmərəliyindən xeyli asılıdır. Həm maddi resurs potensialına təsir edir. Turistlər yaşadığı şəraitdən, iş yerindən və gəlirlərin formalaşmasından asılı olaraq özlərinin turizm ehtiyaclarını, tələbatını müxtəlif fəsillərdə formalaşır. Bu baxımdan sağlamlıq, idman, müalicə fəaliyyətləri hər bir regionda birdəfəlik və ya konkret vaxt amilinə malikdir. Belə ki, müsəlman ölkələrində dinlə bağlı turizmin inkişafı və ya əmtəə və xidmət bazarında əhalinin tələbatına uyğun olaraq turizm təşkil olunur. Turizmin inkişafının mövsümi xarakteri sağlamlığın, regionlarda və turistlərin özlərinin fiziki hazırlığı, fiziki tələbatı və yaxud ölkə iqtisadiyyatında kommersiya tikililərinin baş verməsidir. Mövsümi amil turizm fəaliyyətinin ahəngdarlığında və turist şirkətlərinin daimi fəaliyyətinin təşkili üçün qiymətləndirilir. Belə ki, turizm müəssisələrinin tam

gücündə işləməsi orada işləyənlərin daimi məşğulluğu, bəzi istehsal texnologiyalarının mütəmadi fəaliyyətinin təşkili üçün itkilərinin azaldılması məqsədilə mövsümi amilin təsiri nəzərə alınır. Yay aylarında əlavə vəsaitlərə tələbat artır. Bu da turizm fəaliyyətində çəkilən xərclərin hər turistə düşən həcmnin və onun maddi strukturunun dəyişməsinə səbəb olur. Mövsümi amilin müsbət və mənfi təsirlərini nəzərə almaqla idarəetmə sistemi yaradılır. Turistlərin sifarişi qəbul olunur və hər bir turist obyektini dünya regionlarına informasiya ötürməklə öz obyektləri barədə məlumat verir. Reklamın mövsümi xarakterdə olması uyğun olaraq turizm şirkətlərinə rəqabət mühiyyətində öz müştərilərinə saxlamağa şərait yaradır. Hər bir turist firması mövsümi xarakterin səmərəliliyini bilərək həmin ərazilərə uyğun turist fəaliyyəti təşkil edilir. Tarixi abidələrdən istifadə etmək məqsədilə şəhərlərə və xarici ölkələrin daha çox cəmləşdiyi, işlədiyi regionlarda uyğun səyahətlər təşkil olunur.

Azərbaycan Respublikasında iqlim şəraiti dünyada olan iqlim şəraitinin çoxunu əhatə edir. Uyğun olaraq dağ turizminin, qış turizminin, dini abidələrin səyahətini təşkil etmək üçün turist obyektlərinin tikilməsini əsaslandırır. Regionların təbii şəraitində olan kəskin fərqlər, lakin yaxın məsafələr region turizmində müxtəliflik yaradır. Bu baxımdan turizmin regional ixtisaslaşması mövsümi amildən xeyli asılıdır. Mövsümi amil həmçinin əhalinin məşğulluğunda baş verən dəyişiklikləri nəzərə alır. Təhsil sistemində yay ayları turist tələbinin ən yüksək səviyyəsi ilə ifadə olunur. Qış aylarında müalicə turizmi daha çox səmərəlidir. Kənd təsərrüfatı istehsalı daha çox qış aylarında işçilərin istirahətini təşkil edə bilər. İnzibati idarə orqanları isə istirahət vaxtlarını şənbə, bazar günlərində 2-3 günlük turist səfərləri təşkil edilir.

Kütləvi orqanlar turizm fəaliyyətini təşkil etmək üçün öz vəsaitləri hesabına ödənilir. Hər bir turist təşkilatı üçün potensial imkanlar vasitəsilə xidmət ödəməsi turistlərin ümumi sayını, onların əsas motivini öyrənir və müqavilə əsasında yerli

orqanlarla, kəndlərlə, şəhərlərlə saziş bağlayır. Beləliklə, turizm fəaliyyətinin səmərəli təşkili, onun bütün daxili, xüsusi vəsaitləri və regionda yerləşən vəsaitlərdən səmərəli istifadə etməklə baş verir.

20.4. Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması

Turizmin inkişafının, onun təşkilinin əsas şəraiti və amili olaraq reklamçılıq, əmək işi əhəmiyyət kəsb edir. Reklam fəaliyyəti bazarın öyrənilməsi, turizm bazarının tədqiqi və turizmin tələbatının artırılması üçün köməkçi fəaliyyətdir. Reklam fəaliyyəti turizm fəaliyyətinin tərkib hissəsidir. Əgər reklam fəaliyyətini ixtisaslaşma üzrə bölsək turizm həm reklamçıların obyektidir, həm də turizm fəaliyyətinin özünün obyektidir. Respublikada reklam haqqında qanun fəaliyyət göstərir. Reklamın formaları, vasitələri ondan gələn gəlirlərin istifadəsi, bölgüsü, reklamın yerləşməsi müxtəlif normativ, hüquqi, iqtisadi prinsip əsasında qurulur. Reklam məqsədli, qərəzsiz olmalıdır. Azad rəqabət şəraitində istehlakçını artırmaq məqsədi güdür. Reklam məhsulu turizmin öz məhsuludur. Reklamın vəzifəsi həmin məhsulların nəticələrini ictimaiyyətə çatdırmaqdır. Ona görə də reklamçılar fəaliyyəti mövcuddur. Hər bir turist şirkəti öz məhsulunu reklam etmək üçün xüsusi icazə ala bilər. Reklamın arxasında xərclər və gəlirlər dayanır. Həmin xərclər reklamın vasitələrinin seçilməsi onlardan istifadə və yaxud reklamların yerləşməsinə əhatə edir. Televiziya radio, nəqliyyat, metro, əhalinin toplaşdığı meydanlar, küçələr və s. reklam yeri ola bilər. Lakin bu yerlər heç də kortəbii baş vermir. Reklamın xüsusi lisenziyası olmalıdır. Reklam xərcləri material xərclərinə və reklam ediləcək obyektlərə verilən haqqlarla, ödəmələrlə baş verir. Hər bir müəssisə öz məhsulunu yaymaq üçün müəyyən xərc çəkir və xərcin hesabında onun effekti formalaşır. Təcübə göstərir ki, reklam xərcləri turizmin

məhsulunun maya dəyərinə oturur və bu xərcin dəyişməsi tələb və təklifdən asılıdır. Reklamın əhatə dairəsi nə qədər çox olarsa, nə qədər informasiya yayılırsa bir o qədər seçim üçün xərclər çoxalar. Bu da gəliri formalaşdırır. Buna görə də turistlər turizm reklam bazarında onun şəraiti, göndərişlərin qiyməti, kommunikasiya və digər şəraitlərlə tanış olur və özünə turizm obyektlərinə uyğun xərcləri seçir. Turizmin gəliri xalis gəlirdir.

Turizmin xərclərində maddi və reklam xərcləri də öz əksini tapır. Reklamdan gələn gəlir reklam təşkilatının gəliridir. Reklam xərclərini aşağı salmaq, artırmaq turizm mənfəətini maksimumlaşdırmağa, artırmağa imkan verir. Reklamın təşkili informasiya bazasından asılıdır. Hər bir turist müəssisəsinin mülkiyyət formasından asılı olaraq onun xarakteristikası, qiyməti və həmin turist müəssisəsinə getməyin, gəlməyin şərtləri elektron variantda verilir. Hər bir reklamın qiyməti ona çəkilən xərclərdən asılı olaraq formalaşır.

Reklam bazarı turizm bazarına, xidmət bazarına, sahə strukturuna malikdir. Xalis reklamçılar bazar münasibətləri şəraitində özünün maliyyə resurslarının göstərdiyi xidmətdən yararlanır. Sifarişçilər isə həmin bazara çıxmaq üçün özlərinin fəaliyyət dairələrini layihələşdirib reklam bazarında əldə etdikləri maraqlara uyğun addımlar atırlar.

Reklamın təşkili və idarə olunması hər bir turist müəssisəsinin xüsusi vəsaitləri hesabına da baş verir, amma bu xərclər məhduddur, çünki birbaşa xərclərdən fərqli olaraq bu xərclər dolayısı xərc strukturuna daxildir. Hər bir turistin aldığı turist xidməti onun məqsədinə tam cavab verdikdə, o reklamçı kimi öz ətrafına yeni müştərilər toplayır.

Reklam əhalinin ictimai vəziyyətini, onların iqtisadi imkanlarını, təhsil səviyyəsini, həyat tərzini öyrənməklə real şəraitə uyğun həyata keçirilir. Reklamın təşkilində dövlətin rolu vacibdir.

MÖVZU 21. TURİZMİN REGIONAL SAHİBKARLIĞININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ TƏŞKİLİ MEXANİZMLƏRİ

Plan:

- 21.1. Regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri**
- 21.2. Regional sahibkarlığın maliyyə, maddi və təşkilati stimullaşma mexanizmləri**
- 21.3. Azərbaycanda regional sahibkarlığın əsas istiqamətləri**
- 21.4. Turizm sahibkarlığının prioritet istiqamətləri və təşkili yolları**

21.1. Regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri

Sahibkarlıq fəaliyyəti müasir şəraitdə dünya təcrübəsinə əsaslanan və iqtisadi stimullar üzərində qurulan daxili və xarici potensialın istifadəsində sərbəstliyi, təşəbbüskarlığı təmin edən fəaliyyət dairəsidir. Sahibkarlığın regional aspektləri regionun iqtisadi və sosial potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək üçün yaradılan şəraitdən asılıdır. Bu şəraitə dövlət, yerli və xarici investisiya mühitinin yaxşılaşması tədbirləri daxildir. Sahibkarlıq öz xüsusiyyətlərinə görə bazarın tələbinə uyğun məhsul istehsalı üzrə ixtisaslaşma regional və konkret məhsullar və xidmətlər üzrə baş verir. Regional ixtisaslaşma region marağı üzərində qurulur. Sahə ixtisaslaşması isə səmərəli istehsal, xidmət və gəlir gətirmək marağı üzərində qurulur. Funksional maraqlar isə biznes fəaliyyəti üzərində qurulur. Sahibkarlığın prioritetləri iqtisadi və sosial maraqlar üzərində qurulur. Sahibkarlıq fəaliyyəti mənfəət gətirmək və iş yerlərini aşmaq məqsədi güdür. Bu məqsədlər həmçinin bazarın seqmentləri ilə üzləşir. Bazar seqmentləri və istehsal seqmentləri maddi və xidmət növləri üzrə ixtisaslaşır və uyğunlaşır. Regionlarda

sahibkarlığa dəstək dövlət proqramları, yerli proqramlar və fərqli sahibkarlıq təşəbbüsü ilə formalaşır. Dövlət üçün sahibkarlıq fəaliyyəti 2 əsas meyardan asılı olaraq formalaşır:

1. Bazarı, onun əmtəə və xidmət tələbatını ödəmək
2. Regionlarda maddi əmək potensialını səmərəli istifadə etmək yollarını təmin etmək vəzifələri durur

Regionların sahibkarlıq maraqları isə region əhalisinin məşğulluğu, regionun kompleks inkişafı infrastrukturunun genişlənməsi, sosial mədəni servis xidmətlərinin müasir tələblərə uyğun olaraq transformasiyası məqsədini güdür. Sahibkarlıq regional, sahə və əhali problemləri qarşılıqlı əlaqədə idarə olunur. Sahibkarlığın turizm sahəsində inkişafı, dərinləşməsi bu sahənin sahələr arası rəqabət mühitində gəlirliyi ilə ölçülür. Sahələr arası rəqabət hər bir sahənin əhatə etdiyi iqtisadi potensialını genişləndirir. Onun bu sahəyə axınına səbəb olur. Sahibkarlıq fəaliyyətinin regionda tənzimləməsi üçün hər bir fəaliyyət növü üzrə proqnozlar verir. Fəaliyyətin gəlirləri, xərcləri, onun iqtisadi potensialı qiymətləndirilir. Region daxili rəqabət ümumrespublika və xarici bazarların tapılması, seçilməsi, onların səmərəli variantlarının istifadə edilməsi zərurətini meydana çıxarır. Turizmdə sahibkarlıq yerli bazara hesablanmır, o həmçinin xarici bazarların istehlakçılar kimi cəlb edilməsinə və onların alıcılıq qabiliyyətindən istifadə motivinə uyğun olaraq istehsal etmək, xidmət yaratmaq strategiyası hazırlanır. Turizm bazarında sahibkarlıq birbaşa daxili və xarici şirkətlərin müqavilələri, əlaqələri ilə baş verir. Bununla yanaşı aralıq biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan turist şirkətləri istehsalçı və istehlakçı arasında informasiya mübadiləsini, reklamı, mühafizənin təşkili, nəqliyyat təminatı və digər servis xidmətlərini təşkil etmək funksiyasını öz üzərinə götürür. Beləliklə, regionlarda sahibkarlıq fəaliyyətinə təşkilati quruluş olaraq istehsal, xidmət, servis şirkətləri və turist təşkilatlarını təmin edən sənaye, ərzaq, otel şirkətləri daxildir. Bu şirkətlərin ümumi məqsəd ətrafında birləşməsi onların əldə etdiyi kommersiya mənfəəti ilə ölçülür

və əmək bölgüsünə uyğun olaraq hər bir şirkətin və ya hüquqi şəxsin gəlirləri fəkmalasıır.

21.2. Regional sahibkarlığın maliyyə, maddi və təşkilati stimullaşma mexanizmləri

Regional sahibkarlığın turizm sferasında idarə olunmasının forma və metodlarından asılıdır. İlkin növbədə regionlarda turizm fəaliyyəti regionlarda sahibkarlığın fəaliyyəti dövlət qeydiyyatından keçir. Bu məqsədlə fəaliyyətin əsas məqsədi onun istehsal etdiyi və göstərdiyi turizmin ayrı-ayrı növləri və onların reallaşması, satılması nəticəsində əldə olunan gəlirlərin bölgüsü, yenidən bölgüsü layihələri yenidən tərtib olunur. Turizm sahibkarlığının ümumi gəlirləri onun bölgüsü, yerli və dövlət orqanlarının ödəmələridir. Müasir şəraitdə sahibkarlıq fəaliyyəti vergi orqanlarında qeydiyyatdan keçirilir və sosial müdafiə fondunda sosial vergilərin toplanması üçün fərdi uçot sistemi ilə hesaba daxil olur. Turizm fəaliyyətində ayrı-ayrı funksiyalar, vəzifələr, ödəmələr, öhdəliklər birbaşa və dolayısı yolla regionun sosial ictimai həyatında iştirak etmək qabiliyyəti nəzərdə tutulur. Maddi himayəçilik kreditlərlə və güzəştli maliyyə ayırmaları ilə baş verir. Turizmdə sahibkarlığın maliyyə dəstəyini ayrı-ayrı sahibkarların xüsusi vəsaitləri və əhalinin vəsaitləri hesabına formalaşdırmaq əsas istiqaməti təşkil edir. Bununla yanaşı əhalinin rifahının yüksəldilməsi yolları onun maddi tələbatına yönəlməsi mənəvi tələbatın artmasına təsir edir. Təcrübə göstərir ki, regionlarda əhalinin həyat səviyyəsi yüksəldikcə maddi tələbatın ödənilməsi ilə yanaşı turizm tələbatı da prioritet istiqaməti təşkil edir. Turizm məhsulunun qiyməti, onun xidmət şəraiti tələbatçıların tələbatının formalaşmasına təsir edir. Ona görə də müasir şəraitdə turizmi inkişaf etdirmək üçün onun bazarını təşkil etmək və turistlərin istehlak davranışına uyğun olaraq seqmentləşdirmək təşkilati quruluş kimi inkişaf etdirilir. ÜDM-un artımı turizmin inkişafına maddi

əsas yaradır. Büdcədən ayrılan vəsaitlər, turizmdən tutulan vəqgilər, yaşlı kreditlər, xarici investorların turizmdə müştərək iştirakı bu sahənin inkişafına təsir edir.

İnvestorlar *xarici investorlara və respublikada sahibkarlıqla məşğul olan* investorlara bölünür. İnvestorların rəqabət mühiti şəraitində turizmə risk etməsi bu sahənin dövlət tərəfindən təminatçı kimi çıxış etməsi ilə bağlıdır.

Təşkilati quruluş olaraq dövlət regionda digər sahələrin inkişafına da şərait yaradır. Turizmin təşkilati problemləri regionlarda infratrukturların inkişafına mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yönəldilən kapitalla ölçülür. Belə ki, neft gəlirlərinin bir hissəsi müasir şəraitdə qeyri-neft sektoruna bölünür. Turizmin sahibkarlığı daxilində bir sıra vəzifələr bu sahənin imicini yaradır. Turizmin səmərəliliyinin təşkili onun davamlı, dayanıqlı və rəqabət mühiti şəraitində uzunmüddətli fəaliyyət üçün baza yaradır. Turizm fəaliyyətinin regionlarda təşkili region tabeliyində olan resursların pullu ödəmələr yolu ilə istifadəsinə və onun təkrar istehsalına zəruri olan, lazım olan vəsaitlərin düzgün bölgüsünə yönəldilir.

21.3. Azərbaycanca regional sahibkarlığın əsas istiqamətləri

Sahibkarlığın inkişafının bir sıra meyar, resurs təminatı və ilkin şəraiti vacibdir. Turizm sferası sahibkarlığın inkişafı baxımından əlverişli, iqtisadi cəhətdən səmərəli sahədir. Regionlarda turizmin sahibkarlığı üçün ilkin potensial mövcuddur. Belə ki, Azərbaycan Respublikası ərazisinin coğrafi iqlim şəraiti onun əhalisinin yerləşməsi, məskunlaşması və bir sıra regionların tranzit mühiti turizmin inkişafına şərait yaradır. Əgər biz regionları turizm potensialının səviyyəsinə və onun struktur tərkibinə görə iqtisadi regionlara bölsək, onda bir sıra regiondaxili zonalar yaratmaq imkanı artar. Turizmin inkişafı üçün regiondaxili komplekslər-infrastruktur, rekreasiya obyektləri-

nin istifadəyə verilməsi əlverişli coğrafi şəraitlə bağlıdır. Azərbaycan Respublikası 3 istiqamətdə beynəlxalq səviyyəli yollarla əhatə olunur və bu yolların infrastrukturasının təzələnməsi həmin yollar üzərində tikilən və tikiləcək rekreasiya obyektlərinin standartlara uyğun inkişafı bu sahələrdə kompleks sahibkarlıq mühitini yaradır. Regionlarda yay və qış turizm bazalarının yaradılması, müalicə və istirahət məqsədləri üçün turist bazaları, 2-3 günlük istirahət üçün göndərişlə reallaşan turist bazaları daha əhəmiyyətlidir. Turizmin inkişafında sahibkarlıq fəaliyyəti qarışıq sahibkarlıq fəaliyyəti ilə də təmin olunur. Belə ki, regionların mövcud potensialının müxtəlif sahibkarlıq üzrə ixtisaslaşması, iş qüvvəsinin universal istifadə olunması sahibkarlığın artımına səbəb olur və regionlarda təbii sərvətlərin, dağ, meşə, dəniz təsərrüfatının, əhalinin şəxsi təsərrüfatının turizm sənayesində və turizm ərzağının istehsalında istifadə edilməsi şəhərlərə nisbətən daha üstün olur.

Regionlarda turizm sahibkarlığı mövsümi xarakter daşıyır. Mövsümlilik isə regionların şəraitinin daima turizm dövrüyyəsində turizm ehtiyatları kimi istifadə olunmasına gətirib çıxarır. Turizm ehtiyatlarını artırmaq üçün fiziki şəxslər, hüquqi şəxslər əsas rol oynayır. Regionlarda turizmin xüsusiyyətləri dünya turist təşkilatlarının və dünya turizm ölkələrində olan ümumi təcrübələrlə yanaşı sahibkarlıq mühiti ilə formalaşır və inkişaf edir. Turizm məhsullarının regional xüsusiyyətləri, onun bazarı sahibkarlığın formalarını yaradır. Sahibkarlıq formaları sahibkarlıq məhsulunun çeşidini, keyfiyyətini formalaşdırır. Bununla yanaşı sosial və iqtisadi artım baxımından sahibkarlığa dövlətin təsiri xüsusi razılıqlar mövcud olur. Sosial inkişaf baxımından proqram xarakterli region tədbirlərini həyata keçirmək üçün sosial yönümlü tədbirlər dövlətin əsas vəzifəsi kimi formalaşır:

1. Uzaq dağ rayonlarında əhalinin məskunlaşması məqsədilə sahibkarlıq inkişaf etdirilir.

2. Əhalinin məşğulluğu, onların təbii artımının təşkili üçün güzəştli kreditlər, maliyyə sanksiyaları, subsidiyalar tətbiq olunur.

Sahibkarlar arasında iqtisadi cəhətdən əsas maraq prinsipi eyni məsrəflərdə müxtəlif gəlirlər əldə etmək qabiliyyəti inkişaf etdirilir. Bununla yanaşı subsidiyaların verilməsi və ya uzunmüddətli tikinti infrastrukturunu layihələrinə qoyulan vəsaitlərə kreditlər verilməsi sahibkarlığa marağı artırır və öz xüsusi vəsaitlərini bu sahibkarlığa yönəltməyə sövq edir. Hər bir sahibkar öz xüsusi vəsaitləri ilə yanaşı digər vəsaitlərin, digər subsidiyaların vəsaitlərinin turizm dövryyəsinə cəlb edilməsinə imkan yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat əlaqələri, ümumi qaydalar, müqavilələr və gəlirlərin əlverişli bölgüsü ilə təmin olunur.

21.4. Turizm sahibkarlığının prioritet istiqamətləri və təşkili yolları

Turizmdə sahibkarlıq problemləri makroiqtisadi və sahə daxili ərazi problemlərinə bölünür və iqtisadiyyatın sosial iqtisadi inkişaf istiqamətləri çərçivəsində prioritet kimi formalaşır. Prioritetliyin zəruriliyi müxtəlif ölkələrdə müxtəlif mövqelərdən qiymətləndirilir:

1. İqtisadi artımı təmin etmək baxımın danpotensial resurslar kimi formalaşdırılır
2. İqtisadiyyatın mövcud şəraitində ən səmərəli investisiya qoyuluşlarını, onların istifadəsinin əsas istiqamətləri kimi qəbul olunur, layihələşdirilir
3. Regionların sosial iqtisadi inkişafını təmin etmək üçün bazarın və məşğulluğun doldurulması təminatı kimi istifadə olunur

Sahibkarlıq mikrosəviyyəli izah olunur. Belə ki;

1. Gəlirlər formalaşır
2. Müəssisənin davamlı inkişafı təmin olunur

3. Müəssisədə işləyənlərin həyat səviyyəsi təmin olunur

4. Regionların, şəhər əhalisinin təminat səviyyəsi yaxınlaşır

Prioritetlər iqtisadi, sosial cəhətdən əsaslandırılır. İqtisadi prioritetlik məhsulların, xidmətin maya dəyərinə görə müəyyənəşir, fəaliyyət növü seçilir. Maya dəyəri aşağı olan müəssisələrdə turizmin fəaliyyət növü daha səmərəli hesab olunur. Turizmin səmərəliyi həmçinin onun xarici təzahürləri ilə qiymətləndirilir. Prioritetliyin arxasında subyektlər dayanır, turizm sahibkarları dayanır. Bu maraqların uzlaşması gəlirlərin ölçüsü ilə təmin olunur. Turizm gəlirləri regionda prioritet istiqamətdə bölgüsü dövlətin, regionun əhalisinin payının səmərəli bölgü prinsipləri ilə müəyyən olunur. Beləliklə, turizm işçiləri öz yaşayışlarını, həyat səviyyəsini bu fəaliyyətlə bağlı təmin etməklə iqtisadi, mənəvi stimullar alınır. Turizm prioritetliyi sahibkarlıq prioritetliyi ilə uzlaşır və onun yerləşməsi regionlar üzrə inkişafı tənzimlənən siyasət kimi meydana çıxır. Prioritetlər tənzimləməni formalaşdırır. Dövlət və qeyri-dövlət təşkilatlarının, sahibkarların, yerli təşkilatların marağını təmin edən prioritetlər sistemi pilləvari ierarxiya strukturu kimi formalaşır:

1-ci mərhələ - *dövlət maraqları prioritetləri*

2-ci mərhələ - *region maraqları prioritetləri*

3-cü mərhələ - *əhalinin maraqları prioritetləri*

4-cü mərhələ - *turizm subyektinin maraqları prioritetləri*

Bir mərhələdən digərinə keçid ümumi maraqların ölçüsünü yaradır, tarazlıq formalaşdırır. Tarazlıq vəzifələrin, səlahiyyətlərin və resursların bölgüsü ilə təmin olunur. Gəlirlərin bölgüsü ilə resursların məsrəfi arasında faydalılıq kriteriyası, meyarı əsas götürülür. Hər bir subyekt ierarxiya strukturunda öz iştirak payı, risklərin bölgüsündə rolu və əldə olunan nəticənin mənimləməsində ədalətli bölgü sistemi formalaşdırır. Buna görə də istənilən ierarxiya mərhələsində turizmin qərarlarının qəbulu digər mərhələ ilə tarazlaşdırır, uyğunlaşdırır və son dərəcədə səmərəlilik alır. Bu səmərəyə *ümumiləşmiş səmərə* deyilir.

Turizmin sferasında şəxsi maraqlar, dövlət maraqları və ictimai maraqlar mövcuddur. Sahibkar dövlətin maraqlarını ödəmək üçün vergilər verməlidir, dövlət büdcəsinə ödəmələr etməlidir və yerli icra orqanlarının, bələdiyyələrin zəruri resurslarını formalaşdırmalıdır. Sahibkar digər tərəfdən davamlı inkişaf etmək üçün özlərinin perspektiv proqnozlarını və həmçinin əhalinin yaşayışı üçün zəruri olan resursları təmin etməlidir. Şəxsi maraqlar işə əmək haqqı kimi işlə təmin olunmaq, sosial müdafiə olaraq həmin yaşayan ərazidə sosial infrastruktur obyektlərinin inkişafında müəyyən gəlir əldə etməlidir.

Təcrübə göstərir ki, turizm inkişaf edən regionlarda onun ətraf kənd və şəhər qəsəbələrində xidmət sferası, rekreasiya obyektləri əlavə iş yerlərinin açılmasına gətirib çıxarır. Bu da öz növbəsində prioritet sahə kimi *integral effekt* yaradır. Faydalılıq hər bir subyektin çəkdiyi əmək məsrəfləri, xərc strukturu və faydalılığa təsir edən elastiklik əmsalı ilə müəyyənləşir. Sahibkarlıq prioritetləri dəyişəndir, bazar diktəsi ilə və dövlət siyasəti ilə bağlıdır.

Ölkənin sosial iqtisadi inkişaf layihələrində konseptual əsas olaraq turizm fəaliyyəti mütərəqqi və zəruri sahə hesab olunur və perspektivdə ölkə ehtiyatlarının əldə etdiyi gəlirlərin turizm potensialının dövriyyəyə daxil olması ilə inkişafın yeni trayektoriyasıdır.

MÖVZU 22. TURİZMİN İNKİŞAFININ SOSIAL-İQTİSADI ASPEKTLƏRİ

22.1. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi mahiyyəti və onun Azərbaycan iqtisadiyyatında rolu.

Azərbaycan iqtisadiyyatının sosial-iqtisadi inkişafının sahə və ərazi problemləri onun dayanıqlı və tarazlı dinamikaı respublikanı təbii insan və coğrafi resurslarının səmərəli istifadəsi və bazar münasibətləri şəraitində imkanların alternativ layihələr əsasında iqtisadi dövriyyə cəlb edilməsi ilə mümkündür. Respublikanın inkişaf konsepsiyası onun resurslarının kompleks istifadə edilməsi yolu ilə maksimum həyat səviyyəsi və təhlükəsiz həyat fəaliyyətini qərarlaşdırmaqdan ibarət olur. Sosial-iqtisadi amil olaraq turizmin mövcud vəziyyəti onun qlobal məqsədlərin reallaşmasında rolunu qiymətləndirməklə perspektiv bu sahənin inkişafının tənzimlənməsi bütövlükdə iqtisadi inkişaf strategiyasının və strateji planlaşmanın tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Turizm dövriyyəsinə daxil olan resurs potensialı, onların mövcud istifadə formaları və səmərəliliyi bu sahənin ilkin fəaliyyəti və sonrakı perspektivi üçün bir sıra təşkilatı maliyyə və proqram tədbirlərinin əsaslandırılması, onların elmi-metodik proqnoz əsaslarını yaradır. Ona görə də konseptual yanaşma baxımında turizmin inkişafı həm iqtisadi artım, həm investisiya prioritetləri, həmçinin ərazi və region inkişaf problemlərinin həlli üçün nüvə rolunu oynayır. İqtisadi rol kompleks göstəricilər, sisteminin səmərə və xüsusi səmərə yolu ilə nəzəri cəhətdən qiymətləndirilir. Amil olaraq hər bir konseptual vəzifənin reallaşmasında fəal roluna görə turizmin sintetik səmərəsi vahid göstərici ilə müəyyənləşə bilər.

Turizmin iqtisadi rolu və onun əsas istifadəsi istiqamətləri hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf konsepsiyası və resurs potensialının növü, həmçinin təşkilatı idarəetmə struk-

turlarının əməlliyi və səmərəliliyi ilə optimallaşdırılır. Ona görə də turizm sahəsinə faktorları baxımından baxmaq onun nəzəri və metodoloji prinsiplərini müəyyənləşdirilir.

İqtisadi ədəbiyyatlarda turizm sahəsinin amilləri olaraq torpaq amili, ekoloji mühit⁵, əhalinin məşğulluğunu və əməkhaqqının təşkili və onun artırılmasına olan ehtiyaclar, turizmin kommertiya mənfəəti, inteqrasiya tələbatı və respublikanın digər dövlətlər və şirkətlər ilə təsərrüfat əlaqələrinin intensivliyi həmçinin ölkənin təhlükəsizliyi amilləri təşkil edir.

Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri Azərbaycanın iqtisadi potensialının strukturu onun iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinin əsas istiqamətləri, həmçinin istehlak seqmentlərinin sosial demografik xarakteristikası ilə müəyyənləşir. Turizmdə dövrənin modelinə uyğun yanaşma, əhalinin sosial demografik və həyat səviyyəsi və onun sonrakı inkişafı ilə müəyyənləşir.⁶(s. 125-139) Turizmin inkişafının dünyəviliyi, onun istehlakçıların bütün dünya əhalisi olması və çoxşaxəli istehlak seqmentlərinin xüsusiyyətləri müəyyənləşdirir.

Həç kəsə gizli deyil ki, turizm dünya iqtisadiyyatının dinamik inkişaf edən sahələrindən biridir. İnkişafın yüksək sürəti böyük həcmdə valyuta kəsrləri, iqtisadiyyatı başqa sahələrinə də təsir göstərdiyindən son nəticədə (beynəlxalq miqyasda) turizm sənayesi ildən ilə genişlənir (səh-129).

Turizmin sahə olaraq formalaşması və inkişafının strategiyası makro və mikro səviyyəli problemlərin reallaşması prizmasından ölçülür. Ona görə də konseptual **inkişaf** və konkret proqramların yaradılması öz məqsəd və funksional təyinatına görə ixtisaslaşır. Resurs təminatı və

⁵ А.Б.Здоров. Экономика туризма – Москва «Финансы и статистика» 2004 г. стр272

⁶ Ə.Q.Əlirzayev. «İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial iqtisadi inkişaf problemləri» təcrübə meyilləri və perspektiv istiqamətləri . Bakı – 2005 səh-538

ehtiyatların mövcud fəaliyyəti və perspektivini nəzərə almaqla proqnozlaşdırılır. Sistem baxımından turizmin inkişafının müəyyən idarə olunma cəhətləri mövcuddur ki, bunların konkret ölçülməsi və genişləndirilməsi yolları əsaslandırılır. Azərbaycan respublikasında konseptual inkişaf amili olaraq turizmin inkişafının vacibliyi artıq respublikada qəbul olunub.⁷

Turizmin özünün strateji inkişaf sahəsi olmaq və inteqrasiya üçün vacib amil olduğu onun iqtisadi və sosial rolunu müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafı təbii coğrafi şəraitlə müəyyənləşsə də onun sonrakı inkişafı, respublikada digər sahələrin inkişafı və inteqrasiya effekti səmərəli istifadə etmək üçün yaradılan kompleks şərait və fəal tədbirlər məcmuu ilə müəyyənləşir. İlkən şərait olaraq respublika əhalisinin maddi rifahı, onun ən zəruri məhsullar tələbatının ödənilmə dərəcəsinin maksimum, həddi nəmçinin yoxsulluq həddindən uzaqlaşmaqla orta təminat və yuxarı təminat səviyyədə yaşayan əhali qruplarının xüsusi çəkisi ilə ölçülə bilər. Turizm daha çox **milli-etnik** və texnologici amil olaraq əhalimin yaş tərkibi onun istehlak davranışında daha çox maddi və mənəvi nemətlərin seçilməsi qabiliyyətindən asılıdır. Turizmin inkişafı daha çox iqtisadi təminat səviyyəsi və demoqrafik tərkibi müəyyənləşir. Belə ki, Avropa əhalisi ilə Azərbaycan əhalisi arasında turizmin mənfəətindən istifadə dərəcəsi eyni ola bilər. Bu fərqlər hər bir nəfərə nəfərə düşən ümumi daxili məhsula, yaxud gəlirlilə, həmçinin hər bir ailədə işləyənlərin sayı ilə mümkün olunur. Ona görə də turizmin inkişaf istiqaməti, xarici turistlər üçün xidmətçilərin təşkili və idarə edilməsi, digər tərəfdən əhalinin yerli və xarici turizm xidmətindən istifadə edilməsi məqsədləri kimi baxıla bilər. Bu məqsədlərin həlli təşkili və idarəet məobyekti olmaqla onun mahiyyətinin kompleks təhlili və

⁷ Ə.Q.Əlirzaev Azərbaycanın inkişafının konsepsiyası və proqramı. Bakı 1995 səh-104.

yaxud proqnozu kimi istifadə olunur. Turizmin inkişafı rekreasiya kompleksinin tərkib hissəsi olmaqla özünün daxili strukturu və təşkili formaları üzrə təsnifatlaşdırılır.⁸ (səh-269) (İqtisadi ədəbiyyatlarda turizmin təşkili quruluşu uyğun əhali, məqsədi və biznes fəaliyyətinin rəngarəngliyinə görə həmçinin hər bir respublika formalaşmış potensialına görə müxtəlif forma və məzmun kəsb edir. Belə ki, ərazi, sahə, məhsul və məqsəd turizmləri Azərbaycan respublikasında, onun amilləri ilə müəyyənləşir).

Turizmin təşkili daha çox biznes fəaliyyətini tam qiymətləndirməklə, sahibkarlıq, gəlir, bölgü və istehlak sferaları ilə bağlıdır. Belə ki, turizmin ümumi daxili məhsulun, dövlət büdcəsinin formalaşmasında rolu iş qüvvəsinin istifadəsi və həmçinin ölkə daxili resursların istifadə istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Ona görə də biznes fəaliyyəti kimi turizmin marketinq strukturu onun resurs tələbatı və buraxılan məhsulun xidmətin çeşidi idi və keyfiyyətinin planlaşdırılması konsepsiyası formalaşır. Turizmin sosial iqtisadi mahiyyəti onun xalq təsərrüfatı kompleksini kimi baxılmaqla planlaşma və idarəetmə obyektini kimi baxılır və dünya biznesində aparıcı həlqə olması ilə əlaqələndirilir.⁹ Biznes fəaliyyəti olmaqla, o daha tez xərcini çıxaran, rentabellik səviyyəsinə görə yüksək və daha sürətlə artım sürətinə və xidmət növünün genişləndirilməsi imkanlarına malik olan sahə olduğu üçün dünya rəqabət sistemində kapital axını formalaşdıran sahə kimi inkişaf edir.

Turizmi iqtisadi-sosial idarəetmə obyektini olmaqla uyğun mahiyyət kəşf edir, məqsəd və mexanizmlərin səmərəli təşkili nəticəsində formalaşır və inkişaf edir. Turizm sahəsinin əsas obyektini turist olduğu üçün onun əsas məqsədi

⁸ F.R.Rəhmanov «Sosial infrastrukturun tənzimlənməsi problemləri» Bakı 2004. səh-309

⁹ И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов «Экономика туризма». Москва, «Финансы и статистика» 2003, стр-176

həmin insanın tələbinə uyğun xidmət sferasını təşkil etmək vəzifəsi düşür. Bu işə insanın psixoloji, fizioloji və seçim motivlərini qiymətləndirməklə baş verməlidir. Ona görə də turizmin təşkilinin əsas xüsusiyyətləri ancaq iqtisadi və kommertiya mənfəəti deyil, həmçinin insanın turizmə olan tələbatını, turistin xarakteristikalarını qiymətləndirmək və proqnozlaşdırma qyolu ilə mümkündür. Turizmin təşkilinin metodoloji xüsusiyyətləri məhz turist kontingentlərinin tələbinə uyğun mövcud şəraiti nəzərə almaqla tədqiqi və planlaşması əsas yer tutur.

Turizm cəmiyyətin inkişafının elə mərhələsində baş verir ki, insan öz əmək fəaliyyətini dayandıraraq özünü çöhrəklə təmin etmək ehtiyatlarından daha çox istirahət haqqında düşünür və turizm səyahətinə çıxır.¹⁰(s.13)

Beləliklə turizm xidməti insanın müəyyən tələbatını ödəməklə özünə məxsus şərait və bir çox şərtlər daxilində müxtəlif inkişaf səviyyəsi və müxtəlif sosial-demografiyik tərkibli əhali üçün qütbləşən və istehlakçı seçimlərinə görə təsnifatlaşdırılan xidmət sferası rolunu oynayır. Turizmin inkişafının səviyyəsi və onun diferensiasiyası hər bir ölkədə inkişaf səviyyəsi ilə bağlı olmaqla özünü maliyyələşdirən və əlavə gəlir gətirən sahədir. Ona görə də turizmin inkişafı, bazar iqtisadiyyatı şəraitində sosial təminatı maddiləşdirən funksiyası olmaqla gəlir gətirən sahə kimi baxılması vacibdir. Respublikada turizmin inkişafına müxtəlif yanaşmalar kompleksindən baxılır. Ümumi daxili məhsulun artımının tərkib hissəsi və regionların sosial iqtisadi inkişafının tərkib hissəsi olaraq turizmin regional istiqamətləri dövlət proqramlarında öz əksini tapır. Turizm sahəsinin inkişafı statistik rəqəmlərlə Dövlət statistika komitəsinin hazırladığı statistik göstəricilərdə özünün ümumi təsvirini tapır. Dövlət turizmin inkişafını təmin edən təşkilatı orqan olan gənclər və turizm nazirliyi vasitəsi ilə bu sahəsinin konseptual

¹⁰ yenə orada, s.176

inkışaf istiqamətlərini onu maliyyə və maddi bazasının yaradılması layihələrini dəstəkləyir və vahid strateji plan və konkret tənzimləmə siyasəti yeridir. Turizmin inkışafına ölkədə gedən islahatların tarazlı tərkib hissəsi və onun özünün inkışaf meyillərini nəzərə alan amillərin yaradılmasına şərait yaradır. Artıq turizm sahəsi idarə olunan sosial-iqtisadi əhəmiyyət kəsb edən təsərrüfat fəaliyyəti sahə statusu alır. Turizm haqqında qanun 1999-cu ildə qəbul edilməsi ilə bu sahəni tənzimləyən hüquqi sahələr və həmçinin mexanizmlər verilir¹¹. Turizmin sosial-iqtisadi göstəriciləri onun maddi texniki bazası və turizm müəssisələrinin ümumi sayı ilə yanaşı ondan istifadə edənlərin ümumi sayı ilə müəyyən-ləşir. Ümumi göstərici olaraq turizm müəssisələrinin dinamikası onların artım sürəti baş verən meyilləri izah edir. Turizm fəaliyyəti respublikada mülkiyyət formalarına və təşkilatı quruluşuna görə fərqlənə bilər.

¹¹ Azərbaycanın qanunvericilik toplusu 1999

Dövlət sanatoriaları, istirahət və turizm¹²
Müəssisələri (ilin sonuna)

	1995	2002	2004	2008
Senatorların və istirahət ocaqlarının sayı	85	88	85	75
Onlarda çarpayıların sayı	15097	14477	14441	11277
Senatorların və müalicə pansionatlarının sayı	48	44	41	33
Onlarda çarpayıların sayı	12067	10936	10738	8377
Sanatoriya profilaktoriyaların sayı	4	4	4	4
Onlarda çarpayıların sayı	144	65	65	65
İstirahət pansionatların sayı	13	13	13	13
Onlarda yerlərin sayı	1040	1089	1139	412
Turist bazalarının və istirahət evlərinin sayı	29	27	27	28
Onlarda yerlərin sayı	1846	2364	2469	1723

Cədvəldən göründüyü kimi 1995-2004-cü illərdə dövlət sanatoriaları istirahət və turizm müəssisələrində bütün növ müəssisələr üzrə mütləq azalma tempi baş verir. Azərbaycan respublikasında dövlətin sanatoriya istirahət və turizm müəssisələrinin təyinatı məqsədi ilə istifadə edilməsi bir sıra sanatoriaların Azərbaycanın rayonlarından öz torpaqlarını itirilməsi əhalinin yaşayış yerlərinə çevrilməsi onun artımına dayandırılmışdır. Turizmin inkişafı, respublikada yerli əhali tələbatı ilə deyil, kommertiya mənfəəti və həmçinin respublikada qazanılan pulun, onun daxili turist xidmətində istifadəsi, həmçinin xarici valyutanın respublikaya gətirilməsi üçün istifadə olunur¹³. Təbii ki, turizmin subyektləri yəni turistlər, üçün turist xidməti doymuş tələbat-

¹² yenə orada səh-176

¹³ Azərbaycan statistik göstəriciləri 2005. səh-281

dan kənarda axtarılmalıdır. Belə ki, bir sıra zəruri tələbat ödənildikdən kənarda formalaşan turizm tələbatı əhalinin təminat səviyyəsinə və onların istehlak davranışı ilə proqnozlaşdırılır. Ona görə də turist xidmətinin planlaşdırılması   n əhalinin gəlir səviyyəsinə və istehlak tələbatına görə təsnifatlaşdırılması əsas götürülür. Turizmin mahiyyəti onun əsas m ssis  v  seqmentləşmə istiqamətləri, regional resurslar v  region coğrafi-iqtisadi mühütlü uyğunlaşır v  ixtisaslaşır.  razi ixtisaslaşması nəqliyyat əlverişliyi, təbii resurslar və onların istehlak seqmentləri   n yararlı, h m nin əhalinin məskunlaşması m vq ind n həll olunur. Azərbaycan respublikasının potensialı, turizmin inkişafını onun daxili strukturunun formalaşmasına şərait yaradır.¹⁴

Turizm sahəsində iqtisadi münasibətlər, digər sahələrdən fərqli olaraq onun buraxdığı yaxud göstərdiyi xidmətin xarakteri və h m nin onun resurslarının məzmunu til  spesifik x susiy t kəsb etdiyi   n onun planlaşması v  idarə edilməsi başqa sahələrdən fərqlidir. Bu fərqlər turizm sahəsinin tədqiqi və təşkilinin  z n  məxsus metodiki prinsiplərini müəyyənləşdirir. Turizm sahəsinin obyektı insanlar subyekti ilə onun tələbatını ödəyən ayrı-ayrı turist xidmətinin təşkili formalaşdırılır. Onun inkişafı insanların tələbat sistemində və xarici vətəndaşların respublikada turist xidmətlərindən istifadə etmək imkanlarına və onun proqnozuna əsaslanır. İnsanların turizmə olan tələbatının formalaşması cari tələbat deyil, uzun müddət formalaşması  n zəruri məhsullara olan tələbatın ödənilməsi ilə digər tələbat növlərinin meydana gəlməsi və rifahın yüksəldilməsi meylləri ilə dəyişir. Turizmin hər bir ölkədə ilkin şəraiti həmin ölkənin resurs potensialının strukturları ilə müəyyənləşir. Turizmin sahəsinin iqtisadi və sosial mahiyyəti onun strukturunun formalaşmasını v  idarətmə obyektı kimi məqsədli-resurs və proqnoz modelinin prinsipal sxemi müəyyən-

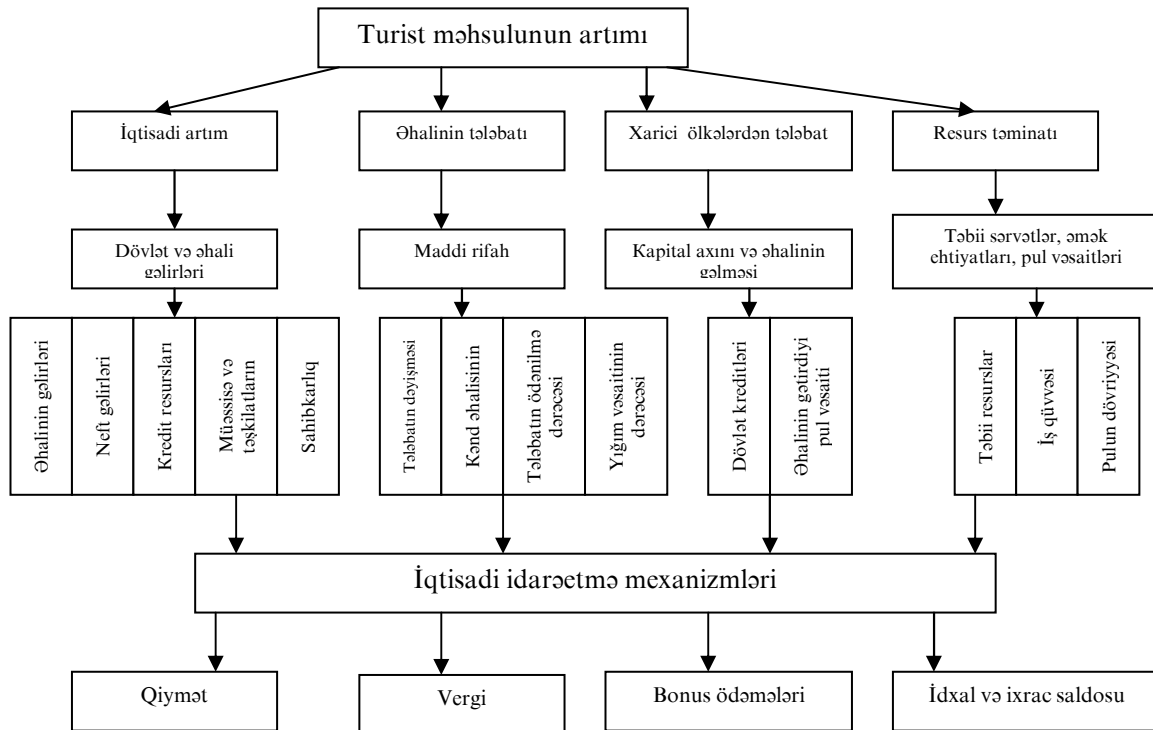
¹⁴ Z.Məmmədov

ləşdirir. Fikrimizcə aşağıdakı sxem turizmin funksional mahiyyətini açır. Turist bazarının formalaşması və onun tənzimlənməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turist bazarının formalaşması onun prinsipal olaraq aşağıdakı münasibətlər sistemini formalaşdırır:

- Turist məhsulunun istehsalçılar, satıcıları və alıcıları arasında münasibət.

- turist məhsulunun reallaşması sferasının əsas istiqamətləri.

Turist bazarı digər bazar münasibətləri ilə əlaqəli olub, ölkədə digər sahələrin inkişafı və onların tələb və təklif bazarında xüsusi çəki əmsalı ilə əlaqəlidir. Turist bazarının təşkili kommersiona mənfəəti və inkişaf strategiyası əsasında mövcud və əlavə resursların gəlb edilməsinə yeni kapital və texnologiyalar tətbiq etməklə turist fəaliyyətinin təkmilləşməsinə yönəlir.



Sxem. Turizm bazarının təşkili və idarə edilməsinin prinsipal sxemi

Prinsipal sxemdən göründüyü kimi turizmin inkişafı kompleks sahə və ərazi prinsiplərinə uyğun olaraq istehsalçı və istehlakçı arasında münasibətlərin təşkili məqsədilə və ölkədə ümumi daxili məhsulun artımında və iş yerlərinin açılmasında rolunun artırılmasına yönəldilir. İqtisadi artımla turizm inkişafı arasında əlaqə son məhsul istehsalında turizmin payı və dövlət büdcəsinin maliyyə resurslarının istifadəsində turizmin inkişafına yönəldilən kapital və onun səmərəli istifadəsi əsas rol oynayır. Ona görə də məqsədli inkişaf baxımından turizm potensialı onun mövcud vəziyyəti dinamikası və perspektiv inkişafını özündə birləşdirir. Turizm potensialı mövcud imkanlar və perspektiv idarə olunan resursların məcmuu olduğuna görə maddi-əşya və maliyyə strukturuna malik olmaqla iqtisadi və sosial proseslərin qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində inkişaf edir.

Turizm xidməti öz mahiyyəti və təkrar istehsal strukturu ilə fərqləndiyi üçün, onun ayrı-ayrı sferalarının məhsulu əmtəə və xidmət sferası şəklində formalaşır. Ona görə də turizm sənayesi, yerli yerli sənayenin tərkib hissəsi olmaqla, turist tələbatının ödənilməsinə yönəldilir. Xidmət turizmdə öz xarakteri ilə məhsuldar olmaqla istehlak tələbatını ödəməklə əşya, yaxud insanın mənəvi tələbatını ödəmək məqsədinə yönəlir. Belə ki, turistlərin gəzinti, mehmanxana konsert və digər tələbatına uyğun xidmət sferasının təşkili turizm tələbatının ödənilməsi sahələrinin fəaliyyət dairəsini onun özlərinin iqtisadi gücünü və fəaliyyətinin marketing strukturunu müəyyənləşdirir. Ona görə də turizmin iqtisadi rolu həmçinin hər bir regionda sosial tələbatı müəyyən edən ancaq turistlərin tələbatına ünvanlanmaqla, yerli əhalinin sosial tələbatını ödəmək qabiliyyətində nəzərdə tutur.

Turizm inkişafı daha çox strategi planlaşma və dinamik struktur dəyişmələrin uyğun olaraq idarəetmə sahəsi olduğu üçün, onu təkrar istehsala strukturu ümumi iqtisadi səmərə və xüsusi səmərəlilik göstəricilərinin tərkib his-

səsidir. Əgər turizm hər hansı ölkədə ümumi daxili məhsulun formalaşmasında və dövlət gəlirlərinin artımında elastik sahə kimi determinant rolu oynayarsa, onda bu ölkədə turizm daha çox səmərəli sferadır. Turizm xidmətinin əsas göstəriciləri turist axınının intensivliyi ilə müşahidə olunur. Təbii ki, bu dinamika moment situasiyası təsir edir. Belə ki, müəyyən bir dövldə hər hansı xəstəliyin baş verməsi, yaxud dünya rəqabəti haqında təhrif olunmuş informasiyanı yayılması həmin ölkəyə turist axınını azalda bilər. Turizmin motivi onun seçimi ilə müəyyənləşir. O cümlədən əhalinin maddi rifahı ölkədə sanatoriya kurort və səhiyyə vəziyyəti, əhalinin yerdəyişmə, konsern, mədəni tələbatı, saxlamaq üçün mühütün dəyişməsi ehtiyatları turizm motivi formalaşdırır.

Potensial motiv, real imkanlar çərçivəsində həll olunur. Turizm qəraları əhalinin davranış modeli kimi obyektiv səbəblərdən və mövcud təşkilat səviyyəsindən xeyli asılıdır. Turizm motivinin proqnozlaşdırılması mövcud amillərin dəyişmə dinamikasını qiymətləndirmək və perspektiv istiqamətə hər hansı vasitə və təşkilati tədbirlər ilə formalaşır. Beynəlxalq turist axınını tərkibi motiv üzrə aşağıdakı strukturaya malikdir.

Cədvəl 22.2.

Beynəlxalq turist axınları (min nəfər)

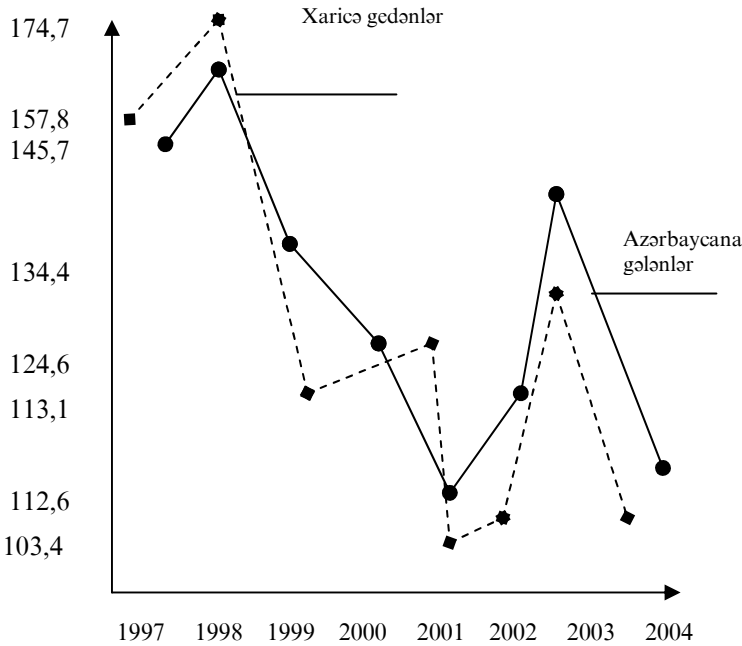
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2008
Azərbaycana gələn vətəndaşların sayı	306	483	602	681	717	793	1066	1197	1898,9
O cümlədən səfərin məqsədi şəxsi	74	28	53	61	423	66,7	53,3	84,7	176,6
İşgüzar	210	438	538	606	74,8	724	987,2	10873	1653,9
turizm	22	17	11	14	6,5	2,3	25,6	24,5	68,4
Xarici gələn vətəndaşların sayı--cəmi	654	1146	1204	1326	1130	141	1376	1473	2162,4
O cümlədən səfərin məqsədi üzrə şəxsi	243	246	135	146	74,8	133,8	42,3	59,3	173,7
İşgüzar	311	817	1017	1127	1047,9	1003,1	1315,8	1346,3	185,3
turizm	100	83	52	7,3	4,1	18,9	67,7		171,8

Cədvəldə xaricə gedən vətəndaşların motivi daha çox turizm xarakteri yox işgüzdür. Azərbaycanca işgüzar niyyətlə gedənlər, bura gənclərdən çoxdur. 2004-cü ildə bu rəqəm 1,4 mln. təşkil etməklə respublika əhalisinin 17%-ni təşkil edir, hər 6 nəfərdən biri işgüzar niyyətlə xarici ölkələrə səfər edir. bu da respublikadan aparılan vəsaitin yüksək olmasına səbəb olur.¹⁵

Turizmin iqtisadi rolunun təhlili və onun proqnozunu bir sıra məqsədlər və konkret resurslar baxımından qiymətləndirmək olar nəzəri aspektdə bu rolu konseptual inkişaf məqsədlərinə uyğun olaraq konkret xüsusi çəki və təsir gücü ilə ölçülür. Belə ki, bu gün ümumi daxili məhsulun artımında turizm məhsulunun xüsusi çəkisi aşağıdır, onun qiymətləndirilməsi və uçuotu, statistik göstəricilərlə hətta bəzi hallarda ifadə olunur. Turizmin son məhsulunun hesablanmasında vahid metodiki tövsiyə və yanaşma yox dərəcəsidir. Turizmin məhsulu, satılan məhsulların və göstərilən xidmətə görə ödənilən xərcin məhsulu ilə ölçülür. Təbii ki, hər bir turist öz məqsədindən asılı olaraq turizm xidmətindən istifadə etmir. Belə ki, turizm sahəsinin mülkiyyətindən olan infrastrukturdan başqa respublikaya gələn hər bir nəfərə dtgər sahələr məhsul və xidmət formasında ehtiyacları ödəyir. Ona görə də turizm sahəsi iqtisadi orqan kimi vahid təsərrüfat fəaliyyəti olmaqla özünün kompleks infrastrukturunu yaratmaqla respublikada olan digər sahələrin və infrastrukturun inkişafına təsir edə bilər. Ona görə də turizmin inkişafı xalis təsərrüfat sahəsi kimi baxılır, onun iqtisadi və sosial problemlərixalq təsərrüfatı kompleksində sahələr arası problem kimi baxılır.

Azərbaycana gələn və xaricə gedən vətəndaşların sayının dəyişmə dinamikası artan və azalan tempə qeyri stabil meyillərlə dəyişir. Dəyişmə qafikası aşağıdakı sxemi ifadə edir.

¹⁵ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2006. səh-247



Qrafik. Turizm axını dinamikası¹⁶

Qrafikdən görüldüyü kimi respublikaya gələnlər 2001-ci ilə qədər azalır sonra isə artıb azalma riskinə məruz qalır.

Xaricə gedənlərin son ildə dinamikası gələnlərin dəyişmə meyili ilə uzlaşır. 2003-2004-cü illərdə gələnənin artım tempi gedənlərin artım tempindən yüksək olub. Dəyişmə pik nöqtələri təsvir olunduğu üçün bir sıra amillərin müxtəlif istiqamətdə təsirinin olması mülahizə olunur.

¹⁶ Qrafik statistik metodlar əsasında müəllif tərəfindən qurulmuşdur. Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2005. səh-23

Qrafikdən görüldüyü kimi turizmin düşüb enmə müddəti çox qısa olub. 2001-ci ilə qədər azalma 2001-ci ildən nisbi artımla baş verir. Belə spesifik xüsusiyyətlər turizmin sosial-iqtisadi inkişafda rolunu bir mənalı yox kompleks meyar və götəricilər baxımından qiymətləndirməyi tələb edir. Respublikada turizmin inkişafı, onun coğrafi təbii komponentlərinin mövcudluğu haqqında çoxlu tövsiyələr və əsaslar gətirilir. O, cümlədən turizmin əsas istiqamətləri olan, dağ turizminin, mineral suların istifadəsi ilə müalicə üçün gəllənlərin və həmçinin Abşeron yarmadısındı dəniz ətraflı sanatoriya kurort sahələrinin inkişafı ilə turizmin əsaslandırılması haqqında müxtəlif araşdırmalar mövcuddur.¹⁷

Turizmin bazar iqtisadiyyatı, məhdud resurslar, sahibkarlığın inkişafı ilə yeni istiqamətləri, tənzimələmə mexanizmləri meydana çıxır. Ona görə də turizm kommərsiya mənfəəti əldə etmək məqsədi ilə biznes fəaliyyətinin bir sahəsi özünə məxsus biznes idarəetmə xüsusiyyətləri kəsb edir. Bu aspektdə turizmin inkişafının qlobal makrosəviyyəli və mikrosəviyyəli problemləri meydana çıxır. Hər bir aspektdə xüsusi yanaşma olsa da vahid sistem olaraq turizmin inkişafında sahələr arası problemlərin və sistemli idarəetmə prinsiplərinin olması nəzərdə tutulmalıdır. Turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün perspektiv rolu onun bugünkü mövcud vəziyyətinin dəyişməsi ilə mümkündür. Bu gün Azərbaycan əhalisini daha çox xarici ölkələrin turist xidmətindən istifadə etmək üstünlük təşkil edir. Turizm infrastrukturunun mövcud vəziyyəti, onun tələbata uyğunluğunun aşağı səviyyədə olması nəticəsində turist məhsulunun əhali istehlakında xüsusi çəkisi yoxsul ailələr üçün yox səviyyəsindədir. Ona görə də turizmin inkişafına sahə maraqlarından çox ərazi maraqları kimi baxılması zərurili meydana çıxır. Belə ki, turizm inteqrasiya və iqtisadi əməkdaşlıq üçün ən səmərəli sahə olmaqla coğrafi şərait mün-

¹⁷ Coğrafiya amillərindən

bütllüyü ilə daha prioritet istiqamət kəsb edir. Azərbaycanın hava, su və dəmir yol nəqliyyatı qovşaqlarında olduğu üçün onun ərazisinin bir başa və tranzit turist əlaqələri üçün əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycandan Avropaya çıxış hava, su və dəmir yol vasitəsi ilə baş verdiyi üçün alternativ nəqliyyat yolunun seçilməsi və iqtisadi cəhətdən səmərəli marşrutun və nəqliyyat yolunun seçilməsi variantları respublikanın turist ölkələrini formalaşdırır.

Azərbaycandan ərəb ölkələrinə və Hindistan, Çinə və Əfqanıstana çıxış ərazi baxımından ən əlverişli marşrutda yerləşir. Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft borusu kəmərinin iqtisadi səmərəsi məhz daşımaları üçün vaxt amilinin az olması ilə ölçülür.

Yükdaşımalar, sərnişin daşımalar üçün nəqliyyat potensialının olması və nəqliyyat dəhlizlərinin daha səmərəli istifadəsi və nəqliyyat infrastrukturunun təkmilləşməsi, yeni yolların və daşınma texnikasının təkmilləşməsi ölkənin turizm potensialını daha da artırır. Ona görə də turizm inkişafı xalis sahə baxımından yox, sahələr arası və infrastrukturunun öyrənilməsi, onların perspektivi ilə ölçülür. Yol təsərrüfatı, mehmanxana sanatoriya kurort, şəhər salma və kommunal mənzil şəraitinin inkişafı onun regionlarda təminat səviyyəsi, turizm fəaliyyəti üçün potensial şərait yaradır.

Təbii ki, bu potensial təsərrüfat formalarına mülkiyyət münasibətilərinə görə təsnifatlaşdırılır. İstifadə formasına və təsnifatı quruluşuna eyni resurs, bir sıra sahibkar turizm fəaliyyəti arasında bazar tələblərinə uyğun bölünür. Turizm məqsədi ilə istifadə olunan potensial heç də bütövlükdə hansı mülkiyyətçinin sərəncamında olmasını tələb eləmir. Ona görə də hüquqi şəxs kimi sahibkarlığın inkişafı, turist potensialından istifadə etmək hüququ qazanmaqla kommersiya fəaliyyəti kimi qurula bilər. 2004-cü ildə əhaliyə 7,2 mld. manat dəyərində 8428 turizm yollayışı blankı verilmişdir. Blanklardan 1099 ölkə daxilində, 7329-u isə ölkədən kənarında səyahət etmək üçün satılmışdır. 7 il ərzində ayrı-

ayrı ölkələrədən 11592 turist qəbul edilmiş və 17790 turist Azərbaycandan kənara göndərilmişdir. Ümumiyyətlə 2004-cü ildə 29382 turistə və ya 2003-cü ildəkindən 19,2 faiz çox xidmət göstərilmişdir. Respublika ərazisində 15354 nəfər xidmət göstərmiş və xidmətlərin 37,8% Bakı şəhərində 34,1% Xaçmaz rayonunda göstərilmişdir. Turistlərin 70,1 faiz qonaq evlərində və mehmanxanalarda, 18,7%-i rayonlarda istirahət evləri və sanatoriyalarda yerləşdirilmişdir.¹⁸

Statistik təhsildən görüldüyü kimi iqtisadi artımın yüksək tempi ilə yanaşı yüksəldilmək arasında hələ ki, müəyyən fərqlər və struktur uyğunluqlar mövcuddur. Belə ki, turizmin təşkilində bazar tipli inkişaf modelinə uyğun mülkiyyət mənbələri, turizmin iqtisadi rolu və onun iqtisadi və sosial inkişafda amil olaraq tədqiqi və onun rolunun artırılması məqsədi ilə proqnoz tədbirləri səmərəli turist fəaliyyətinin təşkili, həmçinin dövlətin vəzifələri, müvafiq icra orqanlarının funksiya və iqtisadi mexanizmlər vasitəsi ilə reallaşır. Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri iqtisadi və sosial inkişafın əsas istiqamətlərinə görə aparılır. Bu istiqamətləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar.

- turizmin inkişafında respublikadan aparılan və respublikaya gətirilən maliyyə resurslarının qiymətləndirilməsi, onun iqtisadi dövriyyədə, pul kütləsi və bazar mübadiləsində xüsusi çəkisinin ölçülməsi. Təbii ki, yüksək inkişaf səviyyəsində ölkə üçün, bu vəsaitin ümumi həcmi, pulun mübadiləsi, bank faizlərinin dəyişməsi və ölkənin turizmdən gələn gəlirlərini artır.

- turizmin inkişafı iqtisadi fəaliyyətin sahə və funksional strukturu olduğu üçün həmin sahə də sahibkarlıq inkişafı, əlavə kapital axınının yeni iş yerlərinin açılmasına cəlb edilməsi, hər bir regionun kompleks inkişafının tərkib hissəsi və perspektivi kimi progressiv sahə olaraq formalaşır.

¹⁸ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2003. səh 272

- turizm və biznes fəaliyyəti, turizm tələbatı üçün zəruri ilk istehsal və xidmət sferasının formalaşmasına, rəqabət mühütlü istehsal və infrastrukturunu inkişafına, və həmçinin əhalinin tərkibində turizm sahəsində işləyənlərin artmasına, turizmlə bağlı təhsil, səhiyyə, məişət və nəqliyyat infrastrukturunun formalaşmasına təsir edir.

- turizmin mədəni dəyərlər sisteminə daxil olması respublikanın ictimai-iqtisadi sosial mədəni sahələrinin, inkişafı haqqında dünya turist sisteminə daxil olmaq səyləri və dünya sivilizasiyası istifadə yollarının müəyyənləşdirir.

- turizmin iqtisadi və sosial amil olaraq inkişafı respublikada bank sisteminin, nəqdsiz haqq hesabları xarici vətəndaşları sığortalanması üçün sığorta tempinin, tranzit xidmət sferasının dünya standartlarına uyğun transformasiyasına gətirib çıxara bilər.

- respublikada Abşeron, Kuba, Xaçmaz, Gəncə, Zaqatala və Naxçıvan regionlarında turizmin inkişafı respublika daxili regionların kompleks inkişafını, onların sosial infrastrukturun sahələrinin genişlənməsi və xidmətin bazar tipli yeni tələblərə uyğun dəyişilməsi üçün şərait yaradır.

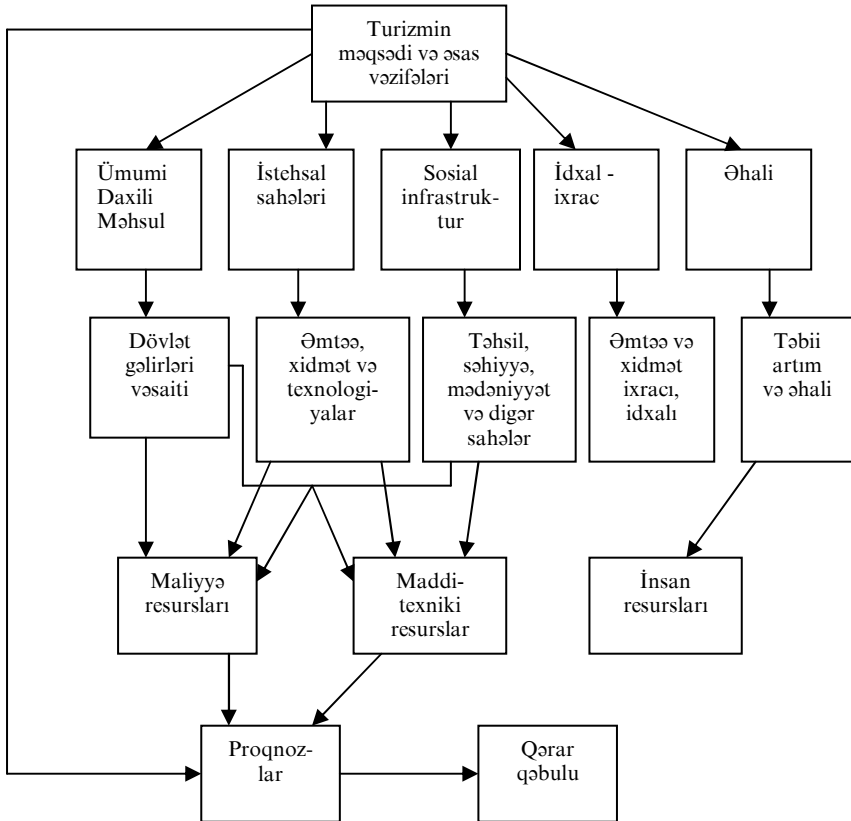
- turizmin sosial-iqtisadi mahiyyətinə uyğun olaraq təhsil, səhiyyə və digər xidmət sahələrinin inkişafına səbə olub, daha çox pullu xidmət sferasının genişlənməsinə şərait yaradır.

Bu istiqamətlər turizm inkişafı üçün aparılan islahatlar proqramlarının və resurs təminatlarının yeni, istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizmin sosial-iqtisadi inkişafın tərkib hissəsi kimi onun digər sahələrinə vahid sistem halında funksional əlaqələri məqsədli proqram metodologiyasına uyğun olaraq ierarxiya prinsipinə əsaslanır. Ərazi və sahə prinsiplərinə onun idarə edilməsinə vahid məqsəd və biri-birini əvəz edən resurslarının planlaşması və istifadəsinin bazar xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla aparılır. Turizm bazarı digər sahələrdən fərqli olaraq determinə olunmuş amil və parametrlərdir.

lərdən fərqli olaraq daha çox riskli və ictimai rəy nəticəsində formalaşması və inkişaf edən sahələrdir. Onun keyfiyyət göstəriciləri, bu sahə ilə bağlı olan bütün sahələrin keyfiyyəti və onların əhatə dairəsi ilə bağlıdır. Ona görə də turizm sferası insan axını ilə bağlı olduğu üçün insanların müxtəlif texnologiyaya yanaşmasında və qiymətləndirilməsində dünya standartlarına uyğun rəqabət mühitində davamlı və səmərəli inkişaf edə bilər. Ona görə də onun təşkili və inkişafı onun təşkili və inkişafı digər sahələrin parametrləri və resurslarına uyğun qurulmalıdır.

Turizm digər təsərrüfat sahələrindən fərqli olaraq onun maliyyələşdirilməsi, onun məhsulunun bazar tipinə uyğun olmasına bir sıra ekoloji təsirlər fəvqəladə hadisələr, terror və gözlənilməyən xətlər baş verərsə müştərilərinin itirilməsi ilə üzləşir. Ona görə də turizm bazarında, informasiyanın adekvatlığı reklam və həmçinin epidemioloji, tibbi arayışlar və digər sahələrin inkişaf səviyyəsi ilə sıxı əlaqəsidir. Turizm sahəsinin prioritetliyi aşağıdakı əhatədarlıqda ifadə olunur.



Sxem: Turizmin sahə əlaqələri və qarşılıqlı təsiri.

Sxemdən göründüyü kimi turizmin isarxiya strukturundan prioritetliyi tələbat və imkanların qarşılıqlı əlaqədə tarazlı və balans ifadəsi ilə mümkün olur.

Turizmin inkişafının təşkili, həmçinin proqnozlarında və perspektiv dünya proseslərində baş verən dinamik inkişaf və struktur dəyişmələr ilə mümkündür. Ona görə də təşkiliati quruluş kimi onun idarə edilməsi sahələr arası qipotezlər və problemlər ilə əlaqələndirir. Turizmin inkişafı sahə olaraq elmi tədqiqat, proqnoz resurslar mərkəzləri ilə baş

vərə bilir, həmçinin mülkiyyət münasibətlərindən asılı olmayaraq rəqabət mühütlü və davamlı inkişaf modeli, elastik olmaqla səmərəli və strateji prioritetlər əsasında məhdudiyətlər ilə tənzimlənir.

22.2. Turizmin tədqiqinin metodoloji əsasları

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun sahə funksional vəzifələri, bu sahənin tədqiqi sahələrini və uyğun metodiki aspektləri xüsusiləşdirir. Turizmin obyektinin əsas məqsədi və onun perspektiv əhəmiyyəti, bu sahənin tənzimlənməsi və idarə olunmasında nəzəri və metodoloji prinsipləri və uyğun tədqiqat sferasının formalaşdırır. İlkin mövcudu turizmin kompleks təminatı bu sahəyə olan tələbatla müəyyənləşir. Turizm təkcə turist tələbatı ilə deyil iqtisadi sahə kimi gəlir gətirən və bu niyyətlə turist tələbatının stimullaşdırmaq niyyətini güdür. Turizmin iqtisadi sahə kimi tədqiqinin əsas məqsədi onun səmərəlilik fəaliyyəti işçilərinin sayı və həmçinin bölgü və istehlak sferasında oynadığı rol və onun təsiri ilə formalaşan gəlirlər istehlak və səviyyələri ilə ölçülür. Turizmin iqtisadi məqsədi ilə yanaşı, onun sosial məqsədi və bazar tipli iqtisadi sistemdə kommersiya mənfəəti əldə etmək aspektləri prioritet istiqamətlərdir.

Turizmin kompleks təhlili və onun makrosəviyyəli və mikro göstəricilər ilə müəyyənləşir. Belə ki, turizm sahəsində ümumi səmərə onun ümumi daxili məhsulu artımında, məşğulluq səviyyəsini yüksəldilməsində, valyuta ehtiyatlarının və ölkədə əmtəə xidmət dövriyyəsində oynadığı rolla və yaxud iştirak payı ilə qiymətləndirilir.

Turizmin makroiqtisadi səmərəsi onun sahə kimi xərcləri və gəlirləri arasında nisbətə müəyyənləşir. Ümumi səmərə göstəricisi kimi xərclərin artımının təsir gücü ilə müəyyənləşir.

$$\alpha = \frac{\Delta C}{\Delta X} 100\%, \text{ gəlirlərin turizm sahəsində ölçülməsi onun}$$

əmtəlik məhsulunun və xidmətin real qiymətlərdə dəyər kəmiyyəti ilə ölçülür. Onun maddi-texniki bazası, əmək haqqı və dövlət büdcəsinə ödəmələr, investisiya xərcləri və sığorta ödəmələri daxil olmaqla «bütöv xərc» kimi nəzərdə tutulur. Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan hər bir hüquqi şəxsin və sahibkarlıqla məşğul olan fiziki şəxsin fərdi xərcləri onun mülkiyyətçi kimi statusundan və hüquqlarından xeyli asılıdır. Belə ki, icarə haqqı, humanitar öhdəliklər məcburi ödəmələr və yaxud mərkəzləşdirilmiş fond və vəsaitlərin ödəniş xərclərindən asılı olaraq xərclər subyektlər üzrə differensiallaşır. Ona görə də mikrosəviyyədə turizmin fəaliyyəti fərdi təşəbbüskarlıqda menecment idarəçiliyindən və həmçinin turizm obyektinin ərazi yerləşməsi, münbit şəraiti və aqlomerasiya effekt dəyişməsi təbii coğrafi mühitlə üstəlik gəlir əldə etmək imkanlarından asılıdır. Ona görə də turizmin yerləşməsi daha çox təbii amil olan sahələrdə inkişaf etdirilir. Təbii amillərin istifadəsi onun təkrar istehsalı üçün zəruri olan kapital qoyuluşu və xərc tələb edir. Ona görə də turizmin yerləşdiyi regionlarda həmin dövlətin daimi və keçmiş sahibi olan insanlar hüquqi şəxslər və yaxud region bütövlükdə bonus almalıdır.

Bonusun istifadəsi həm həmin sərəvətlərin təkrar istehsalına, yaxud region əhalisinin cari və perspektiv tələbatının ödənilməsi bağlı olmalıdır. Ona görə də turizmin inkişafının stimullaşdırılması yaxud, tarazlı bölgü siyasətini təmin etmək üçün gəlirlərin bir tipli bazar qiymətlərinə uyğun olaraq aqlomerasiya effekti kimi hüquqi şəxsə və yaxud ərazi büdcəsinə, verilməlidir.

Turizm məqsədi ilə istifadə olunan resurslar, mənəvi dəyərlər və həmçinin sosial infrastrukturu obyektləri və eyni mülkiyyətçiyə tabe olmaqla müxtəlif və təsərrüfatın təşkili forması üzrə tabelik prinsipləri üzərində qurulub. Məhz bu mülkiyyət forma və istifadəsinə görə müxtəlif turizm məqsə-

di ilə istifadə olunan obyektlərin vahid sistem haqqında birləşməsi onların maraq və resurslarının ödənilməsi və səmərəli istifadə edilməsi turizm gəlirlərinin idarəçilik prinsiplərindən xeyli asılıdır. Ona görə də turizmdə vahid idarəçilik ərazidə yerləşən bütün resursların inkişafı zamanı onların təkrar istehsalı üçün zəruri olan xərclərin təmin olunması ilə mümkündür. Bu da turizmin inkişafında iştirak edən bütün hüquqi və fiziki şəxslərin iştirak payı ilə onların mənfəət payı arasında tarazlıq və stimulların olması ilə təmin olunur.

Ona görə də turizmin inkişafı üçün tətbiq olunan üsul sistem baxımından məqsədli kompleks proqramlar əsasında baş verir vahid məqsədə çatmaq üçün iştirak edən bütün hüquqi şəxslərin və onların resurslarının istifadəsi nəticəsində həm səmərəsini yüksəltmək turizmin inteqral effekti kimi qəbul olunur.

$$\sum_i \sum_j \alpha_{ij} \cdot X_{j\mu} \text{---max}$$

$$\sum_k \sum_\mu X_{k\mu} = T_\mu$$

Burada α_{ij} - i hüquqi və fiziki şəxsin, j- resursunun istifadəsi $X_{j\mu}$ - R turist obyektində $j\mu$ -turist məhsulunun istehsalı kimi qəbul olunur. Formuladan görüldüyü kimi turizm səmərəsi inteqral olmaqla ayrı-ayrılıqda turist obyektlərinin hər birinin təsərrüfat vahidi kimi fəaliyyətinin təşkili və onun inteqral effekti formalaşmasında xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. Turizmin sahəsində səmərəlilik gətirilmiş məsrəflər və alınmış və məcmuu arasında nisbətə ölçülə bilər.

$$\Theta_s = \frac{\sum \sum x_{k\mu}}{\sum \sum S_{k\mu}}$$

Təbii ki, məsrəf modelinə uyğun olaraq gətirilmiş məsrəflər, hər bir növünün müəssisə və təşkilatda yaxud hüquqi və şəxsi kəmiyyətə onların orta məsrəf səviyyəsinə uyğun indeksləşdirilməsi ilə müəyyənləşir. Müxtəlif şəraitdə və müxtəlif idarəetmə təcrübəsində eyni nəticələr mümkün

olmadığı üçün həmin müəssisələrin aldığı nəticələr son nəticələr, orta şəraiti olan və normativ göstəricilərə gətirilmiş hüquqi və fiziki şəxslər məsrəf normasına uyğun indeksləşdirilir:

Turizmin təhlili və proqnozunun kompleks amilləri və region xüsusiyyətlərini, həmçinin ayrı-ayrı obyektlərin qarşılıqlı təsiri ilə aparılması tələbləri onun fəaliyyətində bütün funksional resursların balans modeli ilə təsviri və dinamikasının verilməsi mümkündür. Turizm öz məqsədlərinə görə fərqlənir. Ona görə də turizm fəaliyyətin kompleks qiymətləndirilməsi hər hansı eyni cins amillərin turizmin inkişafında rolunun qiymətləndirilməsi və bu qiymətə görə proqnozların verilməsi onun seçilməsi ilə baş vermişdir. Turizm fəaliyyətinin və turist bazarının seçilməsi seqmentləşməsi Supernova tərəfindən verilib.¹⁹ Bir sıra dərsləklərdə və təsviri ədəbiyyatlarda turizmin sistemləşməsini üç qrup faktorla aparılması məqsədə uyğun hesab edilir.²⁰

Coğrafi, sosial, psixoloji turist fəaliyyətinin seqmentlərinin qrupları onun məhsulunun seqmentləşməsində istifadə payını formalaşdırır. Belə ki, amillərin seqmenti ilə turist məhsulunun seqmentlərinə olan tələbat vektorların uyğunluğunu formalaşdırır. İstifadə olunmuş ədəbiyyat və Azərbaycanda turizm inkişafı üçün təsir edən region amillərin nəzərə almaq turist amillərini nəzərə almaq turist məhsuluna tələbatın seqmentləşməsi modeli aşağıdakı kimi vermək olar.

¹⁹ Супрунова.В., Туризм: «Эволюция структура маркетинга» стр. 22-30

²⁰ И.Т.Балабанов , А.И.Балабанова «Экономика туризма» Москва Финансовое статистика 2003. стр-176, səh.66-67

Turist məhsuluna tələbatının seqmentləşməsi.

Meyar	Tələbatın seqmentləşməsi
I coğrafi meyar	
Azərbaycanın coğrafiyası təbii sərvətləri, və turist səfərinin məqsədi	Respublikanın ayrı-ayrı regionlarına turistlər. Turistlərin yaşayış məkanı
II. Sosial meyarlar.	
1. yaş	30 yaş
2. cins	Yaş qrupları üzrə turizm
3. sənəti	
4. ailə başçısının peşəsi	
5. Turist məkanında	Cins üzrə turizm, peşə qrupları üzrə turizm, qarışıq turizm forması
6. Daimi yaşayanların sayı	Müxtəlif fəaliyyət növləri üzrə turizm
7. ailəvi turist	Cəmiyyətin müxtəlif qatlarına görə seqmentləşmə qruplar.
8. milliyəti	Böyük və kiçik şəhərlərdən turistlər, kənd turistləri uşaqların sayına görə qruplaşan turistlər.
9. dini mənsubiyyət, gəlirlərin səviyyəsi	Etnik qruplar üzrə turizm
	Dini turizm
	Sosial turizm
	Ekoloji turizm
	Baha olmayan turizm
III. Psixoloji meyarlar	
1. Səfərin motivi	Müalicə turizm İşgüzar turizm İdial turizm Tanışlıq turizm Kommunikasiya turizmi (məlumatlar mübadiləsi)
2. Turistlərin tip (psixoloji şəkil)	Müxtəlif təsnifatlar (Məsələn – g,f,--B-tipləri)
3. mövsüm	Əsas mövsümlər arası ilin ayları üzrə
4. Gedişin təşkili	Sərbəst turist şirkətlər üzrə

5. gedişin forması	Qrupp, fərdi
6. Nəqliyyat vasitələrinin istifadəsi	Avtomobil, təyyarə, veloviped
7. Yerləşmə vasitələrinin istifadəsi	Nəqliyyat növləri üzrə otel, motel və komitələr, xüsusi evlər və mənzillər başqa növ yerləşmələr.
8. Gedişin müddəti	Uzunmüddətli (1 gündən çox), qısa müddətli (2 gün), orta müddət (7-14 gün)
9. Turist məqsədinin uzaqlaşdırılması	Müxtəlif seqmentləşmə meyarları
10. Maliyyələşdirmə mənbələri	Sosial sığortalaşdırma. Ailə büdcəsi
11. Məsləhətlər və turist səfərlərində qərar qəbulunda or-taqlar	Turist agentləri, bürolar kütləvi informasiya mərkəzləri.

Turizmin seqmentləşməsi ayrı-ayrı əlamətlərin turizm məzmununun artımında dominant rol olmasının qiymətləndirilməsi nəzərdə tutulur. İstehlakçı kimi turistlərin axınının xarakteri, onun tənzimlənməsi üçün tədbirlər və mexanizmlərin hazırlanması ilə baş verir. Əgər ölkədən gedən turistlərin əsas vəzifəsi onun məqsədini dəyişməsi ilə baş verirsə, onda onun mhz turizm məqsədi ilə genişlənməsi üçün şəraitin yaradılması ilə baş verməlidir. Belə ki, turizm niyyəti ilə respublikadan gedənlərin qısa müddətli məqsədi mal almaq və onun respublika bazarında satılması üçün gətirilməsidir. Turizm bazarının əsas xüsusiyyəti onun kontingentlərinin subyektlərin, regionun və ölkənin maraqları və bu maraqların uzaqlaşmasına təsir edən obyektiv və tənzimlənən mexanizmlərin hazırlanması və tətbiqi ilə mümkündür. Turizmin motivi istehlakçının tələbatı və bu tələbatı formalaşdıran əsas məqsədlər təşkil edir. Turizmin motivinə bir sıra qrupp amillər təsir edir. Bu amillər iqtisadi durum reklam, turist sənayesinin vəziyyəti və turist olmuş insanların artımı, ictimai fikiri təşkil edir. Turizm tələbatının formalaşması amillərinin qruplaşdırılması metodiki baxımında

məqsəd əmələ gətirən amillər kimi hesab edirik. Amma məqsədlər bir-birinin formalaşmasında qarşılıqlı təsirdə olduğundan, amillərin məqsədlər arasında təsir gücünə, yaxud faydalığına görə bölgüsü meiodiki baxımından çətinlik törədir. Ümumiləşmiş formada bu amilləri: təsviri: regional iqtisadi və psixoloji amillərə görə qruplaşa bilər.

Turizmin inkişafında iqtisadi tələbat, kommersiya mənfəəti və onun əldə edilməsi üçün alternativ variantların seçilməsi və turist obyektlərinin regionlar üzrə yerləşməsinə optimallaşdırılması nəzərdə tutulur və turizm üçün amillər elə seçilir ki, onların təminatı və xərcləri minimuma endirilsin. Turizmin təşkili quruluşu onun planlaşması və idarə olunmasında onun spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq rəqabət mühitində özünü maliyyələşdirmə və ərazi maraqlarının ödənilməsinə yönəlir.

Turizm ilə məşğul olan hər bir sahibkar öz kapitalını turizm məqsədinə yönəldilməsində əldə etdiyi səmərə digər sahələrə yönəldilməkdən üstün olduqda baş verir. Əgər ərazidə alternativ məşğulluq nəticəsində yaxud bank sistemində faiz norması yüksək olarsa turizmə kapital qoyulması riskli bir sahədir. Amma turizm sahəsinin inteqral səmərəsi, onun çox şaxəliliyi, xalis istehsal və xidmət sahəsindən fərqlidir. Hər bir amilin təşkili inkişafı kompleks turist layihələrinin və proqramlarının yaradılmasına əlverişli mühit yaradır.

Tənzimlənən amillər mülkiyyətçilər və yaxud dövlət tərəfindən təzələnilir və əlavə vəsait qoyuluşu ilə mövcud standartlara uyğun yeniləşir. Təbii-iqlim amilləri, relyeflər, flora-fauna müəyyən növ turizmi üçün ixtisaslaşmış amillərdir. Ona görə də həmin amillərin kompleks qiymətləndirilməsi metodikası onun səmərəli istifadə yollarının əsaslandırılması metodikası əsas rol oynayır.

Kompleks qiymətləndirilməsi metodikası amillərin hər birinin turizm dövrüyəsində istifadəsi və onun səmərəliliyi ilə ölçülür. Belə ki, hər bir amildən asılılıq, statistik göstəricilərə uyğun olaraq elastiklik əmsalı ilə ölçülür. Elastiklik

təbii ki, digər amillərin təsirini də nəzərə almasadaən aparıcı amillərin son nəticəsinin 1% dəyişməsi ilə dəyişmə dinamikasını müəyyən edir. Metodiki baxımından turizm motivi onun son nəticəsi ilə amilləri arasında qanunauyğunluğun formasını və analitik ifadəsini formalaşdırır. Əgər amilləri x_1, x_2, \dots, x_n ilə işarə etsək onda turizmin məhsulunun artımını həmin amillərdən asılı olaraq

$y = a_1 x_1 + a_2 x_2 + \dots + a_n x_n$ ifadə edə bilərsiniz.

Haraya ki, x_1, x_2, x_n yuxarıda göstərilən amillərdir.

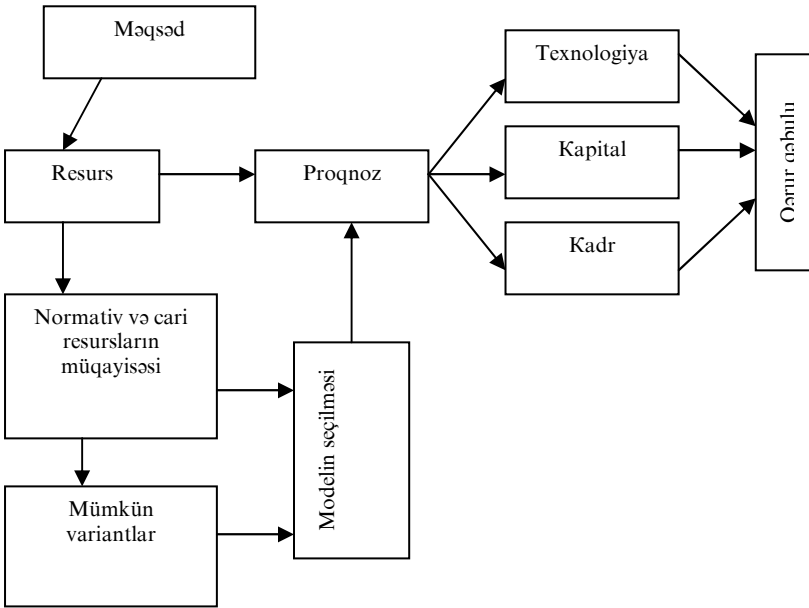
y - turizm məhsulunun artımıdır.

a_1, a_2, a_n – amillərin və son məhsul arasında olan elastiklik əmsəlidir.

Turizmin tədqiqinin kompleks yanaşma metodologiyası onun fəaliyyətinə və inkişafına təsir edən amillərin resurslarintəşkilatı hüquqi subyektlərin və yeni formalaşan təsərrüfat formalarının dinamikası kontesktində və prizmasında axtarılır. Bu baxımından məqsədli proqram metodları məqsəd resurs proqnoz və qərar qəbulu ardıcılığı ilə həyata keçirilməklə turizmin proqnozu hər bir tkrist motivi və turist seqmentləri üzrə müəyyənləşir və uyğun olan infrastruktura inkişafı müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafında sistemlik isarxiya üzrə təmin olur. Dünya öləkələrində əhalinin təbii artımı, onlarınyaş quruluşu və turist motivləri ölkəyə gələn turistlərin məqsədlərinə uyğun şəraitin yaradılması strategiyasını hazırlayır. Əgər biz bu sistemin ardıcılıqqa təsvir etsək məqsəd və resurs yanaşma proqnozlaşdırılmasının vəhdətdə həlli mümkün olur (sxem).

Sxemdən görüldüyü kimiturizm iqtisadi artımın tərkib hissəsi olmaqla yanaşı, iqtisadi və sosial inkişafın nəticəsi kimi resurslara texnologiya və kadrlara olan tələbat müəyyənləşdirilir. Təbiəti etibarı ilə riskli sfera kimi məqsədə nail olmaq üçün yeni texnologiyalar, standart xidmət və həmçinin kadr potenssialının pronqozu verilir. Turizmin inkişafında mövcud resursların, mövcud kommunikasiya, nəqliyyat və şəhər salma, ətraf mühüt və digər mikro mü-

hitin dəyişməsində əlavə vəsaitin tanılması, onların məqsədyönlü istifadəsinə nəzarət maliyyə və təşkilatı quruluşun icra mexanizmlərini qanunvericilik bazasının və mülkiyyət münasibətlərinin təklilləşdirilməsi metodlarının bazar tipli modelləri verilir.



Sxem. Turizmin proqnozunun metodoloji aspektləri.

Turizmin inkişafı üçün mikrosəviyyəli dövlət tədbirlərin ümumi iqtisadi artım dövlət gəlirləri və sahibkarlıq gəlirlərinin səmərəli istifadə yolu ilə mümkündür. Ona görə də hökumət səviyyəsində turizmin inkişafının məqsədli proqram sənədləri dövlətin turizmin inkişafında kompleks tədbirlərinin və onların reallaşmasının metodoloji əsasıdır.

Məqsədli proqram yolu ilə turizmin inkişafında alternativ qərar qəbulu, zəruri olan resursların və potensialın

cəlb olunmasının intensivliyini və spekterini müəyyənləşdirir. Turizm inkişafında təbii artım, əhali və ekoloji mühitdə baş verən dəyişmələri nəzərə alır. Təbii artım hər bir respublikada iqtisadi amilə yanaşı baş verən iqtisadiyyatda keyfiyyət dəyişmələri ilə mövcud olur. O, cümlədən meşə, dağ və iqlimin dəyişməsi adi amil olmaqla hər hansı növ turizmin cari ildə artımına və azalmasına səbəb olur.

Ona görə də turizmin təşkili aspektində kadr potensialı, reklam və həmçinin turist kimi respublikaya gəlmişlərin ictimai rəyi əsas roloynayır.

Azərbaycanda 1995-2003-cü illərdə iqtisadiyyatın bütün sahələrində dinamik inkişaf meyili və yüksək artım müşahidə olunduğu handa turizm dövryyəsinin nəticəsində olan məhsulun artımı ümumi iqtisadi artımından geri qalır. Bu disproporsiyanın əsas səbəblərindən ölkənin turizm üçün yararlı ərazilərinin erməni əsarəti altında olması və respublika rayonlarına səfərin qorxulu olması ilə əlaqəlidir. Şuşa, Ağdam, Kəlbəcər, Laçın, Qubadlı respublika daxili turizmüçün yararlı olsa da onların düşən əsarət altında olması həmin regionların ərazisinin turizm dövryyəsinə çoxalmasına səbəb olmuşdur. Həmçinin respublika haqqında Ermənilərin xarici ölkələrdə, o cümlədən Avropa və Amerikada lobbicilik yolu ilə respublika haqqında yönəldikləri yalan uydurmalar, respublikaya gələnlərin motivini dəyişir. Bu amil uzun sürən ətaətli amil olmaqla müəyyən zaman və reklam tədbirləri tələb edir. Turizm sahəsində məhz böhtançılıq, yalan sindromu rolu həmin sahənin inkişafını yox dərəcəsinə endirir.

Turizm potensialı təbii artım iqtisadi artım və həmçinin turizm haqqında informasiya dərinliyi və səmərəliliyi ilə ölçülür. Respublikanın ərazisi onun sənaye potensialı və həmçinin xarici ticarət dövryyəsi turist intensivliyinə və şəraitinə təsir edən mühüt olduğu üçün onun MDB məkanında mövqeyini qiymətləndirməklə müəyyən fikir görmək olur.

2004-cü ildə sosial iqtisadi göstəricilərin MDB ölkələri üzrə yekununda xüsusi çəkisi (cari qiymətlərlə)

Ərazi	Ümumi daxili məhsul	Sənaye məhsulu	Kənd təsərrüfatı məhsulu	Pərakəndə əmtəə dövriyyəsi	Satışın bütün kanallarında	Xarici ticarət dövriyyəsi	Ticarət dövriyyəsi
Azərbaycan	0,4	3,0	1,1	1,1	1,7	1,5	1,8
Ermənistan	0,1	1,1	0,5	0,2	1,1	0,6	0,5
Belarusiya	1,0	3,5	3,0	4,1	6,1	3,6	7,5
Gürcüstan	0,3	1,8	0,7	0,3	1,2	0,8	0,6
Qazağıstan	12,3	5,4	5,4	5,2	5,9	3,6	8,2
Qırğızıstan	0,9	1,8	0,3	0,2	1,6	0,5	0,4
Moldova	0,2	1,5	0,3	0,3	1,1	0,5	0,7
Rusiya	77,2	51,4	77,2	73,7	55,1	77,7	64,3
Tacikistan	0,7	2,4	0,3	0,2	0,8	0,7	0,6
Türkmənistan	2,2	1,6	1,0	-	-	-	-
Özbəkistan	2,0	3,0	1,6	1,5	5,4	1,9	-
Ukrayna	2,7	16,9	8,6	11,6	18,7	9,0	15,4

Azərbaycanın ərazisi onun xarici ticarət dövriyyəsinə görə xüsusi çəkisi onun turizm potensialına təsirini formalaşdırır. Bu gün turizmin motivində xüsusi nəticəsinə görə işgüzar turizm və qısa müddətli turizmin çox olması turistlərin ticarət məqsədi ilə artımını müəyyənləşdirir.

Turizmin tədqiqində səbəb və nəticə əlaqələri uyğun seçimlərin uyğunlaşması prinsipləri əsasında formalaşdırılır, belə ki, əhalinin təbii artımı onun yaş quruluşu və pensiyanın orta aylıq səviyyəsi, dövlətin turistlər üçün birdəfəlik müavinəti, yaxud pulsuz göndərişlər hər bir respublikada özünün kontingentlərinin fəallığını formalaşdırır. Azərbaycanda əhalinin təbii artımı tempi son altı ildə (1999-2005-cü illərdə) demək olar ki, dəyişmişdir. 0,8% təşkil edir. Əhalinin təbii artımı hər 1000 nəfərə 2002-2003-cü illərdə 8,0-10 nəfər təşkil edir. Bu isə 1990-cı ilə nisbətən 2,2 dəfə azalma deməkdir. Əhalinin potensialı turizm sahəsinə olan tələbatı

bir başa yox onların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, həyat tərzində mənəvi tələbatın rolunun artması və həmçinin dünya ölkələri arasında Azərbaycanda turizm üstünlükləri həaqqında informasiyanın yayılması və onların adekvatlığı ilə mümkün olur. Təbii sərvətlərlə zənginlik və onun turizm potensialı kimi qiymətləndirilməsi regionların kompleks inkişafının əsas istiqaməti ola bilər. Naxçıvan Muxtar Respublikasında təbii resursları onun iqtisadi zona kimi turizm bazasına²¹, Şəki, Zaqatala, Quba-Xaçmaz və Abşeron iqtisadi regionlarının təbii iqtisadi potensialı şəhər və kənd turizminin inkişafı üçün potensial bazasıdır.

Turizm potensialının qiymətləndirilməsi, iqtisadi potensialın turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi dərəcəsindən asılı olaraq renallaşdırılır. Turizm potensialı, həmçinin daima kəmiyyət və keyfiyyətə dəyişə bilən, daha çox kapital tutumlu bir sahədir. Onun inkişafına yönəldilən xərcin ödənilməsi imkanları digər əmtəə və xidmətdən fərqlidir. Çünki turizmin marketinq fəzasında istehlakçıların fizioloji tələbatından daha çox mənəvi tələbatının ödənilməsi baş verir. Ona görə də turizmdə istehlak seqmenti kimi ərzağın və müxtəlif reqresiya tədbirlərinin dəyişmə həddləri eyni deyil. Turistin hansı ölkədə gəlməsindən asılı olmayaraq onun ərzaq məhsullarına olan tələbatı müəyyən normativlətə uyğun ərazi çeşidində tam öyrənilir. Amma digər tələbat növləri daha geniş komfortabelli və müxtəlif idman və həmçinin mənəvi dəyərlərlə ödənildikdə onların dəyəri arta bilər bu da turizm məhsulunun dəyərində özünü tapı və onun qiymətindən yüksəlir.

Turizmin qiymətləndirilməsi onun xərc strukturunda baş verən qiymət dəyişmələri ilə bağlıdır. Belə ki, nəqliyyat qiymətləri, telefon danışmaları və digər xidmət növlərinin məhsullarının qiymətinin yüksək olması bütövlükdə onun

²¹ Əli Cabbarov «Kənd turizm inkişaf istiqamətləri və perspektivləri və ölkə iqtisadiyyatı» İqtisadiyyat və audit j. №11 2005 səh 14-18

rentabellik səviyyəsinə təsir edə bilər. Ona görə də azad bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymət subyekti onun tənzimlənməsi bütövlükdə turizmin qiymətinə təsir edir. Bahalı ölkələrdə turizmin xidmətinin qiyməti həmin ölkədə əməkhaqqı gəlirləri və həmçinin maddi və texniki məsrəflərə keçilən xərclər ilə müəyyənləşir.

Ona görə də ayrı-ayrı ölkələrin turizm sahəsində qiymət fərqi və əhalinin təşkilat səviyyəsindəki fərqlər bir ölkədən qazanılan pulun digər ölkələrdə ekvivalent istehlak nemətləri ilə özünün əksini tapmır.

Turizm bazarı rəqabət mühütlüdü özünün marketing planlaşması, tələbat sistemi müştəriləri və istehsalçılar ilə istehlakçılar arasında əlaqə və münasibətlər sistemi kimi məhdud çərçivədə deyil, keyfiyyətə dəyişən iqtisadi mexanizmdir. Turizm bazarında məcmuu tələbat, kommersiya mənfəəti və sosial tələbatı təmin edən məcmuu təkliflə tarazlaşır. Ona olan tələbatın dəyişməsi çox amil kimi mürəkkəb proses olduğu üçün strateji planlaşma meyarında onun ümumiləşmiş aqreqasiya olunmuş göstəriciləri əsas götürülür.

Turizm bazarının əsas elementləri məcmuu tələbat onun reallaşmasını təşkil edən turistlərin istehlak davranışdır.

Əlbəttə hər bir element turizm bazarında mövcud realılıqlarla yanaşı, planlaşma və idarəetmənin adekvatlığından cari və perspektiv planlaşmanın vəhdəti və optimal əlaqəsi ilə mümkündür. Strateji planlaşma ərazisinin imkanlarını nəzərə alaraq onların maksimal dövriyyəyə cəlb edilməsini tələb edir. Bu məqsədlə ərazidə turizmin perspektiv və dünyə standartlarına uyğun olan infrastrukturun sahələri onların layihələri üçün zəruri olan kapitalın əsas mənbələri tapılır. Təbii ki, açıq bazar iqtisadiyyatı və özəlləşmənin səmərəli təşkili və turist sahibkarlarının cəlb edilməsi yolu ilə bu infrastrukturun yaradılması mümkündür.

Ona görə də xarici investisiya yolu ilə turizmin inkişafı və axınını şərait yaradan iqtisadi mexanizmlər və onlara təminatın hüquqi və təşkilati bazası təmin olunmalıdır. Turist obyektlərinin tikilməsi və onun istifadəsi uzun müddətli istifadə üçün verilən obyektlərin məhz dayanıqlı inkişaf siyasəti və xarici kapitalın respublikaya turizm məqsədi ilə axını, torpaq, təbii və iqlim şəraitindən istifadə etmək hüququ, mülkiyyət və alqı-satqı mexanizmlərində dəqiq orientir olmaqla və kommertiya mənfətinin təmin edilməsi ilə həyata keçirilir respublikada torpaqların özəlləşdirilməsi, onun xarici vətəndaşlara istifadəyə verilməsitörpaq haqında qanunla və mülki məcəllə ilə tənzimlənir.²²

Turizmin təşkili və idarə edilməsi gəlirlərin bölgüsü, təbii sərvətlərin təkrar istehsalı üçün mülkiyyətçiyə və dövlətə keçirən haqlar ekoloci tarazlıq və digər təhlükəsizlik məsələləri milli qanunlar və standart tələblərə uyğun inkişaf mexanizmlərinə əsaslanır. Ona görə də xarici şirkətlərin respublikaya turizmin təşkili üçün investisiya qoyması və onların sonrakı uzun müddətli istifadəsi nisbətən daxili imkanlar hesabına fəaliyyəti nisbətən az ehtimallıdır. Turizmin inkişafında xaricə axının və respublikaya gələn turistlər arasında onların xərcləri və kapitalları arasında balans olması ölkə iqtisadiyyatının tarazlı inkişafına səbəb olur.

Turizmin inkişafında seqmentləşmə onun region və sahə üzrə ixtisaslaşmasını yaradır və turizmin proqnozlaşmasında ixtisaslaşma səviyyəsinin yüksəldilməsi, regionun məşğulluq və kompleks inkişafında müəyyən istiqamət üçün tədbirlərin səmərəsini artırır. Belə ki, regional bazar həmin regionun daxilində olan təbii resursların və həmçinin onun infrastruktur kompleksinin maksimal istifadə edilməsi yolları axtarılır. Regionun turist kompleksi, onun gəlirlərinin yerli gəlirlərdə toplanması, həmin regionun inkişafına stimul yaradır. Ərazinin marağı ilə sahə maraqları arasında

²² Mülki məcəllə Torpaq haqında qanun

optimal əlaqələrin təmin olunması turizmin inkişafında daha çox öz əksini tapır. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramı və yoxsulluğun ləğvi proqramı həmçinin 2006-2015-ci illər üçün yoxsulluğun ləğvi və davamlı inkişaf proqramında hər bir regionda turizmin inkişafı kompleks tədbirlərin reallaşmasında hüquqi və normativ baza ola bilər.

Turizmin inkişafında sahə və ərazi mənafeləri tətbiq olunan metod və modellər ilə təmin olunur.

Sahə mənafe olaraq turizm məhsulunun yaranmasında və onun xidmətinin istifadə olunmasında iştirak payı pullu xidmətlər kimi formalaşır. Belə ki, turizm sahəsinin məcmuu məhsulu sahələr arası yaxud segmentlərin iştirak payı ilə məcmuu xərc kimi qiymətləndirilə bilər.

$$\sum_i \sum_j a_{ij} x_{ij} \rightarrow \min$$

$$\sum_i a_{ij} = A_j$$

$$\sum_j a_{ij} = B_i$$

Burada, x_j – j turizm segmenti üzrə turizm məhsulunun ümumi həcmi, a_{ij} – i iqtisadi sahənin j turizm məhsulu üçün məsrəflərinin cari qiymətlərdə həcmi; A_j – bütövlükdə j sahəsi üçün bütün i sahələri üzrə ayrılı bilən imkanlar; B_i – bütün j məhsulları üzrə hər hansı i sahəsinin istehlak gücü və payı. Sahələrarası model olaraq turizmin inkişafı bir sıra dinamik dəyişmə xarakterindən asılıdır. Ona görə də turizmin inkişafı inteqral artım tempi, bütün sahələrin inkişafı və onların turizm üçün resurslarının istifadə perspektivi proqnozlaşdırılır. Turizmin inkişafında dövlət və qeyri-dövlət resurslarının, yaxud büdcələrinin həcmi və onların istifadəsinin əsas istiqamətləri nəzərə alınır. Turizmin inkişafı prioritet sahə kimi ölkə iqtisadiyyatının sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyasının tərkib hissəsidir. Ölkənin sosial-iqtisadi

inkişaf konsepsiyasında turizmin inkişafı üçün aşağıdakı məsələlərin həllinə baxılmalıdır.²³

- ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını təmin edən vəsaitlərdən biri kimi turizm resurslarının səmərəli istifadə edilməsi;

- daxili və ölkəyə gələn turistlər üçün lazımı şəraitin yaradılması;

- turizm sahəsində sahibkarlığı, o cümlədən KİV-ləri inkişaf etdirmək;

- rəqabətə davamlı turizm bazarının yaradılması, müvafiq xidmət sahələrinin, beynəlxalq standartlara uyğunlaşmasının təmin edilməsi və bu sahədə müasir marketinq strategiyasının formalaşdırılması;

- turizmin inkişafı məqsədi ilə daxili və xarici investorların cəlb edilməsi;

- ölkənin rayonlarında turist zonalarının və marşrutlarının təşkil edilməsi, həmçinin milli mehmanxana zəncirinin yaradılması;

- xarici və daxili KİV-də geniş miqyaslı reklam-informasiya kompaniyalarının təşkil olunması və turizm sahəsində yarmarka sərgi işinin inkişaf etdirilməsi.

Turizmin bu kompleks məsələləri bütövlükdə iqtisadi artım, səmərəli iqtisadiyyat və iqtisadi sabitliklə mümkündür.

Bu istiqamətlər ideal və ancaq mütləq qəbul olunan kimi baxılmamalıdır. Turizm üçün mühitin yaxşılaşması və transformasiyası üçün sahibkarlıq və mülkiyyət münasibətlərinin yeni mütərəqqi formaları yarana bilməlidir.

Turizmin inkişafında makroyanaşma və marketinq idarəçiliyi ierarxiya strukturunun seçilməsi, hər bir məqsəd funksiyasına uyğun resursların qruplaşdırılması və onların bir-birini əvəz etməsinin qorizontu verilə bilər. Turizmin inkişafında strateji planlaşma metodları, konseptual ya-

²³ Azərbaycan Respublikasının 2006-cı il Dövlət büdcəsi zərfi. I cild, Bakı, 2005. səh.1.

naşma və ümumiləşmiş göstəricilərlə təsviri modelin verilməsi ilə mümkündür. Azərbaycan Respublikasının iqtisadi artım xüsusiyyətləri, onun resurs potensialının istehlak seqmentləri və həmçinin əhalisinin sosial-demoqrafik xüsusiyyətləri ayrı-ayrı turist motivlərini əsaslandırmaq üçün nəzərə alınır. Azərbaycanda turizmin inkişafı, onun relyefi və iqlim şəraitinin müxtəlifliyi, təsərrüfat fəaliyyətinin iqlimdən, su, torpaq təchizatından asılı olaraq spesifik dəyişmə qanunauyğunluqları kəsb edir. Belə ki, qışlaq xarakterli regionlar dağ regionlarında istirahət etmək və təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olmağı, istehlak və həyat tərzində artımı formalaşdırırlar. Turizmin makrosəviyyəli potensialı məcmuu icimai məhsul, onların sahə quruluşu və ərazilərdə toplanan vəsaitlə qiymətləndirilir.

Cədvəl 22.4²⁴

Turizmin inkişafı üçün makroiqtisadi potensial

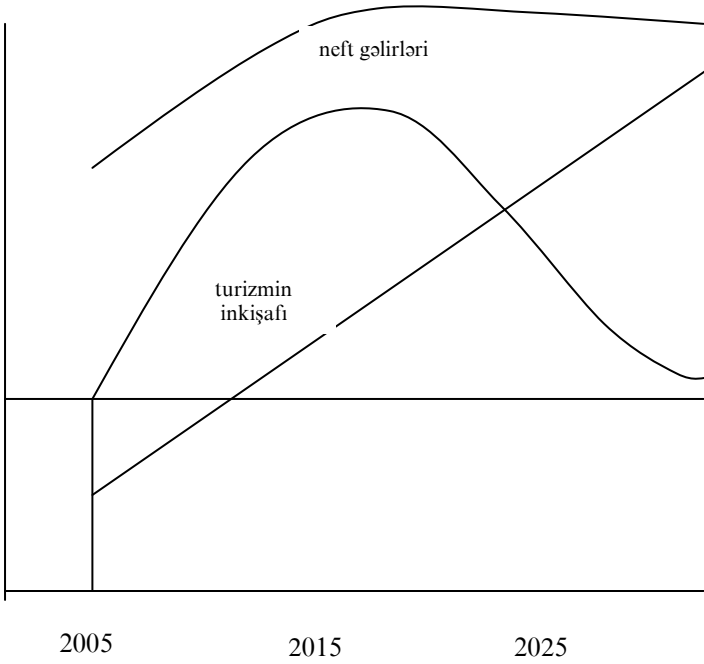
Göstəricilər	Ölçü vahidi	2004-cü il hesabat	2005 gözlənilən	2006 proqnoz	2007 proqnoz
Ümumi daxili məhsul (ÜDM)	Y.A.M. Mln.man.	8374,5	11900,0	14420,0	23000
Artım sürəti	%	110,2	120,0	130,5	107,4
Adam başına düşən ÜDM	Y.A.M. Mln.man.	1023,0	1441,5	1726,1	2683,3
ÜDM-un sahə strukturu					
Sənaye	Y.A.M. Mln.man.	3166,9	5753,6	7074,2	124691
Artım sürəti	%	104,0	136,9	146,7	105,9
Kənd təsərrüfatı	Y.A.M. Mln.man.	957,7	1134,2	1333,0	1954,2
Artım sürəti	%	104,6	110,1	111,9	110,5
Ticarət	Y.A.M. Mln.man.	617,9	806,0	1062,5	1667,0

²⁴ Cədvəl 2006-cı il Dövlət büdcəsi zərfi əsasında tərtib edilmişdir. I cild, səh.62.

Real artım sürəti	%	113,0	120,5	113,8	113,0
Nəqliyyat	Y.A.M. Mln.man.	588,9	643,1	759,0	1161,2
Artım sürəti	%	104,6	109,3	118,0	104,5
Rabitə	Y.A.M. Mln.man.	205,4	273,6	341,8	571,6
Artım sürəti	%	135,8	133,2	124,9	117,0
Sosial və qeyri-formal xidmətlər	Y.A.M. Mln.man.	10970,7	1189,2	11311,8	1821,0
Artım sürəti	%	104,6	109,8	106,6	110,0

Cədvəl materiallarından göründüyü kimi, ümumi daxili məhsulun artım sürəti müəyyən bir dövrə qədər sıçrayışla qalxdığı üçün onun turizm və digər prioritet sahələr üçün resurs imkanları artmalıdır. Əgər neft gəlirlərinin artım tempi konseptual olaraq artma, sonra azalma tempinə malik olursa, ümumi daxili məhsulun müntəzəm tempi təmin olunduğu şəraitdə digər tələbat növlərinin ödənilməsi ilə turizmin inkişaf tempi sürətlə artmalıdır. Nəzəri olaraq iqtisadiyyatın konseptual dəyişmə meyilini aşağıdakı kimi təsvir etməyi zəruri hesab edirik.

Ümumi daxili məhsul



Neft gəlirlərinin müəyyən həddə qədər azalması şəraitində turizm və onunla bağlı sahələrin gəlirləri hesabına Ümumi daxili məhsulun artım tempi təmin olunmuş ola bilər. Əlbəttə, hipotez ümumi meyilin dəyişmə ehtimalı üzərində qurulur və sonrakı iqtisadi siyasətin formalaşması və idarə edilməsi yollarını düşünmək və onun əsasını verməyi tələb edir. Bu gün iqtisadi artımın əsas hissəsi neft sektoru və həmçinin xidmət sferasının hesabına baş verir. Sənaye potensialının tərkibində artımın təmin edilməsi, sahələrin əsas fondlarını təmin edən avadanlıqları, elmi-texniki məhsulun və istehsal infrastrukturun artımı hesabına baş verməsi üçün sənaye potensialının özünün strukturunda mü-tərəqqi dəyişmələrin layihəsi işlənəməlidir.

Kənd təsərrüfatı potensialının artması, onun məhsullarının istehlak məqsədi ilə rolunun artması və ixracat üçün istifadəsi turizmin potensialını artırır. Respublikada kənd təsərrüfatı potensialının yüksək olmasına baxmayaraq, onun turizm dövrüyyəsi üçün hələ dövrüyyəyə cəlb edilməsi kifayət deyildir. Belə ki, kənd təsərrüfatının ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisi 8-10% təşkil edir ki, bu da fikrimizcə, turizmin inkişafının hələ ki, mövcud tələbata uyğun gəlmədiyini göstərir. Turizm sahəsini onu əsas formalaşdıran amil olan əhali və əhalinin istehlak strukturu ilə əlaqədə öyrənilməsi vacibdir. Əhali istehlakına təsir edən amil olaraq, onların gəlirləri, gəlirlərin artması ilə istehlakın bəzi növləri üzrə doyma halının yaxınlaşması, o cümlədən turizmin inkişafının mümkünlüyü meydana çıxmalıdır. Ona görə də respublika əhalisinin turist xidməti həmin əhalinin rifahı, tələbat dərəcəsinin öyrənilməsi və həmçinin sosial-demoqrafik strukturunda maddi təminat səviyyəsi ilə qiymətləndirilir. Turizm məhsulunun respublika və xarici ölkələrin əhalisi arasında istehlak həcmi və onun strukturu ilə bölgüsü, daxili və xarici tələbat üzrə turist müəssisələrinin təşkilinə şərait yaradır. Daha çox mehmanxana təsərrüfatı, ictimai iaşə, rekreatsiya obyektləri və həmçinin kommunikasiya təchizatının dünya standartlarına uyğunluğu əsas meyar kimi götürülür.

Turizmin sosial infrastrukturuları, ayrı-ayrı xidmət sahələrinin inkişafı ilə yanaşı onun maksimal tutumunu ödəmək üçün turist axınını təmin etmək vəzifəsi düşür. İqtisadi cəhətdən inkişaf etməmiş, coğrafi kommunikasiya, əhalinin rahatlığı olmayan ərazilərdə bu məqsədləri yerinə yetirmək ayrıca bir hüquqi şəxsin və dövlətin vəzifəsi deyil. Bu məqsədlər üçün şəhərsalma, şəhərdə ötürücü mexanizmlər, mənzil təminatı xüsusi ehtiyaclar üçün tikililərin olması, onların kompleks tələbatı üçün zəruri olan rekreatsiya mexanizmləri tələb olunur. Təbii ki, bu artıq məskunlaşmış ərazilər, mülkiyyətçiləri eyni olmayan obyektlər üçün çətin olur.

Turizmin məhz komfortluğu, texniki peşə olmaqla, çoxlu kapital tələb edən perspektivli sahə kimi, Bakı, Abşeron və Bakı ətrafı regionun kompleks dəyişməsinə tələb edir.

22.3. Turizmin Azərbaycanda inkişafının xüsusiyyətləri və əsas istiqamətləri

Hər bir regionun iqtisadi durumu onun məhsuldar qüvvələrinin ərazi və sahə quruluşu, yerləşməsi istifadə dərəcəsi son nəticədə bütün sosial sferanın və onun əsas göstəricisi olan rekreasiya tələbatını, turizm xidmətini müəyyən edir. Azərbaycanda mövcud coğrafi-iqtisadi potensial, transformasiya sürəti və bütövlükdə iqtisadi və təbii əhali artımı turizmin inkişafı üçün bazar xüsusiyyətlərinə uyğun amillər və nəticələr formalaşdırır. Respublikada əhalinin kənd yerlərində yaşaması, sahibkarlığın kənd yerlərində inkişafa zəruriyyəti turizm yolu ilə mümkünlüyü onun əsas obyektivliyini təmin edir. Regionların kompleks inkişafına turizmin təsiri qarşılıqlı əlaqədə həll edilir. Turizmin sahələrinin seçilməsi hər bir bölgə üçün potensiala uyğunlaşdırılır. Hansı turizm növünün səmərəliliyi çox meyarlı fəaliyyət və proqnozlara görə müəyyən edilir. Belə proqnozlardan mühümü sosial meyarlardır.

Turizm Azərbaycan əhalisi üçün son illərdə məskunlaşma və təbii, coğrafi şəraitin intensiv istifadəsi şəraitində daha aktual sahəyə çevrilmişdir. Məskunlaşmanın region prioritetliyi mövcud olan dövrlərdə kənd turizmin, yerli təbii-iqlim şəraitinə istifadə etmək daha geniş yer tutmuşdur. Əhalinin rifahının dəyişməsi onların bir sıra ənənəvi tələbatının ödənilməsi, yeni daha çox dünya qəyərlərinə uyğun tələbat növünün artmasına səbəb olur. Bu isə respublikada tarixi dövrlərdə müəyyən xüsusiyyətlərə özünü formalaşdırır. Belə ki, 1970-1980-cı illərdə mərkəzləşdirilmiş qaydada turizm subyetləri genişlənir, ümumi ittifaq göndərişlərlə vahid sistem halında hər bir ölkədə mövcud və

layihələndirilən turizm bazaları, ümumi ittifaq ehtiyacları üçün istifadə olunmaqla, onların maliyyələşdirilməsi və maddi-texniki bazasının yaradılması təmin olunur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində turizmin inkişafının yeni tip modelləri və əsas əlamətləri yaranır. Və bu əlamətlər müxtəlif ölkələrdə eyni həll olunmur. Onun region xüsusiyyətləri, bir-başa sahibkarlıq, biznes, maliyyələşdirmə xüsusiyyətləri ilə əlaqəli dəyişir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı onun formalaşması ətaləti daha çox psixoloji seqmentlərdən asılıdır. Turizmin inkişafı xarici turistlərin istifadəsi üçün layihələndirilməsi və proqnozlaşdırılması daha əməli və tez başa gələn transformasiya modeli olsa da, əhalinin turist xidməti üçün hazırlanması və onun şəraitinin yaxşılaşdırılması ətalətli və əhali arasında təbliğat işinin yeniləşməsi ilə baş verə bilər. Əhalinin turizm tələbatı, respublikada daimi yaşayanların və respublikaya gələnlərin ehtiyaclarını nəzərə almaqla reallaşdırılır. Turizmin Azərbaycan Respublikası əhalisi üçün genişlənməsi, əhalinin məşğulluğu, onların maddi rifahı və sosial-demoqrafik tərkibi ilə respublikada işləyən xarici vətəndaşların ümumi sayı onların həyat tərzinə uyğun turist elementlərinin seçilməsi ilə mümkündür. Turizmin respublikada spesifik xüsusiyyəti, ölkədə olan təbii vəsaitlərin iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi dərəcəsi və onların marketing quruluşunun dəyişilməsi ilə həmçinin, respublikada ənənəvi olan turist sənayesinin, milli nemətlərə olan arxitektura, əyləncə və mədəniyyət obyektlərinin milli xərcləri və Avropa ilə şərq sistemində formalaşmış xidmət və ictimai işə müəssisələrinin mövcud vəziyyəti və perspektivi ilə bağlı olaraq dərinləşir. Ona görə də miras qalmış ənənəvi teatr, mədəniyyət, incəsənət əsərlərinin yeni səpgidə qurulması, mənzil və məişət şəraitinin yüksək standartlara uyğunluğu və turist zövqünə uyğun dəyişdirilməsi psixoloji amil olaraq, onun inkişafına şərait yaradır.

Turizmin dinamikası, onun əsas istiqamətləri, respublika iqtisadiyyatında onun ictimai-siyasi, mədəni quruculuğuqda baş verən keyfiyyət dəyişmələri və dünya standartlarına uyğun təşkilati-iqtisadi tədbirlərin hazırlanması, həyata keçirilməsi ilə ölçülür.

Azərbaycan Respublikasının müstəqillik və dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası, neft strategiyası və beynəlxalq layihələrin respublikada aparıcı iqtisadi həlqəyə çevrilməsi turizmin zəruriliyi, onun subyektlərinin və istehlakçıların panaramasını dəyişdi. Turizmin bazar iqtisadiyyatı şəraitində yeni mülkiyyətçiləri, kapital və resurs təminatçıları, hüquqi və fiziki şəxs kimi turizm bazarında öz turizm məhsulu və onun istifadəsi kimi elementləri meydana çıxır. Ona görə də turizm sahəsində qərar qəbulu, planlaşma və tənzimləmə idarəetmə siyasəti sərbəst və bir sıra sosial, məqsədli və həmçinin qlobal və lokal meyarların əsasında inkişafı imkanları yaranır. Turizm artıq potensial şəraitdən iqtisadi və sosial dövriyyəyə cəlb olunan aktiv dövlət siyasətinin tərkib hissəsi kimi formalaşır və inkişaf edir.

Azərbaycanda turizmin təşkilatlanması 1920-ci ildən «proletar turizm» və «ekskursiyalar cəmiyyəti» adlanan ümumi ittifaq təşkilatı Bakı şöbəsi ilə başlayır. 1929-cü ildə Bakıda ümumittifaq «turist» səhmdar cəmiyyətinin Bakı şöbəsi fəaliyyətə başlayır. Bu şöbə ancaq xaricdən gələn qonaqları qəbul etməklə məşğul olur.²⁵

Turizmin inkişafı 1980-ci illərdə respublikada daha geniş vüsət almışdır. 1987-ci ildə respublikadan xarici ölkələrə 50 min, SSRİ-nin müxtəlif bölgələrindən isə 250 minə yaxın turist gəlmişdir. Turizm-ekskursiya bürolarının təşkil etdiyi ekskursiyalarda 2,5 mln. nəfərdən artıq adam iştirak etmişdir. Yalnız 1987-ci ildə respublikada 1800-dən artıq

²⁵Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətləndirmə şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri. Bakı, 2005. səh. 126,128

turist bölməsi yaradılmışdır. Həmin bölmələrdə 124 minə qədər adam məşğul olurdu.

Azərbaycan Respublikasının potensial şəraiti və onun bazar iqtisadiyyatına transformasiyası turizmin inkişafında özünəməxsus xüsusiyyətləri və marketinq planlaşması yaradır. Turizmin inkişafındakı konsolidasiya və həmçinin fərdikiçilik və təşəbbüskarlıq cəhdləri yaradır. Belə ki, respublikaya investisiya axınının ümumi həcmi, onun infrastruktur sferasına istiqamətlənməsi, böyük turist layihələri üçün əsas yaradır. Turizmin əsas sahibkarlıq şəraitində inkişafı, fərdi kapitalın bu sahəyə yönəldilməsinə, daha çox respublika daxili təbii sərvətlərin istifadəsi üçün istirahət və xidmət mərkəzlərinin yaradılması baş verir. torpaqların dövlət, bələdiyyə və əhaliyə paylanması nəticəsi olaraq bir sıra təbii cəhətdən əlverişli şəraiti olan regionlarda sahibkarlıq obyekti kimi turizm obyektləri inkişaf edir.

Turizm sferası insan zövğünə, insanın müəyyən ünvanlı ehtiyaclarını ödəmək üçün formalaşdığı və sahə, ərazi strukturuna malik olduğu üçün onun əməli və çevik dəyişdirilməsi ani halda baş vermir.

Belə ki, turizmin motivi respublikada əhalinin məşğulluğu, onun ailə daxili həyat tərzinin keçirilməsi ilə bağlıdır. Respublikada turizmin əsas motivi ticarət əlaqələri və işgüzar səfərlər təşkil edir. Bu gün Azərbaycan Respublikası xarici ticarət dövriyyəsdən hər məhsullara olan tələbatını ödəmək üçün idxaldan mühüm amil kimi istifadə edir. İdxal və ixracın baş verməsi mərkəzləşmiş formada yox ayrı-ayrı şirkətlərin və fiziki şəxslərin fəaliyyəti yükdaşıma və əhalidəyişmə fəaliyyəti ilə baş verir. Azərbaycanın idxalında əsas tərəflərin xüsusi çəkisi daxili bazarın formalaşmasında mulkiyyət formasından asılı olmayaraq, kommersion mənfəəti məqsədi ilə müxtəlif əlaqələr ilə gətirilən məhsulların xüsusi çəkisi birbaşa olmasa da dolayısı yolla turizmin rolunu açə bilir.

Azərbaycanın idxalında əsas tərəflərin xüsusi çəkisi

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2008
Rusiya	21,3	10,7	16,9	14,6	16,2	1700	18,8
Birləşmiş Krallıq	5,0	3,8	5,1	10,9	12	9,1	5,4
Qazaxıstan	4,9	7,0	9,0	5,3	6,7	7,4	11,3
Türkiyə	11,0	10,4	9,4	7,4	6,4	6,1	8,4
Almaniya	5,8	5,1	5,0	6,5	5,5	5,4	7,9
Ukrayna	3,1	2,7	4,8	4,5	4,8	4,1	6,7
Niderland	1,6	0,9	1,0	1,7	4,3	4,1	6,7
Çin	2,0	2,9	3,1	3,5	4,1	3,4	3,7
Birləşmiş Ştatlar	8,9	16,1	5,9	5,0	3,8	1,7	5,2
Yaponiya	1,4	4,7	2,9	3,9	3,6	2,3	2,8
Malaziya	0,2	0,2	0,3	3,9	3,6	2,2	2,6

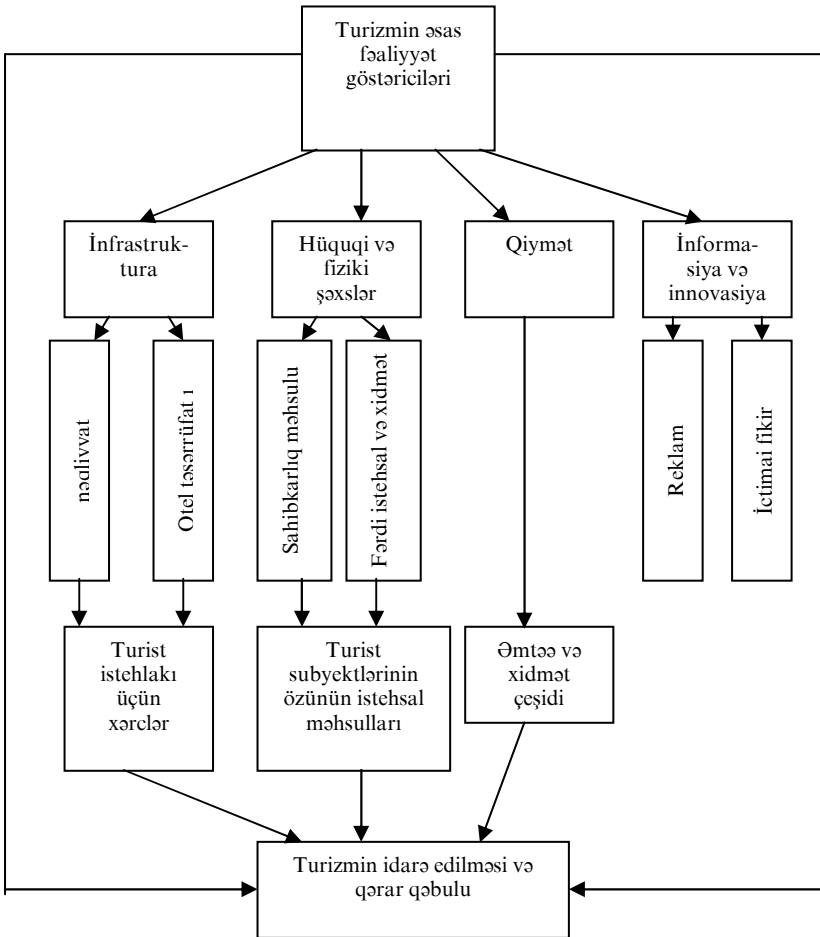
İdxal və ixracın strukturu ölkə daxili iqtisadi potensialın və həmçinin istehsal həcmnin artması ilə əhalinin həyat səviyyəsinə, onun istehlak potensialına təsir edir. Zəruri məhsullara tələbatını ödəməklə, turist məhsullarına o cümlədən, turist niyyəti ilə gedib, özünün ailəsi və xırda biznes üçün əmtəə alıb, sonradan onun daxili bazarında satılması ilə məşğulluğu artırır.

Dini turizm respublikada ənənəvi hall alıb hər il respublikadan minlərlə adam Həcc, Kərbala və Məşədi ziyarətinə getməklə adam başına 2000-3000 ABŞ dollarına qədər xərc çəkirlər. Bu insanların xərcləri hesabına respublikaya gətirilən dini hədiyyələr, əhsan üçün kəsilən qurbanlar və digər xidmət növləri turizmin Azərbaycan üçün xarakterik motividir. Bu xidmətləri təşkil etmək üçün müxtəlif təşkilatlar bu işlə məşğul olur. Əlbəttə, rəqabət mühiti turist xidmətini təşkil etmək üçün biznes fəaliyyətində bütün şirkətlər və dövlət orqanları arasında bərabər

²⁶ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2005. səh.718.

mühitin yaradılmasını tələb edir. Daşıma, saxnalma xərclərinin aşağı salınması, turistlərin təhlükəsizliyi və digər problemlərinin maksimal və səmərəli təşkili yolu ilə daha çox müştəri başına toplamaq niyyəti əsas fəaliyyət mexanizmidir.

İdxal və ixracın invetsiv artımı, həmin ölkələrin əmtəə və xidmətinə yerli əhalinin tələbatının və konkret tələbinin nəticəsi olaraq inkişaf edir. Belə ki, respublikadan sağlamlıq və istirahət məqsədi ilə Rusiyaya, o cümlədən, Şimali Qafqaza Azərbaycan əhalisinin küiləvi axını baş verir. Məhz mineral sular, müalicə müəssisələrinə ildə 100 minə yaxın əhalinin getməsi respublikanın pul vəsaitinin axmasına səbəb olur. İqtisadi təhlil göstərir ki, iqtisadiyyatın inkişafı ilə yanaşı Şimali Qafqaz regionuna müalicə məqsədi ilə gedənlərin sayı artır. Onların tərkibində iş adamlarının, biznes fəaliyyəti ilə məşğul olanların xüsusi çəkisi daha sürətlə artır. Turizmin inkişafı respublikada hər bir infrastruktur mühiti ilə uyğunlaşır. Tabelik xüsusiyyətindən asılı olmayaraq respublikada nəqliyyat potensialı, əhali və yükdaşımaların yüksək təminatı və rahatlığı, ölkə iqtisadiyyatının inkişafı, onun kompleks xidmət obyektı kimi bütün fiziki və mədəni ehtiyacların ödənilməsi şəraitinin olması turizm üçün potensial sayıla bilər. Ona görə də vahid məqsəd ətrafında turizm dövriyyəsinə cəlb olunan bütün obyektlərin kompleks vəhdəti onun sahə və funksional vəzifəsini turizmin keyfiyyətinə, həmçinin idarə olunmasında vəzifələr müəyyənləşdirir.



Sxem. Turizmin formalaşması xüsusiyyətlərinin əsas istiqamətləri.

Respublikada yuxarıdakı göstərilən funksional vəzifələri reallaşdıran, sahibkarlıq fəaliyyətinin və mexanizmlərin respublikada və regionlarda özünəməxsus xüsusiyyətləri formalaşır. Belə ki, hüquqi və fiziki şəxslər kimi sahib-

karlıq fəaliyyəti, qeyri-dövlət maliyyə imkanlarını genişləndirmək üçün turizm məqsədi ilə maliyyə resurslarını təmin etmək üçün kredit ittifaqları yaradır. Xarici şirkətlər birbaşa əlaqəyə girib, müştərək, yaxud uzunmüddətli kredit qoyuluşu ilə təsərrüfat formaları yaradırlar. Yerli əhali üçün turizmin inkişafında fərdi kapitalın daha çox əhaliyə xidmət edən obyektlərin layihələşdirilməsinə və istifadəsi üçün şəraitin yaradılmasına yönəldilir. Sxemdə göstərilən hər bir fəaliyyət növü dairəsi və mexanizmləri menecment sahəsi kimi və qərar qəbullarının səmərəli təşkili formasında baş verir. Turizmin informasiya bazarı onun fəaliyyəti haqqında məlumatların və reklamın səmərəli təşkili ilə baş verir.

Turizm kompleks fəaliyyət göstərən sahibkarlıq fəaliyyəti dairəsinin tərəfi ola bilər. Ona görə də sahibkarlığın özünün turizmi təmin edən digər sahələrin inkişafına kompleks yanaşması xərclərin azalmasına və ərazinin bütövlükdə sosial problemlərin həllinə şərait yaradır. Bu kompleksdə daha aparıcı növü rolunu nəqliyyat sferası oynayır. Turizm fəaliyyətinin əsas potensial təminatı, daşımaların təhlükəsizliyi, onların komfortu və həmçinin nəqliyyat xidmətində çəkilən xərclər təşkil edir. Respublikada beynəlxalq turist daşımaları, turistlərin nəqliyyat növünün seçilməsində onların seçimini müəyyənləşdirir.

Beynəlxalq turist daşımaları (min nəfər)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2008
Azərbaycana gələn vətəndaşların sayı, cəmi	306	483	602	681	762	783	1066	1192	4061,3
O cümlədən nəqliyyat növü üzrə									
Avtomobil	17	14	37	19,1	21,5	15,6	6,5	6,2	2092,1
Dəmiryol	-	2	-	2,7	4,6	-	36,8	-	686,1
Hava nəqliyyatı	286	466	864	687,7	732,7	763,7	1012,7	1190,8	1241,8
Su nəqliyyatı	-	3	1	1	1,3	2,2	1,7	10,0	41,2
Xaricə gedən vətəndaşların sayı	654	1146	1204	1326	1130	1131	1376	1473	1898,9
O cümlədən									
Avtomobil	25	29	21	33,1	22,6	10,8	6	6,6	989,3
Dəmiryol	1	4	1	4	4,5	15,4	2,3	3,2	322,8
Hava nəqliyyatı	612	1078	1155	1249	1074	1072	1316,3	1421,0	670,2
Su nəqliyyatı	16	35	27	39,9	28,7	42,6	51,3	42,2	26,0

Cədvəldən göründüyü kimi, turist daşımaları üçün daha çox güc hava nəqliyyatının payına düşür. Hava nəqliyyatının əlverişliyi respublikada hava nəqliyyatının formalaşan bazası ilə əlaqəlidir. Respublikada beynəlxalq standartlara uyğun hava limanın olması, hava nəqliyyatı üçün yaradılan beynəlxalq prinsiplərə uyğun xidmət sferası, sərnişinlərin qəbulu və onların uçuşu üçün təhlükəsizlik öhdəlikləri hava nəqliyyatının turizm üçün istehlakçı seçimi kimi əhəmiyyətini artırır. Beynəlxalq turist daşımaları üçün Azərbaycan hava məkanı, həmçinin tranzit rolunu da oynaya bilər. Belə ki, Azərbaycanın beynəlxalq hava limanı Avropadan uçan turistlərin qəbulu, şərqə və şərqdən gələn turistlərin Avropaya ötürülməsi yolu ilə əlavə tranzit haqları ala bilər.

Bu gün İsrailə, Birləşmiş Ərəb Respublikalarına, Çin, Əfqanıstan, Pakistan ölkələrinə uçmaq üçün Azərbaycanın hər bir bölgəsində beynəlxalq hava xətlərini artırmaq və Azərbaycanda beynəlxalq statusu olan Bakı və Naxçıvan hava limanlarından istifadə etmək daha əlverişlidir. Azərbaycanın dəniz nəqliyyatı, formalaşmış tərsahələrin sayı, cəmi təsərrüfatı, onun turizm məqsədi ilə istifadəsi və icariyyə veriləməsi üçün əhəmiyyətli sahədir. Respublikada formalaşmış gəmiçilik sahəsi əhalinin daşınması üçün az istifadə olunur. Daha çox əhalinin daşınmasında istifadə olunan avtomobil nəqliyyatının perspektiv istiqamətləri daha mütərəqqi nəqliyyat növü olaraq qalır. Azərbaycanda formalaşmış iqtisadi potensial, həmçinin bütövlükdə iqtisadi inkişafın ərazi və sahə strukturunun təkmilləşməsi pul-kredit siyasəti və həmçinin sahibkarlığa dəstək proqramlarının sosial iqtisadi nəticələri kəsb edir. Ölkədə baş verən artım dinamikası, sahibkarlıqda rəqabət mühitinin yaranması və sahibkarlığa dövlət himayəsinin, büdcə və digər maliyyə qurumları vasitəsi ilə dəstək proqramı sahibkarlığın inkişafına səbəb olacaqdır.

Sahibkarlığın regional strukturu və dövlətin büdcə vəsaiti ilə ayırdığı sahibkarlığa kömək fondu və müəssisə təşkilatların xüsusi vəsaitləri hesabına turizm sahəsində sahibkarlıq və yaxud sahibkarlığın daxilində turizm xidmətinin genişlənməsi formaları ilə ərazi iqtisadi potensialının turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi prosesi genişlənilir.

Azərbaycanda sahibkarlığın xüsusiyyətləri turizmin xüsusiyyətlərini yaradır. Bu xüsusiyyətlər ayrı-ayrı regionlarda turizmin inkişafı üçün zəruri olan resurs potensialının və həmçinin turizm bazarında əsas tələbin bu günkü vəziyyəti və turistlərin gəlmə perspektivinin qiymətləndirilməsi və proqnozu ilə mümkündür. Hər bir sahibkar xarici turistlərin tələbinə uyğun restruktizasiya prosesinə başladığında risk etməklə öz kapitalının verəcəyi səmərənin uzunmüddətli olacağını düşünür.

dətli turist axınına bir sıra xarici amillərdən asılılığını nəzərə almaqla reallaşdırır.

Respublikada ərazi üzrə yerləşməsi turizmin perspektiv inkişafında disproporsiyaların aradan qalxmasına uzunmüddət təsir edə bilməz. Belə ki, daha çox Abşeron və Bakı iqtisadi zonasında sahibkarlığın inkişafı bu regionda olan otel təsərrüfatı, kommunikasiya xidmətləri, rekriasiya obyektləri, turizmin inkişafı üçün formal potensial ölçüdü üçün onun regionlarda təşkili və inkişafı əlavə kapital məsrəflərinə və həmçinin maliyyə-kredit siyasətinin regionlarla reallaşmasına şərait yaradır.

İslahatlar şəraitində sahibkarlığın turizmin inkişafında rolu, yeni yaradılan təsərrüfatçılıq mexanizmləri, bu sahəyə qoyulan kapitalın stimullaşdırılması, xarici investisiyaların turizmə yönəldilməsi dövlətin büdcə vəsaiti ilə təminatçılığı, yəni onun riskinə təminat verilməsi və həmçinin əhali turizmin inkişafı üçün vəsaitlərinin kredit ittifaqlarında yığılması və istifadəsi yolu ilə mümkündür. Azərbaycanda turizmin inkişafı milli sahibkarlıq obyekti kimi ənənəvi sahə olub öz statusunu almamışdır. Bu da respublikada xidmət sferasının həmişə geri qalması, mərkəzləşdirilmiş fondlar hesabına Azərbaycanda sosial obyektlərin turist bazalarının və həmçinin SSRİ əhalisi üçün birgə istifadə olunan turist müəssisələrinin az tikilməsi ilə baş vermişdir. Ona görə də turizmin Azərbaycan üçün əsaslandırılması vaxt amili baxımından uzun müddət və istehlakın həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi və investisiyaların səmərəli istifadə edilməsi yolu ilə mümkün olmasıdır. Ona görə də turizmin inkişafı modeli respublikada özünəməxsus xüsusiyyətlər kəsb etdiyi kimi müəyyən üstünlük amilləri və prioritetləri də kəsb edir. Hər şeydən əvvəl təbii ehtiyatlar, iqlim şəraiti coğrafi amil və kommunikasiya və əmək ehtiyatları potensialı turizmin inkişafı üçün xərclərin strukturunda istehsal xərclərinin az olmasına və turist gəlirlərinin artırılmasına şərait yaradır. Digər tərəfdən turizmin təşkilində əhalinin işsiz poten-

sialının işlə təmin olunması və həmçinin dağ regionlarının məskunlaşmasını təmin etmək baxımından respublikada bu sahənin zəruriliyi artır. Respublikada neft gəlirləri, ehtiyat fondu, ayrı-ayrı sahibkarların maliyyə imkanları və həmçinin xarici borcların hələ ki, aşağı olması maliyyə resurslarının turizm üçün istifadəsinə şərait yaradır. Bu gün köklü islahatlar və bazar münasibətlərinə uyğun istehsalın və xidmətin strukturunda köklü dəyişmələr etmək istəyiriksə, onda turizmin iqtisadi artımda rolu ən azı sənaye (neft-qaz) və tikinti səviyyəsinə çatmalıdır. Məhz struktur amil olaraq turizmin inkişafı həm iqtisadi artımla, həm də istehlak davranışında öz əksini tapmalıdır.

$$\sum_i \sum_j S_{ij} = \dot{U}DM$$

$$\sum_i S_{ik} = 1$$

Burada, S_{ij} – j sahəsinin i məhsulunun miqdarı;

S_{ik} – i sahəsində k istehlakın xüsusi çəkisi.

Turizm sənayesi turist kompleksinin formalaşmasından asılı olaraq və həmçinin turistlərin artımı ilə öz məhsulunu və onun çeşidini formalaşdıran sahədir. Turist sənayesi bütövlükdə respublikada sənayenin inkişafı ilə yanaşı, məişət və tarixi obyektləri, mədəni irsi özündə əks etdirən marketinq quruluşuna malikdir. Turizmin inkişafında həmçinin əl əməyinə əsaslanan, ancaq dəyəri yüksək olan məşğuliyyət növü mövcuddur və bu sahə tarixi ənənə, milli geyimlər, milli əşyalar və həmçinin bahalı zinət əşyaları məişət şeyləri istehsal etməklə və onların xarici və gedən turistlərə satmaqla əldə gəlir etmək və respublikada məşğulluğu təmin etmək mümkündür. Respublikada məşğulluq və sahibkarlığın geniş və özünəməxsus formaları turizmin inkişafı ilə bağlıdır. Əhalinin məşğulluğu, əl əməyindən istifadə, daha çox qadın əməyinə və həmçinin ev təsərrüfatının inkişafı üçün turizmin inkişafı əhəmiyyət kəsb edir. Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslərin ev

təsərrüfatında istehsal və xidmət fəaliyyəti turizm sifarişi əsasında qurula bilər. Həmçinin turistlərin respublikanın ayrı-ayrı regionlarına səfəri həmin regionlarda ictimai müəssisələrin, yeməxanaların fəaliyyəti ilə məşğulluğu artırır. Bu da Azərbaycan mətbəxinin, onun hazırladığı məhsulların dünya bazarında reklamını təmin edir. Belə ki, İsmayilli rayonunda, bir sıra duluçuluq məhsulları, toxunma əşyaları, Şəki şirniyyatı, yaxud qoz, fendiqlə hazırlanmış məhsullar, Qubada yeməxanada hazırlanan xörəklərin sifarişi, meyvə şirələri, mineral sular, təbii otlardan hazırlanan çay dəzğahlar turizmin inkişafı ilə əhalinin işlə təmin olunması və onların ev təsərrüfatının məhsullarının satılması üçün əsas baza yaradır.

Turizmin respublikada inkişafı xüsusiyyətləri respublika əhalisinin məşğulluq strukturu və ailə tərkibində yaş quruluşuna uyğun əlverişli mühitə malikdir. Hər şeydən əvvəl əhalinin 1,3 mln. nəfərinin pensiya yaşında olması, kənd yerlərində fərdi təsərrüfatın istehsal strukturunda aparıcı rol oynaması və bir sıra regionlarda turistlərin təminində formalaşmış ənənə sonrakı inkişaf üçün əsas yaradır.

Bu gün respublikada təbii iqlim mühiti turizm üçün əhəmiyyətli olan regionların çox hissəsinin erməni əsarətində olduğu və bəzi sərhəd regionlarında minalanma və atəş altında turizmin maddi-texniki bazasının yaradılmasında biznes fəaliyyətinin yüksək artımını ləngidir. Hətta bəzi regionlarda qaçqınların və əhalinin güzaranının pislənməsi turizmin axınına psixoloji amil kimi təmin edir. Ona görə də kiçik və orta sahibkarlığın turist fəaliyyətinə, o cümlədən daxili potensialın turist sənayesi və istehlakına yönəldilməsi faktiki olaraq zəif istifadə olunur. Respublikada yaradılmış tikinti kompleksi, ictimai iaşə müəssisələri, kifayət qədər geniş turist qəbulu üçün xeyli inkişaf etmişdir. Belə ki, indi respublikada mehmanxana təsərrüfatı, fərdi evlər, mənzillər, bağlar, dənizkənarı parklar, habelə qazanc əldə etmək üçün icarəyə verilən şadlıq evləri, restoranlar,

kafelər və digər istehlak istirahət və işləmək üçün kirayə verilən xidmət sferası formalaşır. Bu sfera əhalinin məşğulluğu və fərdi gəlirlərin artmasına şərait yaradır. Xarici şirkətlərlə işləyənlərin, xüsusi evlərin kirayə götürməklə, yaxud bir neçə günlüyə respublika regionlarına turist kimi səfər etməklə, yerli əhalinin fərdi qaydada yaratdığı rekreasiya obyektlərindən istifadə edirlər. Məhz yerli əhalinin fərdi qaydada bu xidmət növü ilə məşğul olması, fiziki şəxs kimi onun sahibkarlığının daha rəqəbət mühiti şəraitində genişlənməsi və regionun maliyyə resurslarının artımına səbəb olur. Qeyri-dövlət maliyyə sektorun fəaliyyəti, yeni maliyyə qurumlarının yaranması, fiziki və hüquqi şəxslərin maliyyə imkanlarının turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi daha əməli və tezliklə özünün xərclərini ödəyən sahədir. Respublikada mənzil tikintisinin artımı, həmin mənzillərin kirayə verilməsi üçün şərait yaradır. Turizm inkişafı ilə respublikaya əmtəə-pul və kredit münasibətlərinin və dövryyədə olan pulun miqdarını artırmağa, məcmu tələblə məcmu təklifin kəmiyyət və keyfiyyət strukturunun dəyişməsinə səbəb olur. İnkişaf etmiş turizm ölkələrinin müşahidə yolu və statistik göstəriciləri göstərir ki, turizm obyektləri həç də mövsümü xarakter daşmır və bununla daimi iş yerləri və mövsümü xarakterli işlər üçün yeni iş yerləri açılır. Xarici ölkələrdən iş qüvvəsinin axını ilə onların istehlakının formalaşması respublikaya gələn pulun respublikada qalmasına səbəb olur. Ona görə də turizm ilə bağlı və yaxud yeni iş yerləri ilə bağlı işçilərin əməkhaqqısı və gəlirləri, həmin iş yerlərinin açılması ölkədə fərdi xərclərə yaxud yığım vasitəsi kimi istifadə edilirsə, onda bu ölkənin hesabına gələn gəlirlər bu ölkə daxilində xərc strukturunun formalaşmasına, bu da öz növbəsində yeni inkişafa səbəb olur. Beləliklə, məcmu tələbat və məcmu təklif turizm hesabına artır, ölkə də iqtisadi artım meyilləri və dünya ölkələrinə müqayisədə qazanılan pulun reallaşma bazarı və məkanı formalaşır. Belə ki, dünya ticarət ittifaqlarına

girmək niyyəti məhz bazarının genişlənməsi məqsədini güdür. Türkiyə Cumhuriyyəti turizm bazası və ticarət məkanı olduğu üçün onun Avropa İqtisadi Birliyinə daxil olması, onun iqtisadi imkanlarını artıracaq, ölkəyə gətirilən pul kütləsinin respublikaya gələn hesabına yüksəltmək, həmçinin dünya bazarında ölkənin istehlak tələbatının ödəyən ixracat potensialını artıracaq. Ölkənin turist məqsədləri ilə transformasiyasının əsas istiqaməti qeyri-dövlət maliyyə resurslarının turist dövriyyəsinə cəlb edilməsinə stimül yaratmaqdır. Bu təbii ki, turizmin inkişafı ilə məşğul olan kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti üçün zəruri olan resursların, o cümlədən, kapital və investisiyanın təşviqi üçün dövlət proqramının tərtibi və istifadəsinə nəzarət mexanizminin yaradılması yolu ilə mümkündür. Dövlətin himayəçilik fəaliyyətinin əsas istiqaməti olan yoxsulluğun ləğvi proqramı və davamlı inkişaf layihəsi (2006-2015-ci illər çərçivəsində) regionlarda turizmin inkişafı üçün Dövlət büdcəsinin, kredit resurslarının və xarici borcların istifadəsi və ehtiyatların idarə olunmasında turizmin inkişafının prioritetliyi təmin olunmalıdır. Ona görə də respublikada formalaşan maliyyə resurslarının istifadəsi üçün səmərəli sahə olaraq turizmin inkişafına yönəldilən üsullar, proqramlar və tədbirlər mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Digər sahələrdən fərqli olaraq turizmin inkişafı mərhələ-mərhələ və bazar tələbini nəzərə alaraq strateji planlaşma obyektinə olsa da marketing planlaşmasının obyektinə kimi qurulmalıdır. Çünki daxili sabitlik, dünya ölkələrinin münasibəti, lobbicilik dəstəyi və həmçinin yerli Azərbaycanlıların öz respublikalarının turist imkanlarından istifadə etmək səyi turizmin inkişafı üçün elmi proqnozlarla müəyyən olmalıdır. Hesab edək ki, hər bir bu amillər riskli və bir sıra gözlənilməyən, addımlardan asılı olduğu üçün onların baş verməsi hallarında bu sahənin böhran halına düşməsinin qarşısının alınması metodları işlənməlidir.

Belə proseslər SSRİ dövründə yaradılan, amma müstəqillik şəraitində potensialını və bazarını itirən turist obyektlərinin və uyğun ölkələrdə öz əksini tapır. Belə ki, mərkəzləşdirilmiş maliyyə və resurs təminatı şəraitində Gürçüstanda yaradılan turist potensialının, müstəqillik və bazar şəraitində bazarının itirilməsi əyani bir prosesdir.

Azərbaycan Respublikasının inkişaf dinamikası, onun qeyri-neft sektorunun inkişafına yönəldilən strateji inkişaf layihələrinin adekvatlığı, respublikanın resurs təminatı ilə ölçülür. Bu gün resurs potensialının istifadəsi istiqaməti kimi yerli turizmin obyektləri ilə məşğul olan xırda sahibkarla dəstək proqramı, fikrimizcə, daha səmərəli fəaliyyət dairəsi kimi qəbul edilə bilər. Turizmin respublikada inkişafının xüsusiyyətləri, həmçinin dayanıqlı inkişaf və səmərəlilik baxımından daimi bazarı olan sahələr üzrə seçilməlidir. Bu istiqamətlərin genişlənmə meyili həmişə mümkün olan makroiqtisadi islahatların region əhəmiyyəti ilə müəyyənləşir.

Regionlara dövlət budcəsinin, xüsusi vəsaitlərin, müəssisə və təşkilatların maliyyə resurs imkanlarının, həmçinin əhali vəsaitlərinin istifadəsində azad rəqabət mümkün olsa da, vahid turizm strategiyası, onun proqramları və tənzimləmə siyasəti dövlət siyasətinin tərkib hissəsi kimi qəbul edilir.

MÖVZU 23. AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFININ MÖVCUD VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVİ

- 23.1. Turizmin inkişafının dinamikası**
- 23.2. Turizmin təşkilində strateji planlaşma
və menecment idarəçiliyi**
- 23.3. Turizm bazarının formalaşmasında sahibkarlıq
əsas xüsusiyyətləri**

23.1. Turizmin inkişafının dinamikası

Turizmin əvvəlki fəsildəki mahiyyətinin açılması, onun sosial-iqtisadi mahiyyəti statistik və dinamik göstəricilər sistemi ilə izah olunur. Sistem anlayışı və təhlili baxımından turizmin mövcud vəziyyəti respublikaya gələn və respublikadan gedən turistlərin sayı respublika əhalisinin yerli turist xidmətindən müxtəlif formada istifadəsi, həmçinin turist infrastrukturunu yaradan obyektlərin sayı və həmçinin onların keyfiyyəti ilə ölçülür. Turist obyektlərinin planlaşması, turist tələbatının xarakteri, marketing strukturu və standartlara uyğun xidmət sferası ilə ölçülür. Turizmin marketing xidməti, ayrı-ayrı sahələrin göstəriciləri ilə tarazlı inkişaf meyillərinə malikdir. Belə ki, hər hansı struktur dəyişmələri turizmin marketing strukturu və maddi-texniki bazasının inkişafında öz əksini tapır. Turizmin inkişafı makrosəviyyədə iqtisadi artımın və həmçinin ümumi daxili məhsulun bölgüsü və yenidən bölgüsünün tərkib hissəsi kimi müxtəlif ölkələrdə özünün qanunauyğunluqları ilə seçilir. Azərbaycanda turizmin potensial göstəricisi, onun əhalisinin sayı, əhalisinin turist xidmətindən istifadə etmək qabiliyyətinə malik olan kontingentlərinin sayı, həmçinin turizmin maddi-texniki bazasını təşkil etmək üçün maliyyə resurslarının miqdarı ilə müəyyənləşə bilər. Təbii ki, potensial imkanlar həmin imkanların turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi

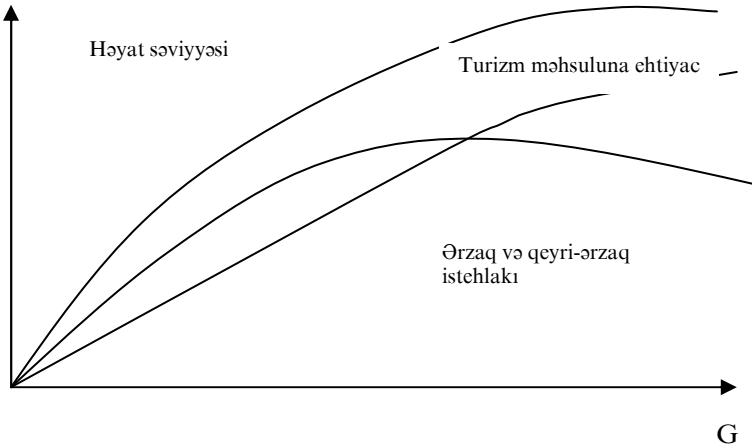
ehtimalından, konkret proqramlar və iqtisadi təşkilatı tədbirlərin məcmuu ilə müəyyənləşir. Bütövlükdə turizmin mövcud vəziyyəti ilə onun perspektivi arasında müəyyən ətalət və variant olsa da islahatlar şəraitində və gəlirlərinin perspektiv artım sürətinə malik olan Azərbaycanda bu transformasiya keyfiyyətli və çox güclü olmalıdır. Məhz turizm sahəsində islahatların həyata keçirilməsi mərkəzləşdirilmiş qaydada deyil, dünya təcrübəsinə əsaslanan qeyri-dövlət təşkilatları və resursları hesabına baş verməsi daha xarakterik xüsusiyyətdir.

Turizmin inkişafında mövcud riskləri bölüşdürmək üçün sahibkarlıq mühitinin yaradılması, hər bir sahibkarın müxtəlif turist kontingentləri üçün bazarın təşkili cəhdlərinin etməsi şəraiti transformasiyanın təşkilati-metodiki tərəfidir. Ona görə də bu gün turizm seqmentlərinin və turizm motivinin təhlili, onun formalaşması və dinamikasında baş verən struktur dəyişmələrin qiymətləndirilməsi, son nəticədə planlaşma üçün əhəmiyyətli baza ola bilər. Turizm cəhdlərini onun tələbatının obyektiv və həmçinin mümkün dəyişmə həddi, əhalinin gəlirləri və həmçinin fizioloji tələbatla ölçüldüyü kimi, perspektiv cəhdlər sivilizasiya, əhalinin istehlak davranışının təkmilləşməsi, ailə və qadın (gender) inkişafı ilə əlaqədə olur. Ona görə də təhlil metodikası ancaq mövcud statistik materiallar üzərində deyil məqsəd və meyara uyğun dəyişmə meyilini açə bilən konstruktiv qiymətləndirmə üzərində qurulmalıdır.²⁷ Ona görə də turizmin inkişaf xarakteristikası və metodikası daha çox konstruktiv göstəricilər və həmçinin davranış meyillərinə uyğun dinamik vəziyyətlə izah olunmalıdır. Belə ki, həyat səviyyəsinin mövcud vəziyyətində cari gəlirlərin artması, ərzaq və qeyri-ərzaq istehlakı üçün daha üstün artımın olmasına üstünlük verilsə, turizmin bu artımdan artıq inkişafı, onun

²⁷ Римащевская Н.М. Человек и проблемы выживания. М., 2004.

məhsulunun reallaşması nəticəsi ilə özünü büruzə verəcək (Qrafik).

Qrafik – gəlirlər, həyat səviyyəsi və ərzaq, qeyri-ərzaq və turist məhsullarının istehlak dinamikasını göstərir. Azərbaycan iqtisadiyyatının və əhalinin yoxsulluq həddinin səviyyəsinin təhlili göstərir ki, əhalinin 40%-i adam başına düşən gəlir səviyyəsinə görə yoxsulluq həddindədir. Məhz bu qrup əhalinin turizm xidmətindən istifadəsini təşvil etmək predmeti olmayan təhlil deməkdir. Ona görə adam başına düşən turizm məhsulunun orta statistik göstəricilər üzrə götürülməsi, bütövlükdə makrosəviyyəli təhlil üçün qəbul oluna bilər.



Amma hər bir turizm ilə məşğul olan sahibkar və istehlakçı üçün adekvat təsəvvür təhrif etmiş olur. Ev təsərrüfatlarının istehlak strukturu, ayrı-ayrı məhsulların istehlak strukturunda xüsusi çəkisini müəyyən edir.

Əhalinin həyat səviyyəsinin makroiqtisadi göstəriciləri

Göstəricilər	200	2008
Adam başına düşən ÜDM	595,1	4439,9
Əhalinin pul gəlirləri	4047,3	20058,2
Əhalinin xərcləri	3272,2	15309,8
Orta aylıq əməkhaqqı	12,5	224,4

Adam başına düşən gəlir səviyyəsi istehlak üçün mövcud qiymətlərdə turizm məhsuluna ehtiyacların ödənilməsi üçün əsas olsa da, onun kifayət olması üçün mövcud gəlirlərin səviyyəsi ərzaq və qeyri-ərzaq tələbatını ödəməlidir. Əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin daha çox artması, bir sıra xidmətlərin istehlak davranışında yer tutması və qiymətlərin artması ilə baş verir. Turizm məhsulunun qiymətinin dəyişməsi, onun xərc strukturu ilə və turist obyektlərinin keyfiyyətinin dəyişməsi ilə bağlıdır. Belə ki, otel təsərrüfatının inkişafı üç ulduzlu mehmanxanadan beş ulduzlu, içərisində bütün xidmət növü olan kompleks əyləncə mərkəzlərinə keçirilməsi, istirahət, müalicə və idman kompleksləri ilə kompleks xidmət obyektlərinin turizm müəssisələrində olması daha çox onun qiymətinin artması ilə baş verir. Rəqabət mühitində bu qiymətin aşağı düşməsi mümkün olsa da bütövlükdə dünya standartlarına uyğun qiymət dəyişməsi turist xidmətinin dəyərini və onun satış qiymətini artırır. Turizmin inkişafının təhlili, onun məqsədli proqram əsasında kompleks göstəricilər və müəyyən ardıcılıqlarla həll olunur. Belə ki, ümumi artım tempi iqtisadi artımın tərkib hissəsi kimi öyrənilir. Ayrı-ayrı sahələr ilə tarazlı inkişaf metodikasına uyğun olaraq artım tempindəki müqə-

²⁸ Azərbaycan Statistika göstəriciləri. Səhifə 36

yisəli təhlil aparılır. İqtisadi artımla konkret turist göstəriciləri arasında nisbətlərin fərqli olması bir sıra spesifik göstəricilər və amillər ilə bağlıdır.

Belə ki, ümumi iqtisadi artım, strateji planlaşma və tarazlı inkişaf baxımından təhlil obyektidirsə, turizm inkişafı təsərrüfatçılıq baxımından və iqtisadi mexanizm baxımından təşkilati-iqtisadi və menecment idarəçiliyidir.

Turizmin inkişafında daha çox qərar qəbulunun alternativliyi və resurslarla manevr, fəzası daha genişdir və bir sıra konkret amillərdən xeyli asılıdır. Turizmin inkişafında təhlilin metodikasında məqsədlərin, resursların, proqnozların mümkünlüyü və resursların dəyişmə meyilləri və mümkün variantları hesablanır. İlkin növbədə turizmdə kiçik sahibkarlığın artım tempi, onun sahə strukturu, iş yerlərinin açılmasında rolu əsas meyarlar olaraq mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək və perspektiv artımda turizmin rolunu proqnozlaşdırmaq ardıcılığı ilə həyata keçirilir. Respublikada yeni təsərrüfat formalarının, kiçik və orta sahibkarlığın əsas istiqamətlərinin formalaşmasında turizmin yüksək inkişaf tempi öz təsirini göstərir. Belə ki, hər bir turist obyektinin tikilməsi əlavə kapital qoyuluşuna, qeyri-dövlət maliyyə resurslarının turizmə axınına səbəb olur. Struktur təhlil dinamik olaraq dəyişmə meyilləri üzrə aparılır.

Cədvəl 23.2.²⁹

Mülkiyyət üzrə müəssisələrin dinamikası

Mülkiyyət formaları	2006	2008
Dövlət	1177,1	1580
Bələdiyyə	2751	2788
Xüsusi	956	60186
Xarici	273	3335
Qarışiq	1077	1258

²⁹ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2009. səh.664.

Təsərrüfat formaları olaraq turist birjalarında, müəssisə və turist məhsulu istifadəsi üçün zəruri olan resursların artması və onların strukturunun dəyişməsi vacibdir. Sahibkarlığın ilkin strukturu, onun perspektiv dəyişməsi üçün baza yaradır. Müştərək müəssisələr formasında sahibkarlıq inkişafı bəzi layihələrin uzun müddətli icariyyə götürülməsi və rekonstruksiyası, sahibkarlığın inkişafına əsas verir.

Mülkiyyət münasibətlərinin mövcud vəziyyəti, onun hüquqi bazası və əmlak formalarının hüquqi və fiziki şəxs tərəfindən istifadə formaları, turizmin təsərrüfat forması kimi sahə ərazi strukturunun quruluşunu formalaşdırır. Fərdi sahibkarlıq respublikada maddi və mənəvi nemətlərin bölgüsündə və istifadəsində mühüm rol oynayır. Bu gün sahibkarlıq gəlirləri, onun istehlak üçün yaratdığı maddi nemətlər və xidmət 50%-dən çox təşkil edir.

Bu da öz növbəsində turizmin inkişafında böyük kapital qoyuluşuna deyil, daha kiçik həcmdə xidmət sferasına yönəldilən vəsaiti formalaşdırır. Respublikada turizmin inkişafında dövlət himayəsi, onun yaratdığı şərait, turistlərin keyfiyyətli və təhlükəsizliyi üçün ümumi mühit və həmçinin fərdi sahibkarlara stimullaşdırıcı təsir yaratmaqla baş verməlidir. Fərdi turist sahibkarlığı üçün mövcud şəraitin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə güzəştlər və kreditlərin verilməsi, həmçinin uzunmüddətli icariyyə haqqının alınmasında tətillər verilməsi yolu ilə mümkün ola bilər. Turizm tələbatı ilə onun real ödənilməsi arasında mürəkkəb amillər və uzunmüddətli təşkilati tədbirlərin həyata keçirilməsi, həmin tədbirlərin daha çox dövlət təminatı ilə mümkün ola bilər.

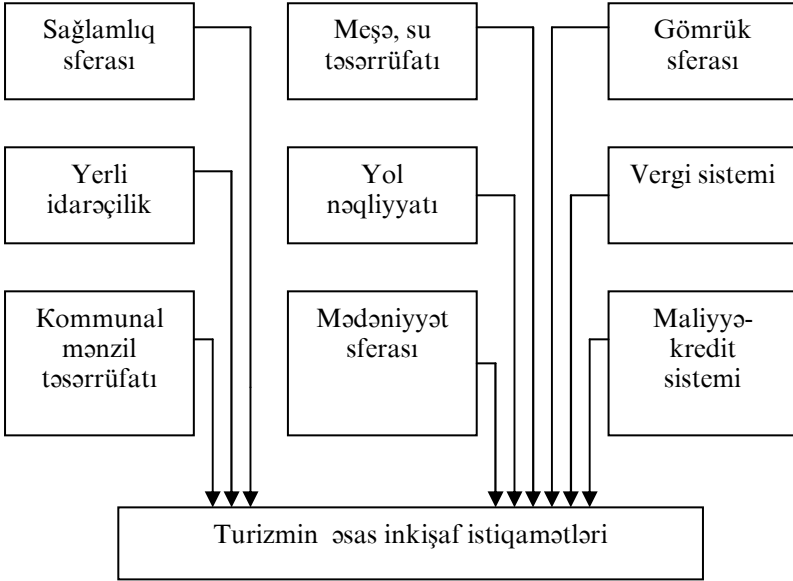
Daha çox xarakterik cəhət regionlarda torpaqların özəlləşdirilməsi nəticəsində bir sıra münbüt şəraitlər yerli əhaliyə verilməklə, onların həmin əhalinin maddi və maliyyə imkanlarının turizm üçün kifayət olmaması üzündən istifadə baxımından çətinliklər törədir. İş adamlarının və şəhər mühitinin, həmçinin xarici vətəndaşların turizm obyekt-

lərini tikib, onun istifadəsi üçün inzibati qadağalar və qoyulan investisiyanın təminatı üzrə qanunlarda boşluq olması bu prosesin sürətlənməsi üçün mühüm çətinliklər yaradır. Ona görə də xaricdə yaşayan azərbaycanlıların respublikaya turist məqsədi ilə kapital qoyuluşu və onların rayonların potensialında istifadə etmək imkanları genişlənməlidir. Turizmin respublikada inkişafının əsas istiqaməti kimi onun maliyyə və marketinq planlaşmasını təşkil etmək və respublikada turizm bazalarının maddi-texniki bazasını gücləndirmək olmalıdır. Respublikada Abşeron, Naftalan, İstisu, Naxçıvan, Dəvəçi, Siyəzən və digər regionlarda ittifaq təyinatlı sanatoriyalar, istirahət evləri, turbazalar potensialı mövcud idi. Müasir şəraitdə onların çoxunda qaçqınlar yaşayır, bəziləri isə öz təyinatını dəyişməklə özəlləşdirilmişdir. Təbii ki, özəlləşdirmədə buraxılan səhvlər çoxlu turizm üçün yararlı binaların, komplekslərin dağılmasına, onun resurslarının isə satılaraq təyinatını dəyişməklə, başqa məqsədlər üçün istifadə edilmişdir.

Ola bilsin ki, 1991-1994-cü ildə iqtisadiyyatın tənəzzül dövründə turizm məqsədi, əhalinin güzaranının aşağı düşməsi meyili şəraitində məqsəd kimi istehlak seqmentində öz ifadəsini tapmışdır. Turizmin inkişafı təbiəti ilə varlı əhali qupları üçün mövcud olsa da, iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşması və iqtisadi artım üçün əsas amil olaraq stabil iqtisadiyyat şəraitində daha çevik siyasət tələb edir. Turizm biznesi və turizmin strategiyası 1996-cı ildə iqtisadiyyatda baş verən keyfiyyət dəyişmələri ilə dinamik inkişaf meyili kəsb etdi.

Bütövlükdə iqtisadi artımın istifadəsində infrastruktura xərcləri daha tez mənfəət gətirən və rentabellik səviyyəsinə görə yüksək sahə olduğuna görə prioritet xərclənmə sahəsi kimi geniş yer tutur. Mədəni turizm sahələrinin bölməsi ilə funksional əhəmiyyət kəsb edən sağlamlıq obyektləri, səhiyyənin geniş mülkiyyətinin artması turizm obyektlərinin, subyektlərin funksional təyinatını və onun

resurs quruluşunu genişləndirir. Ona görə də funksional model olaraq resurs təminatını, onun istifadəsində məsuliyyətləri və öhdəlikləri sistem halında aşağıdakı kimi təsvir etmək olar.



Statistik rəqəmlər və aparılan müşahidələrin əsas nəticəsi olaraq demək olar ki, 1996-cı ildən ayrı-ayrı illərdə müəyyən subyektiv və yaxud idarəetmə təcrübəsində qeyri-dəqiqlik və psixoloji amili və şəriati aşmaq ucbatından ayrı-ayrı illərdə dəyişən artım tempi mövcud olsa da bütövlükdə turizmin inkişafında dinamik və keyfiyyətə artım mövcuddur.

2004-cü ildə 1197 min nəfər və ya əvvəlki ildəkindən 131 min nəfər çox xaricivətəndəş ölkəmizə səfər etmişdir. Uyğun olaraq göstərilən xərclərin 65,9 milyon ABŞ dolları məbləğində qiymətləndirilmişdir ki, bu da 2003-cü ilə nisbətən 8,2 mln. dollar çox olduğunu göstərir. 2004-cü ildə

ölkədən 1473 min nəfər və ya 2003-cü illə müqayisədə 97 min çox vətəndaş çox səfər etmişdir ki, bunlar da özləri ilə 128,7 mln. dollar keçən ilki ilə müqayisədə 17,2 mln. dollar artıq vəsait aparmışlar.³⁰

Turist amili olaraq respublika əhalisinin yaş quruluşu, onun tərkibində işləyənlərin sayı onların məşğulluq səviyyəsi həmçinin aldıkları gəlirlər mühüm rol oynayır. Müşahidələr göstərir ki, adam başına düşən gəlirin artımı belə baş verirsə onun səviyyəsi istehlak ehtiyacları üçün kifayət deyilsə, turizm xidməti, hara isə turist məqsədi ilə getmək onun üçün ən sonuncu istehlak ierarxiyasıdır. Aparılan müşahidə, o cümlədən ayrı-ayrı sahə və peşə sahibləri arasında turizm xidmətindən istifadə etmək niyyəti yeni sahibkar və yüksək əməkhaqqı alan məmur və xidmət sferasında işləyənlər təşkil edir. Azərbaycanda turizmin inkişafında dövlətin payı onun müxtəlif kanallar vasitəsi ilə himayəsi və dəstəyi azalır, özəl sektorun payı artır. Artıq xarici sahibkarlar özləri və işçiləri üçün respublikanın dağ və səfalı rayonlarında icariyyə istirahət üçün evlər götürür. Gündəlik tələbat üçün 1-3 günlükə həmin yerlərə səfər edirlər.

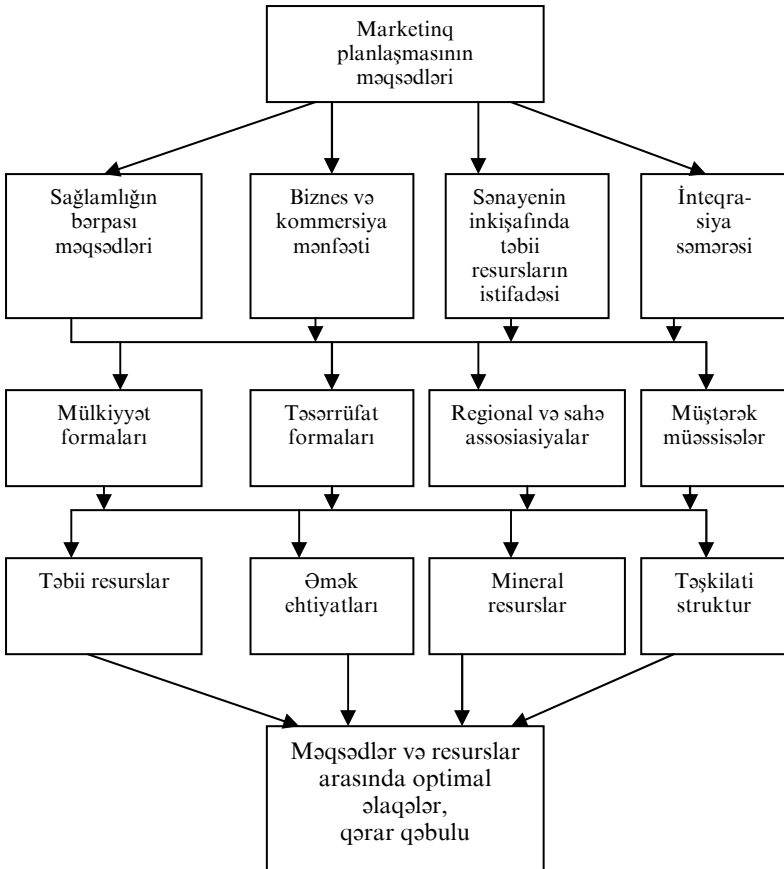
Turizm sistemi dedikdə onun planlaşması, təşkilatı quruluşu, obyektləri və idarəetmə mexanizmləri arasında məqsəd ətrafına üzvü sürətdə bağlı olan elementlərin məcmuu vəhdəti nəzərdə tutulur. Bu sistemin məqsədi, mexanizmləri, resursları və təşkilatı quruluşu mütəhrik və əməli qərar qəbulu etmək qabiliyyətini özündə birləşdirməlidir. Turizmin qərarları bazar qanunları və resurs planlaşması ilə baş verməlidir. Turizmin Azərbaycan Respublikasında planlaşması makro və mikrosəviyyəli resurslar və xarici imkanlar hesabına baş verməlidir. Turizmin respublikada təşkili və planlaşdırılmasında marketing və biznes tələblərinə uyğun şəraitinin üstünlüklərindən istifadə etməklə transformasiyası vacibdir. Bu sistemin marketing əsaslarında

³⁰ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2005, səh.278.

kommersiya səyi və rəqabət mühitinin formalaşması əsas istiqamət olaraq inkişaf etdirilir. Kommersiya səyi mənfəət və rentabellik üzərində qurulduğu kimi mövcud bazar iqtisadiyyatında formalaşan struktur siyasəti, həmçinin xərclər və həmçinin resurslardan istifadə etmək qabiliyyətinə malik olan texniki təminat rol oynayır. Bu amillərin sistem halında planlaşması üçün mövcud sahibkarlıq, dövlət və xarici resursların eyni istifadə mühitinə gətirilməsi, onlar üçün bərabər şəraitin yaradılması vacib şərtlər kimi qəbul olunur. Respublikada əmtəə və xidmət bazarının xüsusiyyətləri, onun ayrı-ayrı sahə və regionlarında yerləşməsinin obyektiv amilləri və zəruri şərtləri rol oynayır. Marketing tədqiqi üçün dünya turist sisteminin tələblərinə cavab verən standartlara uyğun keyfiyyət dəyişmələri edilmişdir. Marketing tədqiqinin əsas prinsipi turizm tələbat sisteminin sintetik göstəricilərini və ayrı-ayrı əmtəə və xidmət qrupları üzrə segmentləşməsi qaydalarının tətbiq edilməsidir. İstehlakçıların segmentləşməsi, xarici və yerli turist kontingentlərinin istehlak davranışı modelinə əsaslanır, o cümlədən xalis sahə prinsiplərindən fərqli olaraq marketing tədqiqi funksional tələbat sisteminə uyğun aparılır. Belə ki, ərzaq, kommunikasiya, sağlamlıq və istirahət, alıcılıq qabiliyyəti üzrə marketing məhsulları formalaşa bilər. Turizm məhsulunun marketing məqsədlərinə uyğun təsnifatlaşdırılması texnoloji resursları və onların istifadə segmentlərini müəyyənləşdirir. Beləliklə, marketing tədqiqi segmentləşmə modelinə uyğun tələblərə bölünür.

Birinci pillədə məqsədlər əsaslandırılır. İkinci mərhələdə uyğun təşkilati struktura mülkiyyət və təsərrüfat formaları həmçinin ayrı-ayrı regional və respublika tabeli obyektlər təsnifatlaşdırılır, üçüncü mərhələdə uyğun mənbələr hesabına eyni resurslar məqsədə nail olmaqla funksional təyinatına görə qruplaşdırılır. Dördüncü mərhələdə uyğun resursların segmentləri texnoloji proseslər və səmərəlilik göstəricilərinə görə qruplaşdırılır. Sxematik ola-

raq marketing xüsusiyyətlərinin turizmdə təşkili aşağıdakı ardıcılıqla baş verir.



Sxem. Marketing təşkilinin funksional sxemi.

Marketing planlaşmasının əsas məqsədi, tələbat sisteminə uyğun mühitin yaradılması, təşkilati və iqtisadi amillərin dəyişməsinə uyğun istehlak seqmentlərinin əlverişli variantını seçmək yolları əhatə edir. Marketing səyi hər bir fiziki və hüquqi şəxsin təşəbbüsü və öz imkanları çərçivəsində mənfəət əldə etmək cəhdlərini özündə birləşdirir. Hər

bir ərəzidə mülkiyyətçilər, yaxud kapitalı olan hüquqi və fiziki şəxslər turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün uyğun sertifikat almalıdırlar. Məhz sertifikat turist xidmətinin reallaşması üçün istehsal və uyğun xidmət göstərmək proqramının adekvatlığını və onun rəqabət mühiti şəraitində fəaliyyəti üçün mümkün imkanlarını nəzərə almaqla icazə verilməsi deməkdir. Sertifikat almaq fəaliyyəti hüquqi və fiziki şəxs kimi sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaqla müəyyən dövlət ərəzi və hüquqi şəxslər qarşısında məcburi öhdəliklərin ödənilməsi ilə reallaşır. Sertifikat məhsula və xidmətə görə yox, fəaliyyətə görə verilir. Amma məhsul və xidmətin turizm sferasında çevikliyi, onun bazar tələb və təklifindən asılılığı, tələbatın özünün planlaşdırılması, onun bazarda müştərilərinin və həmçinin fəaliyyət obyektlərinin konkret forması ilə müəyyənləşməlidir. Turizmdə biznes fəaliyyəti kimi davamlı inkişaf, uzun müddətli strateji planlaşma yolu ilə mümkün olur. Hər bir özəl turist obyektinin dövlət vergi və maliyyə orqanları qarşısında uyğun öhdəlikləri, həmin obyektlərin iqtisadi dövriyyəsi ilə əlavə dəyər yaratmaq, əmlakının təkrar istehlakının təkrar istehsalı üçün zəruri olan amortizasiya və genişlənmə xərcləri, həmçinin fiziki şəxs kimi turist məhsulunun istehlaka gedən hissəsi ilə ölçülür. Turizm sahəsi öz təkrar istehsal quruluşuna görə digər sahələrdən fərqli sahədir. Onun əsas fondları əməkhaqqı xərcləri və dövlət büdcəsinə və sosial müdafiə öhdəliklərini ödəmək normativləri uyğun olaraq xərc normaları və həmçinin sosial sahələrin normativ-hüquqi bazası ilə ölçülür. Turizm xidmətində xərclər həmçinin təbii sərvətlərin və həmçinin regionun kompleks inkişafı üçün zəruri olan mərkəzləşdirilmiş büdcə xərclərini, yaxud bələdiyyə və yerli büdcəyə normativlərlə uyğun ödəmələri özündə əks etdirir.

Ona görə də marketing planlaşmasında rentabellik səviyyəsi, son və aralıq məhsulun qiymətləndirilməsi son məhsulun bazar qiyməti ilə onun dəyər qiyməti arasında fərq-

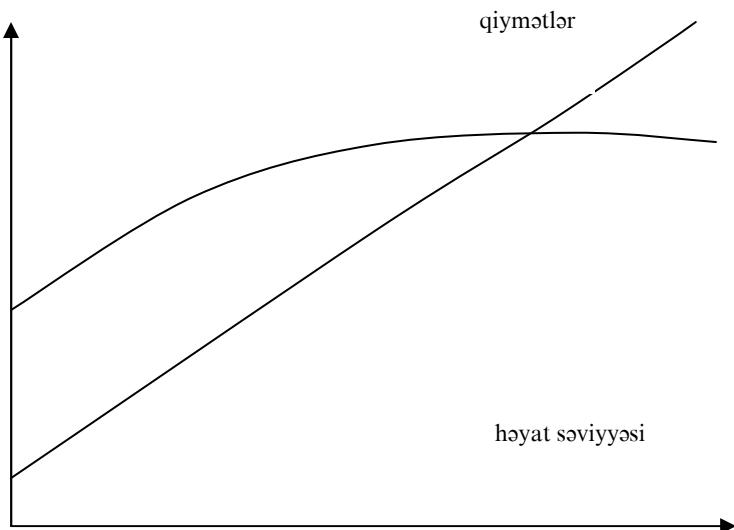
lərin ölgüsü, həmçinin təbii sərvətlərin ucuz istifadəsi zamanı əldə olunan səmərənin, yaxud əlavə gəlirin bölgüsü istiqamətləri öz əksini tapır. Əgər son xidmət bazar qiymətləri ilə müəyyən olunursa, onun təbii resurslardan yaranan səmərəsi, bütövlükdə mülkiyyətçinin özündə qalmalı və sonradan dövlət və sahibkar arasında uyğun normativlərlə bölüşməlidir.

$$\vartheta = \frac{T_j^\mu Q_j}{X_j + V_j} 100\%$$

T_j^μ – j turist məhsulunun μ fəaliyyətdə həcmi; Q_j – qiymət; X_j – istehsala maddi xərclər; V_j – əməkhaqqı xərcləridir.

Turizm iqtisadi və biznes fəaliyyət dairəsi olduğu üçün onun davamlı inkişafı üçün onun mənfəətinin artması daha çox mənfəət əldə etmək məqsədi baxımından daha prioritet istiqamət kimi formalaşması əsas rol oynayır. Ona görə də onun təşkili, biznes fəaliyyəti kimi digər sahələrin mənfəət normasından az olmamalıdır. Ona görə də qiymət amili turizmde həm daxili resursların, hansı ki, xaricdən deyil daxili bazarın və potensialın iqtisadi əsası kimi, dünya qiymətlərindən asılı olaraq dəyişir. Belə ki, son 10 ildə respublikada torpağın, suyun və həmçinin kommunal xərclərin 2-3 dəfə artması və bu məhdud resursların qiymətinin dəyişmə dinamikasını daha çevik təsirlərdən asılı olması turist məhsullarının qiymətini əhalinin rifahı ilə daha sürətlə dəyişməsinə səbəb olur.

Müşahidələr və nəzəri ümumiləşmələr turist altında olan resursların qiyməti ilə həyat səviyyəsi arasında dəyişməsinə aşağıdakı kimi təsəvvür etmək olar.



Turizm məhsullarının qiymətinin dəyişməsi əhalinin alıcılıq qabiliyyəti ilə deyil turizm xərclərinin çoxalması və dünya qiymətlərinin turizm sferasında daha üstün artması ilə izah oluna bilər. Turizm məhsulu daha çox yüksək təminatlı əhali qrupları və dövlətlər üçün xarakterikdir. Həmin dövlətlərlə turizmə meyili artdıqca doğum səviyyəsi azalır, həyat səviyyəsi daha yüksək sürətlə yüksəlir. Ona görə də turizmin respublikada inkişafında müsbət amillərlə, onun inkişafını ləng edən amillərin öz ətalətini saxlamaq dayanıqlığı mövcuddur. Hər ölkədə idxal və ixrac xarakteri turizmin inkişafı ilə bağlı olmaqla biri-birinə qarşılıqlı təsir edir. Belə ki, Azərbaycan bir çox ölkələrdən fərqli olaraq ixrac və idxal arasında müsbət saldoya malik olan bir ölkədir. Müsbət saldo, əsasən neft məhsullarının ixracı ilə bağlıdır. Turizmin inkişafında gəlirlərin formalaşması baxımından ixrac məhsulları gəlirlərin başqa ölkələrdə istifadə

dəsinə şərait yaradır. O cümlədən, əhalinin gəlirlərinin qütbləşməsində neft sektorunun payı artdıqca onların xarici ölkələrə getmək və xarici ölkələrdən mal gətirmək qabiliyyəti artırır. Pərakəndə əmtəə və mal dövriyyəsi respublikaya gələn turistlərin istehlak xərcləri ilə genişlənir. Təbii ki, bu xərclərin yerli mallar və xidmət hesabına genişlənməsi respublikada məcmuu əmtəə və xidmət təklifinin balansı əhalisi və ərazisi nisbətən yaxın olan ölkələrdə aşağıdakı nisbətdə formalaşır.

Cədvəl 23.3.³¹

İxrac və idxal (mld.ABŞ dolları)

	1990	1995	2000	2004	2008
Azərbaycan*					
İxrac	2,121	6,37,2	1,745,2	3,615,4	47,7
İdxal	1881,2	617,7	1172,1	3575,9	7,2
Saldo	232,8	-30,5	573,1	99,6	40,5
Avstriya					
İxrac	39,1	53,1	63,9	85,0	-
İdxal	42,0	61,3	71,5	22,7	70,7
Saldo	-2,0	-6,2	-7,5	-7,7	-70,7
Macarıstan					
İxrac	9,6	12,4	28,0	47,9	-
İdxal	8,7	15	32,0	46,9	17,0
Saldo	0,9	2,6	-4,0	-5,0	-17,0
Polşa					
İxrac	13,6	22,9	31,7	41,0	89,9
İdxal	8,4	29,1	49,0	55,0	32,1
Saldo	5,2	-6,2	-17,3	-14,1	57,8
Rumıniya					
İxrac	5,8	7,9	10,4	17,6	161,1
İdxal	9,8	10,3	15,6	24,0	40,4
Saldo	-4,	-2,4	-4,6	-6,4	120,7

³¹ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2009, səh.588-589.

Cədvəldən görüldüyü kimi, Şərqi Avropa ölkələrində, inkişaf etmiş Avropa ölkələrində və inkişaf etmiş Avropa ölkəsi olan Avstriyada mənfi saldo olması ilə xarakterizə olduğu halda Azərbaycanda bu meyillər müsbət saldo kəsb edir. İxracatın xarakteri və onun hansı ölkələrə ixrac olunması həmin ölkələrlə iqtisadi əlaqələr və turist birliklərinin yaradılması üçün maddi baza yaradır. Belə ki, respublikada turizm motivi olaraq iş birliklərinin olması vacibdir.

İdxal həcmi respublikada məcmuu bazar tələbatına uyğun istehlak mallarını və həmçinin istehsal tələbatını ödəmək imkanlarını artırır, respublika daxili istehlakçıların və xarici ölkələrdən gələn iş adamlarının istehsal və istehlak xərclərini ödəmək üçün marketinq strukturunu təkmilləşdirir. Daha çox rəqabət mühiti yaratmaqla istehsal seqmentlərinin daha keyfiyyətli olması üçün səyləri formalaşdırır. Ona görə də iqtisadi əlaqələrin daha çox intensiv olması, yeni çeşiddə və standartlarda idxal məhsulları və ixracata tələbat sahibkarlıq fəaliyyətinin turizm sahəsində yeni keyfiyyətlərini və səylərini formalaşdırır.

Turizmin inkişafının məhz Azərbaycan modeli açıq iqtisadi şərait və ixracatyönlü istehsal və stimullaşdıran sahələrin üstün artması yolu ilə baş verməlidir ki, bu da öz növbəsində turizmin inkişafında yeni xüsusiyyətlər yaradır. Bu gün respublikadan ixrac olunan məhsulların çox hissəsini 70%-ə qədərini neft və neft məhsulları təşkil edir. Bu isə neft sahəsinə gətirilən məhsullara nisbətən xeyli azlıq təşkil edir. Daha çox neftdən gələn gəlirlərin hesabına digər istehlak məhsulları idxal olunur. Eyni adlı sahələrin ixrac və idxal balanslarında disproporsiyaların olması, bütövlükdə iqtisadi tarazlığın makrosəviyyəli problemlərini yaradır. Ona görə də hansı sahənin daha çox ixracatyönlü olması, yaxud idxal üzərində qurulması, onun vergi, maliyyə və digər iqtisadi idarəetmə mexanizmləri qarşısında qeyri-bərabərliyini və münəzəm olmamasına səbəb olur. Ona görə də sahələrin idxal və ixrac yükü, yerli gəlirlərin formalaş-

masında rolu dolayısı olsa da turizmin regional və sahə xüsusiyyətlərini yaradır. Turizm sahəsi, sahələrarası problemlərin və resursların vahid turist məqsədləri üçün istifadə olunmasına cəlb edilməsi ilə özünün çox aspektliyini yaradır. Ona görə də turizm menecmentinin funksional və institusional vəziyyəti və onun tənzimlənməsi bir sıra iqtisadi-təşkilati və maliyyə mexanizmləri ilə reallaşır. Turizm sferasında istehsal və xidmətin xarakteri daha çox yerli resursların və mövcud xidmət komplekslərinin istifadəsi ilə mümkündür. Respublikada mehmanxana təsərrüfatı, nəqliyyat kompleksi, sanatoriya, kurort müəssisələri, şəhərin və regionların qaz, işıq və su təminatı, habelə kommunikasiya xidməti turizmin kompleks şəraitini, onun sahələrarası və çoxsahəli tələbat növü olmasını göstərir. Bu sahələrin təbii ki, tabeliyi ayrı-ayrı institutların, idarələrin və sahibkarların mülkiyyət hüquqları ilə idarə olunur. Ona görə də konsolidasiya idarəçiliyi bu sahələrin hər birinin qanunvericilik bazası əsasında öhdəliklərini və məsuliyyətlərini doğrurur. Müasir Azərbaycan şəraitində bu obyektlərin vahid mərkəz yaxud nazirlik tərəfindən idarə edilməsi və turizm xidməti üçün zəruri olan bütün imkanların səfərbər edilməsi, təşkilatı və maliyyə baxımından çətin olduğu üçün, o cari dövrdə bu obyekt və resursların iştirak paylarını nəzərə almaqla bərabər bölgü sistemini tətbiq etmək daha sərfəlidir.

Əgər adam başına düşən mehmanxanaların sayını götürsək onların sayının və artımının son illərdə daha geniş vüsət alması müşahidə olunur. Mehmanxana təsərrüfatının genişlənməsi turist gəlmələri üçün beynəlxalq standartlara uyğun tikilməsi, onun şəraiti kompleks xidmət növləri və həmçinin turistlər üçün əlverişli coğrafi-iqlim şəraiti olmalıdır. Bu problemlər ola bilsin ki, artıq formalaşmış yaşayış yerlərinin yenidən turizm üçün əverişli olan mehmanxanalar ilə təmin olunmasında, əhalinin narahatlığı, onların köçürülməsi üçün əlavə xərclər və narazılıqlar yaradır. Digər tərəfdən dağ regionlarında, mehmanxanaların isti su,

qaz, işıq təminatı problemləri bir sıra əlavə xərclər və müəyyən çətinliklər yaradır. Ona görə də, hər bir mehmanxananın özünün istilik sistemi, işıq qeneratorları, telefon qovşağı, kompüter sistemi, bank hesabları və həmçinin təchizat sistemi olmalıdır. Bu tələblər baxımından hər hansı turist obyektlərinin regionlarda yerləşməsi həmin regionların ümumi şəraitinin yaxşılaşmasını tələb edir. Turist obyektlərində işləyən peşə və xidmət göstərənlərin yüksək əməkhaqqısı və yaşayış tərzinə uyğun mühüm olmalıdır. Respublikada turizmin inkişafının kadr potensialı menecment və həmçinin sosial sfera sahəsində işləmək üçün kadr hazırlığı genişlənilir. Respublikada ali təhsil sisteminin bakalavr dərəcəsində «Turizm və sosial-mədəni servis xidməti», «Turizm-sanatoriya-kurort kompleksində servis və tibb xidmətinin təşkili», «Turizm və sanatoriya kurort kompleksində bərpa işi», « Standartlaşma və bərpa işi», «İaşə məhsullarının texnologiyası», «Menecment» ixtisasları üzrə kadr hazırlayır.³²

Azərbaycanın dünya turizm sisteminə qoşulması üçün beynəlxalq standartlara uyğun inkişaf üçün təşkilatı tədbirlər vacibdir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 18 aprel 2001-ci il tarixli 464 sayılı fərmanı ilə Gənclər və İdman Nazirliyi Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinə çevrildi.

Azərbaycanın ümumdünya turizm bazarına inteqrasiyası üçün 6 iyul 2001-ci ildə ictimai birlik olan Azərbaycan Turizm Sənayesinin İnkişafı İttifaqı (ATSİİ) açıldı.

Turizmin əsas şəraiti onun dünya inteqrasiya sisteminə keçməsi üçün standartlaşma onun şəraitinin beynəlxalq tələblərə yaxınlaşması ilə mümkün olmalıdır. Respublikada

³² Ə.Q.Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətləndirmə şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyillər, perspektiv istiqamətlər. Bakı, 2005. səh.130.

bir sıra turist obyektlərinin dinamikası aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapır.

Cədvəl 23.4.

Turizm üçün zəruri olan obyektlərin dinamikası

	2000	2004	2009
Sanatoriya və istirahət evlərinin sayı	88	85	85
Onlardan çarpayılardan sayı	14,472	14018	11277

Əgər respublikada əhalinin artımı ümumi iqtisadi artımla müqaisədə nisbətən geriliyirsə, onun turist xidmətində istifadə əmsalının artması, adam başına düşən turist məhsulunun artımı ilə izah olunur və turizm tələbatının inkişafı hüququ əsas verir.

Azərbaycanın iqtisadi islahatlar konsepsiyası və turizmin inkişafı üçün yaradılan potensialın regionların sosial iqtisadi inkişafının dövlət proqramının reallaşması, üç əhəmiyyətli rol oynayır. Bu istiqamətlərdə regionların təbii coğrafi şəraiti və potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək məqsədi prioritet istiqamət olaraq qalmalıdır. Respublikada mərkəzləşdirilmiş maliyyə resursları dövlət büdcəsində yerli büdcələr və bələdiyyə büdcəsində cəmləşdikdə turizmin maliyyə proqramları üçün dövlət və qeyri dövlət maliyyə imkanlarının istifadəsi üçün səmərəli sahə olaraq kredit və bir başa investisiya imkanları artır. Rəqabət mühitü ayrı-ayrı mənbələrin daha çevik dövriyyəyə cəlb edilməsi ehtimalını artırır, yeni texnologiyalar və restruktizasiya istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Restruktizasiya müddəti və onun iqtisadi cəhətdən səmərəli təşkili turizm idarəçiliyində region və mərkəzləşdirilmiş maraqların konsolidasiyası və ədalətli bölgüsü prinsiplərinin qərarlaşması yolu ilə mümkün olur. Yeniləşmə məhz respublikada turist tələbatının yüksək istehlak mədəniyyətinin tərkib hissəsinə çevrilmək şəraiti və mexanizmlərinin tətbiqi ilə mümkündür.

Bu baxımdan reklam bazarının təşkili və onun insanın istehlak tələbi ilə uyğunluğu üçün tərtib olunması əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin inkişafı əhalinin bu fəaliyyətə baxışları milli ənənə və bəzi qaydalarda da məhdudlaşa bilər. Beynəlxalq tədqiqatlar göstərir ki, Asiya və Sakit Okean ölkələri arasında turizmin baxışları eyni deyildir. Ona görə də turizmin inkişafında onun dini və milli baxışlara uyğun və standart keyfiyyətlərə malik olması arasında cəhdlər Yunnesko çərçivəsində çıxarılan qərar və metodiki materiallarda öz əksini tapır. Ümum dünya turist təşkilatı (ÜTT) bu əlaqələrin təşkilində təşkilatı metodiki tövsiyələr göstərir.³³(səh8)

Azərbaycan respublikasında milli, mədəni, dini və istehlak davranışı turizmin nəticələrinə neqativ prizmadan baxmaq meyilləri də özündən kənar etmir. Ailə münasibəti, qısqançlıq turizmin inkişafında milli psixoloji amil olaraq qalmaqdadır.

Turizmin psixoloji amili respublikada sosial demoqrafik tərkib islam dininin rolu ilə də izah olunur. Ona görə də dini turizm daha çox inkişaf etmiş və perspektivdə öz xüsusi çəkisini saxlayan prioritet istiqamətdir. Sosial demoqrafik tərkib əhalinin yaş quruluşu və maddi rifah səviyyəsinə görə paylanma səviyyəsi turizmin inkişafında və onun marketinq quruluşunun dəyər ilə qiymət problemlərini həll etməyə təsir edir. Ona görə də turizm beynəlxalq standartlarla uyğun inkişaf meyilinə malik olsada onun tiplər seqmentləri xüsusi amlərdən asılıdır. Bəbəliklə turizmin inkişafı iki əsas vektor və çoxsahəli çoxluq üzərində qurulur. Əhalinin sosial demoqrafik və seçim vektoru digər tərəfdən turizmin özünün məhsulunun marketinq quruluşu onun ierarxiya üzrə dinamikası və dövlət ərazi və region

³³ В.А.Квартальнов. «Теория и практика туризма» Москва Финансы и статистика 2003 стр-672

bölgüsüdür. Bu vektorlar və amillər kompleks tədqiq və qiymətləndirmənin region aspektləri ilə reallaşır.

23.2. Turizmin təşkilində strateji planlaşma və menecment idarəçiliyi

Turizmin təşkili və idarə olunması perspektiv sahə olduğu üçün onun planlaşmasında iqtisadi artım və təhlükəsizlik strategiyası əsas götürülür. Onun planlaşmasında konseptual inkişaf strategiyası aşağıdakı istiqamətlərlə idarə olunur.

- turizmin inkişafının iqtisadi artımda rolunu artırmaq.

- turizmin sosial iqtisadi səmərəsini və onun region iqtisadi potensialının dövrüyyə cəlb edilməsində fəaliyyətini gücləndirmək.

- turizmin və maliyyə büdcə potensialının mexanizmlərinin təkmilləşməsində formalaşmasında onların rolunu nəzərə almaq.

- turizmin menecment sahəsi kimi planlaşması və idarə edilməsində sahibkarlıq fəaliyyətinin, o cümlədən fiziki şəxslərin, yerli əhalinin iştirak payına və onların güzəranının yaxşılaşdırılması səmərəsinə təsirini gücləndirmək.

Turizmin strateji planlaşma obyektı olaraq turist dövrüyyəsinə və turist bazarına tələb olunan resurs və texnoloji prosesləri investisiya qoyuluşu gəzində əks etdirir. Turizmin strateji planlaşma obyektı kim, fikrimizcə təsvir modeli onun dövrüyyəsinə cəlb olunan hər bir fəaliyyətin proqnozu və onun strateji məqsədi, təşkilinin mexanizmləri ilə baş verməlidir.

Turizm bir çox allimlərin fikrincə insanların səlahiyyəti nəticəsində baş verən təsirlər və qarşılıqlı əlaqələrin

məcmuu kimi başa düşülür ki, bu da əsas beş istiqamətdə qruplaşdırılır. (s.26)³⁴

- turizm əhalinin hərəkəti nəticəsində formalaşan prosesdir.

- iki əsas baza elementinin müəyyən edilməsi istirahət yerinə səyahət və orada olmaq, daimi yaşamaq.

- ölkədə səyahətə getmək.

- turistlərin daimi iş yerinə qayıtmasına qədər ayrı-ayrı turist mərkəzlərinə səyahət.

- ekskursiya, hansı ki turist mərkəzlərinə əlavə gəlir etmək məqsədi daşımır.

Təsnifatdan görüldüyü kimi turist fəaliyyətinin planlaşma və idarəetmə obyektini kimi təsviri onun əsas məqsəd və elementlərinin təhlili, onların formalaşma və inkişaf strategiyasında baş verən əlaqələri qiymətləndirmək və xarici təsirlərə məruz qalma qabiliyyəti ilə ölçülür.

Turizm fəaliyyət dairəsi turistlərin obyektiv amil kimi xarakteristikasından turist biznesinin təşkilindən, qonaqpərvərlik ənənəsi və mədəniyyətindən, həmçinin inzibati və institusional idarəetmə quruluşundan asılı olaraq qərar qəbulu kimi özünü göstərir. Turistlərin proqnozu, dünyaya əhalinin içərisindən formalaşır mövcud real, turist bazası və onun təşkili səmərəsi bu potensial turist kontingentlərindən gəlb etmək qabiliyyəti ilə ölçülür, turist kateqoriyası, sosial-iqtisadi və mədəni kateqoriya olmaqla onun özünün tələbatı və seçimi mövcud bazanın yaradılması təşkilinin iqtisadi əsasları problemləri formalaşır və inkişaf edir.

Turist kateqoriyası və onun səyahətinin əsas təşkilatı forması olan sahə kimi qəbul olunan turizm artım beynəlxalq statusa malik olmaqla beynəlxalq insan hüquqları iqtisadi və maliyyə korporasiyalarının və inkişaf təşkilatlarının gündəlikdə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin forması

³⁴ В.А.Квартальнов. Теория и практика туризма. М., Финансы и статистика. С.26

kimi sosial-mədəni əlaqələr formasında tənzimlənir. Təbii ki, potensial insan çoxluğu turizm obyektinə ola bilər. Ancaq turistlər o insanlar hesab edilir ki, onların tələbatını ödəmək üçün vəsaitləri mövcuddur. Bu vəsaitlərin olması, onun bir qrup kateqoriyalardan digərlərinə keçməsi, yaxud bir ölkədə daha həll edilməsi həmin ölkənin iqtisadi inkişaf strategiyası aradığı təşkilatı tədbirlər müəyyənləşdirir. Ona görə də beynəlxalq strategiyaya uyğun olaraq 1957-ci ildə BMT-nin qərarı ilə bütün ölkələrdə turist kateqoriyasına qəbul etməyi tövsiyə etmişdir. Turistlərin sayı, ölkəyə gələn və ölkədən gedən insanlarla ölçülür. Bu insanların gəlmə və getmə motivi turizmin sahə kimi istehsal və xidmət gücünü, onun iqtisadi potensialının cari və perspektiv həllini və strukturunu müəyyənləşdirir metodiki əsas verir.

Turist statusu və onun tələbatının ödənilməsi yolları, üsulları beynəlxalq standartlara uyğun təşkil olunmaqla ümumi prinsipləri və spesifik maraqlar və xüsusiyyətləri nəzərə almaqla tənzimlənir və idarə olunur.

Bu prinsiplər beynəlxalq norma və normativlərə Qoşularaq öz ərazisində standartlara uyğun turist məhsulu yaratmaqla insanların seçilməsinə uyğun turist bazarı yaratmaqla baş verir. Ona görə də bu prinsiplər aşağıdakı nəzəri və metodoloji tərəflərə uyğun olaraq həll olunur.

- turizm iqtisadi və sosial tələbat sistemini ödəyən və mənfəət gətirməklə sosial problemlərin həllinə şərait yaratmaqla formalaşır və genişlənir.

- turizm müxtəlif sahə və ərazi quruluşuna, istifadə və istehlak resurslarına malik olmağına baxmayaraq, onun inteqral və konkret səmərəsi təmin olunmalıdır. Davamlı inkişaf özünü idarəçilik üçün müstəqil balansla malik olmalıdır.

- turizmdə strateji planlaşma ilə marketing planlaşmasının üzvü əlaqəsi, makroiqtisadi artımla yanaşı, konkret sahələrin müvafiq artımını təmin etməklə vahid sistem və

kompleks fəaliyyət əlaqələrini özünü mərkəzləşdirən sistem olmalıdır.

- turizmin çoxməqsədliliyi, resursların biri-birini əvəz etməsi sahibkarlıq şəraitində alternativ variantlarda təmin olunmaqla dövlət prinsiplərinə uyğun olmalıdır. Turizmin alternativliyi onun fərdi maraqları əsasında inkişafını təmin etdikcə qlobal maraqları olan təhlükəsizlik, iqtisadi müstəqillik iqtisadi sabitlik meyarlarına uyğun olmalıdır.

- turizmin inkişafında mülkiyyət münasibətləri və təşəbbüskarlıq şəraiti yaratmaqla kiçik sahibkarlığın prioritet istiqamət və mexanizm inkişafı baş vermişdir.

- turizm inkişafında sosial infrastrukturunun yaradılması, ərazi və sahə maraqlarının uzlaşmasının ilə regionun kompleks inkişafı ilə respublikanın regional proqramlarının həllinə şərait yaratmalıdır.

- turizm məhsulunun marketinq quruluşu, onun işində və keyfiyyəti standartlara uyğun dəyişmə meyilinə malik olmaqla stimullaşmalıdır. Rəqabət mühitü şəraitində hər bir məhsulun səmərəsinin əldə edilən gəlirlər stimullaşdırma mexanizmi kimi ədalət prinsiplərinə və məsrəf inkişafa uyğun bölünməlidir.

Bu prinsiplər turizm təşkilinin metodiki aspektlərini, onun planlaşması və idarə olunmasının mexanizmlərinin yaradılmasını və onun ardıcıl olaraq tənzimlənməsini özündə əks etdirir. Turizmdə fəaliyyətinin əsas subyektləri olan təşkilatlar və onların uyğun reallaşdırdığı funksiyalar təşkil edir. Turist operatorlarının əsas vəzifəsi turist məhsulunun çeşid və həcmi planlaşdırmaq və bu məhsulun reallaşması üçün bazar şəraitini təşkil etmək funksiyası düşür. Bu funksiyalar ayrı-ayrı turist ölkələri və turizmin motivinin eyni olmaması ucbatından və turizm ixtisaslaşır. İxtisaslaşma səviyyəsi turist fəaliyyətinin onun daha çox gerçəkliyə uyğunluğuna təminat verir. İxtisaslaşmış fəaliyyət xarici turistlər daxili universal fəaliyyət və yaxud ixtisaslaşmış

turist bazarı üzrə marketinq tipləri üzrə bölünür və idarə olunur.

Xarici bazar üzrə turizmin təşkilində turist motivi və tələblər ümumi standartlara uyğun planlaşdırılır. Azərbaycan respublikasında ixtisaslaşmış turist fəaliyyəti turist marketinqində olan məhsulların xarakterini və onun istehlakçılarının seçim qabiliyyətini qiymətləndirir. Forma və məzmununda asılı olmayaraq hər bir turizm fəaliyyəti üzrə seqmentləşən orqan, yaxud firma aşağıdakı funksiyaları və özünün təcrübə və vəsaitlərinə uyğun planlaşdırır:

- tələbatı öyrənir.
- perspektiv planlaşmada coğrafiyanı və əməkdaşları seçir.

- uyğun olaraq xidmət təchizatları və əməkdaşları ilə müqavilə bağlayır.

- nəqliyyat orqanları ilə müqavilə bağlayır.
- marşrutları seçir.
- turist məhsulunu buraxmağı planlaşdırır.
- ölkələrlə müqavilə bağlayır.
- hər bir göndəriş dəyərinin hesablanması və onun reallaşmasını həyata keçirir.

- marşrutlar üzrə kadr hazırlayır.
- reklam və məlumatlar yayır.
- gəliş və gediş icazəsini alı və sənədləri hazırlayır.
- kadrları marşrutlar üzrə təyin edir;
- turizm fəaliyyətini həyata keçirir.

Turizm təşkili texniki problemlərdən vəsaitlərin seçilməsi, onların əlaqələndirilməsi və sənədlərin xarakterinin müxtəlifliyini nəzərə almaqla bütövlükdə idarəetmə obyektini olaraq hüquqi şəxs kimi fəaliyyətlərin ayrı-ayrı aspektləri üzrə xüsusi lisenziya (icazə) alır.

Təbii ki, hər bir respublikada milli mənafeyləri qorumaq üçün lisenziya qaydası yerli qanunvericilik tələblərinə uyğun olsa da, onun məhsulu və marşrutlaşması coğafi və turist xarakteristikaları ilə müəyyənləşmə də, beynəlxalq

standartlara uyğun sertifikatlaşdırma və standartlaşma həyata keçirilir. Sertifikatlaşdırma turizm məhsuluna və xidmətinə verilir. Bunun meyarı məhsulun istehlak xüsusiyyətləri və turizm bazarında təklifin həcmi ilə ölçülür. Turizm məhsulunun sertifikatlaşması texniki-iqtisadi normativlərin yerli və milli parametrləri nəzərə almaqla uyğun meyarla müqasibəsi dərəcəsi kimi seçilir. Bu məqsədlə bal sistemi tətbiq etmək, yaxud turistlər arasında sorğu aparmaqla hər hansı məhsula və xidmətə qiymət vermək olar. Turistlərin xidmət və əmtəyə verdiyi qiymətlər onların dünyagörüşü, fizioloji tələbatı və konkret xidmətin növü ilə müəyyənləşir. Daxili turizmin planlaşması respublikada iqtisadi artım, əhalinin güzaranı və istehlak davranışında hər hansı rzaq və qeyri-ərzaq istehlakının xidmət istehlakı ilə əvəz olunması ehtimalı ilə ölçülür. Ona görə də, fikrimizcə, yerli turizm tələbatının proqnozlaşdırılması istehsal və istehlak yanaşması baxımından olmalıdır. İstehsal amili olaraq turizmin məhsulunun yerli tələbat üçün həcmi adam başına düşən ehtiyaclarla və ölkənin investisiya qoyuluşunda turizmə ayrılan vəsaitlə ölçülür. Ona görə də parametrik model olaraq yerli tələbatı ödəyən turist məhsulunun həcmi kapital qoyuluşu K_j və sosial-iqtisadi normativlərin ödənilmə dərəcəsi ilə iki parametrik model kimi qəbul etmək olar.

$$T^m(t) = f(K_{it}, S_{kt})$$

Burada, $T^m(t)$ – t dövrü üçün daxili turist məhsuluna tələbat;

K_j – hər hansı turist segmentinə qoyulan kapital qoyuluşu;

S_{kt} – əhalinin k sosial-demoqrafik qrupları üzrə paylanma qanunauyğunluğu.

Qeyd edək ki, əhalinin sosial-demoqrafik xarakteristikası, onun yaş-cins və məşğuliyyət sahəsinin xarakteristikası, həmçinin yaşayış üçün zəruri olan məhsullarla təminat səviyyəsi ilə ölçülür.

Yerli turizmin inkişafında iqtisadi amil olaraq stimullaşdırılması strateji planlaşma obyektini kimi inkişaf edir. Belə ki, tədqiqatlar göstərir ki, sahibkarlıq mühiti turizm üçün səmərəli olan sahələrin özəlləşməsi və onların istifadəsində mülkiyyət və təsərrüfat hüquqlarının təkmilləşməsi ilə baş verir. Sahibkarlığın ilkin bazası, torpaq, meşə təsərrüfatlarından istifadə etmək hüquqlarının yaradılması sahibkarlıqda artıq formalaşmış iqtisadi potensial və maliyyə resursları, sahibkarlıq səviyyəsində turizmin təşkili və idarə olunmasına potensial baza yaradır. Bu potensialın qiymətləndirilməsi dövlət və qeyri-dövlət sektoru üzrə həmçinin təşkilati və tabelik prinsipləri üzrə planlaşdırılır. Qeyri-dövlət sektoru üzrə turizm sahibkarlığında proqnozlaşma regionlar üzrə aparıla bilər.

Regionun resurs potensialını qiymətləndirmək metodikası, turizm təyinatı üçün planlaşdırılan turizm məhsulunu əldə etmək üçün xərclərə və gəlirlərə uyğun aparılır. Hər bir turizm fəaliyyətində gəlirlər, onun artım istiqamətlərinin mütləq xərc strukturunu nəzərə almaqla və normativ məsrəflərə uyğun aparıla bilər. Turist məhsulunun xərc strukturunun dəyişməsi turist bazarında məhsulun alıcılıq qabiliyyətinin strukturu ilə ölçülür. Belə ki, istehlakçılar arasında müxtəlif xidmətlərin keyfiyyətinə və keşidinə eyni tələbat mümkün deyil. Turizm təcrübəsində turist məhsulunun dəyəri aşağıdakı xərcləri özündə birləşdirir.³⁵

$$TM_g(100) = T(30\%) + \alpha xD(40\%) + \Theta_g(30\%)$$

Burada, TM_g – turist məhsulunun dəyəri;

T – turizm dəyəri;

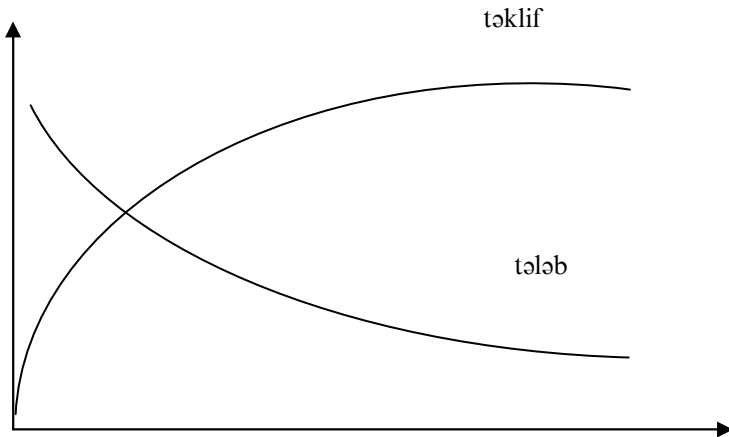
αxD – əlavə xidmət dəyəri;

Θ_g – alınmış əmtələrin dəyəri.

Turist məhsulunun dəyəri tələb və təklif qanununa uyğun olaraq planlaşdırılır. Və bu qanunun əsas nəticəsi kimi səmərəli dəyər strukturu ancaq minimum məsrəflər meyarı

³⁵ В.А.Котельников. Теория и практика туризма. С.49

ilə tənzimlənsə, onda dünya standartlarına uyğun turist məhsulu və xidmət təklif etmək iqtisadi cəhətdən əsassız görünə bilər. İqtisadiyyatda müəyyən məhdudiyyətlər var ki, bu məhdudiyyətlərin olması istehsal fəaliyyətini və kommersiya işinin rəqabət mühitinə uyğun daima restruktivasiya olmasını tələb edir. Təcrübə göstərir ki, qapalı olmayan şəraitdə və dünya bazarına çıxmaq, xarici sərmayə və kapital, gəlir hesabına turist məhsullarının bazarını təşkil etmək üçün xərc strukturu daima təkmilləşməlidir. Turist məhsulunun formulada olan dəyəri müəyyən təcrübə və təklif olunmuş strukturadır. Azərbaycan Respublikasında turist məhsulunun dəyəri hər bir xammal və vəsaitin bazar qiyməti, əhalinin alıcılıq qabiliyyətini müəyyən edən adam başına düşən gəlir səviyyəsi həmçinin bütövlükdə hər bir bazar subyektinin fiziki və hüquqi şəxsin imkanları rol oynayır. Azərbaycanda turizm məhsulunun dəyərində əməkhaqqı və əlavə dəyər elementlərinin artırılması üçün ehtiyac vardır. Belə ki, respublikada iqtisadiyyat üzrə orta aylıq əməkhaqqı səviyyəsi adam başına düşən məcmuu gəlirlərin ancaq zəruri mallara olan ehtiyaclarını ödəməsi üçün kifayət etməsi və turizm məqsədləri üçün olmaması bütövlükdə tutum bazarında alıcılıq qabiliyyətini azaldır. Turizm bazarında tələb-təklifin tənzimlənməsi ayrıca onun tələbini doğuran və təklifini artıran mənbələr üzrə etmək daha səmərəli tənzimləmə istiqamətidir. Turizm tələbatı spesifik tələbat olduğu üçün onun dərhal ödənilməsi mümkün deyil. Bu tələbat müəyyən dövrdə formalaşdığı və özünün xarici amillərdən dəyişmə anatomiyasına malik olduğu üçün, onun reallaşması parametrləri də müəyyən «laqla» ifadə olunur. Turizm tələbatının xarakteri, onun təklifinin formalaşmasına sinxron təsir etməsi düzgün strateji planlaşma obyektini kimi idarə olunma texnologiyasına malikdir. Tələb və təklifin formalaşması isə meylləri aşağıdakı dinamikada öz əksini tapır.



Bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər bir fəaliyyətin özünün spesifik planlaşma xüsusiyyətləri, onun göstəricilər sistemi planlaşma xüsusiyyətləri, onun göstəricilər sistemi planlaşma ardıcılığı mövcud olduğu kimi turizm sahəsinin də özünəməxsus çevik və ətalətlilik xüsusiyyətləri mövcuddur. Çünki turizm məhsulunun xarakteri, onun müxtəlif tələbat növünə uyğun olması və ayrı-ayrı istehsal və xidmət şəraitində əmələ gəlməsi ilə əlaqəlidir. Ona görə də turizm fəaliyyətinin səmərəsi onun məsrəfləri və turizm məhsulunun reallaşması nəticəsində əldə olunan mənfəətin həcmi ilə nisbəti yanaşı, onun strukturunda ərzaq, qeyri-ərzaq, mənəvi tələbatı ödəmək xərcləri və həmçinin dövlətin büdcəsinə və yerli büdcələrə, turizm sahibkarının fərdi gəlirlərinin artmasına təsir gücü ilə müəyyənləşir.

Strateji planlaşma obyektı olaraq turizmin perspektiv inkişafı onun dinamikasında fəal proqnozlaşdırma üsulları və metodları daha üstünlük təşkil edir. Müasir inteqrasiya səviyyəsi ayrı-ayrı turist potensialı olan ölkələrin turizm i inkişaf etdirmək cəhdlərini sürətləndirir. Ona görə də turizmin inkişafı sıçrayışla baş verdiyi kimi, düzgün təşkil olmadıqda böhran dövrü keçirir və sönür. Ona görə də

onun əsas istiqamətləri dövlət səviyyəli proqramlar əsasında həyata keçirildikdə daha çox dayanıqlı olur. Dünyada olan qloballaşma bir sıra təbii resurs imkanlarını artırır, bu da ucuz məsrəflərlə turizm bazarında əlavə gəlirlər əldə etməyə və ölkə daxili resurslarının xarici firmalar və turistlər tərəfindən mənimsənilməsi ilə nəticələnir. Ona görə də turizmin planlaşmasında daha çox hazır potensialdan istifadə etmək yollarından respublika üçün sərfəli olan yeni infrastrukturun tikilməsinə üstünlük verildə, ərazidə yeni iş yerləri açılır, əlavə üstəlik kapital gəlir və yaradılan turizm potensialının kütləsi və onun rəqabət mühiti üçün sayı və çeşidi genişlənilir. Turizmin planlaşması onun idarə edilməsinin tərkib hissəsi olaraq, ayrı-ayrı sahibkarlığın stimullaşdırılması və rəqabət mühitinin liberallaşdırılması prinsiplərinə uyğun həyata keçirilməlidir. Turist şifrələri özünün strateji və marketinq planlarını tərtib etməklə, rəqabət mühiti şəraitində daha çox inteqrasiya səmərəsindən istifadə edə bilirlər. Təbii ki, hər bir turist şirkəti, yaxud turizmle məşğul olan sahibkar fəaliyyətinin tərkib hissəsi olan turist fəaliyyəti texniki iqtisadi normativlər və sosial normalara uyğun restruktizasiya olunur, yeniləşir. Turizmin texniki iqtisadi normativləri onun kapital tutumu və ölkədə infrastruktur obyektlərinin mövcud vəziyyəti və perspektivi ilə əlaqədə inkişaf etdirilir. Belə ki, adambaşına düşən respublikada qaz, enerji, su, mənzil və digər sosial obyektlər, həmçinin sanatoriyaların sayı onların tutumu, ictimai iaşə və digər rekresiya obyektləri turizm məhsuluna ehtiyacın dənilməsinin resurs potensialını müəyyənləşdirir. Resurs potensialı müxtəlif məqsədlər üçün istifadə olunduqda, turizm sahəsinə axın, onun rentabellik səviyyəsi ilə ölçülür. Rəqabət mühiti şəraitində hər bir sahibkarın resurslarını kənd təsərrüfatı, meşə və digər fəaliyyət növündən ayıraraq, turizmə cəlb etmək mümkün deyil. Bu cəhdlər kommertiya səyi olaraq həmin sahədən götürülən gəlirlərin səviyyəsi ilə ölçülür. Ona görə də resursları fəaliyyət növü ilə bölgüsü,

həmin resursların «gətirilmiş səmərəsi» ilə ölçülür. Bütün resurslar şərti vahidlə eyni məsrəf etolonuna gətirilir və uyğun olaraq bu məsrəflərdə əldə edilən ümumi səmərə ölçülür. Ona görə də inteqral effekt qarışıq fəaliyyət növü olan bütün sahələrin məcmuu səmərəsi kimi ölçülür.

$$\varepsilon = \frac{\sum_{i=1}^n XS^i}{\sum_{i=1}^n \mu^i} 100\%$$

Burada, ε – effektdir;

XS^i – i fəaliyyəti üzrə əldə edilən xüsusi səmərə;

μ^i – i fəaliyyəti üzrə çəkilən xərclərdir.

Turizmin sahəsinin mövcud vəziyyəti adam başına düşən turist məhsulu və yaxud hər on min nəfərə düşən əhəlinin turist xidmətindən istifadə etmək dərəcəsi ilə səciyyələnə bilər. Təbii ki, bu göstəricilərin hər biri bir sıra kompleks amillərdən asılıdır. Və son nəticədə «gətirilmiş» müqayisəli səmərə və «sineqetik səmərə» kimi ifadə oluna bilər. Turizmin planlaşmasında resurs yanaşma onun formalaşması və kompleks resursun təkrar istehsal dəyərini nəzərə almaqla baş verir. Bu məqsədlə onun xərc strukturunda hər bir resursun təkrar istehsalı üçün onun kəsinin bölgüsü, yaxud kənardan müxtəlif mənbələr hesabına ayrılan vəsaitlər hesabına, dotasiya, uzunmüddətli kredit, habelə yığım və ehtiyatlar yolu ilə resurs təminatını planlaşdırıb rolunu təmin etmək olar. Əməkhaqqı xərcləri ölkədə yaşayış minimumunun artması «həyat dəyərinin» yüksəlməsi və həmçinin stimül yaradılması məqsədi ilə dəyişir. Onun səviyyəsi istehlak normalarına uyğun tənzimlənir. Beləliklə, turizm daxili istehsal quruluşu əmək resurslarının təkrar istehsalı, turizm işçilərinin nüfuzunu artırmaq və həmçinin onların digər sahələrlə rəqabətdə əmək tutumlu və əməkhaqqılı sahə kimi keyfiyyətini yüksəltməyə imkan verir. Turist əməyi həmçinin xarakteri və peşə profili eyni

deyil, onların hazırlanması və təkrar biliyi üçün əlavə vəsaitlər qoymaqla xərclərin artırılması baş verir.

Turizm sahəsində əməkhaqqının səviyyəsi, başqa sahələrə nisbətən Avropa ölkələrində yüksək olsa da, Azərbaycan Respublikasında xeyli aşağıdır. Belə ki, turizmin dövlət müəssisələrində iqtisadiyyat üzrə orta aylıq əmək səviyyəsindən 10-15% çoxdur. Bu da turizm məhsulunun keyfiyyətinə, onun xərclərinin, əmək məsrəfləri hesabına azaltmaqla rəqabət mühitindən uzaqlaşdırılmasına səbəb olur. Turizm sahəsində texniki normativlərin təminatı müxtəlif maliyyə mənbələri hesabına formalaşır. Belə mənbələrdən dövlət büdcəsi xüsusi vəsaitlər, bələdiyyə maliyyəsi formada alınan kreditlər, həmçinin xarici şirkətlərin qoyduğu vəsaitlər təşkil edir. Bu maliyyə vəsaitlərinin özünün formalaşma dinamikası, perspektivi və turizm sahəsində səmərəli olması həmin sahəyə əsaslı vəsait qoyuluşunu planlaşdırır. Respublikada əsaslı vəsait qoyuluşunun strukturundakı sahə və funksional dəyişmə dinamikası, son nəticədə həmin sahələrin və o cümlədən turizmin maddi-texniki bazasını stimullaşdırır.

Cədvəl 23.5.³⁶

Azərbaycan Respublikasında bütün mənbələr hesabına maliyyə resurslarının dinamikası

	Ölçü vahidi	2004	2005 gözlənilən	2006 proqnoz	2009 proqnoz
Bütün mənbələr üzrə hesabına İnvestisiya qoyuluşu (xarici investisiyalar daxil)	mld.manat mln.dollar	26550,9 5403,6	27389,0 5827,4	29311,3 6513,6	26017,5 5791,7

³⁶ Azərbaycan Respublikası Dövlət Büdcəsi zərfi, I cild, səh.64.

olmaqla)					
Daxili investisiyalar	mld.manat mln.dollar	6619,9 1347,3	8278,8 1761,4	11230,3 2495,6	16635,0 2841,1
Xarici investisiyalar	mld.manat mln.dollar	19931,8 4056,3	19110,3 4061,0	18081,0 4018,0	9382,5 2085,0

Turizmin maddi texniki bazasının quruluşu turist məhsulunun strukturu və turist texnologiyasının inkişafı ilə bağlıdır. Təbii ki, bu çevik texnoloji siyasət texnologiya bazarında alınan avadanlıqların tam gücü ilə işləməsi üçün müştərilərin istehlak dövryyəsinə cəlb edilməsi məqamının optimal müddətdə uzlaşması ilə baş verməlidir. Ona görə də kapitalın səmərəli istifadəsi, onun texnoloji quruluşu ilə planlaşdırılır. Turizm əmək tutumlu sahə olduğu üçün, onun məhsullarının çeşid «keyfiyyətinin» yaxşılaşmasında əl əməyinə əsaslanan müəssisə və əmək fəaliyyətinin təşkili respublika üçün səmərəli və prioritet sosial yönlü istiqamət kimi qəbul oluna bilər. Turizmin kapital tutumunda daha çox vəsait tələb edən sahələri, tikinti və hava gəmilərinin alınması təşkil edir.

Turizm inkişafı üçün respublika iqtisadi mühitinin və resurslarının natural və pul ifadəsində həcmi, strukturu, bir başa və dolayısı rol oynayır. O cümlədən, pul vəsaitlərinin, onun idarə edilməsi istiqamətləri turizmin inkişafını səciyyələndirir. Belə ki, respublikada dövriyyədə olan pulun turizm sferasına yönəldilməsi üçün inteqral effekt baxımından əsas tərəfi, həmin sahənin rentabellik səviyyəsinin yüksək olması və kapitalın tez bir zamanda sahibinə qaytarılmasını təmin edir. Ona görə də kapital qoyuluşu müddətin qayıtması müddətinin minimuma endirilməsi meyar kimi qəbul oluna bilər.

Turizm bazarının mətəşəkkil təşkili, onun səmərəli fəaliyyəti turizmə istiqamətlənən pul vəsaitinin və onun məhsuluna təsir gücü ilə ölçülməsi, həmin sahədə maliyyə-

kredit münasibətlərini, vergi və həmçinin ödəmələr probleminin təkmilləşməsinə təsiri ilə qiymətləndirilir.

Turizm bazarının təşkilində dövlətin rolu, onun liberallığı dərəcəsi bazarın marketing planı və onun ayrı-ayrı dövrlərdə menecment idarəçiliyi, inteqral səmərənin təminatı üçün əsas rol oynayır.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi tədbirləri onun əsas iki tərəfi olan iqtisadi artımı təmin etməklə, mülkiyyət formasından asılı olmayaraq turizmin inkişafını stimullaşdırmaq olsa da, digər tərəfdən əhalinin güzaranına təsir etməklə onların seçimini təşkil etmək vəzifəsi düşür. Birinci istiqamət ümumi iqtisadi tənzimləmə siyasəti olmaqla islahatların daha səmərəli keçirilməsi tələbləri ilə bağlıdır. Ümumi daxili məhsulun artımı ilə xarici investisiyaların axınının turizm sahəsinə cəlb edilməsinə şərait yaratmaq və bu sahədə güzəştli sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdıran mexanizmlər tətbiq etmək, həmçinin yerli sahibkarlar və fiziki şəxslərin vergi və kredit şərtləri ilə turizmə qoyulan vəsaitini artırmağa düşür. Yerli gəlirlərin artması, regionda ayrı-ayrı subyektlərin turist fəaliyyətini artırır. O cümlədən, kənd yerlərinə kapital axını kəndlərdə torpaq və meşə təsərrüfatının, yol və mehmanxana, mənzil şəraitinin turist seçimi üçün əlverişli olmasını tələb edir. Ona görə də hər bir turist növü üzrə lokal mühit, ekoloji tarazlıq, enerji təchizatı üçün infrastruktur təminatı dövlətin regional inkişaf strategiyasının tərkib hissəsidir. Ona görə də dövlətin regionların inkişafına dair sosial-iqtisadi istehsal proqramının reallaşması nəticəsi olaraq və onun reallaşması şəraiti kimi turizmə lokal siyasət mexanizmi kimi baxmaq vacibdir.

Mövcud elmi ədəbiyyatlarda turizmin iqtisadi və sosial təşkilati mahiyyətinə yanaşma onun konseptual və praktiki problemlərini həll etmək üçün hər bir regionun ərazisində formalaşan iqtisadi münasibətlər sistemində «onun həlli yolları axtarılır». Ona görə də turizmə sistem anlayışı və sistemli planlaşma obyektinə kimi baxılır. Turizm istehlak-

çıları istehsal və xidmət sferasında həmçinin makrosəviyyəli istehsal və bölgü münasibətlərinin nəticəsi olaraq inkişaf edir. Beynəlxalq turizm assosiasiyasının ekspertlərinin qərarı ilə turizmə «məcmuu münasibətlər və təsirlər» yaşayış yerindən fərqli olan kənarında olan zaman³⁷ kimi baxılır.

Həqiqətən əsas orqan olaraq xarici iqtisadi əlaqələr dövlət və resurs istehsalçıları arasında istehsal, bölgü münasibətlərini formalaşdırır. Dövlət turist məhsuluna təsir etməklə onun istehsalına bir başa və dolayısı yolla təsir edir. Dövlətin əsas vəzifəsi turizm bazarında məhsulun və xidmətin ümumi həcmi, onun daxili bazar segmentinə uyğun istehsalı və istehlakını, ixracını tənzim etməklə daha səmərəli alternativ inkişaf meyillərini təmin etmək vəzifəsini reallaşdırır.

Turizmin daxili strukturu onun ərazisinə gələn turistlərin motivi və istehlak davranışı ilə planlaşdırıla bilər. Amma turist motivi gələn turistlərin istehlak davranışı, şəxsi xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunduğu üçün onun hər birinin seçimi ilə tənzimləmək çətin olduğundan istehlakçı segmentlərinin öyrənilməsi və istehlak strukturunun qiymətləndirilməsi keçirilməlidir. İstehlak segmenti fizioloji ələbatla müəyyənləşdirildiyi üçün onun ərzaq tələbatı uyğun fizioloji normalara əsasən planlaşdırılır. Hər bir rasiona uyğun mövcud qiymətlərdə rasion tərtib olunur və onun regionlarda qiyməti yerli qiymətlərə uyğunlaşdırılır.

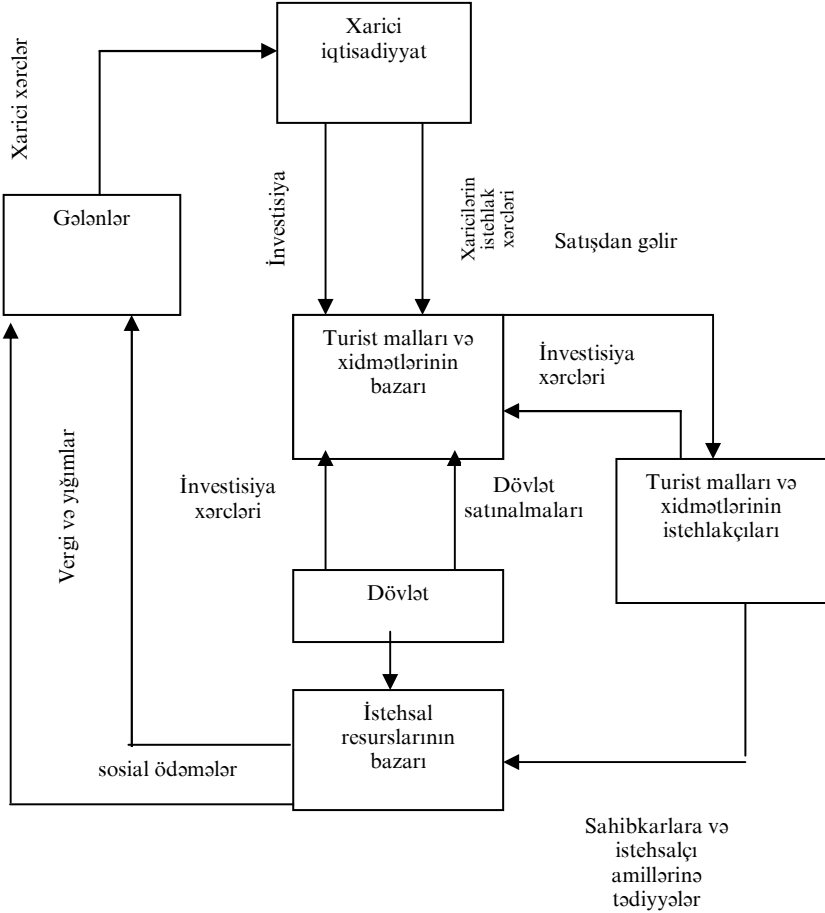
Turizm məhsulunun tərkibində turist zövqünə uyğun xidmət və əmtəə növü, milli xüsusiyyətləri nəzərə almaqla və turistlər üçün daha çox alıcılıq qabiliyyəti kəsb edən əşyalar üzrə aparılır. Resublikada turist bazarının təşkilində rəqabət mühitinin olması həmin məhsulların və xidmətlərinin qiymətlərinə təsir edir. Həmçinin turizm bazarı ixracatçı önlü əlamətləri nəzərə almaqla planlaşdırılır. Turizm

³⁷ А.Ю.Алекеева. Международный туризм. М., Аспект, Пресса. 2004, 470 с.

bazarında istehsalçıların və turistlərin istehlak qabiliyyətini təmin edən əmtəə və xidmət təklifini proqnozlaşdırmaqla onun istehsalı üçün zəruri olan kapital və resurs imkanlarını məhdudlaşdırırlar. Məhz otellərin təchizatı, onların xidmət obyektini olaraq kompleks təchizatı, onun yerləşməsi və nəqliyyat növünün seçilməsi, turist məhsuluna alıcılıq qabiliyyətini artırır. Beləliklə, turizmin inkişafında sahibkarlıq yolu ilə daha əməli planlaşma üsulları tətbiq etməklə onun mövsümü xarakterli bazarını və stasionar rejimdə daha səmərəli işini təşkil edir. Turizmin təşkili və idarə edilməsində daha çox təsir edən və onun səmərəsini yüksəldən amillərdən ən çoxu turizm işinin şəhər daxili və şəhərlərarası əlaqələrini öyrənmək, beynəlxalq turistlərlə işləmək qabiliyyətini təşkil etməkdir. Təbii ki, bu problemlər ümumi iqtisadi problem olsa da xüsusi səriştə və təcrübə tələb etməklə xarici vətəndaşların psixologiyasına, davranışına uyğun xidmət tərzini formalaşdırmaqdan ibarətdir. Ona görə də turist kadrlarının xidmət sferası xüsusi məktəb və hazırlıq mərhələsi olmaqla, uzunmüddət formalaşan ənənə kimi psixoloji amil olaraq perspektiv planlaşma obyektidir. Beynəlxalq və daxili turizm mahiyyətə uyğun əlamətlər kəsb etməklə, təşkilati forması və xidmət növü üzrə kəskin fərqlərə malikdir. Ona görə də turizm fəaliyyətində və planlaşma təcrübəsində bu növ turistlər kəskin ayrılırlar. Beynəlxalq turizmin inkişafı beynəlxalq standartlara uyğun assosiasiyalar, BMT və konvensiyalar üzrə müəyyənləşdirir. Beynəlxalq turizmin inkişafında risklər və təhlükəsizlik məsələləri, qazanc, ətraf mühit və digər problemlər meydana çıxır ki, bunların tənzimlənməsi, əlavə vəsait və qəbul olunmuş qərarlar tələb edir. Bu gün üçün reklam şəraiti və təhlükəsizlik təminatı, ekoloji mühitin yaxşılaşdırılması, milli-mədəni tədbirlərin seçilməsi, həmçinin xidmət keyfiyyəti beynəlxalq standartlara uyğun olmalıdır. Mövcud servis xidmətini, beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq üçün isə müəyyən mərhələ və əlavə vəsait tələb olduğu kimi

turist müştərilərinin seçilməsi, onların cəlbi və daha çox kənarında onların potensialının artırılması nəzərdə tutulmalıdır. Bütün bu əlamətləri nəzərə alaraq turizmin sistem əlaqəsini aşağıdakı kimi təsvir etmək olar: (Sxem 1.)

Sxemdə göstərilən əlaqələr turizmin beynəlxalq və daxili resurslar arasında əlaqə formaları və məzmununun sistem təsviri modeli kimi qəbul edilə bilər. Təbii ki, bu sxemdə bütün mexanizmləri nəzərə almaq mümkün olmasa da, onların əsas aparıcı amillərini nəzərə alıb perspektiv planlaşmada bazar tələblərinə uyğun dəyişmə meyilləri verilə bilər. Xarici iqtisadiyyat əlaqələri turizmin inkişafı üçün əmtəə nişanı coğrafi mühit, ekoloji tarazlıq və siyasi mühit haqqında ayrı-ayrı dövlətlər arasında əlaqə yaradır. Azərbaycan son 10 ildə (1996-2006-cı illərdə) Dünya ölkələrinin 163-cü ilə fəal ticarət-mədəni əlaqələr yaratmaqla, beynəlxalq assosiasiyaların iqtisadi qruplarının üzvünə çevrilmişdir. Xarici-iqtisadi əlaqələr neft kontraktları, TRASEKA dəhlizi və neft ixracatı ilə bağlı əlaqələrin genişlənməsi hesabına daha da artıb.



Sxem 1. Turizmin dünyəvi iqtisadi sistem kimi təsviri.

Azərbaycan beynəlxalq siyasi, iqtisadi təşkilatlara üzv olmaqla iqtisadi əlaqələrin dünya səviyyəsinə qaldırıb. Belə ki, BMT-nin inkişaf proqramları, Avropa Şurasının müəyyən tələbləri, Dünya Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Avropa İnkişaf və Yenidənqurma Bankı, Qaradəniz İqtisadi Əməkdaşlığı Birliyi, İslam İnkişaf Bankı arasında iqtisadi əlaqələr və təşkilati əlaqələr əməkdaşlığın insani və

maddi formasını genişləndirir, əlaqələrin turizm üçün platformasını hazırlayır. İş adamları arasında əlaqə formaları genişləndikcə bir-başa ölkəyə gələnlərin sayı və onların motivi dərinləşir, yeni keyfiyyət statusuna malik olur. Bu da öz növbəsində turist malları və xidmət bazarında seqmentləşmənin, daha çox xaricilər üçün çeşid və marketinqin formalaşmasına səbəb olur. Turist xidmətləri və malları bazarı istehsalçıların seqmentləşməsinə, onların istehsal həcminə və həmçinin idxal strukturuna təsir edir. Ölkədə idxal və ixracın statusu, məkanı və onların mal quruluşu dəyişir. Xammal ixrac edən ölkədən iqtisadi əlaqələr artdıqca hazır məhsul ixracına keçmək ehtimalı güclənir. Və bu keçid - transformasiya artıq formalaşmış meyillər və baza üzərində qurulur. Dövlətin iqtisadi rolu onun turizm bazarının formalaşması və tənzimlənməsində investisiya xərcləri və satınalmalarda təsiri güclənir. Onun bazar münasibətləri şəraitində istehsal resurslarına təsiri formalaşır.

Xarici kapitalın respublikaya axını xarici-iqtisadi əlaqələrin forması olaraq yaradılan investisiya mühiti ilə daha genişlənir. Azərbaycanda xarici investisiyaların 2004-cü ildə 4,1 mlrd. dollara qalxması ölkədə potensial resurslarını artırır. Belə ki, bu vəsaitin perspektivdə daha çox sosial infrastruktur obyektlərinə, ölkənin sosial inkişafına yönəldilməsi turist kompleksinin makroiqtisadi problemlər statusunu artırır. Turizmin inkişafına yönəldilən meyillər, struktur transformasiya prinsiplərinə əsaslanır. Daha çox sosialyönlü tələbatlar ön plana çəkilir. Sxemdən görüldüyü kimi, turizmin dünya iqtisadi sistemi tərkib hissəsi kimi baxmaqla, onun təşkili və idarə olunmasında bir sıra mexanizmlərin transformasiyası dünya tələblərinə uyğunlaşır. O cümlədən, tədiyyə sistemi, sosial ödəmələr, investisiya xərclərinin səmərəli təşkili, məsrəf xərclərinin standartlaşması dünya inteqrasiya ölkələrinin tələbləri ilə uyğunlaşır. Beynəlxalq Valyuta Fondu transformasiya təcrübəsinə

uyğun Azərbaycanda xərc strukturuna öz tövsiyyələrini verir.

Hər bir ölkənin beynəlxalq iqtisadi əlaqələri, onun ərazisində xarici şirkətlərin fəaliyyəti milli və dünya iqtisadiyyatının formalaşmasında mühüm rol oynayır. Azərbaycanda neft kontraktlarında 40-a yaxın xarici şirkətin olması, telefon rabitə sistemində müştərək firmalar və xidmət sferasında Türkiyə müəssisələri, həmçinin xarici bankların, yol, kommunal və enerji sahəsindəki bir başa investisiya yolu ilə yaxud dolayısı iştirak etməsi, bütövlükdə respublikanın turizm məkanı kimi formalaşmasına iqtisadi zəmin və beynəlxalq standartlara uyğun ictimai fikir və psixoloji amil kimi təsir edir. Məhz bu şəraitin formalaşması üçün respublikada transformasiya modeli, beynəlxalq dəyərlər və inteqrasiya səmərəsini nəzərə almaqla aparılır.

İnteqrasiya səmərəsinin turizm üçün istifadəsi, daxili transformasiya modeli ilə xarici tələbatı ən əlverişli vəhdətini formalaşdırır.

23.3. Turizm bazarının formalaşmasında sahibkarlıq əsas xüsusiyyətləri

Sahibkarlıq fəaliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi inkişaf və tələbatın ödənilməsinin əsas istehsal amili və sosial tərəfi olmaqla region və sosial xüsusiyyətlərə malik olmaqla formalaşır və inkişaf etdirilir. Sahibkarlığın ümumi iqtisadi, konkret istehsal və istehlak xarakteri, onun əsas motivi və amillərinə uyğun olaraq yaranır, qlobal və mühüm ehtiyatları ödəmək üçün miqyası genişlənir, rəqabət mühitində özünün davamlığı və strateji mənəvi taktikasını seçməklə idarə olunur. Ona görə də sahibkarlığın strateji planı onun mənfəətli işləməsi, dayanıqlı və müstəqil inkişaf meyilləri, həmçinin mikrosəviyyəli marketinq tələbinə uyğun fəaliyyət göstərməklə idarə olunur. Sahibkarlığın məqsədi və motivi turizmin əlverişli olması göstəriciləri

üzərində qurulur. Bu baxımdan sahibkarlıq fəaliyyəti üçün onun xalis sahə çeşidinə uyğun strukturu, yaxud kompleks xidmət fəaliyyət daxilində sahibkarlığı stimullaşdıran şəraitin yaradılması zəruriyyəti meydana çıxdıqda baş verir.

Turizm sahibkarlığının ilkin şəraiti, təbii resursların ehtiyatları, əmək fəaliyyəti üçün resursların kifayətliyi, həmçinin mənfəət əldə etmək qabiliyyəti və mükünlüyü əsasında baş verir. Sahibkarlıq daxilində turizm fəaliyyəti kompleks şəraitin olması və əmək bölgüsündə bu fəaliyyət üçün biribirini əvəz edən resursların alternativ istifadə planının hazırlanması və istifadəsi ilə baş verir. Turizmin sahibkarlıq fəaliyyəti kimi məqsəd qəbul edilməsi, artıq turizm strukturlarına uyğun onun təşkili strukturunu formalaşdırır.

Hər bir sahibkar turizmin əsas istiqamətləri olan məhsul və xidmət təklifini müəyyənləşdirir, məsrəflər və xərc strukturuna uyğun resurs mənbələri tapır və dünya standartlarına uyğun istehlak strukturu yaratmaq üçün texnologiyə proseslər və menecment idarəçiliyinin təşkilati aspektlərini müəyyənləşdirir və bazar segmentlərinə uyğun rəqabət mühiti şəraitində bazara çıxmaq cəhdlərini formalaşdırır. Təbii ki, sahibkarlıq fəaliyyəti və turizm məqsədi, hökmən eyniadlı resurslar və ancaq xalis ixtisaslaşma tələb etsə də mülkiyyətin qarışıq forması kimi turizmdə yeni xüsusiyyətlər kəsb oluna bilər.

Daha çox sahibkarlığın sahələrarası kompleks formada təşkili, yaxud mülkiyyətin müxtəlif formasından asılı olmayaraq, onların konsolidasiya əsasları üzrə idarəçiliyi prinsipi əsasında qurulması vacib şərtədir. Çünki turizm məhsulu öz istehlak xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif xarakterli istehsalçılar və davranış elementi olduqları üçün onların idarə edilməsi çoxsahəli və çoxtərəfli obyekt kimi formalaşır.

Sahibkarlığın inkişafın ərazi və sahə strukturunun formalaşmasında uzunmüddətli meyar və maraqları təmin etmək üçün turizmin ərazilər üzrə yerləşməsi onun coğrafi-

iqtisadi amili və sosial aspektləri daha prioritet istiqamət kəsb edir. Belə ki, respublikada əmək ehtyatların 50%-nin regionlarda yerləşməsi, dağ regionlarının turizm üçün yararlığı, təbii coğrafi mühit və həmçinin strateji məqsəd olaraq regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramı çərçivəsində köklü addımlar atmaq məhz regionlarda turizmin inkişafı və sahibkarlıq növü olaraq əsas yaradır. Azərbaycanda islahatların xarakteri, özəl sektorun inkişaf meyilləri, həmçinin torpaq üzərində xüsusi mülkiyyət kənd təsərrüfatının strateji inkişaf sahəsi olması və əhalinin məşğulluq səviyyəsindəki mövcud reallıqlar, işsizlik amilləri kənd turizminin inkişafını və bunun üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi və məxtəlif mexanizmlər vasitəsi ilə idarə edilməsində üstünlüyü təmin edir. Belə mexanizmlərə maliyyə-kredit, ödəmələr, investisiya mənbələri və menecment idarəçiliyinin təşkili xüsusiyyətləri kəsb edir.

Turizmin regionlarda inkişafı bütövlükdə sahibkarlığa yaradılan şəraitlə və maliyyə imkanları hesabına dəstək proqramları əsasında reallaşır. Regionların iqtisadi potensialı, onların təsərrüfat dövriyyəsi üçün zəruri olan real potensiallardan xeyli aşağıdır. Bu potensialın istifadəsində regionlara kapital axının əsas mənbəyi, mərkəzləşdirilmiş maliyyə rıçaqları, əhalinin xüsusiyyətləri və xarici investitorların, yaxud borc yolu ilə xarici kredit resurslarının cəlb olunması ilə mümkün olmalıdır. Mərkəzləşdirilmiş büdcə yolu ilə sahibkarlığa dəstək büdcədə planlaşdırılır, biznes planı əsasında ayrılır və güzəştli faizlə qaytarılmaqla uzun müddətə sahibkarlara verilir. Təbii ki, bu mexanizmin tətbiqində biznes planlarının reallığı, maliyyənin təyinatına görə işlənməməsi və həmçinin amortizasiya aşınmaları və istehlakın marketinq quruluşunun kompleks nəticəsində gözlənilən əməli və çevik sahibkarlıq fəaliyyəti həyata keçirilir. Daha çox cari xərc strukturuna uyğun olaraq xüsusi vəsaitlərin istifadəsində bəzi vergi güzəştləri etməklə onun turizm sahibkarlığını təşkil etmək daha əlverişlidir.

Turizm sahibkarlığının stimullaşdırılması, onun təsisçiləri və menecment münasibətlərini bazarda sahibkar arasında münasibətlərin tam və nisbətən bölgüsü xüsusiyyətləri ilə fərqlənir. Turizm sahibkarlığı prosesində ərazi ilə sahə və resurslar ilə onların istifadəsi, iştirak payı ilə gəlir bölgüsü arasında münasibətlər mexanizmi tamamilə fərqli cəhətlər üzərində qurulur. Fikrimizcə, vergilər, ödəmələr, yerli gəlirlər və xərclər, təbii resursların təkrar istehsalı üçün fond və xidmət ödəmələri, qiymətlərin formalaşması mexanizmləri yeni aspektlər kəsb edir.

Turizm sahibkarlığında resurs təminatı, həmçinin sahibkarlığa kömək fondu, mərkəzləşdirilmiş kredit və yerli büdcələr, habelə xüsusi vəsaitlərin istifadəsi zamanı maraqlar bölgüsü uyğun ödəmələr və məsrəflər üzrə artırılmalıdır. Sahibkarlığın resurs potensialından əsas seqmentlər təbii olsa da, onların məhsul və xidmət istehsalında qiymətləndirilməsi və xərc strukturunda nəzərə alınması sahibkarlar arasında qiymət bölgüsünü təşkil edir. Bu maraq daha çox xarici investorların cəlb edilməsi nəticəsində daha prinsipial mexanizmlərlə ölçülməlidir. Belə ki, ətraf mühütün sinergetik səmərəsi, mövcud artıq əmək resurslarının ucuz əməkhaqqı kimi istifadəsi yaradılan gəlirlərdə sinergetik effektiv bölgüsü ilə fərqlənir.

Sahibkarlığın regionlar üzrə yerləşməsində həmin regionun resurs potensialı və istehsal olunmuş məhsul bazarın olması, yaxud bazarların nəqliyyat və digər xərclər üzrə ucuz başa gəlməsi ilə mühüm rol oynayır. Respublikada regionların qeyri-bərabər inkişaf meyilləri onların nəqliyyat və enerji ilə təminat səviyyəsi yük daşıma və sərnişin daşıma üçün əlverişli iqtisadi zonada yerləşməsi, sahibkarlıq üçün əlverişli olsa da, onun məhsulu daxili bazar, yaxud ixracat üçün istehsalı stimulaşdıraraq investisiya axını artırır. Azərbaycan respublikasında məhsuldar qüvvələrin yarısından çoxunun rayonlarda yerləşməsinə baxmayaraq sahibkarlığın 70%-ni Bakı və Abşeron iqtisadi

regionda yerləşməsi, artıq dövlət və sahibkar mühütü üçün məlumdur. Sahibkarlıqda vahid resursun olması, onun inkişafı üçün həlledici amil ola bilməz. Kompleks amillər və istehsal üsulunun bütün resurs tərəflərinin özündə birləşdirən çoxsahəli əlaqə mühüm sahibkarlığın inkişafına səbəb olur. Regionlarda turizm sahibkarlığın daha çox turistlərin baxımından potensial resurslara və onların istifadəsi üçün əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmin sahibkarlıq kimi fəaliyyət dairəsinin səmərəli istifadəsi üçün regionların kompleks sosial iqtisadi inkişaf proqramının nəticəsində, onların azad iqtisadi zona, yaxud maliyyə axını üçün güzəştli vergi, və yaxud gömrük güzəştləri etmək yolu ilə stimullaşdırmaq mümkündür.

Təbii ki, yerli və xarici sahibkarların turizm sahibkarlığına meyilini artırmaq üçün eyni şəraitin yaradılması, kredit və lizinq xidmətində eyni faiz normaların tətbiq edilməsi, rəqabət mühütündə süni inhisarlığın qarşısını ala bilər. Turizm sahibkarlığında dövlətin yolu, özünün turizm müəssisələrin tikilməsində və istifadəsində sahibkar, icarəyə verən bir subyekt kimi iştirak etməsi ilə səgiyyələyə bilər. Ancaq dövlət özünün səlahiyyətləri daxilində, həmin rıçaqların istifadə edilməsində təşəbbüskarlığı və üstünlüyü öz əlinə almalıdır. Sahibkarlığın region xüsusiyyətləri, həmin regionda kompleks şəraitin təmin olunmasında dövlətin rolu, və uyğun qiymətlərlə hər hansı mərkəzləşdirilmiş resursların bölgüsündə bərabərlik prinsiplərinin tətbiq edilməsi olmalıdır. Bu gün regionların sürətli inkişaf konsepsiyası onların resurslarının iqtisadi dövriyyə, gəlb edilməsi yolu ilə region əhalisinin məskunlaşması və onların həyat səviyyəsinin və tələbatının ümumi iqtisadi və şəhər göstəricilərinə yaxınlaşması məqsədi ilə sahibkarlığın bütün növ inkişafına şərait yaratmağın məsələsi prioritet istiqamətlərdir. Təbii ki, bu istiqamətlər öz aktuallığı və kommersiya gəlirləri baxımından mənfəətlə işləməsi nöqtəyi nəzərdən turizm sahibkarlığı mexanizmlər sistemində əsas

yer tutur. Turizm əməyinin xarakterinə onun maddi əşyaları və gəlirlərinin bölgüsündə yerli orqanların və əhalinin mənafeyinə uyğun üstünlüklər mövquddur. Çünki turizm məhsulunun bazarı həmin ərazidə reallaşır. Onun həm istehsalında həm də istifadəsində yerli əhalinin müəyyən maraqları ödənilir. Onun büdcəsinə gəlir daxil olur. Dövlət gəlirləri ödəniş tutaraq müxtəlif növ aspektlər tətbiq etməklə öz büdcəsinə formalaşdırır. Əhali gəlirləri həmin region əhalisinin gəlirlərinin və onların istehlakı üçün zəruri olan məhsulların bir hissəsini yaradır. Turizmin regionda inkişafı, region daxili infrastrukturunun inkişaf səviyyəsini dəyişdirir, onun inkişafında yerli əhalinin məşğulluğu səviyyəsinin və onların gəlirlərini artırır. Beləliklə turizmin regional xüsusiyyətləri öz sinerjetik effekti ilə ölçülür. Sinerjetik effekt orta statistik məsrəf və fərdi məsrəflər arasında olan fərqdən əmələ gələn effektdən savayı çarpaz formada biri-birinə ötürülən sistem əmələ gətirilən səmərələrin məhsulu kimi formalaşır.

$$\partial_i = \frac{\sum_j \alpha_{ij} - x_j}{\sum_k \sum_j M_{kj}} \cdot 100\%$$

Burada, α_{ij} - hər hansı i - fəaliyyətin j -istehlak göstəricisində təsir gücü.

M_{kj} - j istehlak növünün formalaşması üçün k xərclərinin həcmi.

Təbii ki, bu effekt bir başa və dolayısı yolla olduğu üçün α_{ij} , M_{kj} - matris şəklində olduğu kimi, digər törəmə matrislərini də özündə birləşdirir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas formaları kiçik müəssisələr, xarici müştərək müəssisələr, kəndli fermer təsərrüfatı və birjalar təşkil edir. Turizmin regionlarda artırılması bu müəssisələrin səmərəli fəaliyyəti və onların hər birinin turist məqsədi ilə məhsul istehsalı, iş yerlərinin təşkili və həmçinin yaratdığı infrastruktur sferası ilə müəy-

yənəşir. Xarici və müştərək müəssisə forması olaraq onların inkıfır dınamikası turizm üçün şərait yaradır.

Cədvəl 23.6.³⁸

Xarici müştərək müəssisələrin fəaliyyəti (2004-cu il)

Sahələr	Fəaliyyət göstərən müəssisələr sayı	Onlarda işləyənlərin sayı	Orta aylıq əmək-haqqı	Məhsulun işinin xidmətinin həcmi manatla
Cəmi	814	54083	2968,1	19093489,9
Sənaye	195	18685	3763,2	11596344,2
Tikinti	75	14669	25631	36794,8
Kənd təsərrüfatı	7	367	180,9	4534,5
Topdan və pərakəndə satışı	271	6240	813,9	379937,1
Mehmanxanalar və restoranlar	20	1607	1323,2	223287,3
Nəqliyyat, anbar təsərrüfatı və rabitə	79	3539	140,8	170317
Daşınılmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar icra edən və kommunal fəaliyyət	120	5474	6321,8	1491924,4
Təhsil	24	109,6	466,1	20436,5
Səhiyyə və sosial xidmətlər	11	660	1498,2	22382,1
Digər kommunal və sosial fərdi xidmətlər	12	721	661,6	39675,7

Xarici və müştərək müəssisələrin fəaliyyətinin həm texnoloji həm də maddi amili həmin regionda turizm mühütü üçün kompleks şəraitə yönəldilməsinə edilən birbaşa və dolayısı maliyyə və resurs dəstəyi təşkil edir.

³⁸ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2005-ci il səh. 112

Cədvəldən göründüyü kimi ticarət və topdan satış müəssisə formasının sayca üstün olmasına baxmayaraq işçilərin sayı aşağıdır. Ən çox işçilər sənayedə və tikinti sahəsində toplanmışdır. Tikinti müəssisələrinin əmtəlik məhsulu bütün sahələrdən çoxdur. Məhsulun və xidmətin həcmi tikinti sahəsində 3,6 trilyon manat təşkil edir ki, bu da rentabellik səviyyəsinə görə aşağı olsa da resurs dövriyyəsinin həcmində xüsusi çəkisə görə böyük rəqəmdir. Nəqliyyat və anbar təsərrüfatının illik məhsulunun həcmi çox aşağıdı, mehmanxana məhsulunun miqdarı 223 mld. manat təşkil edir. Xarici və müştərək müəssisələrin məcmuu məhsulu 19 trilyon manat təşkil edir ki, bu da bütövlükdə digər sahələrin sahibkarlıq məhsulundan 7 trilyon çoxdur. (cəmi 31,7 trilyon manat).

Turizm sahibkarlığının əsas istiqaməti olaraq sahə strukturunun təkmilləşdirilməsi mühüm rol oynayır. Sahə strukturunda əl əməyinə əsaslanan, yerli resursların olması və təbii resursların iqlim və ekoloji mühütün xüsusiyyətlərini nəzərə alan sahələrin inkişafı mühüm istiqamət olaraq qalır. Turizmin sahibkarlığında sahə strukturunu turizm məhsulunun turizm bazarında tələbat sistemi ilə müəyyənləşir. O cümlədən tələbat sisteminin ixracat y önlü, yerli resurslara əsaslanan, daha çox sosial əhəmiyyət kəsb edən sahələri özündə birləşdirir. Sahə səmərəsi xalis və istehsal göstəricisi ilə deyil, sosial tələbat baxımından da qiymətləndirilir. Belə ki, iş yerlərinin açılması, qadınların turizm sahəsində məşğulluğuna üstünlük verilməsi, ailə gəlirlərinin formalaşmasında sahibkarlıq gəlirlərinin artımı, regionda infrastrukturun inkişafı ilə digər sahələrin şəraitinin yaxşılaşması inteqral səmərə kimi formalaşır.

Turizm sahibkarlığının xüsusiyyətləri onun biznes planı resurslarının müxtəlifliyi və texnoloji ardıcılıqla həmçinin qərar qəbulunun çevikliyi, həmçinin səmərəliliyi ilə fərqlənir. Sahə strukturu təşkilatı quruluş kimi bazar segmentinə uyğun ixtisaslaşır.

Belə ki, regionlarda mülkiyyət formaları və təsərrüfat əlaqələri sahə strukturunun texnoloji və təkrar istehsal strukturunu formalaşdırır. Turizmin inkişafında sahibkarlıq təşkilatı üçün ilkin kapitalın formalaşması mənbələrinin müəyyənlişməsi və ondan səmərəli istifadə yollarının tapılmasıdır. Ona görə də ilkin kapital dövlət büdcəsinin istifadəsində turizmə ayrılan vəsait və yerli büdcələrin hesabına turizmə maliyyə dəstəklərinin verilməsidir.

Turizmin inkişafında sahibkarlığın maliyyə əsasını qeyri dövlət maliyyə resurslarının cəlb edilməsi də əsas mənbə kimi üstünlük təşkil etməlidir. Amma bu vəsaitlərin həcmi yerli əhalinin turizm sahibkarlığında imkanlarını məhdudlaşdırır. Daha səmərəli variant kredit yolu ilə turizmin inkişafı, yaxud dövlət maliyyə resursları hesabına onların inkişafı və icarəyə verilməsi yolu ilə sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırmaq yoludur. Sahibkarlığa təşəbbüs-karlığı artırmaq üçün uzun müddətli kredit verilməsi və turizm fəaliyyətinin xərc strukturunda vergi əmələ gətirən amillərin təsirinə aşağı salınması yollarından istifadə edilməsi vacib rol oynayır.

Turizm sahibkarlığın gəlirləri başqa sahələrdən fərqli olaraq renta gəlirləri formasında əmələ gəlir. Renta turist resurslarının istifadəsindən gələn gəlir forması olmaqla sosial əhəmiyyət kəsb edir. Turist rentası təsərrüfat şəraitindən, mülkiyyət münasibətlərinin, təşkilati iqtisadi formaların səmərəsindən asılı olaraq renta formalarını yaradır, mütləq diferensial və inhişar rentalar uyğun mülkiyyətçilər və istifadəçilər arasında bölüşdürülür.

Turizmdə iqtisadi dövriyyənin elementlərinin düzgün qiymətləndirilməsi gəlirlərin adekvat hesablanmasına gətirib çıxarır. Renta gəlirlərinin yaranması, sosial məqsədlər üçün istifadə olunduğu üçün ona sosial statusu daha əhəmiyyətlidir. Turist məhsulunun sosial xarakteri onun yerli əhalisində gəlir mənbəi olması və bu gəlirin bölgüsündə təkrar istehsal xərqləri üçün vəsaitin ayrılması ilə ölçülür.

Turizmin əlavə gəlir mənbəi onun təbii resurslarının renta əmələ gətirən qabiliyyəti ilə ölçülür.

Turizm sahibkarlığında kommersiya mənfəəti və davamlı inkişaf tələbatı əsas meyar prinsipi olaraq qalır. Təbii ki, regionların şəraiti eyni olmadığı üçün hərə bir sahibkarın xərc strukturunda məsrəflər özünün potensialı həcmində yaxud rayona gətirilmiş resursları nəzərə almaqla təşkil oluna bilər.

Təbii resursların bol olması əlavə gəlir gətirməyə səbəb olur ki, onunda sahibkarı regionun bütöv əhalisi və onun ümumi tələbat üçün istifadə edilməsi strategiyası rol oynayır. Sahibkarlığın ilkin təşkili üçün tam rəqabət mühiti, məhz onların fəaliyyətindən gəlirlərin onun özünün sərəncamında qalmasına şərait yaratmaqla stimullaşdırma mexanizmlərinin tətbiqi ilə bağlıdır. Bu məqsədlə kredit və güzəşt sistemi, vergi formalarının və onun dərəcəsinin aşağı salınması yolları əhatə edir. Vergi sistemi respublikada artıq milli xüsusiyyətləri nəzərə almaqla sahibkarlıq fəaliyyətinin ilkin şəraitini hamarlaşdıran bölgü funksiyasını oynamaqdır. Əlbəttə, ayrı-ayrı sahibkarlıq növü üzrə vergi dərəcələrinin tətbiqi, fikrimizcə, kapital qoyuluşuna və orta mənfəət prinsipinə zidd olaraq gəlirlərin sahələr üzrə bölünməsi eyni şərait yaratmır. Ola bilsin ki, sahibkarlar vergi güzəştləri hesabına bazar tələbatını nəzərə almadan hər hansı məhsulun və xidmətin istehsalı ilə kütləvi məşğul olsun, bu da öz növbəsində həmin məhsul istehsalının mənfəətini azaldar və müəssisənin davamlı inkişafı dayana bilər. Ona görə də hamarlaşdırma və stimullaşdırma vergi dərəcələrində deyil, kredit və onun uzunmüddətli istifadəsi yolu ilə mümkün ola bilər. Kreditlərin verilməsində onun qaytarılması müddətində müəyyən güzəştlər, yaxud daha çox mənfəətli və sosial əhəmiyyətli fəaliyyət növünə kreditlər vermək yolu həmin sahənin cari xərclərini maliyyələşdirmək daha səmərəli mexanizmlərdir. Təbii ki, sahibkarlıq fəaliyyətində tətbiq olunan mexanizmlər, ümumi iqtisadi

siyasət, qlobal tənzipləmə və uyğun cari marketing və əməli planlaşma mexanizmləri ilə mümkündür.

Turizmin sahibkarlıq fəaliyyətinin özünəməxsus xüsusiyyəti, onun resurslarının və məhsulunun təbii-coğrafi və xarici daxili amillərdən asılı olması ilə fərqlənir. Belə ki, region turizminin əsas məqsədi dağ turizmi, təbiət gözəlliyi və mineral sular, sanatoriya xidməti həmçinin meşə və dəniz sahələrinin turizm məhsulu kimi hazır şəkildə müəyyən texnologiyalar yaradılması ilə təşkil mexanizmi əhatə edir. Bu resursların təkrar istehsalı, mülkiyyət münasibətləri və təşkili formaları eyni deyil. Ona görə də bu subyektlərin turist fəaliyyətində birləşməsi sahibkarlıq qanunlarına uyğun olaraq müəyyən prinsiplər, öhdəliklər və pay bölgüsü şəraitində ola bilər. Bu gün Azərbaycanda hər hansı resursun respublika tabeli, yaxud xarici investora istifadəyə verilməsi həmin resursunda turizm üçün istifadə kompromiss təşkilati forma, yaxud bazar tipli mexanizmlərlə layihədə birləşməsi yollarını müəyyənləşdirir.

Turizmin sonrakı inkişafı hər bir resursun sahibinin, onun istifadəçisinin və istehlakçısı arasında əlaqələrin, maraqların uzlaşması vahid bir sistemi halında idarə edilməsi texnologiyasından xeyli asılıdır. Özəlləşdirmənin əsas istiqamətləri və resursların bölgüsü, yerli və mərkəzləşdirilmiş maraqların uzlaşmasını tələb edir. Torpaqların əhali arasında bölgüsü yerin və təbii sərvətlərin dövlətin mülkiyyətində olması, kapitalın və ayrı-ayrı texnoloji qurğuların ayrı-ayrı sahibkarların əlində birləşməsi və onların sonrakı artımında sərbəst bazar segmentinə uyğun fəaliyyət turizm sahibkarlığının korporativ idarəetmə formasını, onun mexanizmlərini yaradır. Turizmin sahələrarası və müxtəlif tabeçilik prinsipinə uyğun təşkili forması onun sahibkarlığında sttmullaşma mexanizmini yaradır. Turist məhsullarının qiyməti hər bir iqtisadi və təşkilati resursun qiymətindən asılı olaraq, onun mənfəətinə və onun məhsulunun reallaşma qiymətinə təsir edir. Ona görə də bazar

tipli sahibkarlıq fəaliyyəti kimi cari resursların dəyişmə qiymətlərindən, həmçinin məcmuu tələbdən asılı olaraq respublikadan kənar təsir edən amillərdən asılı olaraq formalaşır. Dünya turizm sferasında, xüsusi istirahət və turizm xərcləri, daxili qiymətlərdən az olduqda, təbii ki yerli əhali müxtəliflik naminə xarici turizm fəaliyyətinə üstünlük verəcəklərinin böhranına səbəb olur. Regionlarda sahibkarlığın əsas istiqaməti olaraq turizmin inkişafı, yerli idarəetmə orqanlarının, özünü idarəetmə prinsipləri və azad sahibkarlığa dəstək proqramı yerli imkanlar hesabına mövcud maliyyə çatışmamazlığı şəraitində müəyyən çətinliklərlə bağlıdır. Belə şəraitdə dövlət maliyyə orqanlarının və maliyyə resurslarının, respublika miqyasında fəaliyyət göstərən sahibkarların imkanlarından istifadə etmək yolları tətbiq olunmalıdır. Belə ki, torpaqların özəl sektordə olması onun ərazisinin turizm məqsədi üçün, yeni mehmanxana ictimai iaşə və mədəni komplekslərin tikilməsi üçün müəyyən çətinliklər törədir.

Respublikada torpaq bazarının hələ ki, dövriyyəyə cəlb edilməməsi, meşə və dağ örtüklərinin dövlət mülkiyyətində olmaqla icariyyə verilməsi və yerli əhalinin kapitalının olmaması, həmçinin enerji, istilik və digər resurslarının dövlətin əlində olması ayrı-ayrı subyektlərin öhdəlik və vəzifələrini müəyyən edir. Sahibkarlığın sosial-iqtisadi rolu, əhalinin gəlirlərində və onun tələbatının ödənilməsində iştirakı ilə müəyyənləşir. Təbii ki, istehlak davranışının formalaşmasında turistlərin tələbatı və xarici turist kimi gedənlərin pul gəlirləri mühüm rol oynayır. Əhalinin pul gəlirləri və xərclərinin dinamikası turizm üçün sosial potensialın olmasını müəyyənləşdirir. Əhalinin pul gəlirlərinin tərkibində sahibkarlıq fəaliyyətinin gəlirləri, sahibkarlıq inkişaf etdikcə daha sürətlə artır. Belə ki, sahibkarlıq gəlirləri pul gəlirlərinin 50%-dən çoxunu təşkil edir.

Əhalinin pul gəlirləri və xərcləri (mln.man.)

Gəlirlər və xərclər	2000	2008
Pul gəlirləri	4047,3	20058,3
Sahibkarlıq fəaliyyətindən gələn gəlirlər	2114,4	11019,8
Xərclər	3272,2	15309,8
Son istehlak	2972,9	13256,4

Xarici valyuta dəyişmələri ölkədə olan əhalinin və xarici vətəndaşların dəyişmə dövriyyəsinə əhatə edir. Sahibkarlıq fəaliyyətindən gələn gəlir 2004-cü ildə 16,2 trilyon manat təşkil etməklə 1996-cı ilə nisbətən 3,0 dəfə qədər artmışdır. Bu artımın bütün sahibkarlıq növü ilə əlaqələndirməklə perspektivdə turizm sahibkarlığı hesabına bu artımın saxlanması gözlənilir. Turizmin sahibkarlıq fəaliyyəti kimi sosial xarakteri daha səciyyəvidir. Belə ki, turizmin kommersiya fəaliyyəti kimi məhsulun reallaşmasından əldə olunan gəlirlər, ərazidə sahibkarın gəliri yaxud səhmdar cəmiyyət və digər təsərrüfat forması kimi onun işçilərinin iştirak payı «divident» yaxud birbaşa gəliri kimi formalaşır. Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun bütün əhali qruplarının gəlirlərinin təsirini ayrı-ayrı mənbələr vasitəsi ilə baş verməsi mümkünlüyü artır.

Hətta ərazidə kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan fiziki və hüquqi şəxslər gələn turistlərin istehlak strukturunu təmin etmək kimi ərzaq və xidmət istehlakçısı kimi çıxış edir. Turistlərin istehlakı yerli sahibkarlığın müxtəlif keşiddə və keyfiyyətində xidmət göstərməsi ilə təmin olunur. Beləliklə, turist sahibkarlığı digər sahibkarlıq növləri ilə kommersiya əlaqələri və vahid istehlak bazarının istehsal seqmentləri olmaqla bütövlükdə regionun kompleks inkişafını təmin edir. Regionda turizm regionun inkişafının dominantı

³⁹ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2009. səh.128

rolunu oynamaq bazası vardır. Turizm sahibkarlığının özü, həmin sahibkarlıqdakı qarşılıq fəaliyyət növü olmaqla çox sahəli xidmət göstərən və istehsalla məşğul olan kiçik və orta sahibkarlığın bir sahəsi kimi, hər bir sahibkarlıq tərkibində fəaliyyətinin qurulması ola bilər. Əgər sahibkarlıq kompleks fəaliyyət dairəsi, bir-birini dəyişə bilən resurslar məcmuu olsa, onda sahibkarlıq üçün gətirilmiş xərcləri aşağı ola bilər. Minimum xərclərə, görə maksimum əmtənin məhsul və xidmət istehsalı, onun xərclərini ödəməklə genişlənməsi üçün əsas yaradır. Turizmin inkişafında əhalinin pul gəlirlərini, fiziki şəxslərin vəsaitlərinin cəlb edilməsi, onların resurslarından büdcəlik və yaxud icarə yolu ilə istifadə mexanizmləri geniş istifadə oluna bilər. Turizmin xərcləri, öz təkrar istehsal və təyinatına görə daha çox cari xərclər olmaqla, onun optimal strukturu, daha çox istehlak xarakterini və əməkhaqqı xərcləridir. Əgər turizm xərclərini proqnozlaşdırmaq məqsədi və idarəetmə baxımından qiymətləndirmək istəyiriksə onda xərc strukturu aşağıdakı kimi ifadə olunur.

$$C = \sum_i \sum_j a_{ij} x_j + \sum_k \theta_k + \Theta H^x + Y_m$$

Burada, a_{ij} – j əmtəə və xidmətə keçirilən material xərcləri

θ_k - k mənbəə üçün ödəmələr və vergilər.

ΘH^x - əməkhaqqı xərcləri

Y_m - son məhsul və ixrac olunan turizm məşğulu.

Xərc strukturunun aşağı salınması turizm biznesi üçün son məqsəd olmalıdır. Onun xərcinin və turizmin son məhsulunun qiyməti üzərində transformasiyası cari xərc kimi daxil olunur. belə ki xərclərin hər hansı xidmət sferasına qurulmasına tələbat və dəyişməsi ilə onun motivi ilə uyğunlaşır. Məhz biznes fəaliyyəti əsaslı kapital qoyuluşu ilə yanaşı əldə olunan gəlirlərinin istifadəsi üçün daha əməli menecment fəaliyyəti başa düşülür. Turist menecment

sahələr təşkil edir, əlavə xidmət üçün şərait yaradır. Bu iş onun turist məhsulunun qiymətində öz əksini tapır. Turist məşğulluğunun qiyməti turistlərin özünün istehlak davranışını özünün istehlak davranışı ilə müəyyənləşir. İnteqrasiya inkişaf etdikcə, turistlərin coğrafiyası və onların yaş, peşə və motivi dəyişdikcə, keçilən xərclərin həcmi və strukturu dəyişir. Daha çox yaşlıların turizm motivi ərzaqdan çox istirahət və xidmətin təşkili ilə ödənilir.

Azərbaycanda turist xidməti ölkə daxilində dincəlmək ilə bağlıdır. Kənarında turist səfərlərə daha çox sağlamlıq və istirahətlə bağlı olub, iş adamları ilə və nisbətən varlı təbəqələr arasında geniş yayılıb. Turizmin inkişafı əhalinin rifah səviyyəsinin dəyişmə dinamikası ilə əlaqələndirmək metodoloji baxımdan daha düzgündür. Mehmanxana, motel, ictimai iaişə müəssisələrinin bütün əhaliyə düşən say, o cümlədən onların gələn turistlər üçün tutumu, keyfiyyəti ilə bağlıdır. Respublikaya gələnlərin mehmanxana üzrə yerləşməsi onun əldə etdiyi gəlirə təsirini göstərir.

Cədvəl 23.8.⁴⁰

Mehmanxana, otel və gəlirlər üçün yerləşmiş
turistlərin sayı.(nəfər)

Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, cəmi	2001	2002	2003	2004	
O cümlədən	68845	117882	146232	213234	43157,4
Ölkə vətəndaşları	44694	56455	68567	113937	207446,2
Ondan uşaqlara	820	531	720	5149	946767
MDB Ölkələrində olan vətəndaşlar	4020	10820	21539	13983	45042
MDB başqa digər ölkələrdə olan vətəndaşlar	20131	50607	56176	85354	179070
Yerləşdirilmiş	5100	1271	40508	30671	43117

⁴⁰ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2009-ci il səh 291, 2009-cu il səh 287

göstəricilərin ümumi sayıdan yollaşla gələn vətəndaşların sayı					
--	--	--	--	--	--

Cədvəldən görüldüyü kimi 213,3 min nəfərin yerləşdirilməsi zamanı əldə olunan gəlir onlara göstərilən xidmət və həmçinin turistlərin maddi vəziyyəti ilə ölçülür.

Ölkəyə gələn turistlərin sayını müəyyənləşdirmək üçün formalaşmış meyillər və inkişaf üçün aparılan tədbirlərin səmərəli təsiri planlaşdırılır. Təbii ki, turizm axını, dövlətlər arası şirkətlərin arasında olan bir başa əlaqədən xeyli asılıdır. Respublikada sahibkarlıq mühüti, onun rəqabət tutumu olması turist seçiminə uyğun çevik marketinq siyasəti turist məşğulluğuna tələbatı artırır.

Regionların və ayrı-ayrı şirkətlərin həmçinin müəssisə və təşkilat formalarının dinamikası şirkətlərin yerli resurslardan istifadə etməkdə azad və sərbəst olmağı, ölkə qanunvericiliyində yerli sahibkarlara uyğun ödəmələr siyasətinin tətbiq edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

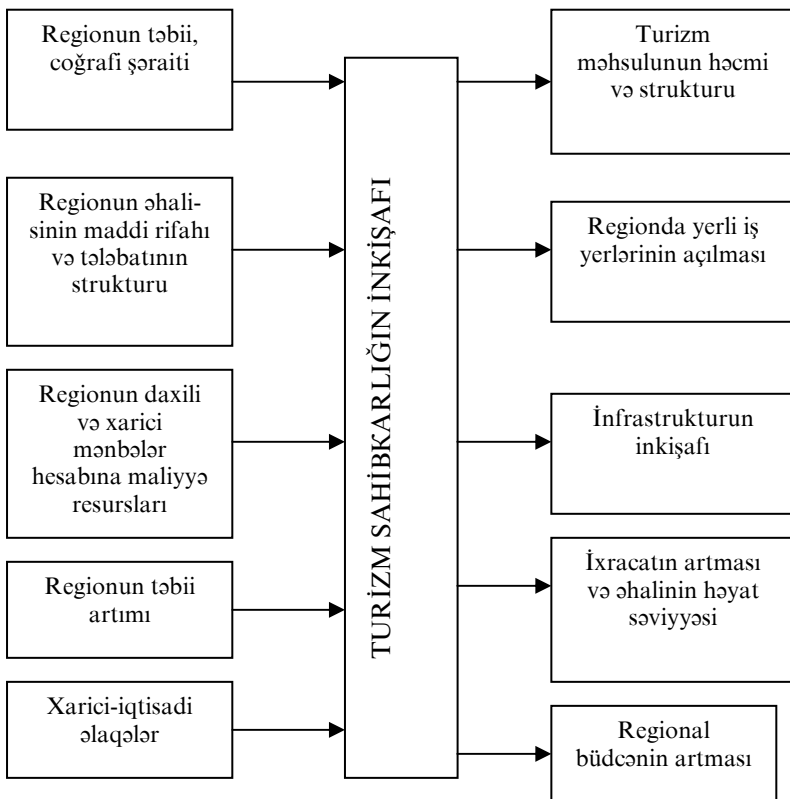
Azərbaycanda sahibkarlığın dinamikası, onun regionlar üzrə yerləşdirilməsi, sonrakı inkişaf üçün əsas verdiyi kimi yerli resursların istifadəsində kapital qoyuluşu, xarici şirkətlərin və digər regionda yerləşən sahibkarların kapitalının cəlb edilməsi intensivliyindən xeyli asılıdır. Sahibkarlığın xarici iqtisadi əlaqələri onların xarici bazarlara məhsul və xidmət ixracı ilə məşğul olması üçün gömrük rejiminin səmərəsi və idxal ixrac siyasətindən xeyli asılı olaraq formalaşır. İdxala nəzarət və ixraca stimül yaratmaqla mexanizmləri turist şirkətlərinin işinin səmərəsini artırır.

Region sahibkarlığında əhalinin iqtisadi imkanları kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün xarakterikdir. Bu gün region sahibkarlığı bütövlükdə istehlak və ixrac bazarında öz xüsusi həcminə görə öz yerini tutur. Region sahibkarlığı ölkənin iqtisadi potensialında mərkəzləşdirilmiş

gəlirlərin formalaşmasında demək olar ki, bu da onun iqtisadi potensialına uyğun deyil. Dövlət büdcəsinin 95% şəhərlərdə formalaşır. Məhz regionun daxili resursları hesabına sahibkarlığın bütövlükdə inkişafı və turizm ilə daha yeni struktur dəyişmələr, təbii ki, müəyyən problemlər yaradır. Oa görə də regiondan kənarında resursların cəlb edilməsi, xarici müştərək müəssisələrin hesabına sahibkarlığın artırılması vacibdir.

Region sahibkarlığı sosial iqtisadi mexanizm olaraq turizm üçün zəruri olan şərait özündə birləşdirdiyi üçün onun funksional sxemi bir sıra təyinedici və son səmərədən asılı olaraq qurmaq olar. Regionda turizm sahibkarlığı məqsəd-resurs və proqram yaratmaq ardıcılığı ilə həyata keçirilir kompleks təhlili və təşkilatlanması məqsədi seçilməsi və onun reallaşması üçün zəruri olan normativ resurs potensialının müəyyən edilməsi metodikasına əsasən aparılır (Sxem 2).

Regionda normativ iqtisadi məsrəflər modeli, standartlara uyğun yeniləşdikcə, zəruri olan resursların proqnozlaşdırılması və onların yeni istehsal texnologiyası tapılır. Sahibkarlıqda region əhalisi mülkiyyət formaları və sahibkar arasında bölgü sistemi bazar tipli gəlir və pay bölgüsündə uyğun maraqlarla tənzimlənməlidir.



Sxem: Region sahibkarlığının funksional modeli

Regionların sxemdə göstərilən mənbələr üzrə təkmilləşdirilməsi bir sıra tədbirlərdən asılıdır. Bu tədbirlər bir sıra dövlət proqramları yoxsulluğun ləğvi, regionların sosial iqtisadi inkişaf proqramı yerli büdcələrin formalaşmasında dövlətin maliyyə vergi və büdcə siyasətinin əsas istiqamətləri öz tələblərinə uyğun modifikasiya olunur. Dövlət büdcəsi xərc strukturunda regionlara ayrılan turizm məqsədi ilə, maliyyə vəsaitinin təyinatına uyğun istifadəsi və yerli büdcələrin turizm üçün ayrılan vəsaitinin yerli mənbələrinin müəyyən edilməsi yolları axtarılır. Region infra-

strukturu üçün yollar, xəstəxanalar, enerji təminatı kompleksləri və həmçinin mənzil kommunal təsərrüfatının sahibkarlıq fəaliyyəti kimi inkişafı və turizm məqsədi ilə istifadə edilməsi tətbiq olunan təsərrüfat əlaqələri üzrə mexanizmlər təkmilləşir.

Regiona ayrılan dotasiyalar, regionda kənd təsərrüfatının inkişafı, emal sənayesi və həmçinin digər sahələ, turizmin alt sahələri kimi həm resurs və həm də hazır məhsulunun artımı üçün resurs təminatına təsir edir. Daha səmərəli təminat sferası tələbatı azaldır.

İdxalı azaltmaqla daxili sahibkarlığın digər nisbətlərinə təsir edir. Region sahibkarlığında fərdi təsərrüfat formaları və onların əsas mülkiyyəti olan torpaq sahəsi, mənzil şəraiti və həmçinin nəqliyyat səsitaləri üçün cəlb edilməklə kənd əhalisinin həyat səviyyəsinə və məşğulluğuna təsir edir. Əhalinin fərdi təsərrüfatdan əldə etdiyi ərzaqbal və bitki, meyvə məhsulları bir başa turistlərin və turist müəssisələrinin ərzağa olan tələbatını ödəməyi imkan verir, daha çox fərdi minik maşınları əhali daşınmasında və kəndlər arası xidmət üçün istifadə olunur.

Gənclər, yaşlılar öz fərdi xidmətlərini göstərməklə görməklə güzəranını yaxşılaşdırır. Belə ki, Şəkiddə, İsmayılıda istehsal olunan fərdi əmək məhsulları, milli geyimlə, qab-qacaq və digər məişət əşyaları, həmin ailələrin gəliri artırır. Kənd əhalisinin milli ansambılları, musiqi alətləri və həmçinin qoşqu heyvanları gələn turistlərin əyləncəsi üçün muzu ödəməklə xidmət sferasına cəlb oluna bilər. Respublikada ənənəvi xidmət sferası xarici turistlərin tələbatına uyğun olması üçün maddi xidmət sferasının özü də təkmilləşir və inkişaf edir.

MÖVZU 24. TURİZMİN BAZAR TIPLİ MODELLƏRİ

Plan:

24.1. Turizmin inkişaf modeli

24.1. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarəetmənin təkmilləşdirilməsi

24.3. Beynəlxalq turizm inkişafının əsas istiqamətləri

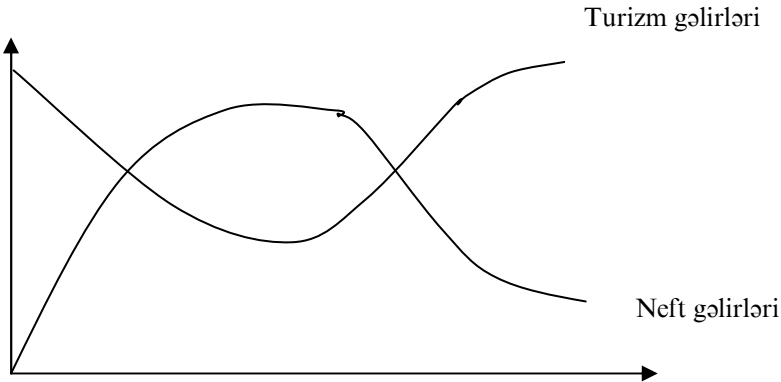
24.1. Turizmin inkişaf modeli

Turizmin inkişafı beynəlxalq səviyyəli meyillərin, xarici iqtisadi əlaqələrin və həmçinin milli iqtisadiyyatın strukturunda dəyişmə meyillərinin xarakteri ilə xüsusiyyətlər kəsb edir. Turizm modeli digər sahələrdən fərqli olaraq onun əsas məqsədi və vəzifəsi sosial yönlü ehtiyatlar olmaqla kommərsiya mənfəətini təmin edən sahibkarlıq və tənzimlənən fəaliyyət omlaqla hər bir ölkə də özünə məxsus xüsusiyyətlər kəsb edir. Azərbaycan üçün turizm perspektivi ehtiyaclar üçün vacibdir. Bu ehtiyaclar həm stasionar recimə, həm də çevik çöklü dəyişikliklər tələb edən konsepsiya və onun reallaşma modeli olmalıdır. Konseptual istiqamətdə turizm modeli, ancaq tələbata deyil, xarici turistlərin cəlb edilməsi yolu ilə iqtisadi inkişafın amili kimi baxılmalıdır. Onun sərbəstliyi və qərar qəbulu konstruktiv inkişafı üçün tədbirlər səmərəli və müəyyən dövr üçün sazlamaq bir sistem kimi təsvir oluna bilər. turizm inkişafının əsas konsepsiyası onun təminatı olan sahələrin inkişafını tələb edir. o cümlədən makrosəviyyəli artım modeli olaraq, Azərbaycanda neftin rolu, turizmin rolu ilə əvəz olunmalıdır. Turizmin inkişafı strateji planlaşma obyektii olaraq Azərbaycanda vahid konsepsiyasında inkişaf etdirilə bilər. bu məqsədlə iki istiqamətdə hipotez vermək olar.

1. neft hasilatı və ondan gələn gəlirlərin dinamikasına uyğun olaraq cari neft sektorunun inkişafı ilə turizmin dinamikası və onun neft gəlirlərinin nisbətən kompensasiyası meyili təmin olunur.

2. turizm sahəsi sosial iqtisadi inkişafın tərkib hissəsi olmaqla xarici investisiya və daxili resursların səmərəli istifadəsi hesabına tələbat səviyyəsinin ödənilməsinin maksimumlaşdırılması meyarı təmin edilməlidir.

Hər iki halda turizm modeli sahə modelindən daha çox sosial iqtisadi model olmaqla amillər və onların proqnozu vasitəsi ilə həll olunur. 2020-ci illərdən sonra neft gəlirlərinin azalması tendensiyası baş verirsə, iqtisadi artımın saxlanılması üçün turizmin meylləri, bu azalmanın elmi cəhətdən əsaslanmış azalma tempini kompensasiya etməlidir. Qrafiki olaraq bu meylləri aşağıdakı kimi təsvir edək:



İkinci istiqamətdə turizmin inkişafı onun daxili fəaliyyət növü, və sahibkarlıq obyektləri olaraq mikro-səviyyəli resurslar və tələblər səviyyəsində təşkil etmək modeli qabarıqlaşdırılır. Hər iki qoyuluş qarşılıqlı əlaqədə tənzimlənilir və idarə olunur.

Turizm modeli tələb və təklif modeli əsasında qurulur. İlk növbədə məcmuu tələbi gözləmək deyil onun artırılması üçün amilləri gəmləşdirmək və inteqral səməərə almaq yolu ilə onları proqnozlaşdırmaq aparıcı rol olmalıdır. Ümumi daxili məhsulun artımında istehsal yanaşması turizmin istehsal amili kimi əmtəə və xidmətlərinin maksimumlaşdırılması, onun istehsal strukturundan yolunu digər sahələrin payının azalması ilə bu sahənin payının artması parametrlərini qoymaq lazımdır.

$$\ddot{U}DM(t) = f(tg(t), x(t), T(t))$$

$$\ddot{U}DM(t) = \alpha tg(t) + \beta x(t) + \mu T(t)$$

Harada

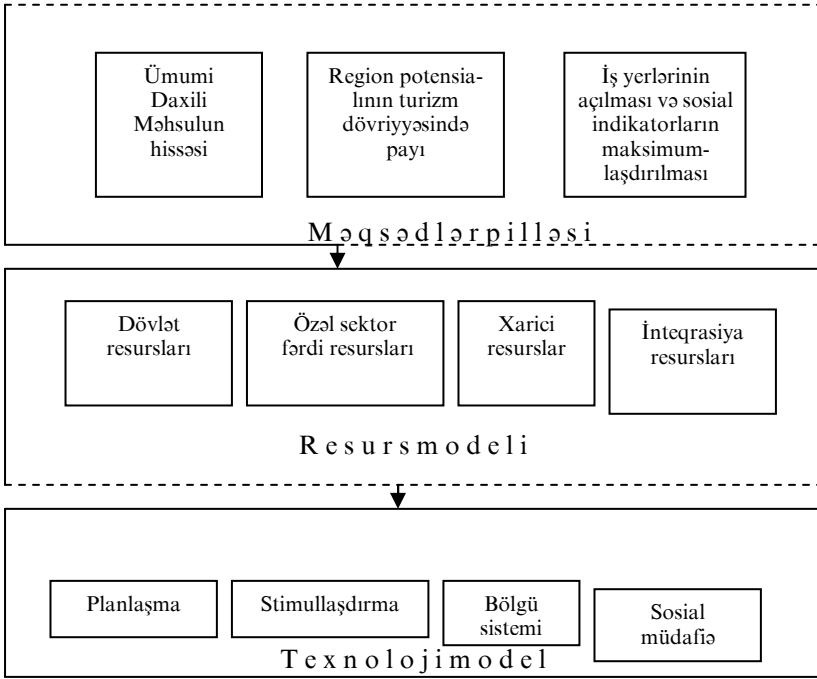
ki,

$$\theta(t) = \frac{Tg(t)}{\ddot{U}DM(t)}; \quad \beta(t) = \frac{x(t)}{\ddot{U}DM(t)}; \quad \mu(t) = \frac{T(t)}{\ddot{U}DM(t)}$$

Burada $\ddot{U}DM$ -ümumi daxili məhsulun perspektiv t - dövründəki dəyişmə meyili, $tg(t)$ - istehsal amili, $x(t)$ -xidmət amili, $T(t)$ -turizm amili, α , β , μ - uyğun olaraq hər bir strukturlaşmanın $\ddot{U}DM$ -a təsirinin elastiklik əmsalıdır. Onun dəyişmə meyili struktiv proqnoz, yaxud «Sitasion» elastiklik kimi qəbul oluna bilər.

$\ddot{U}DM$ -un artımında hər bir amilin təsirini kənarında təşkilati amil kimi proqnozlaşdırmaq üçün texnoloji modeli olmalıdır. Yəni turizmin özünün inkişafı üçün zəruri olan resursların normativ bazada müəyyənlişməsi, strategiyası aydın olmalıdır.

Turizmin özü ümumi iqtisadi inkişafın məqsədi üçün onun tam gücü yaxud arzu olunan inkişaf səviyyəsini turizm məhsulununmiqdarını proqnozlaşdırmaq və onu hasil etmək variantları məqsədli proqram üsulu ilə həll oluna bilər. bu zaman dövlət proqramı kimi turizmin məhsulunun həcmi iqtisadi artımın müəyyən hissəsi, yerli resursların dövriyyəyə cəlb etmək qabiliyyəti və sosial inkişaf meyarları məqsəd funksiyası kimi məqsədli proqram layihəsinin əsas strategiyası kimi qəbul edilə bilər.



Sxem. Turizmin məqsədli proqram modelinin ierarxiya strukturu.

Sxemdə təsvir olunan bloklar və ayrı-ayrı modellər hər biri ayrı-ayrılıqda proqnozlaşdırma və idarəetmə prosesi olaraq öz amillərinin formalaşma mənbələri məhdudiyətləri və normativ dəyişmə sərhədləri vardır. Məqsədlər turizmin inkişafının strateji planlaşma yolu ilə makroiqtisadi göstəricilərini tərtib etməklə ölkədə məcmu təklif yaradır. Beləliklə modelin əsas xüsusiyyəti məhz tələbatı əmələ gətirən məqsədlər proqramı ilə çıxış etməkdir. Bu yanaşma iqtisadiyyatda müəyyənliklə reallaşma modelidir.

Öz iqtisadi əhəmiyyəti ilə arzu olan inkişaf ssenariyasının məqsədini verməklə onun potensialını

qiymətləndirmək metodudur. Əgər məcmuu təklifin bazar şəraitində istehlakçısı tapılmazsa onda turizm müəssisələrinin tam istifadəsi mümkün olmayacaq, bu da kapitalın dövriyyədən çıxarıb turist potensialı kimi bazarda öz müştərisini tapmayan məhsul və xidmət istehlakçısına çevrilmə əməliyyatı kimi çıxış edər. Bu halların təminatlı olması üçün turizmin özünün inkişafında uyğun bazar formalaşmalıdır. İlkən şəraitin yerli əhaliyə yönəldilən turizm modeli, əhalinin rifahı və sosial inkişafının tərkib modeli kimi baxıla bilər. Əhalinin istehlak dövrənində turist məhsulu istehlakı, daha elastik olaraq gəlirlərdən asılı olaraq dəyişmə qanunauyğunluğu təmin olunsa, bu artıq proqnoz olan turist məhsulunun potensial istehlakçılarını müəyyən edir.

Əhalinin turizm tələbatı onun həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi və istehlak davranışında maddi tələbatın ödənilmə dərəcəsinin dəyər və miqdarca normalara qatması ilə xidmətə artması ilə tənzimlənir. Əgər gəlirlərin ΔD -qədər dəyişməsi onun maddi nemətlərə olan tələbatının ödənilmə dərəcəsinə Δy -qədər artırsa onda Δy -un tələbat səviyyəsinə çatması xidmət xərclərinin Δx -dəyişməsinə səbəb ola bilər. Bu da işin xidməti tərkibində turizm xidmətinin üstün artması meyilləri ilə müəyyənləşir. Beləliklə turizm xidmətəsinə artım

$$\Delta T = \alpha \Delta D + \beta \frac{\Delta Y}{\Delta T_m} + \mu \Delta u$$

burada ΔT -turizm tələbatı

ΔD -gəlirlərin artırılma sürəti

ΔT_m -maddi nemətlərə olan tələbat

Δu - başqa amillərin artım tempi.

α, β, μ -uyğun elastiklik əmsəlidir.

Turizm mikroiqtsadi modeli, onun struktur siyasətin tərkib hissəsi olmaq və istehsal, bölgü sistemində onun məqsədlərini ali məqsədlərə uyğun transformasiya etmək

vəzifəsi düşür. Ona görə də turizm məqsədi onun respublika iqtisadiyyatının konseptual vəzifələriniyerinə yetirə bilən və tədricən, həmin məqsədlərin reallaşmasında sahə və ərazi arqumenti rolunu oynayan sahə kimi baxılması ilə ölçülür.

Regionların potensialının bütövlükdə iqtisadi dövriyyəyə gəlb edilməsi, region resurslarının istehsal və xidmət sferasında dövriyyə səmərəsini və onun emal dərinliyini artırmaq məqsədi ilə mövcud inteqrasiya səmərəsində istifadə etmək, həmçinin respublikada artan iqtisadi dirçəlişi nəticələrini daimləşdirmək üçün məhz yerli resurslar, o cümlədən əmək, əhali təbii və coğrafi üstünlüklər əhəmiyyət kəsb edir. Ona görə də qlobal idarəetmə məqsədi ilə regionların resurs potensialını nəzərə almaqla məskunlaşma vəzifəsi yeni iş yerlərinin açılması və əhalinin miqrasiyasının qarşısını almaq üçün turizm resurslarının daha geniş istifadəsi vəzifələri meydana çıxır. Ona görə də proqnoz məqsədi ilə uzun müddətli hər bir il üçün ümumi daxili məhsulun artımının turizm dövriyyəsində istifadəsi və hər vəsaitin hesabına mənimsəmə dövründən ictimai artımının özünün dinamikasını planlaşdırmaq kompensasiya prinsipinə uyğun artmalıdır.

Regionlarda turizm inkişaf proqnozların sosial tələbatın ödənilməsi meyilləri daha üstün istiqamətə olmaqla istehsal və bölgü prinsiplərində öz əksini tapır.

Makroiqtisadi tənzimləmə modelinin əsas məqsədi onun resurs potensialının həcmi onun strukturunu və istifadə mexanizmini müəyyənləşdirir.

Resurs potensialı olaraq turizm məhsulunun istehsalı üçün zəruri olan resursların tapılması və yaxud potensialda onlardan istifadə etməyin əlverişli variantının verilməsi bu modelin əsas mahiyyətini açır. Ona görə də resurslara tələbat modellər sistemi formalaşdırılır.

Resurslara tələbat iki əsas prinsip üzərində qurulur, müəyyən verilmiş normativlərə uyğun və müasir texnologiyaları nəzərə almaqla cari qiymətlərdə zəruri olan

xərc strukturu formalaşdırılır. Bizim fikrimizə, məqsədli proqram üsülü ilə bu modelin reallaşmasının əsas mahiyyəti, məhz strateji məqsədlərə nail olmaq üçün zəruri olan resursların miqdarını və onların struktur dəyişmələri hallarını nəzərə almaqla aparılan hesablamalardır. Turizm sahəsi daha çox insan amili ilə bağlı olduğu üçün onun maddi resurslarının seçilməsində insanın tələbat sistemi nəzərə alınır.

Turizm resurslarının əsas dəyişməsi dünyada baş verən turist məhsulları və onların istehsalı üçün zəruri olan vəsaitlərin və texnologiyaların dəyişməsində çevik texniki iqtisadi proqnozlardır. Turistlər üçün otel təsərrüfatının yeniləşməsi, beş ulduzlu mehmanxanaların qurulması, istirahət evlərinin standartlara uyğun rekonstruksiyası və digər yeniliklər əlavə vəsaitə ehtiyac yaradır. Ona görə də məsrəflərin tələbata uyğun olaraq miqdarca artması ilə yanaşı, onun istifadəsində iqtisadi səmərə, məsrəf və son nəticə istifadə olunursa, onun sosial səmərəsi daha çox istehlakçın gəlməsi və regionda toplaşan gəlirlərin maksimumlaşdırılması baş verməlidir. Ona görə də resursların proqnoz modeli hər hansı turist məhsulunu əldə etmək üçün verilmiş məsrəf normativlərin uyğun zəruri olan hər hansı nomenklaturaya yaxud onu əvəz edə bilən digər çeşiddə resurs tapılması metoduna gətirib çıxarır. Turist xidməti eyni adlı və müxtəlif istehlak seqmentinə uyğun müxtəlif resurslara və onların təşkili formaları ilə ödənilməsi üçün proqram aləti olaraq resursların təsnifatlaşdırılması və resursların əvəz edilməsi yolu ilə minimum xərcləri əldə edilməsi yolu ilə minimum xərclər əldə edilməsi metodu araşdırmalar tələb edir. Turist məhsulunun vahid göstəricisi olan onun əmtəəlik məhsul və xidmətinin maksimumlaşdırılması ilə yanaşı, bir sahə kimi, onun resurslarına nisbətində gəlirlik səviyyəsinin yüksəldilməsi nəzərdə tutulur. Ona görə də turizmin resurs və nəticə arasında əlaqə

kompleks inteqral effekt ilə müəyyənləşir və regionun sosial iqtisadi inkişaf meyarı kimi qəbul oluna bilər.

$$\sum_i a_{ij} x_{ij} + y_{jx} + \dot{I}^x_j \rightarrow \max$$

burada x_{ij} -j turist məhsulunun i- istehsal variantında həcmi,

a_{ij} - uyğun məsrəflər,

y_{jx} - son istehlak məhsulu,

\dot{I}^x_j - ixrac məhsulu.

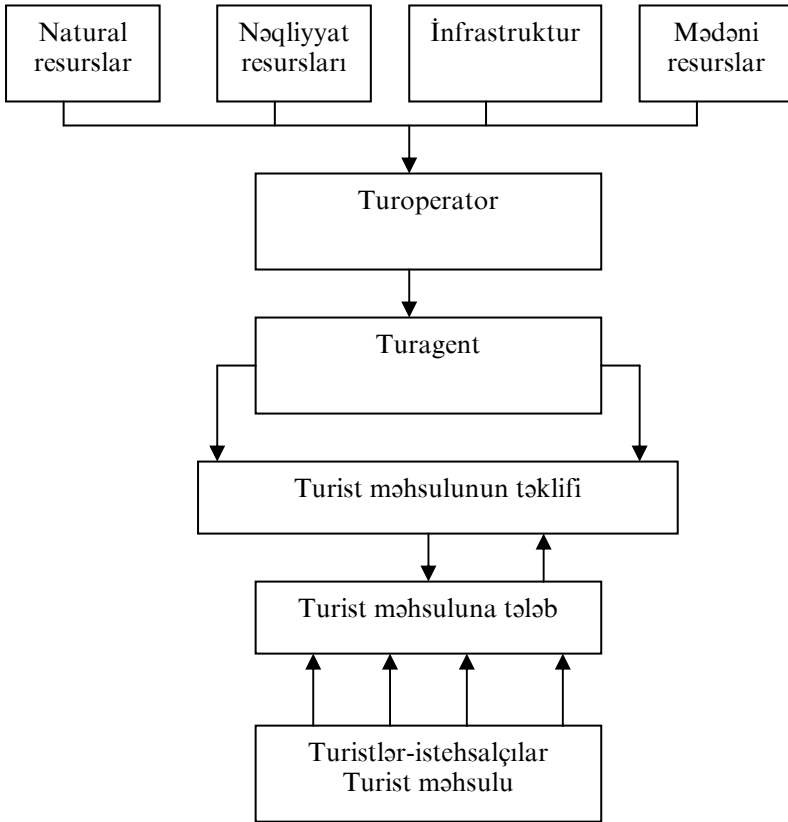
Burada məqsəd aralıq məhsulu da daxil olmaqla turizm məhsulunun maksimumlaşdırılmasından gedir. Çünki bu məhsulun miqdarı, ancaq satış üçün yox həm də regionun iqtisadi potensialının artırılması, onun münbüt şəraitinin olması daha üstün məsələ kimi qoyula bilər.

Xərc strukturu müxtəlif xidmət və resurs potensialına malik olan ayrı-ayrı subyektlərin məcmuu xərcləri turizm məhsulunun qiymətləndirilməsində öz əksini tapır. Turizm dövriyyəsinin kompleksliyi, onun bütün aspektlərini nəzərə almaqla resurs modelinin prinsiplial sxemini müəyyən edir. Resurslar tələbat səvəbiyyəsinə və faktiki resurs potensialına ayrılmaqla, resursların marketinqi üzrə defisit və ehtiyat mənbələrini müəyyənləşdirir. Turist bazarında resurs potensialının optimal ölçüsü məhsul və ona uyğun normalarda müəyyənləşir.

$$T^{\text{res}} = A_X^{1-\text{et}}$$

Burada x - turist məhsulunun həcmi

A - uyğun resurs sərfini müəyyənləşdirən normativlərdir. Bu normativlər ekli-mi-texniki tərəqqidən asılı olaraq və məhsulun həcmi artdıqca tələbatın açılması da baş verir, amma bu azalmanın kompensasiya edilməsi yolları turizm də daxili və xarici amillərdən asılıdır. Sxematik olaraq turist bazarını aşağıdakı kimi ifadə etmək olar.



Sxem. Turist bazarının fəaliyyəti

Turizmin dünya təyinatlı və dünyada baş verən meyillərdən asılı olaraq dəyişməsi respublikada nəzərə alınmalıdır. Dünya turizm agentliyinin proqnozlarna görə turist səfərləri 2010cu ildə 964 milyon (1995-ci ildə 535 mln manat) kəsb etməklə yüksək artım kəsb edir. turist bazarında əsas turist işlərinin dəyişmə meyilini özündə birləşdirir.

Beynəlxalq turizmin 1995-2000-ci illərdə artım dinamikası

Göstəricilər	1995 fakt	2000 proqnoz	2005 proqnoz	2010 proqnoz
Turistlər	535	632	782	964
Gecələyənlər, manat	4571	551,8	6903	8664
Turizmin xərcləri Mld. ABŞ dolları qiymətləri ilə (1995-ci il)	393	516	680	920

Cədvəldən göründüyü kimi turizm xərclərinin artım tempi turist gedişlərinin artım sürətinə nisbətən daha yüksəkdir. Bu artıq turist məhsulunun qiymətinin artması ilə bağlıdır. Turizm məhsulunun qiymətinin 2010-cu ildə 2,8 dəfə artması bütövlükdə qiymət indeksinin dəyişməsi və turizm bazarında beynəlxalq xidmətlərin genişlənməsi və daha çox uzaq ölkələr arasında gediş gəliş əlaqələrinin artması ilə bağlıdır. Ən çox turizm ilə xarakterik fərqlənən 10 dünya ölkəsinin dünya turizm bazarında xüsusi çəkisi 44,2% təşkil etməklə , turist və gəlmələr 708,8 mln nəfər təşkil edir. Çin, Qankonq və Rusiya 1995-2010-cu illərdə artım tempinə görə ən yüksək göstərici təşkil etməklə uyğun olaraq 8,0%, 7,3% və 6,7% təşkil edir. Bu meyillər həmçinin Azərbaycan respublikası üçün də xarakterikdir. Respublikada turizmin payı dünya turist sistemində 1%-dən xeyli aşağı olsa da onun artım tempini ümumi iqtisadi artım tempinə yaxınlaşdırılması məqsədi qoyulsa, onda onun artım tempi ildə 10-11% təşkil etməlidir.

Əlbəttə bu proqnoz ancaq mövcud meyillər çərçivəsində və orta proqnoz kimi qəbul oluna bilər. Daha fəal siyasət və konseptual keyfiyyət sıçrayışı və turizmin

⁴¹ В.А.Квартальнов. Теория и практика туризма Москва Финансы статистика 2003. стр-303

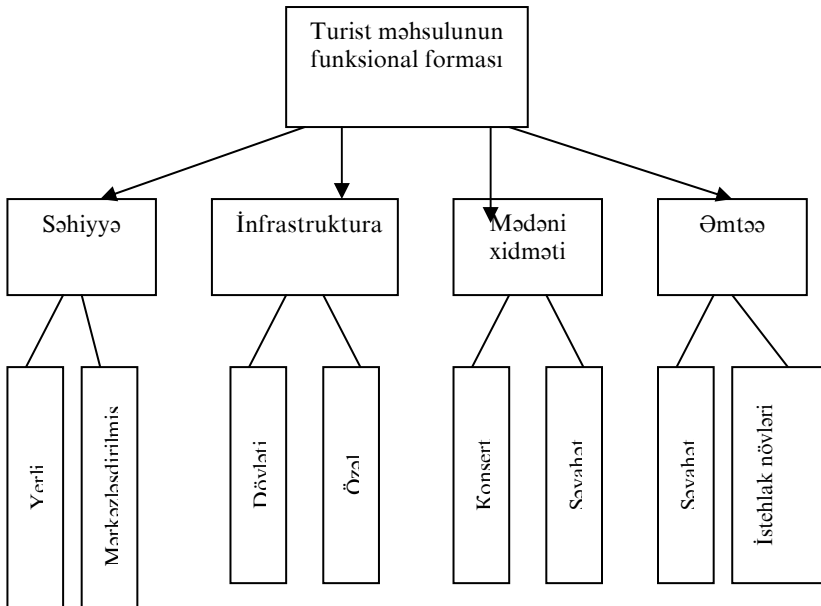
dominant funksiyasını təşkil etmək üçün onun proqnozu gəlirləri artımı ilə bərabərləşsə 20% artım qəbul etmək olar.

Beləliklə proqnoz sifarişi kimi respublikada turizmin inkişafı məqsəd funksiyasını fəza yaxud konkret rəqəmlə ifadə etməklə həmin inkişafı təmin edən resurs tələbatının ssenariyasını onun natural, pul və əmək ehtiyatları kimi proqnozunu vermək üçün əlavə turizmin artımı əlavə valyuta mənbəinə və yeni iş yerlərinə səbəb olduğu kimi müəyyən çətinliklər meydana çıxır. Hər bir yaxın sahənin meydana gəlməsi qeyri müəyyən nəticələrə gətirib çıxarır. O cümlədən ənənəvi formalaşmış əmək bölgüsü sistemini iqtisadi potensialı və ekoloji mühütün normalaşmasına gətirib çıxarır. Beləliklə xarici turizmin səmərəsi ilə onun sosial- iqtisadi nəticələri arasında yaranan disproporsiyaları və inkişaf meyilləri tənzimləmək üçün ölkə parlament və uyğun qərarlar və tədbirlər üçün proqramlar hazırlayır. Hər bir kompleks məqsədli proqram turizm ilə bağlı yaranan məqsədlərin həlli üçün tədbirlər hazırlayır.

Turizm strateji məqsəd olmaqla onun proqnozlaşdırılması resursu maddi resurslardan daha çox infrastruktur və mədəni resursların proqnozlaşdırılması ilə mümkündür. İnfrastruktur sferası öz seqmentlərinə, sahibkarlıq formaları, tabelik və istifadə hüquqlarına həmçinin təşkilatlaşma və səmərəlilik səviyyəsinə görə eyni deyildir. Bu eynilik olmayan resurs müxtəlifliyi, məhz hər bir turist məhsulunun proqnozunu, onu təmin edən və yaxud zəruri olan infrastruktur ilə tarazlı omasını qərarlaşdırır. Regionlarda infrastrukturun təzələnməsi çoxlu kapital tələb edən sahədir. O, cümlədən müasir standartlara uyğun avtomobil yolları, nəqliyyat növləri və yol boyu rahatlığı təmin edən dayanacaqlar, istirahət yerləri həmçinin təhlükəsizlik infrastrukturunu proqnozlaşdırılır. Bu resursların bütövlükdə struktur vahidi kimi birləşdirilməsi və ona hər hansı bir nazirlik tərəfindən idarə edilməsi, miqyası üçün çevik qərarlar qəbul etməkdə çətinlik törədir. Ona görə də daha

sərfəli üsül olaraq həmin infrastruktur sahibkarlar arasında mülkiyyət forması və təsərrüfatından asılı olmayaraq iqtisadi prinsiplər əsasında istifadəsi və idarəetməsi səmərəli variant ola bilər.

Resursların təsnifatında funksional məqsədlər əsas rol oynayır. Hər bir resurs bir neçə ali məqsədin yaxud funksional vəzifənin formalaşmasında və onun artırılmasında məsrəf və səmərəlilik baxımından eyni dərəcədə iştirak etmir. Eyni resursların müxtəlif məqsədlər və müxtəlif texnoloji variantlarda istifadəsi öz təsviri etibarı ilə məqsəd ağacını əmələ gətirir. Hər bir resursun məqsədlər və onların budaqları üzrə bölgüsü üfüqi və şaquli istiqamətdə məqsədlər və resurslar arasındakı əlaqəni və onların miqdarca bölgüsünü müəyyənləyir.



Sxem. Turist məhsulunun məqsəd-resurs ağacı.

Eyni resursların müxtəlif məqsədlər və variantlar üçün istifadəsini a_{ij} ilə işarə etsək uyğun olaraq hər hansı resursun həcmnin artırılması, onların istifadəsi texnologiyası dəyişirsə, onda əlavə resurs tələbatı Δa_{ij} uyğun olaraq x_{ij} məhsulunun həcmi ilə müəyyənləşir. Onda resursların bölgüsü xərclərin minimumlaşdırılması məsələsinə gətirilir.

$$\sum_i \sum_j a_{ij} x_{ij} \rightarrow \min$$

$$\sum_j a_j = A_i$$

$$\sum_i a_{ij} = B_{ji}$$

Turizm müəssisələrinin hər birinin fəaliyyəti uyğun mikrosəviyyəli vəzifələri yerinə yetirmək üçün qurulur və tənzimlənir. Hər bir turist məqsədinə onun məhsulunun artırılmasına xidmət edən sahənin özünün gəlir bölgüsündə payı olmalıdır. Ona görə də turizm kompleksinin ayrı-ayrı sahələri arasında təsərrüfat əlaqələri və həmin sahənin özünün optimal fəaliyyət funksiyası minimum məsrəflərlə maksimum turizm məhsulunun ehtiyatlarını ödəmək vəzifəsi durur. Turizmin inkişaf modeli struktur model olmaqla tələbat seqmentləşməsi, resurs təminatı və təşkilatı iqtisadi quruluş olaraq funksional vəzifələrin bölgüsünə uyğun ixtisaslaşma səviyyəsi ilə ölçülür. Belə ki, istehsal proqnozları ümumi ali vəzifə kimi əsas meyar olsa da həmin proqramların yerinə yetirilməsinin vəzifə bölgüsü ayrı-ayrı turizm obyektlərinin vəzifəsi kimi qəbul olunur. Ona görə də turizm modeli olaraq qərar qəbulunun formalaşması turizmin ətalət prinsipini əsasında formalaşması digər halda fəal struktur dəyişmə modelinə uyğun inkişaf meyili nəzərdə tutulur. Hər iki halda tələbat sistemi əsas götürülsə də, transformasiya məqsədi ilə daha çox fəal dəyişmə meyili strateji planlaşma modeli olaraq qəbul olunmalıdır. Turizm məhsulunun xarakteri onun istehlak dəyərini quruluşu turizmə qoyulan kapital qoyuluşunun əsas istiqamətlərini,

infrastruktur layihələrinin hazırlanması və onun reallaşmasında investisiya mənbələrinin müəyyən edilməsini formalaşdırır. Əsas maliyyə mənbələri üzrə tələbata uyğun vəsaitin əsaslandırılması və onun istifadəsinin səmərəli variantı dövlət büdcəsi və kredit resursları vasitəsi ilə baş verir. Bu gün respublikada turizmin inkişafı perspektiv sahə kimi bir çox tədqiqatçılar tərəfindən iqtisadiyyatın inkişafının səmərəli yolu kimi qəbul olunsada konkret reallaşma baxımından çətinliklər meydana çıxır.

Bu gün turizmin inkişafında dövlət resursları və özəl sektorun maliyyə imkanları arasında turizm fəaliyyətini qurmaq, bir sıra təminat və kapitala etibarlıq baxımından qeyri-müəyyənliklər mövcuddur. Turizm bazarını təşkil etmək konseptual və konkret modelləşmə baxımından xeyli qeyri-müəyyəndir. Dövlət resurslarının turizm məqsədi ilə yönəlməsi mövcud bank faizləri dərəcəsinin yerli və xarici banklarda eyni olmaması və xarici banklarda xeyli aşağı olması üzündən sərfəlidir. Əgər dövlətin maliyyə resurslarının turizm sahəsində istifadə edib sonradan onun özəlləşməsi proqramının həyata keçirilməsi yaxud turizm müəssisələrinin rəqabət mühitində dövlətin əlində qalması ilə dotasiya şəraitində fəaliyyət göstərməsi modeli müxtəlif variantlarda turizmin inkişafını müəyyən edən tədbirlərdir. Azərbaycan reallığı turizmin inkişafında imitasiya eksperimentləri ilə mərhələ-mərhələ təşkilati-iqtisadi yanaşma yolu ilə mümkün olmalıdır. Belə ki, ilkin növbədə turist obyektlərinin və turist məhsulunun həcmi artırmaq onun strukturunun variantlarını verməklə tələb strukturunda dəyişmənin dinamikasına baxmaqla yenidən əks əlaqə yolu ilə vəsaitləri və resursları artırmaq yoluna üstünlük verilir. Beləliklə tələb kortəbii deyil, bazar iqtisadiyyatı şəraitində daxili imkanlar və xarici tələbə uyğun «sazlanma» prinsipi əsasında qurulur. Tələb və təklifin müəyyən edilməsi klassik imitasiya hesabatları üzrə aparla bilər. Beləliklə resurs

yanaşma üsulu ilə turizmin imitasiya modeli aşağıdakı ardıcılıqla aparılır.⁴²

İmitasiya modeli proqram xarakterli olmaqla mövcud texnoloji əsasların formalaşması spesifikasını özündə birləşdirir. Belə ki, kapital qoyuluşunu verməklə məsrəf əmsallarına uyğun tələbat müəyyənləşir. Yuxarıdakı ardıcılıq aşağıdakı mərhələlərlə ifadə olunur:

1. Resurslar məhdud və gözlənilən səviyyədə proqnozlaşdırılır. Onun reallığı və perspektivdə adekvatlığına təminat səviyyəsi və təminatçı subyektlərin təminat mexanizmləri verilməlidir.

2. Resursların proqnoz səviyyəsində texniki-iqtisadi və istehlak normalarını dünya standartlarına uyğun səviyyədə qəbul etdikdə tələbatın özü proqnozlaşdırılır.

3. Hesablanmış tələbatla faktiki tələbat arasında nisbət onun ödənilmə dərəcəsini müəyyənləşdirir ki, bu yaxınlaşmanın iqtisadi və əlavə təşkilati-idarəetmə tədbirləri əsaslandırılır.

4. Tələbatın ödənilmə dərəcəsinin maksimuma çatdırılması yolu ilə mərhələ-mərhələ hər bir sahə lə islahatlar proqramı və tədbirlər məcmuu olaraq proqramlar tərtib olunur.

Bu ardıcılıqla turist kompleksinə daxil olan hər bir sahənin menecment idarəetmə vəzifələri yerinə yetirilir. Menecment funksiyası olaraq turizm dövriyyəsinə cəlb olunan təsərrüfat subyektlərinin fiziki və hüquqi şəxslərin fəaliyyətinin əsas istiqamətləri müəyyənləşir. İmitasiya sistemi olaraq hesablamalar ierarxiya strukturu ilə həll olunur. Birinci mərhələdə əldə olunan nəticələr digərləri üçün verilir.

⁴² Алирзаев А.Г. Взаимосвязь социальных и экономических процессов. Методология моделирования и прогнозирования. Баку, 1986.

$$R_i^T = \sum_j N_{ij} x_j$$

$$\theta(t) = \frac{R_i^T}{R_i^\phi} 100$$

$$\theta(t) \rightarrow \max$$

$$\theta^x(t) \cdot N_{ij}^x = R_i^{xT}$$

Burada, R_i – i turizm obyektinin resurs tələbatı;

N_{ij} – j resursun istehsalı üçün normativ olaraq i – obyektləri üzrə normativlər; x_j – j resursunun istehsal həcmi;

$\theta(t)$ – tələbatın ödənilmə dərəcəsi;

$\theta^x(t)$; N_{ij}^x ; R_i^{xT} – uyğun olaraq tələbata uyğun imitasiya olunmuş göstəricilərdir.

Modeldən göründüyü kimi, resurs texnologiya-tələbat və resurs arasındakı əlaqənin planlaşdırılması, hər hansı göstəricinin tələb olunan səviyyəyə qalxması ilə yeni struktur dəyişmənin həyata keçirilməsinə cəhd olunur. Turizmin inkişaf modeli çoxamilli olduğu üçün hər bir amilin özünün proqnozlaşdırılması və ekzogen olaraq verilməsi vacibdir. Reallıq şəraitində resursların mənbəyi və mülkiyyətçisi uyğun olaraq qərar qəbul etməklə, öz daxili lokal meyar və resurslara uyğun fəaliyyətini qurur.

Turizmin modelləşməsi sahə prinsiplərindən daha çox ərazi mənafeini təmin edən region prinsipləri əsasında reallaşır. Regionun kompleks inkişafına uyğun ərazi proqramını mərkəzləşdirilmiş və region resurslarının iştirak payını nəzərə almaqla reallaşır. Belə ki, turizm regionlarında mehmanxanaların, mədəniyyət obyektlərinin ictimai iaşə və həmçinin nəqliyyat vəsaitlərinin artırılması hər bir sahənin son məhsulu kimi tələbata uyğun olaraq inkişaf etdirilir. Respublikada mövcud potensialın qiymətləndirilməsi və onun istifadəsinin tam gücə çatdırılması yolu ilə turizm kompleksinin inkişafını təmin etmək əsas strateji xətt olaraq transformasiya modelinin əsas görünən tərəfidir.

Turizmin inkişaf modeli daha çox əmək resurslarına istinad edilən sahədir. O cümlədən əmtəə ehtiyatlarının nisbətən cəlb edilməsi yolu ilə turizm məhsulunun maya dəyərini aşağı salmaq əlverişlidir.

Turizmin inkişaf model dinamikası dəyişən parametrlərə əsaslanır və digər modellərlə sistem halında təsvir olunur.

Respublikada islahatlar proqramının əsas istiqamətləri münasibətlərini təkmilləşdirməklə, inkişaf etdirmək vəzifəsi olduğunu nəzərə alıb, islahatların səmərli olması üçün onların yerli resurslardan istifadə etməyə stimulyar yaratması tələblərini nəzərə almaq vacib şərtədir. Yerli resursların istifadəsi, həmçinin təkrar istehsal mövqesindən baş verdikdə, regionların kompleks inkişafı və əhalinin rifahına şərait yaradır. Regionların inkişafı, onun təbii resurslarından istifadəsinin səmərəli bazar segmentlərinə uyğun istehsal və istehlak məqsədi ilə istifadə edilməsi problemləridir. Yeni texnologiyaların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yollarına kapital axını üçün ilkin şəraitin yaradılması məqsədi ilə bazar tipli münasibətlər sistemi tətbiq etmək və turizm məhsuluna tələbatı artırmaq üçün gəlirlərin bölgüsünü təkmilləşdirmək vacibdir. Turizmin sosial-iqtisadi səmərəsi onun iqtisadi artım və təhlükəsizliyi ilə bağlı olub, inteqral səmər olaraq qiymətləndirilir.

24.2. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarə etmənin təkmilləşdirilməsi

Turizmin inkişafı, stasionar problem olmadığı kimi ərazi maraqları və qlobal iqtisadi maraqlar üzərində qurulduğu üçün onun idarə edilməsi əsas əhəmiyyətli, ərazi ölkə iqtisadiyyatının səmərəli təşkili və idarə edilməsi mövqeyində həll olunur. idarəetmə obyektini kimi, turizmin inkişafının potensial və gəlir əldə etmək məqsədi ilə formalaşdırılan bir sistem kimi başa düşülür. Bu sistemin ərazisində yerləşməsi

qlobal məqsədlərlə uzlaşması, üfui və şaquli təsərrüfat əlaqələrində olması idarəetmənin təsərrüfat obyektii olaraq turizmin inkişafını stimullaşdırır.

Turizmin inkişafı daha çox ərazi resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək və daha çox sahələrdə olduđu kimi az xərclərlə daha çox gəlir əldə etmək və əhəlinin rifahını təmin etmək məqsədinə görə qurulur.

Dövlətin turizm inkişafında əsas vəzifəsi, onun ilkin fəaliyyət şəraitini yaratmaq və sonrakı illərdə turist fəaliyyətinin maliyyə və maddi dayaqlarını dövlət və yerli vəsaitlərin stimullaşdırılması hesabını təşkil etməkdir. Dövlətin əsas iqtisadi və təşkilatı rolu, turizmin ərazi və sahə strukturunun təkmilləşdirilməsində büdcə, investisiya, kredit ödəmələri və həmçinin qeyri dövlət resurslarının təşkilii yolu yüksək artım əldə etmək deməkdir. Beləliklə dövlətin rolu konseptual inkişaf istiqamətlərin, onun fəallaşmasının kompleks proqramını və ayrı-ayrı mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi vasitəsi ilə yüksək artım əldə etməkdir.

Yoxsulluğun ləğvi proqramında regionlar üzrə məşğuliyət səviyyəsi, yoxsulluq həddi və həmçinin həmin regionun potensial imkanları arasında əlaqəni açmaqla və idarəetmə baxımından tədbirlərin hazırlanması baş verilməlidir. Belə tədbirlərin maliyyə mənbəyi dövlət büdcəsi və yerli büdcələr yolu ilə baş verir.

Dövlət büdcəsində regionların inkişafı üçün sahələr və həmçinin əhəli və ərazi istiqamətində ayrımaların həcmi və yaxud mexanizmi qanunvericilik və normativ hüquqi aktlarla təmin olunur. Normativ hüquqi baza, dünyada baş verən dəyişmələr və standartlar, həmçinin Dünya bankının, Beynəlxalq Valyuta fondunun digər maliyyə korporasiyalarının şərtləri və təklifləri ilə əlaqələndirilir və inkişaf etdirilir. Keçid ölkələrində az inkişaf edən regionların hamarlama siyasəti bir sıra problemlər baxımından uzunmüddətli proses olaraq qalır. O,cümlədən ineksiya

yolu ilə ərazidə baş verən meyilləri dəyişmək Ani problem olmadığı üçün transformasiya dövrü tələb edir. Mövcüd istehlak davranışı stereotipləri yaratmaq üçün hər hansı əlavə resurs və tədbirlər yolu ilə təşkilatçılıq tədbirləri həyata keçirilir. Bu tədbirlərin hər biri dövlətin o iqtisadi rolunun səmərəsindən həmçinin onun islahat və transformasiya sistemindəki çevik və səmərəli siyasətindən xeyli asılıdır.

Dövlət resursları dövlət büdcəsində, müəssisə və təşkilatların maliyyə resurslarında və xüsusi təyinatlı fondlarda cəmləşməklə, əməli çevik himayəçilik siyasətini resurslaşdırmaq vəzifəsini həyata keçirir.

Dövlət büdcəsinin istifadəsi üçün regionlara ayrılan vəsait transfert gəlirləri kimi, region əhalisinin pensiya təminatı, büdcədən maliyyələşdirilən təşkilatların əməkhaqqı və həmin regionlarda dövlət müəssisələrinin inkişafı üçün əsaslandırılır və proqnozlaşdırılır. Dövlət büdcəsinin gəlirlərində regionların əsas rolu, onun ərazisində əsas müəssisə və təşkilatların hüquqi şəxslərin vergiləri, təşkil etdiyi kimi, xərclərində isə regionların sosial-iqtisadi inkişafına bir başa və sahələr vasitəsi ilə baş verir. İdarəçiliyini rolu regionun iqtisadi potensialının bazar şəraitində iqtisadi dövrüyə cəlb olunmasına cəlb etmək, regionların imkanların müxtəlifliyini nəzərə almaqla regional siyasəti formalaşdırmaq və həmçinin kredit və vergi, investisiyanın təşviqi yolu ilə stimullar sistemi yaratmaqdan ibarət olmalıdır. İnvestisiya siyasəti bütün mənbələr hesabına təşviq olunmaqla regionlara ayırmaqla, prioritet sahə kimi turizmin inkişafına yönəlməlidir.

Bu gün respublikada kənd təsərrüfatı tətbiq olunan doqquz verginin 7-dən azaddır. Bu vergi azadolmaları onun mənfəətinin kənd təsərrüfatı sahəsinin bir başa daxili tələbatına xərclənməsini təmin edir. Vergidən azadolma, həmin vəsaitin bir başa, əməli istifadəsi üçün şərait yaradır. Təbii ki, vergi, vergi öhdəçiliyi müəyyən mənada

sahibkarların məhsuliyətini artırır, kənd təsərrüfatı məhsulunun qiymətini artırmaqla, dövlət büdcəsinə daxil olmaları, artırmaqla real iqtisadi sektor üçün informasiyanın aşkarlığını təminləyir, kənd təsərrüfatının dotasiyası asılılığını azaldır. Fikrimizcə turizm məhsulunun çox hissəsi məhz kənd təsərrüfatı məhsulları, kənd təsərrüfatı potensialı ilə əlaqəsi olduğu üçün onun vergidən azad olunması vacibdir. Ancaq turizmin istehlakçıları xarici vətəndaşlar olduğu üçün onun məhsuluna əlavə dəyər vergisi tətbiq olunmalıdır. Turizmin inkişafı üçün kapitalla və istehsalat vergi tutulmaması bu sahəyə kapitalı artırır.

Dövlətin turizm sahəsinə himayəçiliyinin iqtisadi mexanizmləri səmərəli təşkil olunmaqla, stimullaşdırıcı olmaqlı və dövlət resursları üzərində nəzarət ilə sahə olaraq turizmin xərclərini aşağı salmaq üçün yerli resurslardan istifadəyə görə verilən haqqın maya dəyərində daxil edilməsi metodikası tətbiq etməklə, məhsulun mənfəətini artırmaq və həmin turizm müəssisə ilə yerli tələbat arasında bölgüsünü təmin etməklə inkişafa stimulaşdırılır.

Dövlətin büdcə-maliyyə siyasəti, onun mərkəzləşdirilmiş vəsaitlər hesabına, yaradıcı maddi təminat sistemi regionların inkişafında mühüm rol oynayır. Belə ki, kredit mühiti, faiz siyasəti və sahibkarların maliyyə imkanlarını hesabına turizm layihələrinin həyata keçirilməsi, davamlı inkişaf siyasətinə əsas verir. Müasir şəraitində region azad iqtisadi zonaların yaradılması, infrastruktur layihələri bütövlükdə kompleks region şəraiti yaradır. Kreditlərin maliyyə mənbəi daxili və xarici maliyyə resursları hesabına baş verdiyi üçün sərbəst bazar şəraitində kredit riskinin azaldılması və təminatında dövlətin rolu mühüm amil olaraq formalaşır və dərinləşir.

Turizm müddətinə görə kredit təminatı daxili resurslar hesabına cari müddətə verilə bilər. Cari kreditə təminat dövlət büdcəsindən təminat verilməklə reallaşır. Dövlət məhz turizm üçün verilən kredit sahibkarlığa kömək

və hər hansı konkret layihə üzrə ayrılmaqla sahələr və ərazilərə verə bilər. Belə ki turizm məqsədi ilə böyük sanatoriya və kurort potensialının əsaslı təmiri yaxıd yenisinin tikilməsi turizm layihələri ilə baş verir. Hər bir layihənin maliyyə resursları, tender keçirməklə rəqabət mühütü yaratmaqla dövlətin qvarantiyası ilə reallaşdırılır.

Dövlət büdcəsi artdıqca təminatlı kredit verilməsi limiti respublika büdcəsində artır. Belə ki, 2006-cı il dövlət bülcəsində təminatlı kredit resurslarının limiti 82 mln. manat təşkil edir. Kredit bazarına daxil olan hər bir sahibkarlıq proqnozuna görə onun turizmdən əldə etdiyi etdiyi mənfət digər sahələrə nisbətən səmərəli olduqda, məhz turizmlə məşğul olmaq qərarını qəbul edir. Dövlət təminatı olanda kreditin resurslarının məqsədli ünvanlı istifadəsi artır.

2006-cı ildə invitstisiya layihələri üçün dövlət zəmanəti ilə alınan xarici kreditlər üzrə nəzərdə tutulan xərclərin həcmi 82016,8 min manata, yeni Azərbaycan manatı ilə 16403,6 manat təşkil edir.

Azərbaycan Respublikasının 2006-cı ildə daxili dövlət borclanma limitinin yuxarı həddi daxil olan manat, xarici dövlət borclanma limitinin yuxarı həddi 540 min manat təsdiq edilir. Beləliklə dövlət büdcəsinin xarici borclara limit qoyulması, onun ehtiyat resurslarının məbləğini müəyyən edir. Turizmin inkişafının daha səmərəli yolu, kredit resursların olan tələbatını ödəməklə borc verə biləcəklərini güman etmək üçün qiymətli kağızlar bazarında turizm sahibkarlıq ilə məşğul olmaq üçün səhmlər buraxılması vacibdir. Səhmlərin emissiyası hər il pılə-pillə artırılmaqla onun təminatına büdcə xərcləri ilə zəmanət verməklə, turizmin gələcək gəlirlərindən dividend almaq hüququ verilməlidir. Turizmin səhmlərinin qiyməti, onun elə məbləqlə müəyyən edilməlidir ki, onun əmanət banklarında gətirdiyi faizin dəyişmə meylini nəzərə alsın. Əgər bugünkü x-məbləqdə kapitalın gətirdiyi faiz b faiz olarsa və bu faiz

$x=a+bt$ qanuna uyğunluğu ilə dəyişsək onda səhmlərin perspektiv qiyməti

$$Q(t) = x(t) + bx(t) \text{ ilə müəyyənləşir.}$$

Burada

Q- səhmlərin perspektiv qiyməti

x- turizmə qoyulan məbləq; $bx(t)$ - perspektivdə bank faizinin dəyişməsidir. Səhmlərin miqdarı və onların nominal qiyməti turizmin layihələrinin reallaşmasında ilkin kapitalı saxlamaqla iştirak payına malik olub onun son məhsulunun bölgüsündən əldə edilən dividendləri nəzərə almaqla müəyyənləşir. İlkin kapital sonradan müəssisə dəyərinin bazar qiymətindən korreksiya olunur. Həmin müəssisənin qiymətinə uyğun olaraq ilkin kapitalın xüsusi çəkisinə görə bölünür.

Bu gün Azərbaycanda antiinfilyasiya tədbirlərini həyata keçirmək üçün qiymətli kağızlar bazarını artırmaq üçün turizm səhmlərinin tətbiq edilməsi fikrimizcə ən mühüm istiqamətdir. Bu baza turizm bazarının resurs təminatı üçün perspektiv tədbirlər sahəsində ən yeni və riskli bir addımdır.

Turizmin qiymətli kağızlar obyektini kimi onun ünvanına və təyinatına uyğun investisiya fondu yaradılması yolu ilə daha səmərəli variant seçmək olar. İnvestisiya fondunun yaradılması büdcə xərcləri gəlirlər, xarici vəsaitlər hesabına ödənilir.

Turizmin perspektiv gəlirləri üzərində monopoliya yaratmamaq üçün onun işlərinin reallaşmasına limit qoymaq mümkün və səmərəli haldır. O cümlədən ilkin kapitalın istifadəsi üçün, yığım vəsaitinin maddi istehsalda materiallaşması məqsədi ilə bu addımlar fikrimizcə iqtisadi transformasiya sistemində ən yeni bir yoldur. Turizmin inkişafı ilə səhmlərin satılması özəlləşdirmədən fərqli olaraq infilyasiyaya uyğunlaşmalıdır. Onun qoyulduğu sahə ipoteka predmeti rolunu oynaya bilər. İstənilən vaxt

divident alınmasa da, ilkin saxlanması, əmlakın yeni dəyər qiyməti ilə müəyyənəşir.

Turizm səhmləri təyinatına görə region xüsusiyyətləri kəsb etməklə, o bütövlükdə respublika əhalisi üçün satıla bilər. Respublikada səhm sahibinin müəyyən investisiya imkanları da olmalıdır. Özəlləşdirmədən fərqli olaraq səhm sahibinin aldığı pullar fond olaraq investisiya fondlarında toplanmalıdır. Bu fondların idarə edilməsi onların turizm obyektləri üzrə paylanması səhm alıcılarının seçimindən asılıdır. Səhmdar investisiya fondu idarə heyəti tərəfindən və prezident tərəfindən idarə olunur.

İnvestisiya fondunun idarə edilməsi, turizmin inkişaf fondu, onun məhsulunun əsas seqmentlərinin və müasir texnologiyalarla təchizatın təmin olunması istiqamətində müəyyən vəsaitə uyğun aparılır. İnvestisiya fondunun maliyyə mənbəyi buraxılan səhmlərin resallaşmasından alınan pul vəsaitləri, büdcədən uzun müddətli istifadə üçün qaytarılan kreditlər, neft fondundan qaytarılması şərti ilə verilən vəsaitlər, həmçinin xarici borclar ola bilər. Ancaq investisiya fondlarına həcmi, buraxılan səhmlərlə funksional dəyişdiyi üçün və bəzi layihələrin inflyasiyaya məruz qalması hesabına, əlavə investisiya cəlb olunması hallarından həmin inflyasiyaya uyğun səhmlərin qiymətinin indeksiyası vacibdir. Beləliklə turizmin inkişafı, o bir növ əhalinin hüquqi və fiziki şəxslərin yığılı və gələcəkdə gəlir mənbəyi rolunu oynamaq, yığımın inflyasiyadan qorunması üçün mühüm alət rolunu oynayır. Fikrimizcə, investisiya fondu bank fəaliyyəti yolunu oynayan ancaq bank olmayan sənaye – maliyyə, yaxud turizm – maliyyə tsiklindən ibarət təsərrüfat mexanizmi kimi çıxış edir. Məhz bu mexanizmin çevikliyi onun bazar tələblərinə uyğunluğu inflyasiya mühitinə davamlığı respublika iqtisadiyyatında maliyyə axının qarşısını almaqla şərait yaradır. Əlbəttə turizmin səhmlərinin satılması və investisiyaların axınına olan tələbat, onun perspektivdə kooperativ idarə edilməsinə

ziyan vurmamalı və investorların inhisara çevrilməsinə imkan verməməlidir. Ona görə investisiya fondu xərclərdən və üzvlərinin ancaq bir səsə malik olmaqla qərar qəbulunda iştirakını müəyyənləşdirir. Turizmin investisiya fondu turizmin inkişafı üçün zəruri olan kompleks sahələrin maliyyələşdirilməsi üçün də istifadə oluna bilər. Məhz turizm sahələrinin sayı, onların hər birinin qiyməti, bazarda sahələrə olan tələbat bazar tipli şəraitdə turizmin inkişafının əsas istiqaməti olaraq formalaşır. Turizmin mülkiyyət münasibətləri çoxsahəli və razılaşmış prinsiplər və qərarlar arasından baş verir. Bu qərarlar ərazi maraqları baxımından uzlaşması vacib problemdir. Turizmin inkişafında ərazi maraqları bələdiyyə idarəçiliyinin və bələdiyyənin rolu ilə xeyli dərəcədə böyükdür. Bələdiyyənin mülkiyyətinin, onun gəlirlərinin və digər maliyyə mənbələrinin turizm dövriyyəsinin cəlb edilməsi iqtisadi və sosial mexanizmlər boyu maraqlar üzərində qurulur. Hər bir bələdiyyə üzvünün maddi və sosial marağı ərazinin turizmi ilə bağlı inkişafında payı ilə stimullaşdırılır.

Bələdiyyə idarəçildiyi Azərbaycanda 1999-cu ildən öz fəaliyyətini təşkil etməklə perspektiv ərazi idarəetmə forması olmaqla daha çox maliyyə mənbələrinə əsaslanan özünüidarəetmə orqanıdır. Bələdiyyələrin statusu onların maliyyə əsasları və idarəetmə orqanları uyğun qanunvericilik bazasında öz əksini tapır.⁴³

Özünüidarəetmə funksiyası özünün maliyyə mənbələri hesabına əhalinin sosial tələbatını və gəlir mənbələrini artırmaqla ərazinin kompleks inkişafı üçün bələdiyyə mülkiyyətinin genişlənməsi, onun rolunu artırır. Bələdiyyələrin turizm fəaliyyətində rolu onun mülkiyyətində olan resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi fəallığı və səmərəsi ilə müəyyənləşir. Tədqiqatlar göstərir ki, bələdiyyə idarəçiliyinin maliyyə əsasları onların gəlirləri

⁴³ Bələdiyyələrin qanunvericilik bazası. Bakı

artıdığca, həm daxili, həm xarici imkanlar hesabına daha əməli dəyişmə meyillərinə malikdi. Bələdiyyələrlə dövlət idarəçiliyi arasında ərazi kompleksinin istifadə edilməsi ekvivalent pay bölgüsü və əmlakın iqtisadi dövriyyədə iştirak payı ilə ölçülür.

Bələdiyyə torpaqları üzərində turizm obyektləri, bir başa bələdiyyələrin özlərinin, yaxud onun uzun müddət icariyyə verilməsi yolu ilə istifadəyə verilə bilər. Bələdiyyələrin təbii sərvətlərdən və iqlim-coğrafi şəraitdən istifadəyə görə haqq olması onun gəlirlərinin artırılmasına, həmçinin sosial məqsədlərin reallaşmasında səbəb olur. Bələdiyyə təsərrüfat subyekti kimi sahibkarlıq fəaliyyəti, həmin bələdiyyələrin, ərazi potensialından xarici və daxili resurslardan istifadə etməklə daha əməli təsərrüfat qərarları qəbul edə bilər.

Bu məqsədlə bələdiyyə bir başa və müştərək, həmçinin ayrı-ayrı turizm məhsullarının istehsalçısı və ya xidmət sferası kimi fəaliyyət təşkil edir. Bələdiyyələri kommersiya gəlirləri əldə etmək üçün hər hansı xidmət növünü təşkil etməklə, turistlərin istehlaka təsir edir.

Bütövlükdə mülkiyyət münasibətlərindən və turizmin sahibkarlıq növündən asılı olmayaq idarəetmənin maddi əsasını dövlət, bələdiyyə və əhali gəlirlərinin turizmin prizması ətrafında təsviri, onun məqsəd ocağı kimi ərazinin kompleks inkişafına təsirində axtarmaq metodları meydana çıxır. Konstruktiv mülahizələr və onların dünya ölkələrində təzahürü formaları, belə bir nəticədə gəlirlərinin artması, onun yaranmasında iştirak edən subyektlər və resursların ekvivalent dəyər bölgüsündə payı və həmçinin təkrar istehsalı meyarı baxımından qərar qəbul olunmalıdır. Turizmin gəlirlərini artırmaq üçün onun xərclərinin idarə edilməsi təkcə texniki baxımdan deyil, həmçinin struktur ilə bağlıdır. Turizmin sahəsində aralıq məhsul və son məhsul arasında nisbət bütövlükdə xidmət sferasında olduğu kimi 60% yuxarı ola bilər. Turizmin xərc strukturunda əməkhaqqı

xərcləri respublikada iqtisadiyyat üzrə orta aylıq əməkhaqqı səviyyəsi həmçinin əmək haqqının differensiasiyası əsasında tənzimlənməlidir. Belə ki, xidmət sferasında orta aylıq əməkhaqqının səviyyəsi ilə onun mənfəət gətirmək norması arasında müəyyən disproporsiyalar qalmaqdadır. Belə ki, turizmin xərc strukturun respublikada əməyin ödənilməsinin ucuz variantı iş qüvvəsi təklifinin ona olan tələbatdan çox olması ilə səhiyyəyədir. Təbii ki, bu da turizm məhsulunun mənfəət normasına təsir etməklə, ona kapital axınını nə qədər azaldırsan, aralıq məhsul qiymətilə son məhsul qiyməti arasında fərqlin nə qədər yuxarı olması son nəticədə mənfəət normasını artırır. Bu fərqlər differensial olub, bu müxtəliflik də kapital axınının region və sahələr üzrə strukturunu formalaşdırır. Turizmin idarə edilməsinin maliyyə əsasları ərazi toplum balansı ilə müəyyənləşir. Bu zaman ərazidə toplaşan bütün təməliyyə resurslarının tərkibində yeni yaradılan gəlir gətirilən ineksiya olunan vəsaitlər hesabına əldə olunan nəticələr qiymətləndirilir. Beləliklə əhalinin gəlirləri, sahibkar gəlirləri və bələdiyyələrin maliyyə potensialı ərazinin turizm fəaliyyətində təsiri və rolu baxımından qiymətləndirilir.

Ona görə də gəlirlərin artırılması üçün regionlar turist məhsulunu artırmaq onun artım qiymətini bazar şəraitində keyfiyyət və xidməti təkmilləşdirməklə yüksəltmək həmçinin təbii sərvətlərdən istifadə etmək «aqləmerasiya effektini» gəliri formasında təkmilləşdirməkdən ibarət olmalıdır. Sahibkarlıq gəlirləri turizm sahəsində daha çox fermer, ailə və fərdi təsərrüfatın, xüsusi vəsaitlərin turizm dövriyyəsinə çatılması ilə mobil gəlirləri artırır, onun artırılmasında normalaşmış əmək məsrəflərindən fərqli olaraq stimullaşdırıcı əmək məsrəfləri və maddəli əməyin ailə, müştərək forması tətbiq olunur.

Turizm həm əhali və dövlət gəlirlərin formalaşmasında, həm də onların bölgüsündə xərclənmə potensialı kimi istifadə olunur. Belə ki, turizm gəlirlərinin artması,

onun məhsul və əmlakının genişlənməsi, turizmdə əmək-haqqı və gəlirlərin hüquqi şəxs kimi artması uyğun vergi gəlirləri kimi əmlak, dəyər və həmçinin gəlir vergisi kimi ölkə iqtisadiyyatının formalaşmasına səbəb olur. Əlavə dəyər vergisi subyekti olaraq rezident və qeyri-rezident hüquqi və fiziki şəxslər götürülür ki, bu da öz növbəsində yerli və mərkəzləşdirilmiş büdcənin formalaşmasının əsas mənbəyi olaraq təsir edir. Turizm gəlirlərinin artırılması, məqsəd olaraq onun maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin təşkili, turizm məhsulunun əməli və marketing təhlilinin aparılması, alternativ variantlar seçilməsi yolu ilə mümkün olur. Turizm gəlirləri daha çox ona olan tələblə müəyyənləşir. Bu isə bütövlükdə əhalinin gəlirləri və xarici turistlərin tələbi ilə bağlı olaraq artır. Turist firmaları təsərrüfat subyekti kimi ölkədə gəlirlərin formalaşması və istifadəsində iştirak etdiyi üçün aşağıdakı bölgü sistemində iştirak edir:

- turist firmaları hüquqi şəxs kimi – mənzil-kommunal təsərrüfatı ilə kommunal xidmətə görə icariyyə haqqı verməklə öz gəlirlərini bölüşdürür;

- turist firmaları yerli idarəetmə orqanları ilə torpaq fondundan və yaxud iaşə təsərrüfatından istifadəyə görə icariyyə haqqı verir;

- turist firmaları öz işçilərinə əməkhaqqı, mükafatlar və səhmlərə görə dividendlər, faizlər verir;

- turist firmaları banklarla valyuta dəyişmələri, kredit, ipoteka vəsaitləri və digər hesablanmalarla öz gəlirlərinin bir hissəsini bölüşdürür;

- turist müəssisələri həmçinin yerli və mərkəzləşdirilmiş budcə qarşısında müxtəlif vergi ödəmələrinə daxil olur;

- turizm firmaları, sığorta şirkətləri ilə özünün sığorta ödəmələrini həyata keçirir və uyğun gəlir və xərclərində müəyyən düzəlişlər edir;

- turist firmaları sosial müdafiə fonduna əməkhaqqı fondundan və əməkhaqqından ödəmələri keçirir;

- turist firmaları dövlət idarəetmə orqanlarına müxtəlif rüsumlar yaxud gömrük və digər ödəmələr ilə xərclər ödəyir;

- turist firmaları maliyyə müəssisələri ilə lizinq, girov və ipoteka əlaqələrinə girməklə müəyyən öhdəliklər ödəyir.

Bütün bu maliyyə əməliyyatları turizm sferasının istehsal, bölgü və mübadilə prosesində dövriyyəsinə, onun ayrı-ayrı sahələrində rolunu müəyyənləşdirir.

Turist sahəsində gəlirlərin bölgüsü onun vəsaitlərini dövriyyə xarakteri ilə bağlıdır. Xüsusən turizm fəaliyyətinin əsas obyektini insan olduğu üçün onun maraqları bu dövriyyə xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Onun təkrar istehsal strukturunda istehlak sferasının daha fəal və prioritet istiqamət olmasını zəruriləşdirir. Turist sferasında gəlir və məhsulun yaranması, reallaşması və istehlaka məqam baxımından vahid istehsal-xidmət prosesi kimi çıxış edir. Turizm sahəsində gəlirlər və xərclərdən daha çox turist xidmətinin keyfiyyətini və onun haqqında formalaşan ictimai fikir əsas rol oynayır ki, bunun da formalaşmasında müxtəlif sosial-iqtisadi mövqeyi olan və dövlətin turist maraqları durur. Turist maraqlarını ölçmək və onun proqnozunu vermək, bir sıra faktiki və proqmatik qərar qəbulundan asılıdır. Ona görə turizm gəlirləri idarəetmə baxımından əsas məqsəd olsa da gəlirləri formalaşdıran istehlakçı motivi onun istehsala təsiri bu sahədə daha xarakterik rol oynayır. Bu məqsədlə biz turizm gəlirlərini proqnozlaşdırmağı idarəetmə prosesində mühüm mərhələ kimi qəbul edirik. Proqnozlaşdırma məqsədli proqram üsullarının qəbul edilməsində mühüm vasitə və əsas analitik funksional model kimi qəbul olunur.⁴⁴

Gəlirlərin proqnozlaşdırması, turist dövriyyəsinə təşkil edən bütün subyektlərin rolunu və onların payını həmçinin xüsusi çəki əmsalını proqnozlaşdırmaqla daha adekvat

⁴⁴ Анчишкин А.И. Прогнозирование экономического роста. М., 1979.

bölgü sistemi təklif etmək olar. Təbii ki, bu sferada məsrəfnəticə modelindən daha çox sosial-demoqrafik, sosial-iqtisadi idarəetmə metodları və qiymətləndirmə sistemi tətbiq oluna bilər. Turist dövriyyəsində iştirak edən hər bir subyektin gəlirlərini spesifik qaydada, xüsusi metodlarla reallaşdırmaq vacibdir. Bu məqsədlə daha çox istehlakçıların maraqlarını ifadə edən istehlak davranışı modelini qurmaq və onun perspektivini qiymətləndirmək vacibdir.

Turist vergilərinin dərəcələri, sahibkarlıq fəaliyyəti kimi uyğun qanunvericilikdə olan normalar əsasında müəyyənləşir. Həmin vergilər yerli büdcələrin gəlirlərinin formalaşmasında iştirak edir.

Turist yollaşlarının turist agentliyi tərəfindən sayılması, turist operatorunun tapşırığı ilə baş verir. Turist yollaşının dəyərini, həmçinin turist agentlərinin xidmət xərcləri də daxil olunur. Ona görə də vergi tutumu xidmətə görə verilən haqqı da nəzərə almaqla aparılır.

$$V = \frac{D \sum_{i=1}^k N_i}{100}$$

Burada, V – vergi həcmi;

N_i – turist yollaşına görə alınan xərc;

k – satılan yollaşların sayı;

D – vergi dərəcəsidir.

Təbii ki, vergi dərəcəsi mövcud qanunvericiliklə tənzimlənir. Onun azaldılması yolu ilə vergiyə cəlb olunan bazanın genişlənməsi imkanları artır. Əlavə dəyər vergisi turist məhsulunun artımı ilə artır. Əgər əlavə dəyər vergisinə qiymətin artması ilə nail olmaq olarsa bu rəqabət mühitində turist müəssisələrinin dövriyyəsini çətinləşdirir.

Turizm məhsulunun tələbata uyğun olaraq marketing strukturunun təkmilləşməsi və turist xidmətinin yaxşılaşması yolu ilə gəlirlərinin artırılması stimullaşdırıcı rol oynayır. Ona görə regionda turizm sahəsinin inkişafına

stimul yaratmaq, onun işçilərinin əməkhaqqı xərclərini, məhsuldan asılı olaraq formalaşması və idarə edilməsi bu sahənin mövqeyini möhkəmlədir. Turizmin idarə edilməsi istehlakçı davranışına təsir edən amillərin, o cümlədən onların əməkhaqqı gəlirləri və əməkhaqqına əlavələr transfert gəlirlərinin, sığorta və istirahətləri üçün təminat sisteminin dünya standartlarına uyğun təkmilləşdirilməsi əsas rol oynayır.

Turizmin dövlət və yerli idarəçiliyi arasında vəzifə bölgülərinin iqtisadi əsasları olaraq fondlara görə ödəmə haqlarını təkmilləşdirmək, torpaq, meşə və ekoloji tarazlığı təmin edən tədiyyələr və ödəmələrin bazar qiymətindən asılı olaraq dəyişməsinə təkmilləşdirmək əməli və perspektiv idarəetmə vəzifəsi olaraq təkmilləşməlidir.

Turizmin idarə edilməsi, onun məzmununun təkmilləşməsi ilə yanaşı maraqların uzlaşması və xarici idarəetmə maliyyə və resurs korporasiyaların tövsiyələrinin nəzərə alınması metodikası ilə uzlaşır. Bu istiqamətdə aparıcı həlqə kimi beynəlxalq turist təşkilatlarına üzv olmaq, beynəlxalq turizm xartiyalarının qəbulu və digər məsələlərlə koordinasiya olmaq əsas rol oynayır. Turizm xartiyası hər adamın istirahət hüquqlarının beynəlxalq statusa malik olmasını, bütün dünya turist təşkilatları tərəfindən qəbul olunmasını iddia edirlər.⁴⁵ Bu xartiyaya görə turizm hüququ sosial tarazlıq, milli və dünyəvi şüurun formalaşması əhəmiyyətli kimi qəbul olunur. Məhz belə dünyəvi dəyərlərə nail olmaq bir sıra təşkilati-hüquqi və iqtisadi islahatlarla bağlıdır ki, bu da öz növbəsində hər bir ölkədə turizmin inkişafı strategiyasını, onun hüquqi bazasını və normativ əsaslarını prinsiplərini tərtib etməyi zəruriləşdirir. Turizm ölkə üçün beynəlxalq həyat tərzini statusuna çevrilir, birgə yaşayış tərzinin, milli əsaslar və xüsusiyyətlər üzrə qurulması prinsiplərini hazırlayır. Turizmin idarəetmə

⁴⁵ Доклад ВТО А(6011 «а» рез.1-София 22 сентября 1985.

strukturunda milli iqtisadiyyatın əsas amilləri, əhalinin tələbat sisteminin yaxşılaşdırılması yolları müəyyənləşir və real mexanizmlərlə reallaşır. Respublikada bazar tipli iqtisadi sistemin formalaşması və dərinləşməsi istiqaməti olaraq islahatların həyata keçirilməsi istiqamətləri turizm maraqları baxımından qiymətləndirilir. Turizmin idarə edilməsi bazar iqtisadiyyatı inkişaf etdikcə rəqabət mühiti şəraitində rentabelli sahə kimi, xarici turizmin daha da üstün artırılması ilə formalaşdırılır. Turizmin iqtisadi, sosial, coğrafi və dünyavi aspektləri bu sahənin meyar və göstəricilərinin seçilməsi, onların təhlili və proqnozunun üsul və mexanizmlərinin təkmilləşməsi ilə baş verməlidir. Respublikada kəndin, dağ regionlarının sosial inkişafı və əhalinin məskunlaşması meyarı baxımından turizmin idarə edilməsinə beynəlxalq maliyyə və islahatlara dəstək proqramı əsasında, yerli maraqları təmin edən qurumlar və mexanizmlər tətbiq etmək idarəetmənin təkmilləşmə istiqamətləridir. Məhəlli iqtisadiyyatın qurulması onun ölkə iqtisadiyyatında rolunun artırılması məqsədi ilə himayəçilik və tədricən özünü maliyyələşdirmə prinsipinə keçirilməlidir.

24.3. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri

Azərbaycanın geosiyasi və coğrafi mövqesinə görə əlverişli şəraitdə olması, onun ərazisində xarici vətəndaşların sayının artması onun beynəlxalq əlaqələrində ticarət, mədəni və istirahət məqsədlərinin artması, beynəlxalq turizm layihələrini və onların dünya ölkələri arasında istiqamətlərini müəyyən edir. Azərbaycan sərhədyanı ölkələrlə müəyyən etnik, mədəni və təsərrüfat əlaqələri ilə sıx bağlıdır. Azərbaycan ərazisi tranzit ölkəsi kimi yük daşıma və əhali üçün əhəmiyyətli coğrafi zonada yerləşir. Onun iqlim şəraiti, kənd təsərrüfatı məhsullarının və təbii sərvətlərin istehsal strukturu dünya inteqrasiya sistemi üçün bir sıra maraqlar baxımından əlverişlidir. Ona görə də

turizmin əsas tərəfi olan beynəlxalq turizm iqtisadi səmərə və inteqrasiya baxımından səmərəli ölkədir. Bu mühit beynəlxalq turizmin tələblərinə uyğun islahatlar proqramı və konkret turist obyektlərinin profilini onun yerləşmə strategiyasını hazırlayır.

Beynəlxalq turizmin bütövlükdə sosial-iqtisadi inkişafın daxili imkanlardan istifadə etmək, beynəlxalq əlaqələrinin əsas forması olmaqla iqtisadi artımın tərkib hissəsi olmaqla islahatlar proqramının tərkib hissəsidir. Beynəlxalq turizm sisteminə daxil olmaq, hər bir ölkənin daxili imkanları, spesifik xüsusiyyətləri və çevik iqtisadi-sosial siyasəti ilə mümkündür. Beynəlxalq turizm layihələrinə qoşulmaq inteqrasiya sisteminə daxil olmaq üçün yeni islahatlar proqramının tərtibi və təşkili üçün əsas rol oynayır.

Azərbaycanda iqtisadiyyatın potensial imkanları və ölkənin perspektiv üföqləri, beynəlxalq turizmə qoşulmaq istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Ölkədə xarici şirkətlərin artması, onların bir çox sahələrdə fəal təsərrüfat fəaliyyəti, Azərbaycan Respublikasının sahibkarları və biznes fəaliyyəti ilə məşğul olanların xarici-iqtisadi əlaqələrinin miqyası və keyfiyyəti, kəmiyyət və çeşidinin dünya bazarında yerinin müəyyən edilməsi, dünya turizminə inteqrasiyanın əsas istiqamətidir. Turizmin beynəlxalq miqyası ictimai əmək bölgüsü ilə ölçülür. Belə ki, Azərbaycan turizm fəaliyyətini dünya turizm inkişafında rolu, onun xüsusi çəkisi və turizm sahəsində məşğul olanların sayı bütövlükdə turizmin ictimai əmək bölgüsündə rolunu müəyyənləşdirir.

Beynəlxalq turizmin respublikada inkişafı bir başa bu sahədə ixtisaslaşan turist təşkilatçıların fəaliyyəti və beynəlxalq turizm bazası olan obyektlərin mövcudluğu və istifadəsi yolu ilə mümkün olur. Beynəlxalq turizm üçün respublikada xarici vətəndaşların yerli turist komplekslərindən istifadə etmək imkanlarını genişləndirmək

nəzərdə tutulmalıdır. Belə ki, beynəlxalq standartlara uyğun turizm məhsulunu istehsal etmək qabiliyyəti, minimum məsrəflərlə rəqabət mühitinə daxil olub əlavə gəlir gətirmək fəallığı və bir sıra üstünlüklər əsas rol oynayır.

Beynəlxalq turizmə yönəldilən siyasət yoxsul ölkələr üçün bir sıra problemlər yarada bilər. Qloballaşan dünya siyasəti prosesində yoxsul ölkələrin dünya turizminə qoşulması əlavə kapital, köklü islahatlar və mövcud şəraitin dünya tələbinə uyğun transformasiyası tələb olunur. Bu istiqamətdə açıq qapı siyasəti, iqtisadi zonalar və həmçinin beynəlxalq bazarın ayrı-ayrı sahələrini yaratmaq cəhdləri və konkret tədbirləri əsas rol oynayır.

Beynəlxalq turizmə qoşulmaq üçün ilkin addım beynəlxalq turizm fəaliyyətinə, onların beynəlxalq qurumlarına üzv olmaqla yanaşı, beynəlxalq tələbatı təhlil edib, onun dünya təcrübəsini, adekvat ölkələrdə keçilən mərhələ və tədbirləri qiymətləndirməklə, iqtisadi addımlar atmaq tələb olunur.

Dünya turizm fəaliyyəti təkamül inkişafı ilə xarakterizə olunur. Onun dinamikası sosial-demokratik, iqtisadi və siyasi amillərdən asılıdır. Dünya turizm dinamikası qloballaşan siyasətdə və dünya ölkələrində baş verən siyasi müharibə, bir sıra ekoloji təsirlər turizmin inkişafına mənfi təsir edir və onun artım tempini azaldır. Ona görə də dünya miqyasında durmadan artma tempi yox, artıb azalma tempinə malik qanunauyğunluq mövcuddur. Dünyada turizmin inkişafına tələbat artımı, bütövlükdə dünyada sosial tərəqqi, iqtisadi artım və demokratik artım tempinin azalması və iqtisadi maraqlar təsir edir. Evolyusiya dinamikası turizmin texnologiyası ilə mümkündür. Tədqiqatlara görə beynəlxalq turizmin artım tempi 2005-ci ildə 4,4% olub, 2010-cu ildə 4,3%-ə yüksəlməyi proqnozlaşdırılır.

Beynəlxalq turizmin motivi və əsas istiqamətləri hər bir ölkənin təbii, coğrafi və həmçinin istehlak üçün əlverişli mühitlə müəyyənləşir. Bir çox regionlarda dünya səviyyə-

yəsində rəqabət aparmaqla dünya turizm bazarına çıxmaq tədbirləri görülür. Azərbaycan Respublikasının Avropa ölkələri ilə əlaqəsi Bakı-Ceyhan neft kəmərinin başa çatması, neft hasilatının gəlirlərinin digər sahələrə istifadəsi və ayrı-ayrı regionlarda nəqliyyat əlaqələrinin, avtomobil yollarının restruktizasiyası, Avropa-Asiya dəhlizi üçün TRASEKA proqramı beynəlxalq turizmin inkişafına şərait yaradır. Ölkələrin Azərbaycan əhalisi üçün turizm ölkələrinə çevrilməsi, həmin ölkələrin turizm məhsulunun Azərbaycan əhalisi arasında istehlak məhsuluna çevrilməsi şəraitindən xeyli asılıdır. Belə ki, respublikada baş verən keyfiyyət dəyişiklikləri xarici turizmi zəruriləşdirir. Turizm bazarında tələbatı qiymətləndirsək Avropa əhalisi daha çox beynəlxalq turizm xidmətinə meyllidirlər. Avropadan Azərbaycana gələnlərin sayının artması, respublikanın Avropa ölkələri ilə ticarət və iqtisadi əlaqələrinin dərinləşməsi, ticarət dövriyyəsində dövlətlər arasında idxal və ixracın ümumi həcmnin artması və onların strukturunda daha çox istehsal və xidmət xarakterli təsərrüfat əlaqələrinin artması, əsas aparıcı rol oynayır. Bu məqsədlə hava nəqliyyatı, su nəqliyyatı və həmçinin TRASEKA proqramı çərçivəsində tranzit əlaqələri məqsədlə yaradılan xidmət sferası istehsal və xidmət infrastrukturunu əsas rol oynayır. Azərbaycan hava nəqliyyatı üçün əlverişli coğrafi və maddi-texniki bazası olan ölkədir. Beynəlxalq hava limanlarının olması respublikada yükaşıma və sərnişin daşıma üçün tranzit ölkəsi kimi xidmət obyektlərinin yaradılması beynəlxalq turizmin ilkin şəraitidir. Bakıda, Naxçıvan və Gəncədə beynəlxalq hava limanlarının Avropa və Şərqlə arasında əlverişli yükdaşıma və əhali daşıma üçün sərfəli coğrafi mühitin Azərbaycanda dəniz nəqliyyatının istehsal gücləri, onun maddi-texniki bazası və həmçinin nəqliyyat terminalları, azad zonaları uzun müddətli tarixi xüsusiyyətlərə malikdir. Xəzər vasitəsi ilə dünya bazarına çıxış və Qara dəniz vasitəsi ilə Avropaya yükdaşıma,

həmçinin Gürcüstan və Naxçıvan vasitəsi ilə Türkiyəyə çıxış, yük daşıma üçün əlverişli marşrut olaraq dünya ölkələrinin yükdaşıma və əhali daşınmasında optimal marşrut kimi qəbul olunur. Ona görə də Azərbaycan geosiyasi vəziyyəinə görə bu gün Avropa və Uzaq Şərq ölkələri üçün əhəmiyyətli əməkdaş və nəqliyyat səmərəsi üçün çox faydalı zonadır. Həmçinin Azərbaycanın təbii sərvətləri, onların ehtiyatları və karbohidrogen zənginliyi bu resursları olmayan ölkələr üçün faydalı əməkdaş olmaq zəruriyyəti yaradır. Beynəlxalq tədqiqatlar və elmi əsaslarla aparılmış təhlil göstərir ki, Azərbaycan Respublikasında həmin resursların əldə edilməsi və Azərbaycan məkanından tranzit məqsədləri üçün istifadə edilməsi, digər ölkələrdən iqtisadi və təhlükəsizlik baxımından xeyli səfrəlidir. Ona görə də bir çox ölkələrdən məhz Azərbaycan nəqliyyat bazarına yükdaşıma və əhali daşınmada istifadə üçün maraqlar daha genişdir. Bu maraqlar son nəticədə turizmin inkişafını da müəyyənləşdirir.

Azərbaycanın iqtisadi potensialı, onun xammal bazası turizm seqmentləri üçün tələbat baxımından iqtisadi cəhətdən səmərəli və texniki baxımından hərtərəflidir. O, cümlədən Azərbaycanın neft bazası neft maşınqayırması, hava limanlarının texniki təchizatı, Bakı şəhərindən beynəlxalq marşrutların əlverişliliyi turizmin kompleks şəraitini artırır.

Respublikada aviasiya benzininin istehsalı, digər karbohidrogenlər, tranzit nəqliyyat növlərinin benzin əvə digər neft məhsullarına olan tələbatını ödəyir. Bu da respublikaya əlavə valyuta gətirilməsinə imkan yaradır. Respublikada valyuta ehtiyatları beynəlxalq bazar münasibətlərində rolunu artırır. Onun turizmin inkişafı üçün də maddi-texniki bazasını təmin edir. Ayrı-ayrı ölkələrin respublika turist potensialından istifadəsi uzunmüddətli proqnoz xarakterli tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə baş verir. O, cümlədən yeni təsərrüfat formaları yeni

infrastruktur obyektləri və həmçinin turizm məhsulu üçün zəruri olan resursların artması və onların ucuz istifadəsi yolu ilə artırmaq olar.

Ayrı-ayrı ölkələrdən gələnlərə turist xidməti aşağıdakı kimi təsvir olunur.

Cədvəl 24.1.⁴⁶

2004-2008ci ildə turizm müəssisələri tərəfindən ayrı-ayrı ölkələr üzrə xidmət göstərilmiş turistlərin sayı (nəfər)
2004-ci il 2008-ci il

Ölkələr	Cəmi	Qəbul edilmişdir	Göndərilmişdir	Cəmi	Qəbul edilmişdir	Göndərilmişdir
Cəmi	29382	11592	17790	59607	19288	40319
O cümlədən						
Azərbaycan Respublikası	15554	7332	8222	14154	5715	8439
MDB ölkələri	2298	1246	1052	7460	1050	6410
Türkiyə Respublikası	1521	380	1141	7176	2143	5033
Böyük Britaniya	852	277	575	499	122	377
Almaniya	274	38	236	608	190	418
İspaniya	68	11	57	179	72	107
İtaliya	324	70	254	602	194	408
Fransa	355	181	174	583	187	396
Finlandiya	2	2	-	63	17	46
BƏƏ	2263	1064	1199	8127	90	8037
Misir	742	2	740	356	195	161
İran	2193	65	2128	13967	6159	7808
ABŞ (Havay adaları da daxil olmaqla)	538	30	528	458	299	159
Digər ölkələr	2378	894	1484	5175	2855	2520

⁴⁶ Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri. S.294.2005-ci il, səh 290, 2099-cu il

Cədvəldən göründüyü kimi, cəmi turistlər 29,4 mln. nəfər təşkil edir ki, bunun da 60%-dən çoxu göndərilən turistlərdir. Onun da 70%-cən çoxu MDB məkanından təşkil edir. Azərbaycan turistlərinin 2004-cü ildə sayı bütövlükdə Azərbaycan Respublikası əhalisinin 0,283 faiz təşkil edir. O cümlədən, Azərbaycan əhalisi 15,5 min nəfər təşkil edir ki, bu da bütün 0,15 %-ni təşkil edir. bu rəqəmlər turizmin əhalinin istehlak davranışında həlledici olmadığını göstərir. Azərbaycanın xarici ölkələrdən ən çox üstünlüyü turizm məkanı MDB ölkələri Türkiyə Respublikası, Birləşmiş Ərəb respublikaları və İran təşkil edir. Turizmin inkişafında xarici ölkələrə gedən turistlərin, respublikaya gedən turistlərdən çox olması uzun müddətli perspektivdə saxlanılacaq. Çünki turizm müəssisələrinin fəaliyyətini beynəlxalq turist məkanına çevirmək üçün müəyyən dövr və köklü keyfiyyət dəyişmələri baş verməlidir. Bu da öz növbəsində beynəlxalq turist təşkilatlarının respublika turizmində baş verən dəyişmələrə qiymət verməsi ilə bağlıdır.

Ölkəyə gələn və ölkədən gedən turistlərin sayının dinamikası ölkə iqtisadiyyatının inkişafı ilə bağlı artır. Gələn və gedən vətəndaşların dinamikası aşağıdakı kimi dəyişir.

Cədvəl 24.3⁴⁷

Gələn və gedən turistlərin sayı (nəfər)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2008
Gələn vətəndaşların sayı (cəmi)	602047	681000	766992	793345	1066290	1197169	399648,9
Gedən vətəndaşların sayı, cəmi	1204043	1326000	1129565	1141014	1376303	1473496	404551
Gələn vətəndaşlardan əldə edilən gəlir,	81,1	63,1	42,6	51,1	57,7	65,9	190,2

⁴⁷ Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri 2005. səh.295, 2009-cu il səh 291

mln. ABŞ doll.							
Gedən vətəndaşların xərcləri, mln.ABŞ doll.	138,8	131,6	108,9	105,5	111,5	128,7	341,1

Cədvəldən göründüyü kimi, gələn və gedən vətəndaşların ümumi sayı artır. Gələn vətəndaşların artım tempi gedən vətəndaşların artım tempini xeyli dərəcədə qabaqlayır. Uyğun olaraq 2 dəfəyə qarşı 1,20% artım müşahidə olunur. Vətəndaşların hesabına əldə olunan gəlir 81,1 mln. ABŞ dollarından 65,9 mln. ABŞ dollarına gedən vətəndaşların xərcləri uyğun olar 138,8 mln. ABŞ dollarından 128,7 mln. ABŞ dollarına düşür. Gedən və gələn vətəndaşların hesabına olan gəlir və xərclər hər bir ölkədən gələn turistlərin imkanları, onların sosial-demografik xarakteristikası və turist motivi kimi məqsədi ilə xeyli bağlıdır. Belə ki, biznes məqsədi ilə gələn və gedən turistlər xeyli imkanlı olduqları üçün onlara xidmət edən turist müəssisələrinin keyfiyyəti və turist məhsulunun qiyməti də yüksək olur. Beynəlxalq turizmin əsas ölkələri arasında eyni intensivliyi malik deyil. Statistik rəqəmlər göstərir ki, 1999-2001-ci illərdə İran İslam Respublikasından gələnlərin sayı müntəzəm artaraq ildə 321,8 nəfərə qədər yüksəlmişdir. Sonrakı illərdə bu rəqəmlər kəskin azalaraq hətta 2004-cü ildə 60 nəfərə enmişdir. Təbii ki, statistik rəqəmlərin arxasında dayanan məsələlər, həmçinin dövlət və beynəlxalq səviyyədə baş verən hadisələrdən də asılıdır. Almaniyadan gələn turistlər 1999-cu illərdə 1423 nəfər olsa da, sonrakı illərdə tam yox olmuş, ancaq 2004-cü ildə 16 nəfərə qədər yüksəlmişdir. Məhz belə bərpa müddəti uzun müddətli psixoloji amildən asılıdır. Ölkələr arasında dayanıqlı dəyişmə meyilinə MDB ölkələrindən gələnlər və onların pul vəsaitləridir. Belə ki, MDB məkanından gələnlər 1999-cu ildən 427,5 min nəfərdən 2004-cü ildə 586,4 min nəfərə qədər yüksəlmişdir. Bu müddətdə hətta 2002-ci ildə

bu rəqəm 791,0 min nəfərə qədər yüksəlmişdir. Xarakterin cəhəti odur ki, MDB məkanında gedənlərin sayı müntəzəm azalır. Belə ki, 1999-cu ildə MDB-ya gedənlərin sayı 724,2 min nəfər olmuşsa bu rəqəm 2004-cü ildə 14,7 min nəfər təşkil edir. Bu meyil həmçinin İran İslam Respublikası üçün də xarakterikdir. Daha çox Avropa ölkələrinə və uzaq şərq ölkələrinə getmək artır. O, cümlədən Birləşmiş Ərəb Respublikalarına gediş daha sürətlə artır ki, bu da xırda biznes əməliyyatları həyata keçirmək məqsədini güdür.

Turizmin dinamikası ani dəyişən proses olub bir sıra iqtisadi, təşkilati və resurs təminatından asılı olduğu üçün onun proqnozlaşdırılmasında ölkələr və məqsədlər üzrə kompleks tədqiqat tələb edir. Konstruktiv proqnozlar təcrübəsi göstərir ki, turizmin proqnozlaşdırılması üçün təyin olunmuş meyil qəbul etmək real qanunauyğunluqla mümkün deyil. Daha çox sıçrayışla dəyişən meyillər proqnozlaşdırmaq vacibdir.

Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri, Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq əməkdaşlığa inteqrasiya istiqamətləri ilə müəyyənləşir. Belə ki, respublikada istehsal və xidmət sferasının transformasiya modeli, uyğun olaraq inteqrasiya şəraitinə və o, cümlədən perspektiv sahə olan turizmin inkişafını yaradır. Respublikanın ərazisində resursların mülkiyyət formasından asılı olmayaraq xarici turizm üçün istifadəsi uyğun maliyyə resursları hesabına, respublikaya gələn turistlərin marağını artıran biznes planı və infrastruktur yaratmaqla mümkün olmalıdır. Beynəlxalq turistlər üçün ucuz və dizayn isehlak üçün əlverişli şəraitin yaradılması üçün daxili imkanların potensial imkanları kifayət də olsa zəruri şərt deyil. Zəruri şərt üçün respublikada iqtisadiyyatın artımı, əhali gəlirlərinin yüksəlməsi və həmçinin sahibkarların pul gəlirləri dünya bazarında əhəmiyyətli olan xarici turist bazarına girmək və həmin bazarda təşəbbüsü ələ almaqla mümkündür.

Beynəlxalq turizmin əsas istiqamətləri, respublikada sanatoriya, kurort və həmçinin Xəzər rayonun potensialından istifadə etmək, dağ rayonlarında istirahət müəssisələri tikməklə daha geniş inkişaf etməlidir. O, cümlədən Şəki, Zaqatala, Quba, Xaçmaz, Naxçıvan rayonlarında xarici turistlər üçün müəssisələr tikilməlidir.

Regionların sosial iqtisadi inkişafının sürütlənməsi və regionların dünya ölkələri ilə iqtisadi əməkdaşlığı və regiona gətirilən valyutanın artması üçün həmin regionların bir başa və vasitəçilik yolu ilə dünya ölkələri ilə turizm sahəsində əməkdaşlıq etməsidir. Regionlarda özəlləşmənin xarakteri və sahibkarlığın formaları və onların təsərrüfat fəaliyyətinin əsas istiqamətləri turizm üçün spesifik xüsusiyyətlər yaradır. Belə spesifik biznes fəaliyyətinin məhsulunun çeşidi, keyfiyyəti, daxili və xarici bazarda həmin məhsullara olan tələbatla müəyyənləşir. Regionlarda sosial-iqtisadi inkişafın əsas istiqamətləri olan iş yerlərinin açılması üçün turizm potensialından səmərəli istifadə etmək ən optimal variant kimi qəbul olunur. Xarici turizmin inkişafında əhalinin yoxsulluq həddi, yaşayış səviyyəsi mühüm amil olur. Xarici nəqliyyat vasitələrinin ucuz başa gəlməsi, pensiyaçıların və biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin xarici turizm subyektinə çevrilmiş üçün pensiyaların həcmi, onun ərzaq, qeyri-ərzaq, sağlamlıq tələbatını ödəməklə turist kimi səyahəti üçün də kifayət etməlidir. Avropa ölkələrinin əsas turist kontingentləri pensiyaçılar və işgüzar adamlardır. Biznes qurmaq üçün turist gəlmələri dünya biznes mühitində baş verən dəyişmələr ilə bağlıdır. Xırda və orta sahibkarlığın ixrac və idxal olunan məhsullarda xüsusi çəkisi respublikada sahibkarlıq içərisində xarici şirkətlərin payının yüksəldilməsi xarici turistlərin axınına intensiv olaraq artırır. Qeyd edək ki, xarici turistlərin kommersiya mənfəəti, onların respublikaya gəlməsinin motivi olduğu halda, daxili bizneslə onların maraqları arasında əlverişli razılaşmalar

baş verməlidir. Əgər uzlaşma maraqları ekvivalent xərc və gəlir prinsipləri əsasında olmazsa, onda ərazidə turizmin inkişafı üçün vahid qərar qəbul çətinlik törədir. Biznes mühitində turizm sahəsinə edilən himayəçilik siyasəti, bütöv sahibkarlar üçün xarakterizə və miqyasda olmalıdır. Xarici turistlərin stimullaşması üçün çevik islahatlar siyasəti, reklam mühiti, dinomnasiya və lobbiçilik səviyyəsində iş aparmaq, təkcə iqtisadi tədbirlə deyil, təşkilati-psixoloji amillər də əsas rol oynayır. Bu aspektdə xaricdə yaşayan azərbaycanlıların da böyük rolu və gələcəkdə respublikaya gələnlərin artmasında təsiri böyükdür. Xüsusi olaraq hər bir azərbaycanlının Azərbaycana gəlməsi, onun respublika turizm azarından, ictimai iaşə müəssisələrindən istifadə etməsi və öz qohum-əqrabasına əmtəə və pul yardımları etməsi respublikada əhalinin güzaranına və respublikada pulun tədaviyə üçün zəruri olan valyutanın miqdarının artırılmasına səbəb olur.

MDB məkanında olan ölkələr arasında turizim əlaqələri, bu ölkələrin tanınması, orada çoxlu azərbaycanlıların yaşaması, MDB respublikalarında təhsil alanların, MDB məkanında viza rejiminin olması və Azərbaycan vətəndaşlarının MDB məkanında azad özünü idarəetməsi və həmçinin MDB əhalisinin Azərbaycan Respublikasında davranış tərzini ilə uzun illər formalaşmış nəticəsi ilə bağlıdır.

Azərbaycan əhalisinin MDB məkanında yerləşməsi sıxlığı, onların respublika ilə əlaqəsi ölkələr arasında turizmin gediş gəlişin daha intensiv artmasına səbəb olur. Respublikanın xaricdə yaşayan vətəndaşları, vətəndaşlığı olmayan azərbaycanlıların həmin ölkələrdəki iqtisadi vəziyyəti, onun ictimai mövqeyi, həyat tərzini, respublikanın digər ölkələrlə əlaqələrinin və beynəlxalq turizmin inkişafına təsir edir. Respublikada tarixi abidələri, dini ocaqları, təbii sərvətlərinə bir sıra mədəni dəyərləri xarici ölkələrdə tanımaq, reklam etmək beynəlxalq turizmin görünməyən, amma həlledici tərəfidir. Respublikanın

əhalisinin MDB- məkanına axını daha çox ölkələrə intensiv artır ki, həmin reklamlarda formalaşmış və qərarlaşmış azərbaycanlı rol oynayır. Ona görə də beynəlxalq turizm əlaqələrini qiymətləndirmək, onun prpoqnozunu vermək və təşkilatı tədbirlər həyata keçirmək üçün miqrasiyanı qiymətləndirmək onun respublikada daxili və xaricdə dinamikasını ölçmək vacibdir. Beynəlxalq turizmin müxtəlif tərəfləri və infrastrukturunu mövcuddur. Beynəlxalq turizmin infrastruktur təminatı nəqliyyat və həmçinin otel, ictimai iaşə müəssisələrinin inkişafı ilə bağlıdır. Azərbaycana gələn vətəndaşların 2004-cü il statistik rəqəmlərinə görə 86% hava nəqliyyatı ilə baş verir. Xaricə gedən vətəndaşların 97,2% isə hava nəqliyyatı ilə reallaşır. Xaricə gedən vətəndaşların sü yolu ilə xüsusi çəkisi 2,2% gələnlərin isə 2,5%-ni dəmir yolunəqliyyatı təşkil edir. Beləliklə hava maşınlarının beynəlxalq standartlara uyğun rekonstruksiyası, təyyarələrin, dünya üçün standartlarına uyğun olanların alınması istifadəsi həm təhlükəsizlik baxımından həm də əlverişli olması turizmin inkişafını perspektiv təşkili istiqamətidir. Bu gün respublikavə hava gəmilərinin texniki vəziyyəti hava yollarından seçilməsi və vaxtında qatar reyslərinin təmin edilməsi, hava limanında turistlərin qarşılama, yola salma viza və yük daşımaları üçün əlverişli xidmət sferasının yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Beynəlxalq turizm standartları, beynəlxalq hava, terrora qarşı mübarizə və konvensiyal qərarları ilə idarə olunur.

Respublika iqtisadi və sosial inkişafının əsas istiqamətləri olaraq idxal və maraq siyasəti, idxal və ixracın strukturunun təkmilləşdirilməsi respublika daxili maraqlar və yüksək gəlir əldə etmək məqsədini güdür. Daxili sahibkarlığın stimullaşdırılması, xarici məhsulların idxalına və ixracata təsir edir. belə ki, bir sıra ərzaq məhsulları respublikaya az gətirilir və istehsal yönü texnologiyalar və kapital axını daha sürətlə artır. Kapital axınının əsas

məqsədi beynəlxalq kontraktlar, müştərək və bir sıra beynəlxalq layihələrdə iştirak etmək niyyəti ilə edilir. Azərbaycanın xarici ölkələrlə ticarət əlaqələrinin genişlənməsi, daha çox uzaq ölkələrdən idxal və ixracatın artması və turizm əlaqələrinin artmasına səbəb olur.

Azərbaycanın ixracat yönlü istehsal proqramlarının tərtibi və reallaşması üçün bir sıra dünyavi texnoloji layihələrə, ətraf mühitin qorunmasına, dünya standartlarına uyğun restruktizasiya proqramlarına böyük ehtiyac vardır. Respublikada yoxsulluğun ləğvi və davamlı inkişaf proqramı çərçivəsində dünya başının tələblərinə uyğun rifahın yaxşılaşdırılması əsas yer tutur. Bu proqram çərçivəsində bütün mənbələr hesabına respublikada davamlı inkişaf strategiyası hüquqi və fiziki şəxslərin sahibkarlıq fəaliyyəti tənzimləyir.

Beynəlxalq turizmin inteqrasiya üçün, hər şeydən əvvəl dünya standartlarına uyğun islahatlar proqramı və mövcud şəraitin transformasiyası, dünya standartlarına uyğun qurulmalıdır. Daha çox əhalinin rifahı və istehlak strukturunda mütərəqqi dəyişikliklər və turizm xidmətinə tələbatı formalaşdırmaq lazımdır. Bu işə yeni istehlak davranışı, yeni xidmət sferası və daha çox turizm üçün xərclər və yığım vəsaitini artırmaq situasiyası yaratmaq vacibdir.

Turizmin xidməti milli ənənəvi, şəhər və kənd əhalisinin sıxlığı, onların həyat təzi və üstünlük vermə qabiliyyəti, ənənəvi həyat təzini dəyişmə meyilləri ilə bağlıdır.

Bu baxımdan turizmin inkişafında daha çox xarici vətəndaşların respublika ərazisində səfərləri stimullaşdırmaq daha əlverişli istiqamət olaraq qəbul olunur.

Dünya əhalisinin təbii artımı onların yaşayış şəraiti və yaş quruluşu respublikaya gələn turistlərin sosial demoqrafik tərkibini formalaşdırır. Daha çox təqaüd yaşında onların turizmə meyilliliyi Avropa ölkələri üçün

daha xarakterikdir. Şərq ölkələri üçün daha çox dini və əmtəə alıcılıq qadiliyyəti daha xarakterik rol oynayır. Dünya ölkəsinin sosial demoqrafik xarakteristikaları, miqrasiyası və yerdəyişmə motivi beynəlxalq turizmin motivini yaradır. İnvistisiya biznes mühütü respublikaya investisiya axını və işgüzar turizmin əsas amilidir. Sağlamlıq və iştirak amili daha çox həyat səviyyəsi yüksək olan, yaşlı əhalinin sayı çox olan ölkələr təbii və iqlim şəraiti, idman, olimpiya yarışları, konfranslar üçün turizmi səciyyələndirir.

Azərbaycanın əhalisinin sosial demoqrafik və quruluşu həyat səviyyəsi beynəlxalq turizmin iştirak payını və onun perspektivini müəyyənləşdirir. Daha çox işgüzar turizm potensialı xüsusi xarakter daşıyır. Yaşlı əhalinin maddi vəziyyətinin aşağı olması onların turizm subyekti kimi potensialın zəif olması ilə izah olunur.

Beynəlxalq turizmin inkişafında dünya inteqrasiya sistemi, beynəlxalq turist təşkilatları və həmçinin birgə layihələr və kontraktlar təşkilatı inkişaf qurum olaraq daha da təkmilləşəndir.

MÖVZU 25. TURİZMİN SAHƏLƏRARASI VƏ REGIONAL İNKİŞAF PROBLEMLƏRİNİN HƏLLİNDƏ RESURS KİMİ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Plan:

- 25.1. Turizmin sahələri sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsində rolunun nəzərə alınması və perspektiv proqnozu**
- 25.2. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi**
- 25.3. Turizmin kənd təsərrüfatı inkişafında sosial-iqtisadi amil kimi qiymətləndirilməsi**

25.1. Turizmin sahələrin sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsində rolunun nəzərə alınması və perspektiv proqnozu

Turizm fəaliyyət sahəsi olmaqla özünün nəzəri-metodoloji və praktiki əhəmiyyət kəsb edən təşkilati-iqtisadi, sosial amilləri və məqsədləri ilə tədqiq olunur. Turizmin məqsədi və onun inkişafına zəruriyyət real iqtisadiyyatın müəyyən xüsusiyyətləri, iqtisadi potensialın imkanları və perspektiv struktur dəyişmələri ilə uyğun olaraq formalaşır. Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf meyilləri və dinamikası, resurslarının mövcud vəziyyəti və perspektivi turizmin inkişafına iqtisadi baza yaradır. Respublika iqtisadi potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinin əlverişli və perspektiv sahəsi olaraq turizmin inkişafı qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədi ilə və neftdən gələn gəlirlərin səmərəli istifadəsi məqsədi ilə layihələşdirilir.

Turizm mahiyyətcə səyahət olsa da, real iqtisadi potensial inkişaf strategiyası və ölkə iqtisadiyyatının struktur islahatlarının ərazi və sahə istiqamətləridir. Regionun kompleks inkişafı və iqtisadi potensialın bazar

iqtisadiyyatı şəraitində faydalı fəaliyyəti sahəsinə çevirmək üçün turizm sahəsində sosial və iqtisadi məqsədlər güdür.

«Turizm» dövriyyəsinə daxil olan resurs potensialı onların mobilliyi bu sahənin ilkin fəaliyyət və sonrakı perspektivi üçün bir sıra təşkilati-maliyyə və proqram tədbirlərinin əsaslandırılması, onların elmi-metodiki poqnoz əsaslarını yaradır.⁴⁸ Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti tələbat sistemi ilə müəyyənləşir. Turizm tələbatı xüsusi tələbat olmaqla hər bir dövlətdə əhalinin sosial-demoqrafik tərkibi, onların həyat səviyyəsi, intellektual səviyyəsi, maddi tələbatın ödənilmə dərəcəsi və ənənəvi ehtiyacların dinamikası əsas rol oynayır. Turizm ehtiyacları yerli və xarici ölkələrə yerdəyişmə ilə baş verir.

Turizmin inkişafı bir sıra ehtiyaclar üzərindən meydana çıxır. Fikrimizcə, bu ehtiyacların yaranması aşağıdakı amillərlə intensivləşir:

- iqtisadi artımın tərkib hissəsi olaraq, investisiya qoymaq və əhalinin məşğulluğunu təmin etmək;
- əhalinin istirahəti və dünyagörüşünə səbəb olan beynəlxalq yerdəyişmələri təşkil etmək;
- əhalinin istehsal və xidmət fəaliyyətinin biznes strukturunu xarici turizmin tələbatına uyğun olaraq marketinq planlaşması və inkişafını təmin etmək;
- beynəlxalq inteqrasiya və qloballaşma şəraitində idxal və ixrac potensialını artırmaqla iqtisadi və sosial inkişafın yeni istiqamətlərini yaratmaq.

Turizmin inkişafının hər bir ölkədə əsasını iqtisadi potensial və onun iqtisadi-sosial aspektdən səmərəliliyi təşkil edir. O cümlədən, iqtisadi artım və resursların potensialı və onların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi imkanları iqtisadi əsas yaradır. Turizm bazarı təkçə daxili tələbat deyil, həm də xarici ölkələrin kapital axımına səbəb olduğu

⁴⁸ Əlirzayev Ə.Q., S.Asanova. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı, 2005. s.9

üçün onun genişləndirilməsi coğrafi-təbii və həmçinin iqtisadiyyatın struktur dəyişmələri ilə əlaqəlidir. Belə ki, təbii-coğrafi mühit, əhalinin məşğulluğunun yüksəldilməsi məqsədi və həmçinin investisiya ayırmaları üçün dövlət və xüsusi vəsaitlərin istifadəsinin turizm bazarına cəlb edilməsi yolları iqtisadi stimullar və idarəetmə üsullarını təkmilləşdirir.

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti və onun reallaşması xüsusiyyətləri bu sahənin artım tempi və həmçinin onun strukturu və turizm müəssisələrinin ixtisaslaşma istiqamətləri ilə müəyyənləşir. O cümlədən, turizm fəaliyyəti iqtisadi fəaliyyətin kompleks şəkildə təsərrüfat əlaqələri kimi çıxış edir. Respublika iqtisadiyyatının formalaşma xüsusiyyətləri, onun təbii-coğrafi, sosial-iqtisadi amilləri və onların siyasətin əsas istiqamətləri, turizm amillərinin təsnifatlaşmasına imkan verir.⁴⁹

Turizmin iqtisadi və sosial rolu ona çox sosial-demoqrafik dəyişmələr əhalinin həyat səviyyəsi, regionların təbii-coğrafi və insan resurslarının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi formaları və intensivliyi, respublikada infrastruktur təminatı və əhalinin ev təsərrüfatında məşğulluğu təşkil edir.⁵⁰(s.135-139).

Turizmin inkişafı, onun sahə və ərazi quruluşunun dinamikası turizm tələbatı və ərazi maraqları güdür. Ona görə də iqtisadi artımın səmərəli istifadə strukturunu yaratmaq və sonrakı iqtisadi artımı təmin etmək üçün gəlirlərin bölgüsü və istifadəsi istiqamətləri əsaslandırılır.

Turizmin inkişafının konseptual əsasını iqtisadiyyatın struktur təkmilləşməsi, dayanıqlı iqtisadi artım və yüksək kommersion mənfəəti əldə etməkdir. İqtisadi artımın amili

⁴⁹ Здоровью Экономика туризма. М.: Экономика и статистика, 2004, с.272

⁵⁰ Ə.Q.Əlirzayev. İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində... Bakı, 2005, s.538.

və nəticəsi olaraq turizm siyasəti, onun maliyyə və maddi mənbələri və turizm məhsulunun bazar tələbinə uyğun seqmentləşməsi təşkil edir. Ona görə də turizmin planlaşması müasir şəraitdə bir sıra təşkilati və qeyri-müəyyən amillərdən asılı olaraq dəyişir. Turizmin sahə kimi effektiv təşkili onun fəaliyyətini tənzimləyən xarici amillərlə yanaşı daxili və regional xüsusiyyətləri nəzərə almaqla baş verir. Turizmin sahə quruluşu, turizm fəaliyyətinin növü marketinq planlaşması kimi, bütöv iqtisadi və sosial inkişafın tərkib hissəsidir.

Turizmin inkişafı sahələrarası problemdir. Daha çox kənd təsərrüfatı, emal sənayesi, turizm sənayesi və fərdi təsərrüfatın xüsusiyyətlərinə ilə bağlıdır. Ona görə də turizmin iqtisadi və sosial rolunu, onun iqtisadi artım və əmtəə xidmət dövriyyəsinə xüsusi çəki əmsali ilə müəyyənləşdirmək vacibdir. Turizm sahəsinin formalaşma və inkişaf xüsusiyyətləri iqtisadi artım və dinamik inkişaf bazasında baş verir. Azərbaycan Respublikasının islahatlar proqramları və perspektiv inkişaf istiqamətləri qərarlaşmış iqtisadi potensialın və onların istifadəsi istiqamətlərinin təkmilləşdirilməsi zəruriliyini yaradır. Belə sahələrdən ən əlverişlisi turizm müəssisələrinin açılması və mövcud turizm obyektlərinin səmərəli istifadəsi əsasında reallaşır.

Cədvəl 25.1

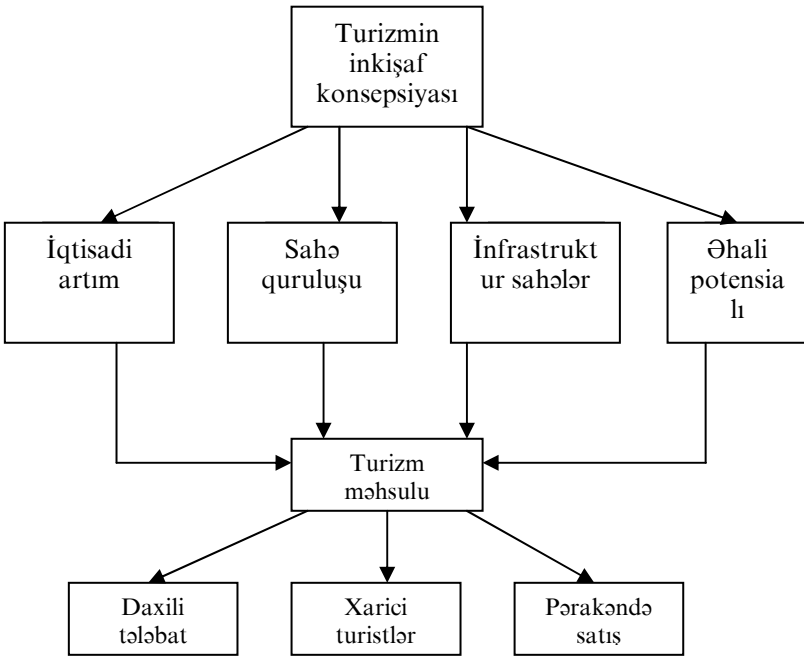
Əsas sosial-iqtisadi göstəricilər (əvvəlki ilə nisbətən, %-lə)

Göstəricilər	2003	2004	2005	2006	2007
Əhalinin sayı (ilin sonuna)	100,8	100,9	101,1	101,	101,1
İqtisadi fəal əhalinin sayı	109,8	100,2	100,2	102,3	100,7
Ümumi daxili məhsul	111,2	110,2	126,4	134,5	125,0
Sənaye məhsulları	106,1	105,7	133,5	136,0	124,0
Kənd təsərrüfatı məhsulları	105,6	104,6	107,5	100,9	104,0
Kapital qoyuluşu	173,8	135,4	116,6	115,2	123,6

Satışın bütün kanallarına pərakəndə əmtəə dövriyyəsi	16,9	113,0	113,2	115,5	115,3
Xidmətin bütün növləri üzrə əhaliyə göstərilən pullu xidmətlər	111,7	116,4	126,1	142,1	133,8
Sərəncamda olan real	110,4	104,0	112,6	114,6	121,7
Əhalinin gəlirləri	114,3	114,9	122,3	126,5	140,3
Son istehlak xərcləri	113,1	111,1	117,6	124,2	130,4
Orta aylıq nominal əməkhaqqı	122,7	128,5	124,3	120,6	144,8
İxrac (cari qiymətlərlə)	119,5	139,5	120,2	146,6	95,1
İdxal (cari qiymətlərlə)	157,7	133,9	119,8	125,1	108,1
Azərbaycan sərhədlərini keçən vətəndaşların sayı (min nəfər)	4927,1	5328,6	6241,3	6096,5	5824,5
Azərbaycana gələn vətəndaşların sayı	2484,5	2857,9	3155,8	3002,0	2933,0

Cədvəldən görüldüyü kimi, Azərbaycana gələn vətəndaşların sayının artımı 2003-2007-ci illərdə 18% artmışdır. Azərbaycandan gedən turistlərin sayı isə 19% artıb. Turizmin inkişafının iqtisadi artımla yaxınlığı respublika daxilində əhalinin digər tələbatlarının ödənilməsi və turist məqsədi ilə yerdəyişməni həyat tərzinə çevrilməsi meyilləri ilə bağlıdır. Hər bir fəaliyyət sahəsinin turist infrastrukturuna çevrilməsi bu sahənin kompleks inkişaf xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Ona görə də turizm nüvə rolunu oynaya bilən məqsədli proqramın aparıcı həlqəsi kimi digər sahələrin inkişafına təsir edir. Kompleks sistem olaraq sənaye turizmi, kənd təsərrüfatı infrastrukturunu kimi turizmin infrastruktur sferası kimi qəbul etmək olar. Belə halda turizm məhsulunun formalaşmasında aralıq məhsulu kimi digər sahələrin iştirak payı və alınan nəticələrin artımı ilə infrastruktur sahələrinin iştirak payı planlaşdırılır. Turizmin plan və makroiqtisadi problemlər və ayrı-ayrı

təsərrüfatlar fəaliyyəti arasında nisbətlər bütövlükdə sahələrarası və iqtisadi artımın prinsipial sxemini təşkil edir.



Sxem 1.1. Turizmin inkişafının sahələrarası proporsiyalara təsiri.

Sxemdən görüldüyü kimi, turizmin sahə və məhsul strukturu potensial bölgü və istifadə sferası ilə bağlıdır. Turizm məhsulunun təyinatı kommertiya marağı yaxud şəxsi istehlak məqsədi ilə istifadə oluna bilər.

İqtisadi müstəqillik turizm sahəsinin kommertiya maraqları üzərində qurulmasına daha fəal təsir edir. Belə ki, planlı təsərrüfat sistemində SSRİ-i kimi vahid təsərrüfat sisteminin əsas məqsədi əhalinin rifahı üçün mərkəzləşdirilmiş plan əsasında daha çox yararlı iqtisadi regionlar turizm üçün istifadə olunurdu. «Çox sosial-iqtisadi

proseslərin elmi əsaslarla görünməsi perspektiv olan tərtibləri ilə mümkün olurdu». ⁵¹(1,31).

Kompleks inkişaf planları təbii və coğrafi şəraiti və sosial infrastrukturunu olan regionlarda xidmət sahələrini, istirahət və müalicə subyektlərini tikmək, onlara kapital qoyuluşu qoymaqla əhalinin həmin regionlarda istirahətini təmin edirdi. Region iqtisadiyyatının tərkib hissəsi və sosial infrastrukturun əhali üçün daha səmərəli layihələri:

- ümumi iqtisadi artım və onun sahə quruluşunun təkmilləşməsi;

- sosial səmərə baxımından elmi-texniki tərəqqi və keyfiyyətli xidmət sferasını yaratmaq;

- turizm və əhali üçün xalq istehlakı sənayesini inkişaf etdirmək və iş yerlərinin açılmasına əlverişli mühit yaratmaq;

- kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalını və onun yerli əhali xarici turistlər və ixracat potensialını gücləndirmək;

- kapital qoyuluşunun həcmi və strukturunu təkmilləşdirmək, bütün mənbələr hesabına turizm sahəsini səmərəli və kapital cəlbəedici sahə kimi fəaliyyətini təşkil etmək;

- turizm infrastrukturunu, nəqliyyat və xidmət sferasını genişləndirmək və bu sahələrdə biznes şəraitini formalaşdırmaq;

- əmək şəraitini yaxşılaşdırmaq, əmək və məişət şəraitini, müasir dünya standartları səviyyəsinə yüksəltmək.

Bu tədbirlər müasir bazar şəraitində və iqtisadi müstəqilliyin inteqrasiya amili olaraq üstün cəhətlərini istifadə etməklə turizmin kompleks inkişafının bazar tipli inkişaf istiqamətləri müəyyənləşir.

Turizmin inkişafının iqtisadi və sosial rolu strateji və lokal, regional və həmçinin islahatlar şəraitində səmərəli

⁵¹ Малес В.И. и др. Комплексное планирование социально-экономического развития городов и районов. М., Мысль, 1978, 220 с.

istiqlamət kəsb edir. Makroiqtisadi problemlər olaraq turizmin formalaşması və inkişafı investisiyanın daha səmərəli istifadəsi və perspektiv gəlirlərin dinamizmini saxlamaq üçün müəyyənləşir. Makroiqtisadi problem olaraq iqtisadi artımda ümumi daxili məhsulun istehsalının və bu tip mənbələr hesabına kapital qoyuluşunun səmərəli variantları yeni iş yerlərinin açılması və turizmin ümumi daxili məhsulun strukturunun xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Turizmin inkişafında maraqlar yerli və əhali maraqları ilə reallaşır. Müasir şəraitdə yerli inkişaf və makroiqtisadi artım arasında tarazlığı təmin edən turizm gəlirlərinin təsərrüfat subyektləri və dövlət, yerli orqanlar arasında bölgüsü və yenidən bölgüsünün daha səmərəli variantları hazırlanır. Turizmin özü iqtisadiyyatın sahə quruluşu və sosial məqsədlər kəsb etdiyi üçün onun faydalılığını yerli gəlirlər dövlətin büdcəsi və həmçinin xüsusi gəlirlərin formalaşması dinamikası əsas rol oynayır.

Turizm sahəsi mahiyyəti etibarı ilə çoxşaxəli və sahələrarası kompleks problemləri əhatə etdiyi üçün onun formalaşması və idarə olunması çox kriteriyalı və müxtəlif göstəricilər sistemi ilə inkişaf edir. Komplekslik və sistemlik turizm sahəsinin yaratdığı faydalı fəaliyyətin müxtəlif ünvanlı və ayrı sahə və iqtisadi artım məsələlərin reallaşmasında prioritetliyi ilə müəyyənləşir. Turizm xidmət sferası olmaqla onun yaratdığı məhsul xidmət və şəxsi istehlak üçün zəruri olan maddi və mənəvi nemətlər ilə formalaşır. Bununla yanaşı ölkə iqtisadiyyatının perspektiv sahəsi kimi turizm artıq formalaşmış infrastrukturun və əhalinin potensial iş qüvvəsi kimi məşğulluğu təmin etmək faydalılığı ilə özünü göstərir. Ona görə də sahələrin, ərazilərin və əhalinin tələbatı sistemində turizm sahəsi eyni olmayan prioritetlik üzərində qurulan məqsədlər və resursları üzərində az fəaliyyətini qurur. Müasir iqtisadi islahatlar şəraiti və neft gəlirlərinin artıq ən yüksək səviyyəsində digər

sahələrin qeyri-neft sektorunun inkişafı problemləri meydana çıxır.

Hər bir sahənin və fəaliyyətin iqtisadi sosial rolu həmin sahənin yaratdığı məhsul, əhali istehlakında və daxili bazarın və ixracatın formalaşmasında həmin məhsulun xüsusi çəkisi, həmçinin sosial problemlərin həllində turizmin rolu ilə idarə olunur. Hər bir sahənin nüvə əmələgətirici tərkib hissəsi mövcuddur. Turizm ölkənin milli gəlirinin, dövlət büdcəsinin və yerli əhalinin turizm məhsuluna tələbatını ödəməkdə müxtəlif rol oynayır. Hər bir sahə və regionda turizm məhsulunun və turizm səmərəsinin yaradılmasında eyni rolu oynamır. Belə ki, ümumi daxili məhsulun artım tempi ilə sahələrin məhsulunun artım tempi arasında nisbətlər bu artımın formalaşması amili olaraq elastik əmsali ilə idarə olunur.

$$\Theta = \frac{\Delta \ddot{U}DM}{\Delta S_i} \quad (1.1)$$

Burada, $\Delta \ddot{U}DM$ – ümumi daxili məhsulun artımı;
 ΔS_i – i sahəsinin ümumi məhsulunun artımı.

Əgər elastiklik əmsali sahələrin öz məhsulu ilə onun turizm məqsəli ilə istehsal etdiyi məhsulun və xidmətin istifadəsi arasında əlaqə kimi hesablınsa, onda biz meyar baxımından həmin sahənin dominantlığı təyin etmiş olarıq.

Bu gün Azərbaycan ümumi daxili məhsulun formalaşmasında kənd təsərrüfatı məhsulunun xüsusi çəkisi 8% təşkil edir. Amma onun artımı ümumi daxili məhsulun artımından 2-3 dəfə aşağıdır. Bu yanaşma turizm potensialının ehtiyatlarını tapmağa imkan verir.

Turizmin inkişafı və ölkə iqtisadiyyatında, sahə potensiallarının və beynəlxalq proqram xarakterli tədbirlərin şəraiti turizmin perspektiv inkişafının kompleks proqramını hazırlamağa imkan verir. 2008-2016-cı illər üzrə turizmin inkişafının kompleks proqramı tərtib edilmiş və dövlət himayəsinin əsas istiqamətlərini resurslarını əhatə

edir. «Turizm proqramının əsas məqsədi» «Turizm haqqında» Qanunda, habelə digər normativ-hüquqi aktlarda nəzərdə tutulmuş müddəaları uyğun olaraq turizm sahəsində dövlət siyasətinin həyata keçirilməsini, ölkənin sosial iqtisadi inkişafını təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm sərvətlərindən səmərəli istifadə olunmasını turizmin ölkə iqtisadiyyatının öncül istiqaməti kimi tanınması və bu sahənin səmərəliliyinin artırılmasını təmin etməkdir.⁵² Konseptual müddəalar turizmin inkişafına yönəldilən digər sahələrin və infrastrukturun əsas istiqamətlərini və dövlətin bu sahələrə ayırdığı investisiya və təşkilatı yardımları əhatə edəcək. Turizmin təsərrüfat fəaliyyəti daha çox təbii və coğrafi faktorlarla bağlı olan və əhalinin daha çox məşğulluğunu və istehlakını təmin edən kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və təbii-iqlim şəraiti, coğrafi amil kimi ərazinin əlverişli kommunikasiya və nəqliyyat dəhlizində yerləşməsi təşkil edir. Ona görə də sahələrarası kompleks kimi turizmin inkişafında kənd təsərrüfatının rolu, turistlər üçün ərzaq məhsullarını istehsal etmək, kənd təsərrüfatı potensialını turizm dövriyyəsinə cəlb etmək, həmçinin kənd əhalisinin turizm sferası üçün zəruri olan maddi və əmək ehtiyatlarını təmin etmək vəzifəsi durur. Turizmin sosial-iqtisadi rolu, onun məşğulluq problemini və kənd əhalisinin yoxsulluq səviyyəsini azaltmaq məqsədi ilə konseptual sahə olaraq inkişafı müddəaları əsasdır. Kəndin ərazi forması olaraq potensialı, onun torpaq, meşə təsərrüfatı, əhalisinin ev təsərrüfatında istehsal və xidmətin növü, məhsulun çeşidi, həmçinin insanların xidmət sferasında məşğulluğunun artımı təşkil edir.

Turizmin inkişafı ərazilərin regionların və kənd əhalisinin mənəvi dəyərlərinin inkişafı, onun təkrar istehsalı, tarixi və cari mədəni nemətlərin qorunması sferasında rol oynayır. Turizmin sosial-iqtisadi rolu, kənd əhalisinin həyat

⁵² Azərbaycan Respublikasının 2009-cu il Dövlət büdcəsi zərfi. II hissə

tərzinə yeni mütləq vərdişlərin yaranmasına səbəb olur. O cümlədən, kəndin sosial-iqtisadi inkişafı bütövlükdə sənaye sahələrinin elmi potensialın və mədəni obyektlərin yaradılmasını özündə birləşdirir. Azərbaycan Respublikasında struktur dəyişmələr iqtisadi inkişaf strategiyasının prioritetlərinin keyfiyyətə yeni mərhələlərini formalaşdırır. Belə ki, Azərbaycan Respublikasında sənaye potensialının daha çox nəfthasilatı və emalı üzərində qurulması qeyri-neft sektorunun xüsusi çəkisinin ümumi daxili məhsulun payında və dövlət büdcəsinin gəlirləri və xərclərində rolunun artırılması məqsədi daha çox turizmin inkişafını əsaslandırır. Turizmin inkişafının prioritetli, daha çox ərazi maraqları, regionların inkişafı və kənd əhalisinin məskunlaşma səviyyəsinin yüksəlməsi niyyətləri tutur.

Turizmin məhsuldar qüvvələrin və resursların istifadəsində yerli tələbatla yanaşı xarici turistlərin tələbatlarını nəzərə alır. Ona görə də əhalinin respublikaya gəlməsinə şərait yaradan fəaliyyət və istirahət sahələrini və istehlak üçün zəruri olan maddi və mənəvi nemətlərin həcmi artırmağa imkan verir. Turizm fəaliyyəti istehsal və istehlak sferasının əsas meyillərini, əhalinin təkrar istehsalı üçün zəruri olan əmək vərdişləri və həmçinin istehlak üçün xidmətləri yaradır. Respublikada turizmin inkişafı əhali miqrasiyasını tənzimləyir. Xarici ölkələrə əhalinin turizm məqsədi ilə getmək fəallığını azaldır. Bu da ölkədə qazanılan pul gəlirlərinin daxildə istifadəsinə və xarici vətəndaşların gətirdiyi pulların respublika ümumi daxili məhsulun formalaşmasında rolunun artmasına səbəb olur. Turizmin beynəlxalq və inteqrasiya xüsusiyyətləri respublikanın dünya iqtisadiyyatında rolunu və onun əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizmin təsərrüfat rolu, onun inkişafına qoyulan kapital qoyuluşu hər 1000 nəfərə düşən turist obyektlərinin və onların istehsal güclərinin həcmi və ayrı-ayrı region inkişaf proqramlarında iştirak payı ilə müəyyənləşir. Turizmin və regionların sosial-iqtisadi inkişaf

proqramları, sahibkarlığın turizm potensialına uyğun inkişafını və regionların sosial problemlərinin həlli üçün yaradılan şəraiti genişləndirir.

Turizmin sosial-iqtisadi ərazi və sahə funksiyası onun kommertiya şəraitində planlaşma, idarə olunma və maarketing təşkili metodologiyasını yaradır. Ona görə də turizmin tədqiqi, proqnozu elmi-təşkilatı sfera kimi təsərrüfat münasibətləri ilə yanaşı iqtisadi idarəetmə sisteminin təşkili üçün əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi büdcə gəlirləri və xərclərinin formalaşması və onların istifadəsi ilə bağlıdır. Turizmin inkişafı kənd təsərrüfatı, tikinti və yerli sahibkarların yaratdığı iqtisadi potensialın istifadəsi ilə öz imkanlarını artırır. Beynəlxalq əlaqələrin dərinləşməsi xarici ölkələrin iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi məqsədi ilə turizmin səmərəli sahə rolunu oynayır. Beynəlxalq turist daşımalarının dinamikası Azərbaycan Respublikasında aşağıdakı meylləri ilə ifadə olunur.

Cədvəl 25.2

Beynəlxalq turist daşımaları (min nəfər)

	2003	2004	2005	2006	2007
Azərbaycana gələn və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı, cəmi	2511,7	2752,9	3111,9	3097,9	2964,0
Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı	1038,0	1279,0	1282,1	1262,0	1327,7
Xarici ölkələrə gedən vətəndaşların sayı	1474,7	1475,5	1829,8	1635,0	1631,3

Vətəndaşların yerdəyişməsi, uyğun olaraq əhalinin vəsaitlərinin hərəkətini tənzimləyir. Azərbaycanda qazanılmış pul vəsaitlərinin bir hissəsi xarici ölkələrə axır və həmin ərazidə istehlak bazarının məcmuu tələbinin artmasına və istehlak bazarının ərzaq və xidmət təklifinin

artmasına onun xarici ölkə vətəndaşlarına, onların alıcılıq qabiliyyətinə uyğun bir növlü ixracatına səbəb olur. İxracatyönlü istehsal və xidmət sferası təkcə yerdəyişmə və xarici əmtəə və xidmət bazarına çıxarılmaq yolu ilə deyil, xarici vətəndaşların bu əraziyə gəlməsi yolu ilə də mümkündür. Ona görə də turizm sefrasının ümumi məhsulu ümumi daxili məhsulun tərkib hissəsi olaraq daha səmərəli artım fəaliyyətidir. Ölkədə turizm obyektlərinin yerli və xarici tələbata uyğun geniş vüsat alması əlavə iş yerlərinin artmasına ərazi potensialının daha da struktur dəyişməsi, ümumi daxili məhsulun strukturunda xammal və istehsal ixracatından üstün olaraq xidmət ixracatı genişlənir. Bu da öz sahəsində ölkə iqtisadiyyatının keyfiyyətcə yeni formalarının və əmtəə və xidmət bazarının strukturunu formalaşdırır.

Turizmin sosial-iqtisadi mahiyyətinə onun geniş fəaliyyət dairəsi kimi baxılması kompleks planlaşma və idarəetmə obyektini kimi təsviri ilə xarakterizə olunur.⁵³ Turizmin marketinq planlaşması strateji struktur dəyişmələri və ölkə iqtisadiyyatının bazar tipli transformasiya obyektini kimi təsvir oluna bilər. Transformasiya modeli olaraq regionların struktur islahatları region resurslarının turizm məqsədi ilə istifadə edilməsi yolu ilə genişlənir. Turizmin sosial-iqtisadi, coğrafi və regional problemlərinin tədqiqatları Azərbaycan xüsusiyyətlərini və ərazilərin blokada şəraitində olmasını nəzərə alaraq turizmin xüsusi aspektlərini öyrəniblər.⁵⁴

Turizmin sosial-iqtisadi rolu müxtəlif meyarlar və məqsədlər baxımından qiymətləndirilir. İqtisadi ədə-

⁵³ И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов. Экономика туризма. М., Финансы и статистика. 2003, с.170.

⁵⁴ С.Султанлы. экономико-географические проблемы развития туризма. Автореферат диссертации. Баку, 2008.
Ə.Cabbarov. Turizmin inkişafının regional problemləri. Dissertasiyanın avtoreferatı. Naxçıvan , 2008.

biyyatlarda sosial-iqtisadi problemlər olaraq neft gəlirlərinin qeyri-neft sektoruna yönəldilməsində turizm sferası daha səmərəsi fəaliyyət kimi sayılır.

Azərbaycan iqtisadiyyatı özünün sahə və ərazi strukturuna görə ixtisaslaşmaqla yanaşı daha çox bazara uyğun məhsul və xidmət göstərməklə kommertiya maraqları üstünlük təşkil edir. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı istehsalı və kəndin sosial-iqtisadi potensialını səmərəli istifadə etmək məqsədi ilə turizm sferası müasir tipli qarışıq fəaliyyət dairəsidir. Turizmin sahələrarası formalaşma və fəaliyyət xarakteri, uyğun olaraq kəndin iqtisadi və sosial potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək zəruriliyi daha da genişlənir.

Kənd təsərrüfatının islahatlar proqramları, onun inkişafına yönəldilmiş bazar tipli mexanizmlər, turizm ilə kənd təsərrüfatının qarşılıqlı əlaqə və ümumi cəhətləri daha səmərəli istifadə etmək variantlarını hazırlamağa imkan verir. Kənd təsərrüfatının istehsal artımı və onun məhsulunun istifadəsi istiqamətləri olaraq əhali istehlakı və sənaye xarakterli emalı turizm bazarında pərakəndə satış üçün əmtə və xidmət bazarını formalaşdırır.

Turizmin sosial-iqtisadi rolu turizm tələbatı və onun ödənilməsi yolları ilə baş verir. Turizm tələbatı dinamik inkişaf edən prosesdir. Onun formalaşması və dinamikasında aşağıdakı faktorları qruplaşdırırlar: 1) gəlir; 2) xidmət qiyməti; 3) sərbəst vaxt. Bununla yanaşı insanın özünə-məxsus olan amillər kimi istehlakının hazırlığı, onun mədəni səviyyəsi və turist xidmətinə meyilliliyi əsas götürülür.⁵⁵

Turizm tələbatı ölkədə iqtisadi artım və əhali tələbatı ilə bağlıdır. Turizmin istehlakı və bazarı özünə-məxsus bazar olduğu üçün onun formalaşması xarici mühit və

⁵⁵ Руфат Касумов. Рынок международного туризма: теория и практика. Баку, Нурлан, 2000, 203 с.

istehlakçının texniki təminat səviyyəsi və onun maddi imkanları ilə ölçülür. R.Lazerski turizm tələbatını belə ifadə edir: «İstehlak tələbatı əhalinin şəxsi vəsaitləri təşkilat və müəssisələrin vəsaitləri ilə reallaşır».⁵⁶

Turist tələbatı makroiqtisadi səviyyə iqtisadi artıma olan tələbatla məhdudlaşır. Onun reallaşması üçün əhali tələbatının dinamikasını, onun sosial-iqtisadi parametrlərini və həmçinin tələbatı ödəyən şəraitin formalaşması və istifadəsi meyilləri əsas götürülür. Gəlirlərin artması istehlakın strukturunda turizm tələbatı artırır. Gəlirlərin artması ilə turizm ehtiyac qanunauyğun prosesdir.⁵⁷

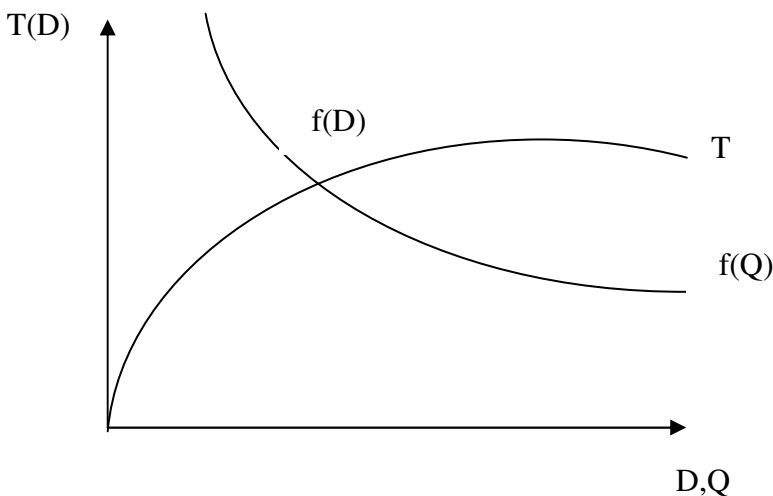
Regionların əhalisinin təminatı səviyyəsi onun həyat keyfiyyəti və hər bir şəxsin həyat fəaliyyətinin xarakteri mənəvi dəyərlərin, o cümlədən turizmin inkişafına şərait yaradır.⁵⁸

Regional şərait və regionun sosial-iqtisadi inkişaf şəraiti, regionun əhalisinin məskunlaşma səviyyəsi onun təbii-coğrafi amili turizmin diffrensial şəraitini formalaşdırır. Əgər turist tələbatına təsir edən amilləri qruplaşdırsaq, onda aparıcı amillərin gəlir, qiymət və istehlak seçimi kimi amilləri tələb funksiyası kimi ifadə etmək olar.

⁵⁶ Lazarski R. ****

⁵⁷ Критиков Р.А. Теоритические основы определения емкости рынка. М., 1965, с.26.

⁵⁸ Алирзаев А.Г. Социально-экономические проблемы развития туризма. Баку, 2006.



Qiymətin dəyişməsi və əhalinin gəlirlərinin artması ilə turizm məhsulunun tələbata uyğun formalaşması dinamikası və strukturu formalaşır. Məcmuu tələb və məcmuu təklifin turizm sahəsində tarazlığı, onun gəlirlərinin ümumi daxili məhsulun artımında rolunu nəzərə almaq və istehlakının strukturunda turizmə meyilləri artırmaqla mümkün olur.

Turizmin əsas iki tərəfi və kompleks amilləri mövcuddur ki, bu tərəflər və amillər qarşılıqlı əlaqədə və turizm tələbi ilə təklifin tarazlı inkişafına təsir edir. Turizmin istehsal amili turizmin resurs imkanlarını və turizmin bazarının təşkili istiqamətlərini müəyyənləşdirir. turizmin ikinci tərəfi istehlakçı, onların sosial-demografik bazası və istehlakçı üçün əsas iqtisadi və sosial parametrlər təşkil edir. Turizmin tələbatı onun bazarının genişlənməsi, o cümlədən bazarın insan amili olanların gəlirlərinin və xərclərinin strukturunun təkmilləşməsi ilə mümkündür. İqtisadi ədəbiyyatlarda istehlakçılar öz istehlak davranışına görə tiplərə bölünürlər.⁵⁹ İstehlak tələbatında hər bir sahənin

⁵⁹ Римащевская Н.М. Человек и реформы. Проблемы выживания. М., 2005.

rolu, onun xüsusi çəkisi həmin regionda istehsalın və xidmət sferasının inkişafı və yerləşmə mexanizmləri inkişaf olunur. R.Qasımov iki əsas amilə üstünlük verir: sərbəst vaxt və maliyyə təminatı dərəcəsi.⁶⁰

Sərbəst vaxt anlayışı işləyən sosial-demoqrafik əhali qrupları üçün xarakterikdir. Maliyyə imkanları isə daha çox pensiyaçılar və işləməyən əhali üçün problem olaraq xüsusi rol oynayır. Turizmin inkişafında sosial amillərə və gəlirlərə üstünlük verən professor Ə.Q.Əlirzayev hər bir ailənin təminat səviyyəsini onun sosial problemlərinin həlli dərəcəsinin turist tələbatına təsir etdiyini iddia edir.⁶¹

Kəndin əhalisi turizmin ayrı-ayrı sahələri ilə təmin olunması dərəcəsi coğrafi-təbii mühit və iqlim əlverişliliyi ilə bağlıdır. Bu da yerdəyişmənin zəruriliyini azaldır. Sənaye sahəsi əqli əməklə məşğul olan şəxsləri, pensiyaçıların və digər xadimlərin turizm tələbatı xüsusi fəallıq təşkil edir. Turizmin məhz regional istiqamətləri məhsuldar qüvvələr və yenilənmə strategiyası ilə bağlıdır. Kompleks inkişaf meyilləri hər bir region və istehsal sahələrinin turizm ehtiyaclarına və xüsusiyyətləri formalaşdırır.

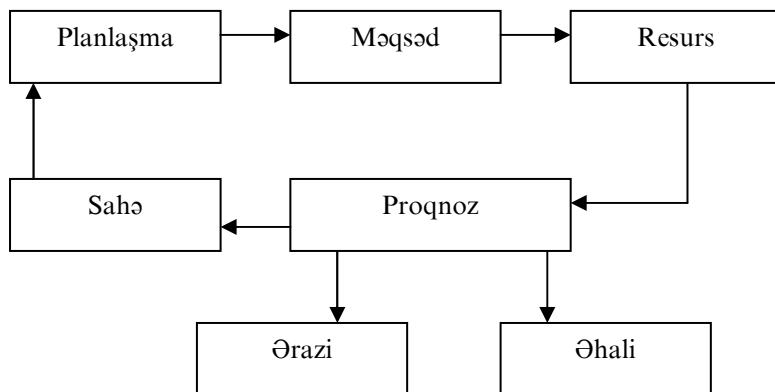
25.2. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi

Turizmin inkişafı, onun sosial-iqtisadi rolu turizm potensialının formalaşması və istifadəsi səmərəliliyi ilə ölçülür. Turizm potensialı turizm dövryyəsinə cəlb olunan, mülkiyyət tabeliyindən asılı olmayaraq turistlərin tələbinə uyğun istifadə edilən maddi-maliyyə imkanları iş qüvvəsi və həmçinin təşkilatı-idarəetmə təcrübəsi nəzərdə tutulur. Turizm potensialı dinamik proses olmaqla onun strukturu təkrar istehsal, maddə əşya və həmçinin faydalılıq dərəcəsinə

⁶⁰ P.Касумов. Рынок международного туризма. Стр.28.

⁶¹ Проблемы социально-экономического развития Азербайджанского села. Баку, 1986.

görə təsnifatlaşdırıla bilər. Potensial yanaşma elmi-texniki tərəqqi, texnologiya və insan amillərinin səmərəli istifadəsi baxımından proqmatik hesabatlar aparmağa imkan verir.⁶² Potensial yanaşma hər bir sahənin kompleks amillərini qiymətləndirmək və bu amillərin dəyişmə meyillərini proqnozlaşdıraraq əsas artım istiqamətləri verilir. Potensial yanaşma mülkiyyət və tabelik prinsiplər dəyişdikcə metodiki olaraq dəyişir. Daha çox xarakterik olaraq ümumi resurslar sahələrarası və regionlar funksional təyinatına görə bölünür. Regional potensial mülkiyyət formaları və mülkiyyətin istifadə dərəcəsi ilə dərinləşir, təkrar istehsal quruluşu kəsb edir. Hər bir respublikada milli sərvət, potensial iqtisadi durum olaraq təkrar istehsalına və dövriyyə xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif potensial resurslara bölünür. Ona görə də potensial istehsal bölgü və istifadə dövriyyəsi, hər birində səmərəli forma və üsulların tətbiqi idarəetmə strukturunu yaradır. Sxematik olaraq potensial resursları aşağıdakı ardıcılıqla istifadə etmək metodlarını veririk.



Sxem 1.2. Resurs potensialının formalaşma ardıcılığı.

⁶² А.И.Анчишкин. Наука, техника.....

Sxemdən görüldüyü kimi, turizm potensialı resurs potensialını müəyyənləşdirir. Hər bir sahənin və fəaliyyət maddi maliyyə imkanları, onların perspektiv səviyyəsi turizm potensialına olan tələbatı artırır. Ona görə də turizmin inkişafı və səmərəli təşkili üçün onun sahələrarası nisbətlər və ərazilər arasında olan qarşılıqlı əlaqəni, həmçinin vahid idarəetmə məqsədinə yönəldilən cari problemlərin formalaşmasını yaradır. Turizmin resurs xüsusiyyətləri sahələrarası maddi-maliyyə mübadiləsi və turizmin məhsulunun dəyəri, onun bölgüsü xüsusiyyətləri ilə fərqlənir. Turizm məhsulu sahələrarası iştirak payı ilə qiymətləndirildiyi üçün onun artımına təsir edən əsas amil formalaşmış iqtisadi potensialın və insan resurslarının təkrar istehsalı üçün zəruri olan maddi nemətlər və onların formalaşma mənbələri ilə səciyyələnir. Turizmin əhatə dairəsi onun gəlirlərinin artımında və davamlı inkişafında turizmin tələbatını artırmaq və ona uyğun resurs potensialını qiymətləndirmək metodologiyası durur. Ona görə də resurs potensialının təkrar istehsalı kapital qoyuluşunun artırılması, onun bütün mənbələr ilə turizmə axınının tənzimlənməsi və hər bir turizm resursunun təkrar istehsalın stimullar yaratmaq məqsədi durur. Turizmin resurs potensialı qeyri-dövlət və dövlət resurslarına və onların istifadəsi texnologiyalarına bölünür. maddi və insan amili investisiya və əməkhaqqı, sosial sığorta sistemi ilə müəyyənləşir. Turizmin sənayesi, turizm infrastrukturuna və turizm məhsulunun istehlakı ayrı-ayrı amillər və perspektiv struktur siyasətlə müəyyənləşir. Ona görə də resurs potensialının fəallığı və səmərəliliyi onlardan istifadənin daha əlverişli variantı ilə mümkün olur. Turizm potensialının qiymətləndirilməsi onun təkrar istehsalına yönəldilən bir başa və dolayısı resurslar bütün mənbələr hesabına turizmin və onun infrastrukturuna yönəldilən vəsaitlər rol oynayır. Turizm potensialı yeni yaradılan turizm məhsulu, onun formalaşmış fond quruluşu və kredit resursları təşkil

edir. Hər bir resursun maddi-əşya forması təkrar istehsal prosesində qiymətlə müəyyənləşir və bu da turizm dövriyyəsinə cəlb oluna bilən istehsal və istehlak tələbatını müəyyən edir. Turizm spesifik sahə olduğu üçün onun potensialının artımı xarici turistlərin tələbi və onların aldığı turist xidmətinə uyğun marketing quruluşunu əhatə edir. Turizm potensialının qiymətləndirilməsi, ayrı-ayrı sahələrin potensialının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi intensivliyindən asılıdır:

$$Y = \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j + y_i + C_i + T_E \quad (1.2)$$

Burada, x_j - turist məhsulunun j növü;

y_i - turizm sahəsində və ya müəssisəsində son istehlak;

C_i – ixrac olunan turist məhsulu;

T_E – turist ehtiyatları;

y – turizm potensialını bütün məhsul və sahələr üzrə həcmidir.

Bəzi ədəbiyyatlarda turizm ehtiyatları turizm potensialı kimi istifadə olunur. Turizm ehtiyatları – səfər edən ölkənin (yerin) təbii, mədəni, tarixi, sağlamlaşdırma obyektləri və turistlərin ayrı-ayrılıqda və ya kompleks halında tələb və ehtiyaclarını təmin edə bilən, onların fiziki və mənəvi qüvvələrinin bərpası və inkişafına kömək edə bilən digər obyektlərin məcmuəsidir.⁶³

Turizm ehtiyatları turizm məhsuluna ehtiyaclarla dəyişilir və inkişaf etdirir. Belə ki, turizm ehtiyatları artıq formalaşmış potensialdır. Amma turizm potensialı yeni artan və daha məhsuldar perspektiv struktur və fəal dəyişmələrdir. Turizm potensialı iqtisadi potensialın artımı, onun turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi ehtimalları və imkanları ilə genişlənir. Ona görə də turizm potensialına

⁶³ Дроздов....

Квартальнов

daha geniş struktur amili və (ondan) ehtiyatlar kimi baxa bilərik. Azərbaycan Respublikasında iqtisadi və sosial resursların mövcud vəziyyəti və onların perspektiv inkişaf dinamikası əsas rol oynayır. Turizm potensialının artımı iqtisadi potensialın və sosial amillərin səmərəli istifadəsi və onun turizm məqsədi ilə infrastruktur və birbaşa xərc məqsədlərinə yönəldilməsi kəmiyyətə və keyfiyyətə dəyişilmə meyillərini əhatə edir. Turizm potensialının artırılması yolları onun bazarının genişlənməsi ilə birbaşa əlaqəlidir. Bu bazar tələbi, uyğun daxili və xarici potensialın artması və istifadəsi yollarını təmin edir. Turizmin makroiqtisadi potensialı ümumi daxili məhsul, sənaye və infrastruktur ev təsərrüfatı, onların turizm məhsuluna yönəldikləri vəsaitlərlə ölçülür.

Turizmin inkişafına təsir edən makroiqtisadi potensialın dinamikası, müasir şəraitdə neft gəlirləri, əhalinin pul gəlirləri və ölkədə aparılan sosial müdafiə xərcləri uyğun olaraq turizm xidmətinə potensial sifariş və onun reallaşması imkanlarını yaradır. Ona görə də Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi göstəricilərinin formalaşması və dinamikası uyğun olaraq onların kommersiya maraqlarına uyğun turizm məqsədi ilə istifadəsindən xeyli asılıdır.

Cədvəl 25.3

Turizmin inkişafının makroiqtisadi potensialı (mln. manatla)

Göstəricilər	2004	2005	2006	2007	2008
Ümumi daxili məhsul (ÜDM)	8530,3	12522,5	18746,2	2836,0	3800,5
Artım sürəti, %-lə	110,2	120,0	130,5	127,4	10,5
Adam başına düşən ümumi daxili məhsul	1023,0	1441,5	1726,1	2683,3	4439,0

Ümumi daxili məhsulun sahə strukturu					
Sənaye	3166,9	5753,6	7074,2	12469,1	2181,9
Kənd təsərrüfatı	957,7	1134,2	1333,0	1954,2	2014,5
Ticarət	617,9	806,0	1062,5	1667,0	1809,3
Nəqliyyat	588,9	643,1	759,0	1161,2	1805,3
Rabitə	205,4	273,6	341,8	571,0	600,0
Sosial və qeyri-formal xidmətlər	10970,7	11832	11311,8	1821,0	2114,0
Əhalinin gəlirləri	6595,1	8063,6	10198,5	14305,8	2015,0

Turizmin potensialını maddi və insan amili kimi təkrar istehsal strukturunu təhlil etmək onun maraqlarının səmərəli istifadə variantlarını və daha çox məhsuldar resursların əvəz edilməsi strategiyasını hazırlamağa imkan verir. Belə ki, hər bir turizm məhsulunun formalaşmasında xüsusi resurslar mövcuddur. Onların əvəz edilməsi yeni texnika, texnologiya, həmçinin dünyada dəyişən resursların dəyişdirilməsi ilə istifadə olunan resursların konkret formasını özündə birləşdirir.

Resurs potensialı turizm sahəsində son nəticə olaraq səmərəsindən asılı olaraq ayrı-ayrı məqsədlərə ayrılır. Belə ki, daha çox səmərəli olan resursların son nəticəsi olaraq kommersiya maraqları və əhalinin yaşayışı üçün yaradılan şərait əsas götürülür. Resursların bölgüsü və yenidən bölgüsü, sahələrin tələbi və həmin resursların mülkiyyətçisinin istifadəsi zamanı əldə etdiyi mənfəət əsas götürülür. Mənfəət artdıqca sosial effekt də artır. Ona görə də hər bir təsərrüfat subyekti özünün resurslarını təzələmək, onların istifadəsinin əlverişli variantlarını hazırlamaq məqsədi ilə daha əlverişli biri-birini əvəz edən resurs imkanlarını əvəz

edir. Təsərrüfat subyektləri kimi turizm sahibkarları və yaxud təşkilatçıları turizmə cəlb oluna bilən maksimal resursların əvəz edilməsi trayektoriyalarını qiymətləndirir. Belə ki, turizmin formalaşması amilləri və ona yönəldilən resursların maddi-əşya, yaxud əl əməyinə, ictimai təsərrüfat yaxud fərdi ev təsərrüfatlarının imkanlarını döviyyə cəlb edilməsi metodikasına və son nəticəsinə uyğun qərarlar qəbul edir.

Turizmin resurs potensialı fondlar, infrastrukturalar və əmək resursları olmaqla müəssisə kimi əsas üç resurs təminatı ilə qiymətləndirilir.

$$Y = A^{\alpha} B^{\beta} C^{\mu} \quad (1.3)$$

Burada, Y - resurs təminatı;

A – maddi amillər;

B – əmək resursları;

C – təşkilatı quruluş;

α, β, μ - uyğun elastiklik əmsali.

Hər bir regionda və təsərrüfat sahəsi kimi turizm obyektlərinin yerləşdiyi və inkişaf edildiyi məkanda sahə maraqları, ərazi maraqları və resursları ilə uyğunlaşır. Ərazinin lokal məqsədləri, region çərçivəsində imkanlarla həll olunur.⁶⁴(səh.80). Yerlər ayrı-ayrı kompleks təsərrüfatçılıq fəaliyyətinə çevrilir. Ərazi potensialı həmin ərazinin turizm üçün əlverişli olan meşə, su, təbii-iqlim və həmçinin məskunlaşma mühiti ilə zəngin olduqda, ərazilərin turizm məqsədi ilə ixtisaslaşması və məhsuldar qüvvələrin həmin ərazi kompleksinə cəlb edilməsi imkanları artır. Ona görə də turizm obyektlərinin yerləşməsi, inkişafı və səmərəli təşkili rəqabət mühiti şəraitində bütün fəaliyyətlərin və təsərrüfat formalarının ümumi və xüsusi səmərəsi ilə ölçülür. Hər bir ərazinin səmərəsi aqlomerasiya səmərəsi kimi həmin regionun əsas və köməkçi, istehsal infra-

⁶⁴ Aqrar sahədə sahibkarlığın inkişafının regional problemləri. Bakı, Nurlar, 2009. 157 s.

strukturu və sosial infrastruktur səviyyəsi ilə səciyyələnir. İnfrastruktur tənzimlənməsi öz mahiyyəti etibarı ilə həm kəndin və kənd təsərrüfatı kompleksinin, sənayenin inkişafına şərait yaradır.⁶⁵

Ərazi və sahə iqtisadi və sosial potensialının turizm sferasına cəlb edilməsi bu sahənin fəaliyyətinin formalaşmasında çoxşaxəli resursların istifadə edilməsi imkanlarından asılıdır. Turizm potensialının təsnifatı onların texnoloji xüsusiyyətləri, təkrar istehsalda rolu və təşkilati-iqtisadi idarəetmə xüsusiyyətlərinə görə eyniliyi ilə müəyyənləşir. Turizm potensialını aşağıdakı təsnifata bölmək olar: maddi-texniki baza; insan – əmək resursları; maliyyə – resursları; təbii-coğrafi resurslar; informasiya kommunikasiya resursları.

Turizmin maddi resursları bu sahəyə yönəldilən digər sahələrin və əhalinin xüsusi vəsaitlərinin həcmi, onların istifadə intensivliyi xarici ölkələrin maddi köməyi təşkil edir.

Turizm sferasında maddi-maliyyə resurslarının intensiv artımı, turizm məhsuluna ehtiyaclar və hər vahid turist məhsulunun iqtisadi və sosial səmərəsi ilə ölçülür.

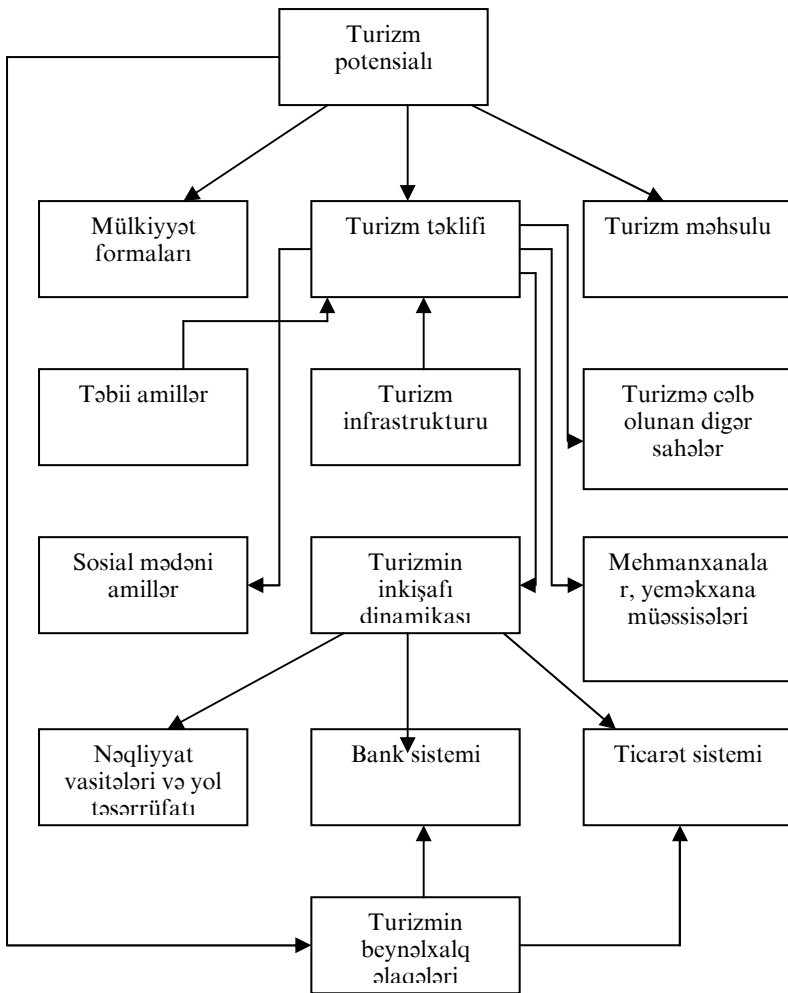
Turizmin maddi-texniki bazası təşkil olunmuş turist xidmətinin fəaliyyətinin rəqabət mühiti şəraitində məhsulunun keyfiyyətinin yaxşılaşması və daha çox turistin cəlb edilməsində əsas rol oynayır. Maddi-texniki baza, turizm gəlirləri, onların bölgüsü və həmçinin sahibkarlıq və xarici şirkətlərin kommersiya mənfəətini artırmaq məqsədi ilə fəallaşır. Turizmin maddi-texniki potensialına aşağıdakılar daxildir: turist firmaları (turagent, tuoperator); mehmanxanalar, turist bazaları, ticarət və qidalanma müəssisələri; turizm avadanlıqları və inventarları kirayə verən müəssisələr; turist yollarının realizasiyası büroları, nəzarət kitabları, dayanacaqlar. Turizm obyektləri

⁶⁵ Rəhmanov F.

göstərilən xidmətlərin növünə görə, iqtisadi elementlərinə görə və təsərrüfat subyektinin mülkiyyət növünə görə ixtisaslaşması və struktur bölgüsü baş verir. Xidmətin növü, onun səmərəli təşkili turizm sferasının infrastrukturunu və təşkilatı aspektlərini əhatə edir. Müasir şəraitdə turizmin təşkili yeni firmaların, onların əhaliyə xidmətinin keyfiyyəti və son nəticədə səyahətin təşkili, turistlərin yaşayış və səyahət yerləri üzrə yerləşməsi və onlara göstərilən xidmətin yaxşılaşması, nəqliyyat xidməti, mənəvi tələbat üçün zəruri olan tədris, izahat və informasiya təminatı əsas götürülür.

Turizmin mülkiyyət formaları üzrə maddi-texniki bazası dövlət, sahibkarlar və xüsusi vəsaitlər üzrə formalaşır. Bu təsnifat sistemi mülkiyyət formaları arasında rəqabət mühiti yaratmaq, mülkiyyət formaları ilə təsərrüfat formaları arasında əlaqəni dəqiqləşdirmək, həmçinin kənd və kənd təsərrüfatının daha çox özəl sektor kimi turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsini sürətləndirməkdən ibarətdir. Turizmin ehtiyatları təkrar istehsal quruluşuna görə təbii və yeni yaradılan infrastruktur obyektlərinə bölünür. Turizmin təsərrüfat sahəsi kimi potensialının formalaşma xüsusiyyətləri və istifadəyə cəlb olunmuş infrastruktur obyektləri və onların büdcə fəaliyyəti nəticəsində yaranan turist kompleksləri kimi təşkilatı quruluşa malikdir. Hər bir turist obyektinin və yaxud sahibkarın özü üçün yeni maddi-texniki və infrastruktur bazası yaratmağı o qədər də vacib deyil. Bu məqsədlə artıq formalaşmış potensialdan istifadə etmək hüquqi və iqtisadi əsaslarla iştirak payı müəyyənləşə bilər. Ona görə də regional turizm bazaları, yerli və bələdiyyə mülkiyyətinin, həmçinin ayrı-ayrı fiziki və hüquqi şəxslərin əmlakını, resurslarını ödəmək, yaxud kredit şərtləri ilə qanunvericiliyə uyğun olaraq turizm dövriyyəsinə cəlb etmək olar. Bu baxımdan regionda yaradılan iqtisadi potensialın bütün növləri və onun mülkiyyət formasından asılı olmayaraq kommersiya və təkrar istehsal maraqlarına uyğun olaraq birləşir, assosiasiyalar, səhmdar cəmiyyətlər

və yaxud payı bəlli təsərrüfat formaları şəklində yeni təsərrüfat strukturları yaradılır. Regionların iqtisadi və sosial potensialı ərai və respublika tabeli sosial obyektlər, həmçinin ayrı-ayrı sahibkarların mülkiyyəti kimi turizmin inkişafında maraqlı olduqda, onların maddi-maliyyə təşkilatı resurslarının normativ əsaslarda birləşsə və idarəetmə funksiyası reallaşır. Regionlarda formalaşmış nəqliyyat kompleksləri, əhali vəsaitləri və onların təchizatı, otellərin istifadə və xidmət sferasında sənaye, yaxud ev təsərrüfatlarında istehsal həcmi və onların turist seqmentləri ilə ixtisaslaşması və dərinləşməsi maddi-texniki bazanın və potensial imkanların dinamikasını müəyyənləşdirir. Hazırda respublikada 6 milyondan artıq memarlıq və mədəniyyət abidələri qorunub saxlanılır. Bəzi tarixi abidələrin təkrar istehsalı və qorunması üçün xüsusi proqramlar YUNESKO və digər dünya təşkilatları tərəfindən maddi-texniki və maliyyə yardımları edilir. Turizmin potensialının formalaşması və dəyişməsinə aid aşağıdakı mənbələr təsir edir.



Sxem 1.2. Turizm potensialının formalaşma amilləri.

Turizm təşkilatları və turizm kadrları resurs potensialının insan amili olmaqla təşkilati amil kimi, bu sahədə sifarişçilərin və turistlərin rahatlığını, onların zövqünə uyğun xidmətin təşkilinə şərait yaradır, kadr potensialı, artıq formalaşmış kadrların əməyinə görə yerləşdirilməsi və onların stimullaşması üçün şərait yaradılması ilə dəyişir. Turizmin kadr potensialı, dünya

təcrübəsi və turizm sahəsində əmək vərdişlərinə yiyələnən müasir tələblərə uyğun kadrların hazırlanması və onlardan istifadənin yeni yollarını əhatə edir.

Turizm potensialını qiymətləndirmək metodikası ərazi və sahə qlobal və lokal məsələlər üçün xüsusiyyətlər kəsb edir. Qlobal məqsədlər üçün turizm potensialı, bütövlükdə iqtisadi artım, onun zər nəfərə düşən həcmi və regionların iqtisadi-sosial resursları daxildir. İqtisadi artımın dinamikasının sosial tərəqqi, həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi potensialı turizm sahəsinin inkişafı ilə mümkün olur.

Turizm müasir dünyada çoxşaxəli olmasına nəzərə alaraq onu qlobal meyarlar və göstəricilər ilə qiymətləndirmək mümkündür.⁶⁶ (5.)

Onun qlobal qiymətləndirilməsi turizm sahəsinə qoyulan vəsaitlər, onun sn məhsulunun arasındakı dinamik elastiklik əmsalı götürülür.

$$\Theta = \frac{\Delta Y}{\Delta TM} \quad (1.4)$$

Burada, Θ – turizm potensialının iqtisadi artma təsiri;
 ΔY – iqtisadi artım;
 ΔTM – turizm məhsulunun artım tempi.

Turizm sahəsi daha çox region potensialı və kənd təsərrüfatı məhsulları, təbii resurslar və həmçinin ev təsərrüfatı ilə bağlıdır. Ona görə də hər bir sahənin son məhsulunun formalaşmasında digər fəaliyyətin və resurs rolunu onun «nüvə əmələgətirici» funksiyası kimi çıxış edir. Kənd təsərrüfatı və kəndin potensialı kənd turizmini təbii sərvətlərdən istifadə istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Belə ki, kənd əhalisinin həyat səviyyəsi, kənd təsərrüfatı məhsullarının dinamikası, onun emalı, ərzaq təminatı kompleks inkişaf üçün şərait yaradır. kəndin əhalisi və kənd təsərrüfatında özəlləşmənin xüsusi çəkisi, bəzi məhsulların

⁶⁶ Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2008, 288 с.

istehsalı və istehlakı turizm axını üçün potensial şərait yaradır. Ona görə də kənd təsərrüfatı potensialının qiymətləndirilməsi onun fond quruluş, məşğul olanların sayı və kənd təsərrüfatı məhsulunun dinamikası əsas rol oynayır.

Cədvəl 25.4

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində əsas istehsal fondlarının strukturu

	2000	2005	2007	2008
Kənd təsərrüfatının əsas istehsal fondları	100	100	100	100
O cümlədən				
Binalar, tikililər, ötürücü qurğular	67,2	77,4	79,1	77,6
Maşın və avadanlıqlar	12,5	13,8	12,0	13,8
Nəqliyyat vasitələri	6,4	3,4	3,1	3,5
İşçi və məhsuldar malqara	1,4	2,3	2,0	1,6
Çox illik əkillər	7,3	1,0	1,3	2,1
Sair	5,2	2,2	1,9	2,4

Kəndin iqtisadi potensialı daha geniş məqsədlər və resurslar ilə formalaşır. Kənd əhalisinin təbii artımı, onların həyat səviyyəsi və iqtisadi artımda rolu, region turizmini stimullaşdırmağa imkan verir. Kəndin coğrafi potensialı, onun ərazi yerləşməsi və iqtisadi səmərəli təsərrüfat formaları, həmin ərazidə turizm obyektlərini yerləşdirməyə imkan verir. Kənd əhalisinin sahibkarlıq fəaliyyəti, fiziki və hüquqi şəxs kimi istehsal gücləri turizmin inkişafına şərait yaradır.

Turizmin potensialının perspektiv istiqamətləri investisiya həcmi onun prioritet istiqamətlərini və bütün mənbələr hesabına regionların infrastrukturun yaxşılaşması, son nəticədə turizm üçün şərait yaradır. Turizm investisiyası məcmu maddi-maliyyə və əmək resurslarını kapitalın artımına turizmin genişlənməsi və onun müasir tələblərə

uyğun modernləşdirilməsi məqsədlərinə yönəldilən proses kimi qəbul olunur.⁶⁷ (s. 163)

İnvestisiya resursları bazar tipli inkişaf istiqamətlərində prioritet istiqamətlər və resurslar strukturuna uyğun planlaşdırılır. İnvestisiya həcmi və onun struktur sahəsinin perspektiv inkişafı, maliyyə və maddi xərcləri, turist obyektlərinin fəaliyyətinin keyfiyyətinin yaxşılaşması, turizmin istehsal güclərinə və bazar tələbinə uyğun yerləşməsi metodları ilə idarə olunur.

Turizm potensialının strukturu, proqnozlaşma obyekti olaraq əsas fondların planlaşma və yeni texnologiyaya uyğun yeniləşməsi istiqamətlərini əhatə edir. Belə ki, turizm sahəsi kapital qoyuluşu səmərəli istifadəsi və məcmu məsrəflərin qiymətləndirilməsi yolu ilə son faydalılıq qiymətləndirilməsi ilə ölçülür. İqtisadi ədəbiyyatlarda bu sahələrin məsrəflərini gətirilmiş məsrəflərə uyğun müəyyənləşdirilir. Gətirilmiş məsrəflər cari və perspektiv xərclərin məcmunu əhatə etmək vahid ölçmə sistemində gətirilmə metodikası ilə müəyyənləşir. Turizm sahəsində hər bir resursun və yaxud məsrəfin normativ səmərəlilik əmsalı ilə qiymətləndirilməsi yolu reallaşır.

$$\mathcal{E}_f = (C_1 + E_n K_1) - (C_2 + E_x K_2) \quad (1.5)$$

Burada, G_f – vahid turist məhsuluna, xidmətə və turistə gətirilmiş məsrəflər;

C_1, C_2 - birinci və ikinci variantlar üzrə məsrəflər;

K_1, K_2 – kapital məsrəfləri uyğun olaraq birinci və ikinci məsrəflər üzrə;

E_n – kapital qoyuluşu üzrə normalaşmış səmərəlilik əmsalı.

Turizmin qiymətləndirilməsi üçün onun əsas güclərini və buraxılış potensialını qiymətləndirmək yolu ilə tətbiq olunur. İnfrastrukturun potensialı onun istifadəsi və

⁶⁷ Экономика туризма. М., Финансы и статистика. 2004, 272 с.

proqnozu turizm təklifini qiymətləndirir. Turizm təklifi ilə ona uyğun alıcılıq qabiliyyəti arasında balansı və sahələrarası nisbətlər idarə olunur.

Infrastruktur dedikdə fəaliyyətdə olan istehsal və qeyri istehsal sahələrinə xidmət göstərməklə məşğul olan hər hansı təsərrüfat sahəsi başa düşülür. Turizm infrastrukturunu isə turizm sənayesinin normal fəaliyyət göstərə bilməsi və turizm resurslarından səmərəli istifadə olunması üçün zəruri olan məcmuu şərtlər kimi nəzərdə tutulur. Buraya kompleks şəkildə mühəndis-kommunikasiya şəbəkəsi, o cümlədən telekommunikasiya şəbəkəsi, müxtəlif təyinatlı rahat yollar, hava limanları, turistlərin müvəqqəti qalma yerləri, nəqliyyat vasitələri, əyləncə mərkəzləri, müxtəlif mətbəx nümunələrini təklif edən restoranlar, parklar, istirahət guşələri, rabitə-informasiya şəbəkələri, hədiyyəlik əşya mağazaları daxildir. Turizm infrastrukturunun mahiyyətini aydınlaşdırmaq üçün onun turizm məhsulu kimi necə təklif olunmasını, turizm bazarını - buradakı tələb və təklifin qarşılıqlı münasibətini aydınlaşdırmaq lazımdır.

Turizm təklifini formalaşdıran elementlərin ilkin və sonradan yaradılmış hissələr halında öyrənilməsi ona əsaslanır ki, turizmin təşkili üçün mövcud olan resurslardan hansılarının artıq istifadədə olması və hansılarının bu işə cəlb olunması məsələsi aydınlaşsın. Bu baxımdan turizm təklifi kimi istifadə olunmayan, ancaq turistləri özünə cəlb edən ilkin şəraiti qiymətləndirmək lazımdır. Bunun üçün isə aşağıdakı göstəricilərdən istifadə olunur.

a) turist qəbul edən ölkənin təbii xüsusiyyətləri (coğrafi vəziyyəti, iqlim xüsusiyyətləri, ərazi quruluşu, bitki örtüyü və heyvanlar aləmi).

b) turizm destinasiyasının sosial-mədəni mühiti (mədəniyyəti, adət-ənənələri, dünyəvi və dini quruluşu, qonaqpərvərliyi, milli mentaliteti).

c) turizm infrastrukturunu. Bunlar ərazidəki müxtəlif təyinatlı yollar,

kommunikasiya sistemləri, elektrik, su və qaz təchizatı, təmizləyic qurğular, mədəniyyət və istirahət müəssisələri kimi müəyyənləşdirilir.

Turizmdə ilkin təkliflə müqayisədə sonradan yaradılmış təklif tamamilə turizm məqsədi daşımaqdadır. Bunla belə bu təklifin özü də iki hissəyə bölünür. Bunlar turizm infrastrukturunu və turizm suprastrukturuna bölünür. Bundan əlavə turizm infrastrukturunun özünü də iki hissəyə ayırmaq olar. Turizmin inkişafı üçün infrastruktur və xüsusi turizm infrastrukturunu. Turizmin inkişafı üçün nəzərdə tutulan infrastrukturun ümumi infrastrukturla müəyyən bir əlaqəsi mövcuddur. Belə ki, ərazidə yerli əhalinin normal həyat fəaliyyəti üçün lazım olan ümumi infrastruktur turistlər üçün də kifayət edə bilər. Lakin əksər hallarda əlavə miqdarda insanların (turistlərin) ehtiyaclarını ödəyə bilmək üçün əlavə şəraitin (turizm infrastrukturunun) yaradılmasına ehtiyac yaranır.

Turizm infrastrukturunun mühüm tərkib hissəsi kimi xüsusi turizm infrastrukturunu misal göstərmək lazımdır. Buraya turizm xidmət edən nəqliyyat vasitələri, turistlərin yerləşdirilməsi üçün lazım olan müəssisələr, kurortlar, əyləncə müəssisələri, konfrans və biznes mərkəzləri, müxtəlif vasitəçilik xidmətləri göstərən müəssisələr daxildir.

Turizmdə əvəzsiz rol oynayan mehmanxana və yeməkhana xidmətləri göstərən müəssisələr turizm infrastrukturuna daxil edilmirlər. Başqa sözlə ifadə etsək bu tipli müəssisələr turizmdə yardımçı rol oynamayıb, elə birbaşa turizmin həyatı funksiyasını ifadə etməkdədir. Bu fikri turizm sahəsində məşhur olan belə bir tezislə də ifadə etmək mümkündür: «Yerləşdirmə yoxdursa turizm də yoxdur». Doğrudan da elə turistə verilən tərifdən də görüldüyü kimi turist getdiyi destinasiyada ən azı 24 saat qalmalıdır. Bu isə avtomatik olaraq bu prosesə yerləşdirmə müəssisələrinin (otel, motel, tur baza) və yeməkhana müəssisələrinin (restoran, kafe, bar) iştirakını zəruri edir. Ona görə də bu

müəssisələr turizmin təşkilində turizm suprastrukturu kimi tanınmaqdadır.

Bu maraqlı obyektlərə turistlərin çata bilməsi və ya başqa sözlə turizm xidmətinin reallaşması üçün aşağıdakı funksiyaları həyata keçirir:

a) turizm obyektinə barəsində potensial turistlərə lazımi informasiyanın çatdırılması və onlarda gələcək səfərlər üçün ilkin motivasiyaların yaradılması;

b) turistlərinin bu obyektlərə kifayət qədər təhlükəsiz və rahat bir şəkildə çatdırılması üçün komfortlu şəraitin yaradılması;

c) bütün bu kimi şərtlərin təmin olunması ilə turistlərin geriyyə-öz vətənlərinə müsbət təsüratla yola salınmasını təmin etmək.

Turizm sferasının əsas kapitalı özündə əsas etibarilə sahələri əks etdirir. Buraya hər şeydən əvvəl mehmanxana-restoran təsərrüfatı, turizm və istirahət bazaları, pansionat, sanatoriya daxildir. Daha geniş aspektdə yanaşdıqda-turizm kompleksi səviyyəsində buraya nəqliyyat, qida məntəqələri, mədəni-tarixi obyektlər və turizm kompleksinin digər bölmələri daxil olur. İstənilən halda yerləşdirmə, qidalanma və istirahətdən başqa turizm sferasının əsas kapitalına su, meşə, relyef xüsusiyyətləri olan rekreasiya mühiti də aiddir.

Əsas fondlar özündə əmək vasitələrini əks etdirir. Hansı ki, öz natural əşya formasını dəyişmədən istehsal prosesində bir neçə dəfə istifadə olunur. Əsas fondlara dəyəri əməyin ödənilməsinin minimal məbləğinin 100 ölçüsündən yuxarı və xidmət etmə müddəti bir ildən artıq olan əmək vasitələri daxildir.

Əsas fondlar xüsusiyyətdən asılı olaraq aktiv və passiv hissəyə ayrılır. Aktiv əsas fondlar – bilavasitə məhsulu hərəkətə gətirir, istehsalın ölçüsünü və işçilərin əmək məhsuldarlığını müəyyənləşdirir. Buraya maşınlar, avadanlıqlar, alətlər və s. aid edilir.

Passiv əsas fondlar əmək fəaliyyəti üçün şərait yaradır. Buraya binalar, kommunikasiya vasitələri, qurğular, ötürücü tikililər və s. daxildir.

Turizm inkişafında təbii artım, əhali və ekoloji mühütdə baş verən dəyişmələri nəzərə alır. Təbii artım hər bir respublikada iqtisadi amilə yanaşı baş verən iqtisadiyyatda keyfiyyət dəyişmələri ilə mövcud olur. O, cümlədən meşə, dağ və iqlimin dəyişməsi adi amil olmaqla hər hansı növ turizmin cari ildə artımına və azalmasına səbəb olur.

Ona görə də turizmin təşkili aspektində kadr potensialı, reklam və həmçinin turist kimi respublikaya gəlmişlərin ictimai rəyi əsas rol oynayır.

Turizmin resurslarına turizmin fəaliyyət strukturunu müəyyən edən amil kimi baxılır. Bu təbii, tarixi – mədəni, infrastruktur obyektlər və komplekslər, onların elementləri və xüsusiyyətləri, əhalinin sağlamlığının və əmək qabiliyyətinin bərpasını təmin edən, onların intellektual səviyyəsini artıran hansı ki, turizm tələbatında birbaşa və ya dolayı istifadə olunur və kompleks turist xidməti istehsalı üçün əsas obyekt kimi çıxış edir. Turizm resursları arasında təbii-antropogen, bilavasitə mövcud resurslar və sosial-iqtisadi cəhətdən maksimal istifadə qabiliyyətində olan resurslar fərqləndirilir.

Müasir dövrdə turizm və İnternet birgə inkişaf edən sahələr kimi qiymətləndirilir. Bir-biri ilə olan əlaqələrinə görə turizm və İnternet şəbəkəsi qarşılıqlı olaraq bir-birini tamamlayan, bərabər inkişaf edən sahələrdir. Ümumiyyətlə müasir dövrdə informasiya sistemləri ilə bu və ya digər səviyyədə əlaqəsi olmayan sahə tapmaq mümkün deyildir. Turizm isə özünün spesifik xüsusiyyətləri ilə informasiya dəstəyinə daha çox ehtiyacı olan bir sahədir. Dünyada turizm məhsulunun böyük bir hissəsinin məhz internet vasitəsilə reallaşması turizmin informasiya dəstəyinə nə qədər həssas olduğunu göstərir. Turizmin inkişaf etdirilməsi

üçün Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya vasitələri kimi infrastruktur şəraitinin yaradılması sahəsində çoxlu görüləcək işlər vardır. Xüsusən elektron kart tipli avtomat telefon köşklərinin turistlərin istifadəsinə verilməsi, internet kafelərin miqdarının artırılması üçün işlər görülməlidir.

Turizmin təşkilinin və onun planlaşmasının maddi və maliyyə amilləri daxili və xarici ehtiyatların bu sahəyə cəlb olunması ilə yanaşı turizmin özünün keyfiyyət potensialını yüksəltmək strategiyası təşkil edir.

25.3. Turizmin kənd təsərrüfatı inkişafında sosial-iqtisadi amil kimi qiymətləndirilməsi

Turizmin inkişafında, onun məhsulunun segmentləşməsi ilə istehsal bazarı arasında əlaqə sahələr və sahələrarası komplekslərlə baş verir. Turizm fəaliyyətinin sənaye, kənd təsərrüfatı və uyğun infrastruktur strukturaları ilə əmtəə-xidmət mübadiləsi və təsərrüfat əlaqələri mövcuddur. Bu əlaqələr tənzimləmə və idarəetmə obyektii olaraq tarazlı inkişaf prizmasından formalaşdırılır və uyğun mexanizmlər ilə idarə olunur. Belə ki, turizmin inkişafında aqrar sektor və təbii-coğrafi şərait dominant rolunu oynayır. Bu dominantlıq turizm bazarının tələb və təklifinə uyğun olaraq və turizmin motivi ilə ölçülür, təkmilləşir. Turizm motivi hər bir turistin tələbi və həmçinin turist obyektinin inkişaf dinamikası ilə səciyyələnir. Kənd təsərrüfatı Azərbaycan iqtisadiyyatının formalaşması dinamikası və əhalinin məskunlaşması sosial inkişafında istehsal, bölgü və istehlak xüsusiyyətlərinə görə xarakterik cəhət kəsb etdiyi üçün onun turistlər üçün motivizasiyası da dinamik inkişaf edir.

Turizm və kənd təsərrüfatı ərazilərin kompleks inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi problemlərinin həlli və aralarındakı əlaqənin tənzimlənməsi hər iki sahədə qəbul edilən

konseptual müddəalar və konkret mexanizmlər vasitəsi ilə baş verir. Kəndin sosial-iqtisadi inkişaf problemləri kənd təsərrüfatının əhalinin məşğulluğunun və onun həyat səviyyəsinin formalaşmasına təsiri ilə nəticələnir. Kəndin təbii-coğarfi iqtisadi potensialı, sosial problemləri kənd əhalisinin fəallığı, onun məhsuldarlığını və məskunlaşma problemlərini həll edir. Bu da kənd əhalisinin fərdi təsərrüfata bağlılığı, onun öz təsərrüfatını genişləndirmək üçün topladığı resurslar və istehsal təyinatlı məqsədlər üçün kredit və borclar almaqla özünün potensial imkanlarını artırır.

Turizmin kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsində prioritetlər ümumi və konkret vəzifələrin bölgüsünü müəyyənləşdirir. Daha çox təbii vasitələr torpaq və coğrafi şəraitin turizm məqsədi ilə birbaşa və dolayısı yolla inkişaf yolları və uyğun mexanizmləri təşkil edir.

Kənd təsərrüfatı istehsalının ali məqsədi ölkənin ərzaq tələbatını ödəmək və həmçinin kənd təsərrüfatı potensialını səmərəli istifadə etmək prioritetləri durur. Ona görə də ərzaq və kənd təsərrüfatı emalı müəssisələrinə və uyğun infrastruktur ehtiyatlarına daha intensiv və struktur dəyişmələri uyğun məhsullara bazar tələbatı ilə ölçülür. Bazar tələbinə uyğun istehsal həcmi həmin bazarın ərzaq məhsulları üzrə seqmentləşməsinə əsaslanır.

Kənd təsərrüfatı istehsalı ərazidə və həmin əraziyə gələn bütün turistlərin istehlakı və yaxud aparmaq üçün aldıkları əmtəə və xidmətlə müəyyənləşir. Kəndin vəzifələri sə yerli və əriziyə gələn turistlərin istifadəsi üçün aqlomerasiya şəraiti fərdi xidmət və fərdi istehlak üçün zəruri olan və hər bir turistin zövqinə uyğun xidmət sferası, sənaye istehsalı və həmçinin bank və sığorta, mühafizə sistemi yaratmaqla genişlənir.

Turizmin inkişafı potensial olaraq, kənd təsərrüfatı və kəndin potensialını nəzərə almaqla, onun resurslarını turizm döviyyəsinə cəlb etmək qabiliyyəti ilə ölçülür.

Turizmin inkişafının kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsi müxtəlif prizmada həll olunur və uyğun planlaşma metodları tətbiq olunur:

- torpaq, təbii resurslar və kəndin əhalisinin turizm məqsədi ilə istifadəsini dərinləşdirmək və onun səmərəli təşkili yolu ilə iqtisadi artıma nail olmaq;

- kənd əhalisinin fərdi təsərrüfat fəaliyyətini genişləndirmək və bu yolla istehsal olunan məhsul və infrastruktur xidmətləri ilə bazarın daxili və xarici turistlərə olan tələbatını ödəmək;

- turizmin regionlarda genişlənməsi həmin regionların ərazi potensialına və ərazilərin kompleks sahələrarası və sahədaxili problemlərini həll etmək;

- kənd əhalisinin həyat səviyyəsini, onun yoxsulluq səviyyəsini azaltmaq və kənd əhalisinin sosial müdafiəsi kimi turizmin inkişafı ilə yeni iş qüvvəsinə və yeni istehlak tələbatının artırması zəruriliyi yaranır;

- turizmin inkişafı inteqrasiya əlaqələrinin və həmçinin onun potensialının istifadəsi üçün informasiya bazasını yaratmaq vəzifələri meydana çıxır.

Kənd təsərrüfatı istehsalı onun sahə və məhsullar üzrə quruluşunun dəyişməsi, həmçinin emal və turizm sənayesi üçün xammal bazası rolunu onayır. Kəndin özünün inkişafı, onun sosial problemlərinin həlli turizm üçün istifadə olunur. Ona görə də turizmlə sahə rəqabəti məqsədi ilə əlverişli əlaqə variantı yaranır.

Kənd təsərrüfatı potensialı əhalinin ərzaq təhlükəsizliyi, ekoloji tarazlıq və həmçinin torpaq və su resurslarının istifadəsi istiqamətində tərəf mühitin qorunması və təbii yaşıllıq, meşə zolaqlarının salınması bir sıra milli təsərrüfat sahələrinin və təsərrüfat obyektlərinin yaranması üçün ətraf mühit və «sinergetik» səmərə yaradır. Sinergetik səmərə kənd təsərrüfatının müxtəlif istiqamətlərdə istifadəsinə baxmayaraq onun ümumiləşmiş səmərəsini nəzərdə tutur.

Təhlükəsizlik problemi geniş sosial-iqtisadi proses olmaqla kənd təsərrüfatı istehsalının yüksəlməsi, emal müəssisəsinin artırılması, ərzaq tələbatına uyğun bazar təklifinin tənzimlənməsi kontekstindən baxıldıqda ərzaq təhlükəsizliyinə davamlı inkişafın amili kimi baxılır.⁶⁸(s.238 - 340). Ərzaq təhlükəsizliyi qida məhsullarının keyfiyyətinə və əhaliyə xidmət sahələrinin təşkilini həmçinin yaşamaq və dincəlmək üçün çəkilən xərclərin azalmasına şərait yaradır. bu da xarici və daxili turizmin inkişafı üçün, onun iqtisadi səmərəliliyini qiymətləndirməyə imkan verir. Ərzaq təhlükəsizliyi daxili istehsalın və respublika təbii-coğrafi mühitində daha keyfiyyətli məhsulla reallaşır. Bu da daxili bazarda yerli məhsula tələbatı artırır.

Kənd təsərrüfatının turizm sahəsi ilə əlaqəsi turizm məhsulunda kənd təsərrüfatı istehsalının marketinq quruluşu və kəndin insan potensialının və onun fərdi təsərrüfatının rolu qiymətləndirilir. Kənd təsərrüfatının istehsalı turizm sahəsinin inkişafı ilə ərzaq tələbatını ödəmək üçün turistlərin istehlak seçiminə uyğun təsərrüfat fəaliyyəti qururlar. Kəndin əsas məşğulluğu ev təsərrüfatı və onun bazara çıxmaq imkanları təşkil edir. Dövlət siyasətinin başlıca məqsədi kənd əhalisinin maddi rifahının, sosial-mədəni şəraitin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılmasından, yeni iş yerinin yaradılmasından ibarətdir.⁶⁹ (s.451). Kənd təsərrüfatının prioritetliyi nəticəsində onun məhsuluna ehtiyac, ixracat yönli istehsal emal sənayesinin güclənməsi məqsədi olduğu kimi turizmin inkişafına yönəldilən kənd təsərrüfatının potensialı artırılır. Kəndlərdə sahibkarlığın inkişafı dövlət himayəçiliyi ilə ayrı-ayrı sahibkarlıq fəaliyyətləri stimullaşdırılır. Daha çox turizm sahəsinə birbaşa və dolayısı kənd təsərrüfatı məhsullarının artırılmasına güzəştli kreditlər və bəzi yardımlar edilir.

⁶⁸ Anar Abbasov. Ərzaq təhlükəsizliyi. Nasir nəşr., Bakı, 2008, 602 s.

⁶⁹ Aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsi problemləri. Bakı, 2004. 504 s.

Sahibkarlığa Kömək Fondu turizm ilə məşğul olan fiziki və hüquqi şəxslərə yardım verməklə onların turizm bazarında istehsal, istehlak sferasında rolunu artırır. Meşəçilik, balıqçılıq və ovçuluq üzrə ümumi məhsulun dəyəri 2000-2007-ci illərdə uyğun olaraq 2,2; 23,5 dəfə artmış, ovçuluq üzrə isə 3,3 dəfə azalmışdır. Kənd təsərrüfatının bütün təsərrüfat kateqoriyaları üzrə 2007-ci ildə 2000-ci ilə nisbətən 2,6 dəfə, o cümlədən bitkiçilik məhsulları 4,1 dəfə, heyvandarlıq məhsulları 3,5 dəfə artmışdır. Kənd təsərrüfatı istehsalı məşğulluğun və əhalinin xərclərinin formalaşmasına təsir edir. Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı turizm üçün idxal məhsullarını azaldır, daxili istehsal məhsullarını artırır, bu da turizm məhsullarının və milli mətbəxin yaradılmasına və istifadəsinə şərait yaradır. Kənd təsərrüfatında özəl sektorun payı 98% təşkil etdiyi üçün onun məhsulunun azad bazar münasibətləri şəraitində reallaşmasına şərait yaradır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarı birbaşa istehlak sosial tələbatı və ixrac olunan məhsullar üzrə müxtəlif şeylər kəsb edir. Daha çox birbaşa istehlak kollektiv və fərdi istehlak üçün istifadə olunur. Kənd təsərrüfatı bazarı istehsalın daha da üstün artırılması və xammaldan istifadə dərinliyinin artırılması metodları ilə mümkün olur. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının sahə strukturunu təkmilləşdirmək, emal və yaxud birbaşa istehlakın riskliyi və müntəzəmliyi ilə ölçülür. Belə ki, bazarda əmtəə xidmətinin ucuz kənd təsərrüfatı məhsulları ilə təmin olunması turizm məhsulunun dəyərini aşağı salır və turizm xidmətlərinin qiymətini azaldır. Turizm xidmətlərinin qiymətlərinin aşağı salınması onun maya dəyərinə daxil olan xərc strukturunu dəyişdirmək yolu ilə mümkün olur. Bu da inzibati yolla deyil, bazar tipli inkişaf modelləri şəraitində rəqabətə dözümlü və daimi istehlakçısı olan turizm kontingentləri olduğu halda mümkün olur. Ona görə də turizmin renta-

belliyi onun digər sahələrə nisbətən kommersiya maraqları baxımından daha səmərəli olması ilə müəyyənləşir.

Kəndin inkişafına yönəldilən tədbirlər potensial amil kimi turizmin formalaşmasına onun struktur dinamikasına təsir edir. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramları hər bir iqtisadi regionda sahə və sosial resursların istifadəsi və təkrar istehsalı üçün kompleks şərait yaradır. Belə ki, 2004-2009-cu illərdə və 2009-2015-ci illərdə Regionların sosial-iqtisadi inkişaf Proqramlarının əsas istiqamətli davamlı inkişaf və region potensialının səmərəli istifadəsi yollarını müəyyənləşdirir.

Regionlarda infrastruktur layihələri yollar, mehmanxanalar, turist bazaları olimpiya kompleksləri, aeroportlar və mədəni-tarixi abidələrin qorunması və bərpası istiqamətində əldə olunan nəticələr turizm təsərrüfatı üçün infrastruktur bazası rolunu oynayır. Regionların iş şəraitinin yaxşılaşması əhalinin məşğulluğunun artım sürəti və onların sahibkarlıq fəaliyyəti kimi resurslarından istifadə yolları turizmin inkişafına stimullar yaradır.

Turizmin kompleksliyi ilə regionların kompleks şəraiti arasında birbaşa və dolayısı təsirlər əlaqələr mövcuddur. Kənd təsərrüfatı müəssisələri, özəl sektor, fərdi təsərrüfat və onların fəaliyyətinin məhsuldarlığı və bazar tələbinə uyğun istehsal marketinqi yerli əhali, turistslər və ixracat üçün istehlak normalarını artırır. belə ki, respublikaya gələn hər bir nəfərin xərcləri smetasına kənd təsərrüfatı məhsullarının istifadəsi, onların təsərrüfat formalarından asılı olmayaraq təklifinin təşkili həmçinin ehtiyacları perspektiv artıma uyğun yığım normaları müəyyənləşdirir. Kənd təsərrüfatının istehsal və maliyyə nəticələri, sonrakı inkişafın maliyyə və iqtisadi əsasını formalaşdırır.

Kənd təsərrüfatında fərdi sahibkarlığın maliyyə nəticələri

	2000	2005	2007	2008
Təsərrüfatların sayı, ondan	3248	2601	2488	2813
Ziyanla, faizlə				
Balans gəliri, min man.	0	0,4	0,4	0,4
Bütün maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti üzrə rentabellik, faizlə	2848	2878	3826	5502
Kənd təsərrüfatının məhsullarının satışından	71,9	55,9	53,0	3456

Kənd təsərrüfatı müəssisələri rentabellik səviyyəsinə görə aşağı olmaqla son illərdə azalma tempinə malikdir. Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin bütün təsərrüfat kateqoriyaları üzrə onun səmərəsini yüksəltmək üçün onun xərclərinin bir hissəsini dövlətin xərcləri hesabına ödəmək və həmçinin bəzi mexanizmlər vasitəsilə ilə istehsalı stimullaşdırmaq yolları əsas rol oynayır. Belə ki, kənd təsərrüfatı istehsalı və turizm potensialı olan regionlarda inkişaf üçün maliyyə yardımları, dotasiyalar, vergi güzəştləri, lizinq xidməti göstərməklə istehsalçının fərdi xərclərini azaltmaq metodları tətbiq edilir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı, emalı və yaxud bazarın seçilməsi yolları və mexanizmləri həmin regionun kompleks şəraitinin daha gəlirli biznes mühiti olan turizmin inkişafı ilə əlaqəsini yaratmaq problemləri meydana çıxır.

Kənd təsərrüfatı sahələrinin inkişafına dövlət dəstəyi, onların kənd təsərrüfatına kapital qoyuluşunun stimullaşdırılması həmin sahənin çoxkriteriyalı və məqsədli fəaliyyəti ilə bağlıdır. Kənd təsərrüfatının özəlləşdirilməsi prosesi öz əhatə dairəsinə görə bütün sahələrdən dərinliyi və dəyəri ilə yüksəkdir. Kənd təsərrüfatında olan resursların uzunmüddətli istifadə üçün icariyyə verilməsi, kənd təsərrüfatının özünün digər mədəni sahələr və turizm üçün istifadə edilməsi yolları daha səmərəlidir. Ona görə də kənd

təsərrüfatında məşğulluğun artırılması və kənd əhalisinin gəlirlərinin yüksəldilməsi ehtiyatları daha genişdir.

Kənd əhalisinin və kəndin sosial-demoqrafik tərkibi turizmin inkişafı üçün əlverişli ehtiyat və resurs potensialı rolunu oynayır. Kənd əhalisinin məşğulluğu və uşaq əməyindən istifadə üçün həyatı sahələr və ev təsərrüfatının məhsuldarlığını artırmaq imkanları yuxarıdır. Tədqiqatlar göstərir ki, kənd əhalisinin fərdi gəlirləri, hər bir ailədə olan yeniyetmələrin sayı ilə xeyli bağlıdır.⁷⁰

Kənd əhalisinin məşğulluğu, kənddə mülkiyyətin formaları qarışıq olduğu üçün onların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi bir sıra təşkilati və stimullaşdırıcı mexanizmlərdən asılıdır. Daha çox kənd əhalisinin ev təsərrüfatı və onun öz resurslarını icariyyə vermək imkanı daha çoxdur. Ona görə də kənd əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi problemləri, daha çox əhalinin fərdi gəlirlərinin artımı və onların yoxsulluğun azaldılması meyilləri ilə müəyyənləşir. Yaşayış yerləri üzrə gəlirlər şəhər və kənd turizminin əhali imkanları ilə bağlılığını təhlil etməyə imkan verir.

Cədvəl 25.6

Yaşayış yerləri üzrə gəlirlər (adambaşına manatla)

	Cəmi		Şəhər yerləri		Kənd yerləri	
	2006	2008	2006	2008	2006	2008
Gəlirlər	74,4	30,9	78,5	115,8	70,1	103,7
Məşğulluqdan	23,1	28,6	33,3	50,4	12,1	20,4
Özüməşğulluqdan	18,3	17,16	22,9	30,9	15,0	20,7
Kənd təsərrüfatından	13,6	1,1	2,9	3,6	25,0	31,7
İcarədən	0,9	0,3	1,2	1,4	0,6	0,7
Əmlakdan	0,2	17,0	0,3	0,4	0,2	0,2
Alınmış cari transfertlər	8,9	1,0	8,4	15,0	9,5	18,5
Pensiyalar	7,2	1,9	6,8	13,0	7,2	15,2

⁷⁰ Социально-экономические проблемы развития азербайджанского села. Б, 1986.

Müavinət və sosial yardımlar	1,0	1,5	1,2	1,8	1,0	19
Naturada sosial transfertlər	0,7	0,8	0,6	0,8	0,8	1,3
Digər gəlirlər	9,4	1,8	9,5	1,5	9,1	11,4
Digər ailələrdən alınmış mənbələr	7,2	8,6	7,0	8,3	7,4	9,1
Ölkə xaricindən gəndərilmiş pul	2,2	2,8	1,8	3,2	1,7	2,3

Cədvəlin təhlili göstərir ki, yaşayış yerləri üzrə aylıq gəlirlər minimum pensiya və ehtiyac minimumundan yuxarıdır. Belə ki, minimum istehlak büdcəsinə uyğun istehlak səviyyəsindən yuxarı gəlirləri cəlb etmək imkanları “onların” gəlirlərinin səviyyəsi ilə ölçülür. Yoxsulluq həddi adambaşına düşən gəlirlərin səviyyəsi ilə ölçülür. Əgər bu gəlirlər minimum istehlak büdcə gəlirlərindən aşağıdırsa, onda yoxsulluq formalaşır.

Əhalinin həyat səviyyəsi onun tələbat sistemini formalaşdırır. Turizm tələbatına təsir edən əhali amili olaraq gəlirlərin səviyyəsi, onun xarakteri və həmçinin tələbatın ödənilməsi dərəcəsi və yolları təşkil edir. Kənd əhalisinin gəlir səviyyəsi, onun turizm xidmətinə tələbatını və turizm sahibkarlığı üçün investisiya mənbəyi rolunu oynayır. Digər tərəfdən turizm tələbatı şəhər əhalisinin maddi rifahı, onların gəlirləri və həmçinin istehlak strukturu ilə müəyyənləşir. Sosial-demografik amil olaraq əhalinin tərkibi və onun turizm tələbatına motivini müəyyənləşdirir. Belə motivləşmə hər bir ailənin sosial statusu, onun gəlirləri və ayrı-ayrı istehlak malları və xidmətlərə olan tələbatı ilə müəyyənləşir. Əhalinin daxilində gəlirlərin paylanma səviyyəsi maddi və mənəvi xərclərin xüsusi çəkisini müəyyənləşdirir. Kənd əhalisində xüsusi təsərrüfat, bazara bir-başına çıxış imkanları onların istehlak davranışı qabiliyyətini formalaşdırır.

Kənd əhalisinin gəlirlərinin strukturunda daha çox kənd təsərrüfatından olan gəlirlərdir. Belə ki, cədvəldən göründüyü kimi, 2007-ci ildə aylıq gəlirlər kənd əhalisi üçün 25,5 manat, özünüməşğulluq gəlirləri 16,5 manat, məşğulluqdan gələn gəlirlər isə 15,4 manat təşkil edir. Kənd əhalisinin gəlirləri mövsümü xarakter daşımaqla, onun istehlakı pul xərclərindən daha çox natural istehlak hesabına baş verir. Və kənd əhalisinin mövsümü məşğulluğu, onların xarici turist xidmətlərindən istifadə etmək imkanlarını azaldır. Kənd əhalisinin istehlak tələbatında sənaye məhsulları və xidmət istehlakı kəndin özünün xidmət infrastrukturunu ilə müəyyənləşir. Ona görə də kəndin turist obyektləri daha çox şəhər əhalisi və yaxud xarici ölkələrin, şirkətlərin və vətəndaşların istifadəsi üçün turizm xidmətinin təşkili üstün yer tutur.

Kəndin istehlak davranışında pensiyaçıların, məktəbli uşaqların və kənd əhalisinin məşğulluq sahəsinə uyğun turizm ehtiycları yaranırsa, onların motivi özünəməxsus xüsusiyyətlər kəsb edir. Kəndin sosial problemlərinin həllində və məskunlaşma məqsədi ilə turizmin inkişafının onun əsas istiqamətlərinin məşğulluq və əmtəə-xidmət bazarının genişlənməsində istifadəsi problemləri meydana çıxır. Kənd əhalisinin mənzil təsərrüfatı, qoşqu heyvanları və həmçinin fərdi maşınlar turizm xidməti üçün istifadə olunur. Kənd əhalisinin tələbi artım tempi şəhər əhalisindən yüksək olur. Amma iş yerləri təhsil və yaşayışın sosial təminatı şəhərlərdə yuxarı olduğu üçün miqrasiya problemləri baş verir. Kənd əhalisinin məşğulluğunu artırmaq üçün yeni iş yerlərinin açılması kəndlərdə və dağ regionlarında turizm komplekslərinin tikilməsi istiqamətləri üstünlük təşkil edir.

Əhalinin sayı (ilin əvvəlinə), min nəfər

Əhalinin sayı	1999	2000	2005	2007	2008	2009
Cəmi	7643,5	8016,2	8347,3	8629,5	8896,9	8961,3
Şəhər	4005,6	4082,4	4798,3	4464,8	4064,3	4817,8
Kənd	3637,9	3929,8	4049,0	4165,1	3889,1	4103,5
Əhalinin ümumi sayında %-lə						
Şəhər	51,4	51,0	51,5	51,7	51,1	54,0
Kənd	47,6	49,0	48,5	68,3	48,9	46,0

Əhalinin dinamikası onun kənd şəhər əhalisi və məşğulluq səviyyəsi, həmçinin regionlar üzrə təbii artım həmin regionlarda turizm potensialı kimi əmək resurslarını təmin edir, həmçinin əhalinin miqrasiyasının qarşısını alır. Müasir şəraitdə sahibkarlığın inkişafı, biznes fəaliyyəti və həmçinin regionların kompleks şəraiti həmin regionlarda əhalinin məskunlaşmasını təmin edir. Respublikada fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin sayının 2007-ci ildə 13465 min, onlardan kənd təsərrüfatı, ovçuluq və meşəçilik 1316 min manat təşkil edir. Onlarda uyğun olaraq işləyənlərin sayı 95335 min, 7658 min təşkil edir. Kənd təsərrüfatı sahəsində biznes fəaliyyəti, həmin sahələrin iqtisadi səmərəsi, kənd təsərrüfatı məhsullarına olan bazar tələbatının artması ilə müşahidə olunur.

Regionlarda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı həmin regionun təbii resursları, iş qüvvəsi və ərzağa olan maliyyə vəsaitinin istehsal dövriyyəsinə imkanlarını artırır.⁷¹(s.79).

Kənd əhalisinin maliyyə imkanları, əmək gəlirləri bank kreditləri və həmçinin satış üçün bazara çıxardıqları maddi-mənəvi nemətlərin məcmuu ilə müəyyənləşir. Bu resursların formalaşmasında dövlət gəlirlərinin kənd təsərrüfatına və kənd əhalisinə yardımları və transfert xərcləri təşkil edir. Əhalinin biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti kimi turizm sahəsi

⁷¹ Aqrar sahədə sahibkarlığın inkişafının regional problemləri.

ilə əlaqəsi, investor olaraq bu sahəyə kapital yatırmaq və bu sahənin fəaliyyətindən öz fərdi və ictimai gəlirlərini artırmaq məqsədi güdülür.

Turizmin gəlirləri kəndin yerli büdcələrin və əhalinin həmçinin dövlətin gəlirlərinin formalaşması mənbəsi kimi çıxış edir. Daha çox turizm müəssisə olaraq mənfəət əldə etmək və mənfəətin kənd resurslarının təkrar istehsal və əhalinin istehlakı üçün zəruri olan əməkhaqqı və digər xərcləri ödəməkdən ibarətdir.

Turizmin təbii və coğrafi əlverişli şəhər və kənd ətrafı infrastrukturla bağlı olduğu üçün onun məhsulunun regional differensiasiyası formalaşır. Regionların iqtisadi vəziyyəti, həmin regionlarda ucuz iş qüvvəsi və təbii sərvətlər turizm məhsulunun maya dəyərini azaldır. Bu da öz növbəsində bu rayonların turizm bazarında əlverişli mühitə görə əlavə gəlirlər əldə etməsinə səbəb olur. Bu sahəyə qoyulan hər kapital qoyuluşu vahidinə uyğun olaraq artımda digər regionlara nisbətən yuxarı olur. Ona görə də regional inkişafı və aqlomerasiya səmərəsi həmin regionların turizm fəaliyyəti üzrə ixtisaslaşması və təşəkkülünü təmin edir.

Turizmin kənd təsərrüfatının təbii-coğrafi mühitin fərqlərinə görə yerləşməsi əlavə dəyər yaradır ki, bu da yerli əhali, sahibkar və yaxud ölkə miqyasında «bonus» kimi mərkəzləşdirilir və ərazinin inkişafına sərf olunur.

Müasir dövrdə turizm bütöv sənaye və ərazi kompleksi kimi formalaşır. Bu sahə insanların istirahəti ilə bağlı olan sənaye, nəqliyyat və digər sahələrin qarşılıqlı əlaqəsi və turist xidmətinin təşkili və idarəçiliyi məqsədi ilə formalaşmış müəssisə, təşkilat və orqanlar daxildir. Turizm sənayesi və kompleksinə ərazinin əhatəsində və ona yaxın sahələrdə artıq formalaşmış mehmanxana kompleksləri, yeməcxanalar, ekskursiya şirkətləri, nəqliyyat müəssisələri və sosial-mədəni sahələr daxildir.

Turizmin ərazi inkişaf problemləri və bu sahəyə cəlb olunan maddi-maliyyə resurslarının cəlb edilməsi istehlak malları və xidmət sferasını, kənd təsərrüfatını və emal sənayesini genişləndirmək funksiyası durur. Müasir şəraitdə turizmin inkişafının əsas istiqamətləri strateji və islahatlar proqramının əsas istiqaməti kimi özünü zəruriləşdirir. Dövlət turizmin inkişafı ilə məşğul olan sahibkarlara, hüquqi və fiziki şəxslərə yardım və bir sıra iqtisadi-təşkilati mexanizmlərlə təsir etməklə həmin regionun turizm dövriyyəsinin artmasına səbəb olur. O cümlədən, bazarların kəşiməsi və ümumi əmtə və xidmət tələb və təklifinin formalaşmasında turizm dövriyyəsinin rolu və xüsusi çəkisi qiymətləndirilir.

Turizmin inkişaf üçün ayrı-ayrı sahələrin sahələrarası vəzifələri, turizm sahibkarlığına kömək və həmçinin neft gəlirlərinin istifadəsi üçün turizm ehtiyatlarının dövriyyə cəlb edilməsi problemləri həll olunur. 2002-ci il 27 avqust ayında Azərbaycan Respublikası 2002-2004-cü illərdə turizmin inkişafının Dövlət Proqramı prezident H.Əliyev tərəfindən təsdiq edilmişdir. Dövlət büdcəsinin təsnifat quruluşunda təkmilləşmə və ünvanlı maliyyə resursları ayırmaq üçün ayrıca maddə üzrə xərclər ayrılır. Azərbaycanın idxal-ixracı beynəlxalq mədəni, iqtisadi və sosial əlaqələri turizmin inkişafına şərait yaradır. Azərbaycanın İtaliya, Yunanıstan, İspaniya və digər Avropa ölkələri ilə enerji əlaqələri uyğun olaraq turist şirkətlərinin axını üçün potensial imkanlar yaradır. Turizmin inkişafı üçün yaranan inkişaf və təhlükəsizlik təminatı müasir şəraitdə turizm bazasına təsir edir.

Respublikada 12 təbii və tarixi turizm üçün yararlı qoruqlar formalaşmış, 17 növ təsərrüfatı, 250-dən çox göl və 1200 qədər kiçik çaylar mövcuddur. Respublikada regionların ərazisində kompleks idman, mədəni və infrastrukturular yaranıb. Müasir şəraitdə respublikada şəhərlərarası nəqliyyat əlaqələri və yükdaşıma, əhalidaşıma

üçün yaranan nəqliyyat vasitələri onların xidmət səviyyəsi və yol infrastrukturunu beynəlxalq tələblərə uyğun təkmilləşib və yenidən qurulub. Xarici şirkətlərin və daxili imkanlar hesabına prioritet istiqamət olaraq sosial infrastruktur obyektlərinin tikilməsi və onların inkişaf səviyyəsinin beynəlxalq səviyyələrə uyğun dinamikası əsas amil və sosial nəticə olaraq formalaşdırılır.

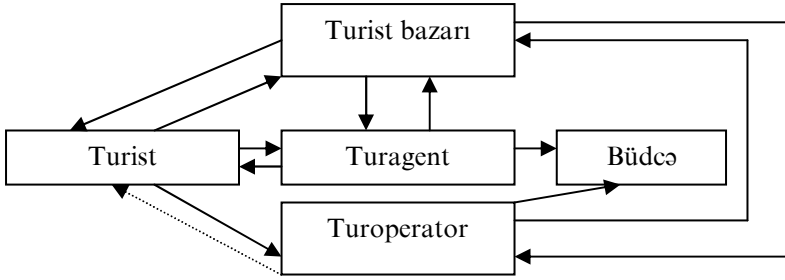
Turizmin motivi onun seçmətləşmə və turizm istehlakçılarının sosial-demografik tərkibinə görə davranış modeli region və kənd turizminin əsas istiqamətlərini, onun sosial və iqtisadi nəticələrini proqnozlaşdırmaq məqsədi ilə turizm bazarı və turizm dövriyyəsi üçün kəndin sosial-iqtisadi problemlərini formalaşdırır. Turizmin sahə strukturu ancaq turizm dövriyyəsinə cəlb olunan resurslar ilə müəyyənləşir. Turizm ödənilməsi vacib olan və səmərəli biznes rolunu oynayan sahə kimi onun sinergetik səmərəsi bütöv sahələrin xüsusi səmərəsi və inteqral səmərəsi ilə ölçülür. Bu məqsədlə turizm dövriyyəsinə cəlb olunan təsərrüfat və sahələrin faydalı fəaliyyətinin maksimumlaşması meyarı götürülür.

$$\sum_{i=1}^n C_{ij} x_{ij} \rightarrow \max \quad (1.6)$$

Burada, x_{ij} – j turizm məhsulunun i sahəsində əsas kəmiyyət göstəricisi;

C_{ij} – j məhsulunun i sahəsi üçün iqtisadi və sosial faydalılıq indikatoru.

Funksionalın maksimumlaşması istehsal və bölgüdə maraqların ödənilməsi ilə idarə olunur. Turist fəaliyyəti dövrü olub bazar, büdcə və turizmin təşkili sferasını əhatə edir.



Sxem 1.2. Turizmin dövriyyəsinin prinsipial sxemi.

Turist bazarı turistlərin sayının və bütçə daxilində fəaliyyət mexanizmini açır. Turist dövriyyəsinin ərazi üzrə yerləşməsi regionlar və regionlar üzrə ayrı-ayrı təsərrüfat fəaliyyətlərini müəyyənləşdirir. Azərbaycan özünün təbii sərvətləri mərkəzdən yerləşmə radiusu və dövlət sərhədlərinə yaxınlığı dövlət fəaliyyəti üçün əlverişli iqtisadi və inzibati zonalara daxildir. O cümlədən turist bazarının regionlar üzrə yerləşməsi, həmin regionlarda perspektiv baxımdan səmərəli ərazi strukturları həll edici amil olaraq qalır. Belə ki, Xəzər və Abşeron ətrafı yay turizminin əlverişliliyini Bakı-Abşeron tarixi abidələri, şəhər mühiti və resurslarla zənginliyi, həmin regionların əhalisinin xarici turizmə ehtiyaclarını və xarici turistlərin şəhər üçün əlverişli mühitə tələbatını müəyyənləşdirir.

Turizmin regionlar üzrə yerləşməsi, həmin regionların məhsuldar qüvvə və infrastruktur amilləri kimi dağlarının, çaylarının mineral sular, tarixi abidələr və həmçinin yaşayış üçün ucuz istirahət obyektlərini əhatə edir. Turizmin regional xüsusiyyətləri daha çox aparıcı sənaye sahəsi olan emal sənayesini, şərab, üzüm və bir sıra konserv sənayesini artırmağı tələb edir. Digər tərəfdən turizm müəssisələrinin yerləşməsi, onun marketing quruluşu və segmentləşməsi planlaşma və idarəetmə məsələlərində iqtisadi əlverişli mühitlə bağlıdır.

MÖVZU 26. KƏND TƏSƏRRÜFATININ VƏ KƏNDİN TURİZM İNKİŞAFI İLƏ ƏLAQƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ PERSPEKTİVİ

Plan:

- 26.1. Kənd təsərrüfatının turizm dövriyyəsində rolu və onun qiymətləndirilməsi**
- 26.2. Kəndin sosial inkişafı və turizmin qarşılıqlı əlaqəsi**
- 26.3. Sahələrarası əlaqələrin və sahə strukturunun turizmin idarə olunmasında nəzərə alınması**

26. 1. Kənd təsərrüfatının turizm dövriyyəsində rolu və onun qiymətləndirilməsi

Kənd təsərrüfatının inkişafı onun istehsal həcminin artırılması, strukturunun təkmilləşməsi turizm məqsədi ilə əlverişli şəraitin yaranmasına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı potensialı turizm dövriyyəsinin genişlənməsi, onun istehsal və bölgü sistemində rolunu müəyyənləşdirir. Daha xarakterik cəhəd kənd təsərrüfatının son məhsulun artırılması, onun istehlak dövriyyəsində rolunun artırılması istiqamətləri təşkil edir. Kənd təsərrüfatı məhsulları respublikada strateji sahə olmaqla onun məhsulunun həcmnin ümumi daxili məhsulun artımında rolunu artırmaq və turizm istehlakçıları üçün əşya-məhsulları istehsal etmək və kəndin sosial problemlərini həll etmək yolları durur. Kənd təsərrüfatı potensialının qiymətləndirilməsi onun və resurs vəsaiti kimi istifadəsi yolları tərtib etmək olar. Bəzi alimlər kənd təsərrüfatında «resurs potensialı» ilə istehsal

resurslarını eyniləşdirirlər.⁷² (s.73) Bizim fikrimizcə, istehsal potensialı, ehtiyatlar və perspektiv inkişaf istiqamətləri, istehsal həcmi və onun istifadəsi texnologiyasının dəyişmə amilləri nəzərdə tutulur. İstehsal resursları iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunan konkret resurslar və onların müvafiq istifadə yolları daxildir. Kənd təsərrüfatının istehsal potensialı iqtisadi dövriyyəyə cəlb oluna bilən bütün imkanlar, təbii coğrafi şərait, ondan istifadənin səmərəli variantları daxil olduğu kimi kənd təsərrüfatı istehsalı və emalının əlverişli variantları da daxildir.

Kənd təsərrüfatı potensialının qiymətləndirilməsi kompleks göstəricilər və əldə olunan nəticələrlə sosial-iqtisadi artımla ölçülür. Kənd təsərrüfatında resurs potensialının qiymətləndirilməsi metodiki cəhətdən bir sıra yanaşmalar və mülahizələrlə bağlıdır.⁷³(səh.13-21).

Kənd təsərrüfatının resurs potensialının istifadəsi istiqamətləri, onun səmərəliliyini və həmçinin kənd təsərrüfatının sonrakı ixtisaslaşma səviyyəsini müəyyənləşdirir. Turizm baxımından kənd təsərrüfatı potensialını qiymətləndirmək turizm ehtiyaclarının kənd təsərrüfatı istehsalı və istehlakı vasitəsi ilə əldə nəticələri əhatə edir. Turizm sahəsinin kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsini qiymətləndirməklə ilkin növbədə turizm dövriyyəsinə cəlb olunan xammal, əmək və hazır məhsul istehsalının kənd təsərrüfatının müxtəlif təşkilatı və mülkiyyət formaları ilə ödənilməsi imkanları nəzərdə tutulur. Ona görə də kənd təsərrüfatının ətraf mühitə təsiri torpaq, hava və meşə təsərrüfatına təsiri və son nəticədə səmərənin istiqamətidir. Kənd təsərrüfatı potensialının artımı bütövlükdə iqtisadi islahatların əsas istiqaməti olmaqla struktur siyasətin sosial siyasətin əsas

⁷² А.Свободин. Определение величины и эффективности использования производственного потенциала. Ж. Экономика сельского хозяйства. М., 1987, №2.

⁷³ Т.Аббасов. Кənd təсərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri. Elm, 2002, 188 s.

vəzifəsi kimi genişlənilir. Kənd təsərrüfatı sahəsində iqtisadi artım və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və ixracatı həmin sahənin özünün daha səmərəli sahələrlə əlaqəsini özündə əks etdirir. Belə ki, respublikanın iqtisadi və sosial inkişaf strategiyasında, regionların kompleks inkişafı istiqamətlərinin təkmilləşməsində kənd təsərrüfatı, regional iqtisadi siyasət və turizmin inkişafı qarşılıqlı əlaqədə olunan sahələr kimi ölkə iqtisadiyyatının inkişafı və gəlirlərinin istifadəsi baxımdan səmərəli sahə kimi ifadə olunur. Kənd təsərrüfatının sahə və ərazi quruluşuna uyğun turizmin ixtisaslaşması və sosial problemlərin həllində kəndin kompleks inkişafı arasında formalaşan əlaqələr, sistemli təkmilləşmə metodlarını əhatə edir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının daxili bazar çeşid və keyfiyyətinə uyğun seqmentləşməsi turistlərin istehlak tələbatını, ekoloji cəhətdən təmiz məhsulla ödəməyə imkan verir. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının çeşid və keyfiyyəti təbii və iqlim mühitinə görə texnoloji baxımdan xeyli yuxarıdır. Respublikada istehlak üçün bitkiçilik və heyvandarlıq məhsullarının bütün mövsümlərdə daimi olması və onların tərkibində olan fizioloji elementlərin zənginliyi turist rasionu üçün istehlak səbətinin formalaşması xeyli təsir edir.

Turizmin seqmentləşməsi məqsədi ilə onun istehlakçılarının gəlirləri və həmçinin istehlak davranışlarını və psixoloji amillərini nəzərə almaq xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmin seqmentləşməsi onun istehlakçılarının motivlərinin qiymətləndirilməsi, ölkəyə gəlmələrinin əsas səbəblərinin təhlil və turistlərin sosial-iqtisadi parametrlərini qiymətləndirməklə baş verir. Daxili turistlər üçün həmin turistlərin sosial-iqtisadi xarakteristikalarını, onların gəlir səviyyəsinə görə bölgüsünü və həmçinin ayrı daşınmaz əmlak və minik maşınları üzrə təminat səviyyəsi əsas götürülür.

Kənd təsərrüfatı ərazi üzrə inkişaf dinamikası və əsas regionlar üzrə ixtisaslaşması sahələri həmin regionun turizm üçün maddi texniki və bazar seqmentlərinə uyğun istehsal seqmentini yaradır. Turizmin istiqamətlənməsi və ərazi üzrə yerləşməsi prinsiplərinə və əsas istiqamətlərinə kənd təsərrüfatı daha adekvatdır, ilkin növbədə kənd təsərrüfatında özəlləşmə və özəl resursların səviyyəsi və onların hərtərəfliliyi turizm üçün və çevik iqtisadi siyasət aparmağa imkan verir. Sahibkarlığın inkişafı kənd təsərrüfatının özəlləşməsi dərəcəsinin yuxarı olması, aqrar sektorda kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin əlverişliyi və fiziki şəxslərin sahibkarlıq yaratmadan fəaliyyətinin mümkünlüyü zəruri şərait yaradır. Turizm sahibkarlığının əsas məqsədi gəlir gətirmək və əhalinin imkanları və xarici ölkələrin turizm tələbatını nəzərə alaraq forma və fəaliyyətə daha intensiv artan təbii turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi yolları artır.

Turizm sahibkarlıq mühiti kənd və kənd təsərrüfatının yaratdığı iqtisadi potensial və təbi-coğrafi, ekoloji mühitlə zənginləşir. Turizm sahəsi daha çox əl əməyinə əsaslanan, kiçik sahibkarlıq məhsuluna tələbatı olan və ixracat üçün yerli məhsulların istehsalına səbəb olan fəaliyyət olduğu üçün kompleks amillərin turizm məqsədi üçün istifadəsinə əlverişli təşkilati-iqtisadi şərait yaradır. Kənd təsərrüfatının inkişafı ilə turizmin sahibkarlıq fəaliyyətinin arasında əlaqə formalaşmış infrastruktur potensialı və ekoloji mühit əsas rol oynayır.

Hər bir sahibkarlıq fəaliyyəti turizm məhsulu və turizm xidmətinin formalaşması üçün makrosəviyyəli və konkret məsələnin həllinə imkan verir. Belə ki, təhlükəsizlik şəraiti istehsal məhsullarının və emal müəssisələrinin buraxdığı ekoloji təmiz məhsula görə və onun turizm istehlakında xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Məhsulların istehsal həcmi və onun marketing quruluşu son nəticədə daxili bazarda istehlak üçün yerli məhsulun miqdarını, onun

səmərəli istifadəsini təmin edir. Kənd təsərrüfatı və turizm arasında qarşılıqlı əlaqəsi əmtəə və xidmət bazarında, kənd təsərrüfatı məhsullarının, sosial mədəni tələbat sistemində isə regionların kompleks şəraitinin istifadə yolu ilə turizm dinamikası qiymətləndirilir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının ümumi dinamikası və məhsuldarlığı turizmin inkişafı üçün ərzaq və kənd əhalisinin maddi imkanlarını formalaşdırır. Əhalinin ərzaq təminatı artdıqca onun ixracatı üçün əlavə vəsait və turistlərin istehlakı və forması üçün turizm sənayesinə xammal yaratmaq imkanları artır.

Cədvəl 26.1

Kənd təsərrüfatı bitkilərinin ümumi yığımı
(təsərrüfatın bütün kateqoriyaları üzrə)

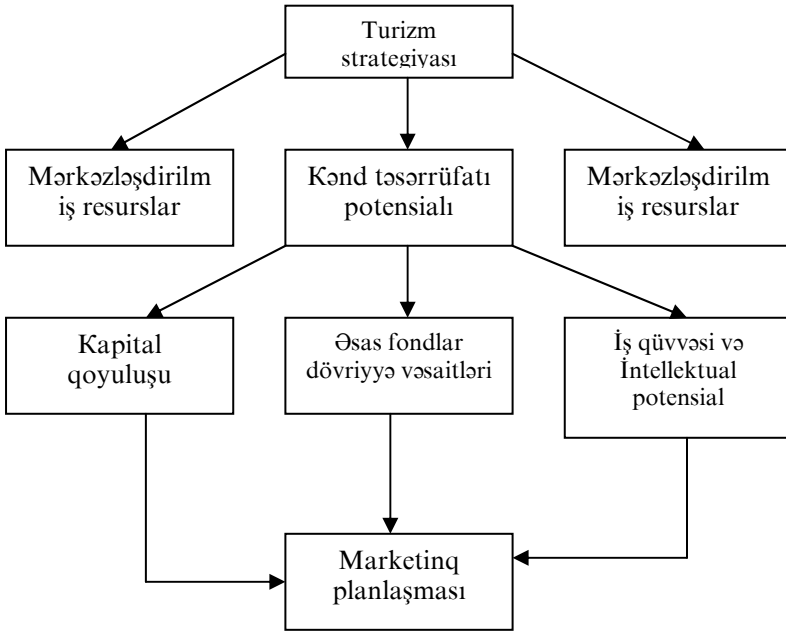
Məhsullar	2000	2005	2007	2008
Ümumi yığım, min ton				
Taxıl mədaxil çəkisində	1540,0	2126,7	2004,6	2498,3
Tənzimləmədən sonrakı çəkiddə	1508,9	2077,3	1965,1	2446,1
Pambıq	91,5	196,6	100,1	53,7
Tütün	17,3	7,1	2,9	2,5
Şəkər	46,7	36,6	141,9	190,7
Dən üçün günəbaxan	3,7	16,1	13,4	10,5
Kartof	469	1083,1	1037,3	107,71
Tərəvəz	780,8	1127,3	1227,3	1228,3
Bostan məhsulları	261	363,8	417,3	4017,5
Üzüm	76,9	79,7	103,4	115,5
Meyvə və giləmeyvə	477	625,7	677,8	712,8
Çay yarpağı	1,1	0,7	0,5	0,32

Kənd təsərrüfatı məhsullarının artımı ərzaq bazarına, idxala və emal sənayesi üçün zəruri olan xammal və turizm sahəsində işləyənlərin istehlak bazarını ödəməyə imkan verir. kənd təsərrüfatı istehsalı, xidmət üçün zəruri olan maliyyə potensialının mülkiyyət formasından asılı olmayaraq mənbələr və istiqamətlər üzrə stimullaşdırır. Kənd təsərrüfatının inkişafı strategiyası, bu sahədə

mərkəzləşdirilmiş fondlar, bank kreditləri və əhalinin maliyyə potensialı hesabına mənbələrin turizmə meyillərini artırır. Dövlətin turizmə dəstəyi və turizm proqramları əsasında liberallaşmanın təşkili, kənd təsərrüfatı imkanı olan regionlarda turizmə meyilliyi artırmaq üçün azad iqtisadi zonalar və xüsusi müəssisələrin inkişafı dəstəklənir.

Turizmin inkişafı daha çox hər bir regionda resurs təminatı ilə yanaşı, xarici turistlərin axınına stimül yaratmaqla tənzimlənir. Bu məqsədlə turizm bazarının region strukturu ilə yanaşı onun marketing strukturu formalaşır. Marketing planlaşması turizm motivləşməsinə səbəb olan sosial-iqtisadi parametrləri və həmçinin bazar prioritetləri üzərində qurulur. Bazar tələbi isə turistlərin hansı ölkədən gəlməsi, onların şəxsi tələbatını, onların turizm motivini və istehlak davranışını öyrənməklə uyğun olaraq istehsal və bazar təklifi tənzimlənir. Turizmdə kənd yerlərinin təbii-coğrafi, iqtisadi amilləri ilə yanaşı, əhalinin özünün məşğulluq səviyyəsi, ev təsərrüfatlarında istehsal və istehlak üçün alıcılıq qabiliyyəti ilə ölçülür. Ona görə də region turizm strategiyası əhalinin gəlirlərinin səviyyəsinə və həmin gəlirlərin istifadəsi istiqamətlərinə uyğun yerli əhali üçün turizm obyektləri yaradılır. Ərzaq məhsullarının yerli əhali, turistlər və ixracat məhsulları üzrə planlaşması uyğun olaraq vacib məhsullar üzrə balansların tərtibinə gətirib çıxarır. Ərzaq məhsullarının ixracat potensialının artırılması yolu kimi xarici turistlərə satışın əsas istiqamət olaraq dövrüyyənin artırılmasını zəruriləşdirir. Respublikada ərzaq bazarında müsbət saldo ölkəyə gətirilən pulları artırır, aparılan məhsul və xidmətlər istehlakını artırır. Turizm xidməti kəndin kompleks və perspektiv islahatlar proqramları ilə reallaşır. Kompleks proqramlar uyğun olaraq iki əsas məqsəd və korporativ resursların biri-birini əvəz etməsi və gətirilmiş məsrəflərin minimumlaşdırılması yolları ilə baş verir. Belə ki, turizm məqsədləri və kənd təsərrüfatının inkişaf proqramları məqsəd və istifadəsi

mexanizmləri vasitəsi ilə baş verir. Prinsipial olaraq aşağıdakı ardıcılığını təklif etmək olar.



Sxem 2.1. Turizmin məqsədli proqram yanaşma metodunun kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsi.

Kənd təsərrüfatı turizm baxımından islahatlar proqramının obyektı və onun tənzimlənməsi və idarə edilməsi münasibətləri müasir şəraitdə istehsal, bölgü və idarəetmə quruluşunun təkmiləşməsi ilə baş verir.

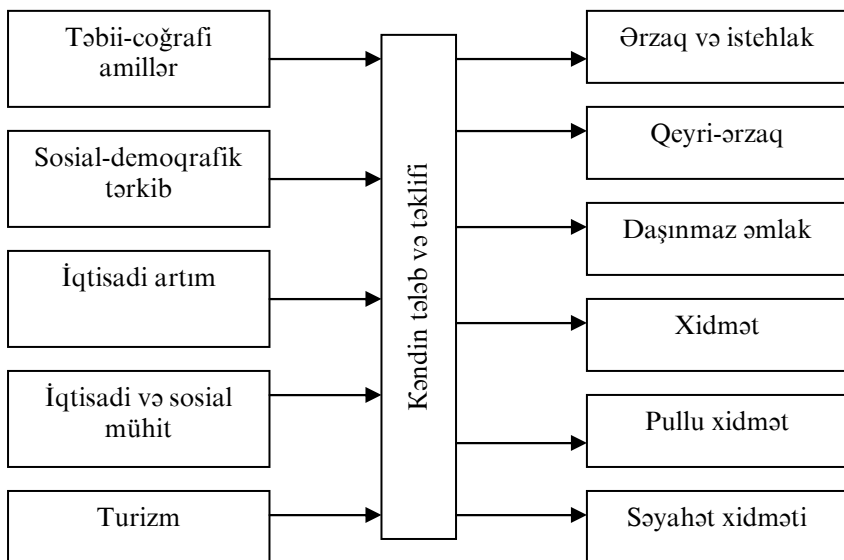
Sxemdən göründüyü kimi, turizmin inkişaf strategiyası, regional və təsərrüfat obyektlərinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Daha çox turizmə dəstək proqramları bu sahədə məşğulluğun yüksəldilməsi, resursların bu sahəyə yönəldilməsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizm regionlarda inkişaf sahibkarlığına yardım və güzəştli vergi, kredit və maliyyə dəstəyi hesabına

reallaşır. Regionların mövcud potensialı islahatlara uyğun inkişaf meyillərinə nail olmaq üçün onların intensiv istifadəsi və dövlət himayəsi tələb edir. Bu məqsədlə əhalinin və kənd təsərrüfatının turizm yönümlü investisiya istiqamətləri reallaşır. Bütün mənbələr və prioritetlər üzrə turizm investisiyası əsasən mərkəzləşdirilmiş faizlər, əhalinin xüsusi vəsaitləri və xarici investorları, kapital qoyuluşu, yaxud bank kreditlərinin hesabına inkişaf etdirilir. Turizmin inkişafı üçün kənd təsərrüfatında rentabellik səviyyəsini qaldırmaq üçün xərclərin azaldılması, bəzi vergilərin minimumlaşması və ixracat vergisinin aşağı salınması salmaqla məhsulun maya dəyəri aşağı salınır.

Kəndin sosial inkişafı və kəndin əhalisinin maddi rifah səviyyəsi, kənd əhalisi üçün potensial sosial obyektlərin dövriyyə cəlb edilməsi və onların səmərəli istifadəsi bütövlükdə və xüsusi məqsədlər üçün turizmə şərait yaradır. Kənddə torpaq islahatları, özəl sektorun inkişafına yaradılan iqtisadi və sosial mexanizmlər, dövlətin himayəçilik siyasəti və sahibkarlığın, ev təsərrüfatının yeni formaları ərazi potensialı kimi inteqral səmərə yaradır. Kənd əhalisinin həyat səviyyəsi kənddə yoxsulluğun səviyyəsi və əsas hədəfləri bütövlükdə iqtisada artıma və proqnozlaşma üçün əlavə resursların cəlb edilməsinə şərait yaradır. Kənd əhalisinin gəlirlər səviyyəsi artımı hər bir kənd əhalisinin istehlak bazarında struktur seçim qabiliyyətini müəyyən edir. Turizm tələbatı kənd əhalisinin istehlak həcmi və konkret tələbatının ödənilmə dərəcəsi ilə müəyyənləşir. Əgər ərzaq və qeyri-ərzaq tələbatı ödənilirsə, onda turizmin inkişafı üçün ehtiyatların əhali hesabına formalaşması imkanları baş verir. Əhali gəlirlərinin və xərclərinin formalaşma mənbələrini tənzimləmək, bazar strukturunda yeni istehlakçıların seçimini və xarici turistlərin motivini genişləndirir. Daha çox xarakterik cəhət yaşayış səviyyəsi ilə turist xidmətlərinə olan ehtiyacların dinamikası təşkil edir. Belə ki, yaşayış minimumu səviyyəsində yaşayan əhalinin

istehlak xərclərində ərzaq və qeyri-ərzaq xərcləri üstünlük turizm xidmətləri isə perspektiv xərclər strukturuna daxil edilir. Əhalinin istehlak davranışında yeni tələbatlar və daha çox istirahət və yerdəyişmə ilə bağlı olan ehtiyaclar məcburi və könüllü formada, mövcud və perspektiv imkanlar çərçivəsində həll edilir. Daha çox xarakterik hal kənd əhalisinin təsərrüfat həyatı, sərbəst vaxtın azlığı və adambaşına düşən gəlir səviyyəsinin aşağı və onun pul formasında azlığı turizmin inkişafını ləngidir.

Kəndin çox ukladlığı, onun sahə və funksional təyinatında bir rəngərənglik və əməli idarəetmə, çevik tənzimləmə siyasəti formalaşdırır. Daha xarakterik cəhət kəndin ərazi kompleksi kimi sahə maraqları ilə ərazi maraqlarının inteqrasiyası rol oynayır. Kəndin məhz ərazi kompleksi kimi səmərəliliyi təbii-coğrafi, əhali və aparıcı sahə strukturlarının resurslarının inteqrasiyası və onlardan istifadənin səmərəli əvəzetmə metodikası ilə bağlıdır. Ona görə də kəndin sosial-iqtisadi inkişaf problemləri ilə sahələrin inkişaf və islahatlar proqramları arasında aşağıdakı prinsiplial sxemlə ifadə olunur.



Kəndin sosial-iqtisadi inkişafı ərzaq bazarını və ərzaq təhlükəsizliyini təmin edir. Ərzaq bazarı sənaye və kənd təsərrüfatı və digər xalq təsərrüfatı sahələri arasında əlaqəni yaradır.⁷⁴(s.5)

Kənddə yoxsulluq səviyyəsi və əhalinin gəlirlərə görə qütbləşməsi istehlak bazarında əhali gəlirlərindən onun forma və mənbələrindən asılı dinamikasını formalaşdırır.⁷⁵ Əhali gəlirlərinin kənd və şəhər əhalisi üzrə paylanması dinamikası 2000-2007-ci illərdə ümumi artım meyilini göstərir. Yoxsulluq səviyyəsində yaşayan əhali kənd yerlərində şəhər yerlərinə nisbətən azdır. Amma kəndin təbii-coğrafi iqlim şəraiti ancaq sağlamlıq və dini turizm istiqamətləri üzrə üstünlük təşkil edir.

⁷⁴ Salahov S.V. İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları. Bakı, 1998, s.83.

⁷⁵ Əlirzayeva T.Ə., Əlirzayev Ə.Q. Əhalinin gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri. Bakı, 2007.

Ərzaq bazarını formalaşdıran sahə kimi kənd təsərrüfatın turizm bazarına bir başa və dolayısı yolla təsir edir. Kənd təsərrüfatı turist sifarişinə uyğun özünün istehsal və emal müəssisələrini onun istehsal güclərini və ərazilər üzrə yerləşməsi sxemini formalaşdırır. Kənd təsərrüfatının gəlirləri əhali gəlirlərinin mənbəə və istehakı üçün şərait yaratmaqla kənddə istehlak bazarının əsas segmentləşməsini, onun marketinq quruluşunu yaradır. Kənd təsərrüfatı və aqrar sektorun əsas istiqamətləri ekoloji təmiz həmçinin turist məhsulları istehsalını, turizm sənayesi və qonaqlar üçün milli mətbəx və fərdi ev təsərrüfatında uyğun istehsal məhsulları və xidmət sferası formalaşdırır.

Kənd əhalisinin istehlak xüsusiyyətləri, yerli turizm məhsullarına tələbatı formalaşdırır. Ev təsərrüfatında daşınmaz əmlak qoşqu və heyvandarlıq turizm üçün kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalını artırır.

Kənd təsərrüfatında özəl sektorun xüsusi çəkisinin yuxarı olması, ev təsərrüfatının daha çevik və şəxsi istehlaka yönəldilməsi turizmin inkişafı üçün potensialı maddi struktura kimi formalaşır. Kənd təsərrüfatı istehsalının və aqrar kompleksin formalaşması kəndin sosial inkişafı üçün maddi və əmək bölgüsü sistemini formalaşdırır ki, bu da öz növbəsində struktur dəyişmələrin səmərəli variantını proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Cədvəl 26.2.⁷⁶

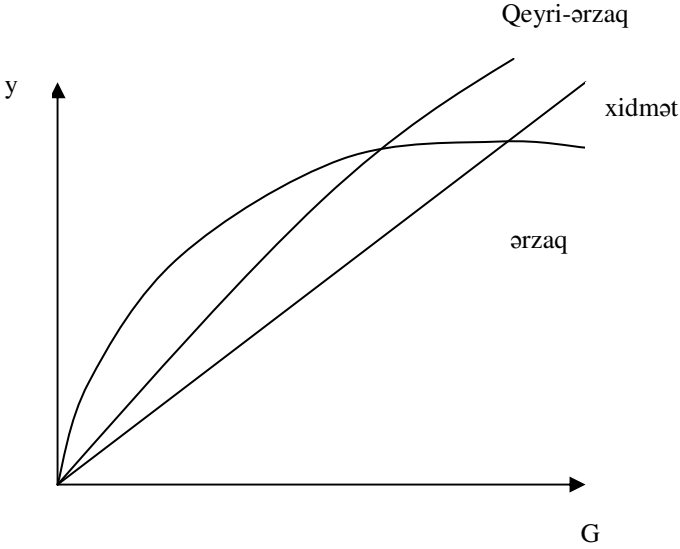
2007-ci ildə yaşayış yerləri üzrə ev təsərrüfatının adambaşına düşən gəlirlərə görə bölgüsü (faizlə)

	Cəmi	Şəhər yerləri	Kənd yerləri
Ev təsərrüfatları	100	100	100
0-30 manat	0,1	0,1	0,1
30,1-35,0	0,0	0,0	0,2
35,1-40,0	0,3	0,2	0,4
40,1-45,0	0,7	0,4	1,0

⁷⁶ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2008. səh.163.

45,1-50,0	1,4	1,3	1,6
50,1-55,0	3,2	2,6	3,9
55,1-60,0	3,8	2,8	4,9
60,1-65,0	7,8	6,6	9,3
65,1-70,0	7,6	6,4	5,8
70,1-75,0	8,7	7,6	9,8
75,1-80,0	8,5	7,7	9,5
80,1-85,0	7,5	7,1	8,0
85,1-90,0	6,7	6,4	7,0
90,1-95,0	6,1	5,7	6,6
95,1-1000	5,4	5,8	4,8
100,1-110,0	8,7	9,3	6,9
110,1-120,0	6,0	6,7	5,1
120,1-130,0	4,5	5,5	3,5
130,1-140,0	3,1	3,6	2,4
140,1-150,0	2,5	3,2	1,7
150,1-160,0	1,8	2,3	1,2
160 və çox	5,1	8,4	3,4

Əhalinin gəlirləri onun alıcılıq qabiliyyətini və onun istehlak strukturunda tədiyyə qabiliyyətini formalaşdırır. Kənd əhalisinin gəlirlərində kənd təsərrüfatı məhsullarının satışından alınan gəlirlər və natural istifadə yolu ilə məcmuu gəlirlərdə yüksək xüsusi çəkiyə malikdir. Gəlirlərin formalaşması maddi və mənəvi nemətlərin istehlakında üstünlük yaradır. Üstünlük baxımından gəlirlərin artımı ilə tələbatın ödənilməsi dərəcəsinin doyma halına yaxınlaşma səviyyəsi əsas rol oynayır. Qrafiki olaraq aşağıdakı qanunauyğunluq baş verir.



Xidmət istehlakına görə və yaxud istehlakın strukturunda xidmətin payına görə əhalinin istehlak tiplərinə bölmək olar. yəni istehlakın qütbləşməsində rolu qiymətləndirilir.⁷⁷ Kəndin sosial vəziyyəti kənddə olan sosial infrastruktur obyektləri və kənd əhalisinin sağlamlıq, yaxud mədəni ehtiyacları başqa ölkələrə miqrasiyanın intensivliyinə təsir edir. Belə ki, bazar iqtisadiyyatı və sahibkarlığın inkişafının regionlar üzrə yerləşməsi və iş yerləri və sosial tələbatın yüksək olduğu şəhər və digər ölkələrə axın baş verir. Əlbəttə, əhali miqrasiyasının daimi və müvəqqəti səbəbləri, amilləri mövcud olur ki, bu da turizmə təsir edir. Əhalinin müqəddəs ziyarətçılara səfərləri və yaxud sağlamlıqla və istirahətlə bağlı müvəqqəti yerdəyişməsi rifah problemləri həll olunduqca daha fəal miqrasiya formasına çevrilir. O cümlədən, əhalinin 3-4 günlük səfərləri genişlənir. Respublika daxili turizmin obyektlərinin kənd regionlarında yerləşməsi, şəhərdə əhalinin son illərlə yüksək

⁷⁷ Римащевская Н.М. Швяков . Ж. Общество и экономика.

sürətlə artması və yaşamaq üçün təbii mühitin ekoloji tarazlığın pozulması amilləri təsir edir. Son illərdə respublikada sahibkarlığın və dövlət təşkilatlarının mərkəzi şəhərlərdə yerləşməsi əhalinin şəhərlərdə yerləşməsinə səbəb olur. O cümlədən, Bakı və Abşeron iqtisadi regionlarında sahibkarların 60%-i yerləşdiyi üçün iş yerləri ilə bağlı əhalinin bu zonada toplanması xroniki hal alıb. Resursların təbii və coğrafi amillərin kənd və regionlarda yerləşməsi, xüsusi növ sahibkarlığın inkişafını tələb edir. O cümlədən, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı, heyvandarlıq məhsulları və təbii mineral su istehsalının sahibkarlıq fəaliyyəti kimi genişlənməsi sənəticədə həmin regionlarda resurs potensialını artırır və əhalinin daxili turizm tələbatına uyğun infrastruktur obyektlərini genişləndirir.

Turizmin inkişafının respublikada potensial amili və əsas kontingent təminatı, həmçinin xarici ölkələrin firma və respublikada investisiya qoyan şirkət və dövlətlərin inzibətçi işçiləri mütəxəssisləri, səfirliklər və həmçinin beynəlxalq transmilli kompaniyaların əməkdaşları təşkil edir. Turizm bazarı respublikada fəaliyyət göstərən və yaxud yeni layihələşdirilən turist müəssisələrinin ümumi sayı onların yeniləşməsi və yeni tələblərə uyğun turizmin bazalarının tikilməsi ilə bağlıdır.

Turizm bazarının layihələşməsi investisiya mənbələrinin və investisiya risklərinin artırılması və təminat sistemi ilə idarə olunur. Turizm bazarında yerli əhali, xarici turistlər və respublikada yaşayan xarici vətəndaşların turizm məhsuluna tələbatını nəzərə almaq mütərəqqi dəyişmələri və dünya standartlarına uyğun turizm xidmətinin təşkili ilə yeniləşmə baş verir.

Kənd təsərrüfatının inkişafının əsas planlaşma və marketinq təşkili, turizm inkişafı üçün sahə amili olmaqla idarəetmə sisteminin təkmilləşməsi ilə səmərəli nəticələr əldə olunur. Belə ki, daha xarakterik cəhət kənd təsərrüfatının ekoloji sosial nəticələrinin turizm potensialının və onun

dövriyyəsinin genişlənməsində rolu ilə qiymətləndirilir. Kənd təsərrüfatı istehsalının həcmi və onun emalının təşkili üçün investorların cəlb edilməsi, onların regionlarda məskunlaşması şəraitlərinin kompleks sosial infrastruktur obyektlərinin tikilməsi xarici firma və işgüzar turistlərin gəlişini artırır. Fikrimizcə, işgüzar turist axını xırda biznes fəaliyyətinin regionlarda genişlənməsi və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalının daha intensiv olması ilə bağlıdır. Respublikada təbii sərvətlərdən düzəldilən yağlar, dərmanlar, şirələr və yaxud dünyada qıt olan perekatların istehsalı üçün obyektiv və məhsuldar şərait vardır. Respublikada xarici investisiyaların maddi, maliyyə köməyi ilə yeni firmaların işgüzar turizm obyektləri kimi fəaliyyətini tənzimləmək olar. O cümlədən, pambıq, taxıl emalı, meyvə və tərəvəz, mineral sular, dəyirmanlar, bitki yağları sahəsində yeni firmalara ehtiyac vardır. Bu firmalar xarici vətəndaşların tam investisiya qoyulması, azad zonalar və yaxud xüsusi müəssisələr kimi bütün güzəştlərdən istifadə olunması yolu ilə mümkün ola bilər.

Respublikada təbii otlar, çiçəklər, bəyan, kəklik otu, baldırqan və digər bitkilərin ərzaq dövriyyəsinə cəlb edilməsi həm xarici firmaların yaxud dövlət dəstəyi ilə xaricə çıxmaq imkanlarını dəstəkləmək yolu artırıla bilər. Respublikada emal sənayesini tənzimləmək və onun əsas istiqamətlərini stimullaşdırmaq üçün azad iqtisadi zonaların yaradılması vacib istiqamət olaraq inkişaf etdirilir.

Kənd təsərrüfatı potensialının təşkili və onun həcmi və strukturunun təkmilləşməsi, istiqamətləri bazar iqtisadiyyatı şəraitində mülkiyyət münasibətlərinin təkmilləşməsi, gəlirlərin bölgüsü və ünvanlı yardım siyasəti ilə baş verə bilər. Kənd təsərrüfatının əsas sahələri kommersiya maraqları üzərində qurulmaqla bərabər sosial inkişaf və əhalinin genişlənməmiş tələbatına uyğun siyasətlə bağlıdır. Ona görə də hər bir ölkədə kənd təsərrüfatına himayəçilik siyasəti spesifik xüsusiyyət kəsb edir. Kənd təsərrüfatında

dövlətin himayəçilik siyasəti büdcə xərcləri, prioritetlərin seçilməsi həmçinin kənd təsərrüfatının özünün sahə və ərazi quruluşunun təkmilləşməsi ilə baş verir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracatı və onun emalı üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin çərçivəsində turizm sahibkarlığına üstünlük verilməsi əsas istiqamət olaraq inkişaf etdirilir.

Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı müəssisələrinin özəl prinsiplər əsasında qurulması, onun təşkili formalarında səhmdar cəmiyyətlərin, yeni mütərəqqi təsərrüfat formalarının genişlənməsi, ərzaq və sahə komplekslərinin genişlənməsi ilə baş verir.

Turizmin kənd təsərrüfatı, meşə və ekoloji mühitin qorunması ilə sıx əlaqədə olması bu sahələrin inkişafının turizm potensialına istiqamətləndirir. Ekoloji mühit və ekoloji tarazlıq konsepsiyası kənd təsərrüfatı sahələrinin ərzaq təhlükəsizliyi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Bu da öz növbəsində ərazinin təhlükəsizliyi onun kompleks şəraitinin dünya standartlarına uyğun xarici turizm tələbatını qiymətləndirməklə transformasiya olunur.

Kəndin əsas islahatlar proqramları tərkibində kəndin həyat şəraitini dəyişdirən onu şəhər və ümumi respublika inkişaf dinamikasına yaxınlaşdıran bir sıra ərazi və sahə proqramları və onların sosial nəticələri ilə idarə olunur. daha çox ərzaq proqramı, ayrı-ayrı məhsulların istehsal və istifadəsini tənzimləyən bir məhsul və kompleks məhsullar proqramları hazırlanır. Bu gün xarakterik cəhət sahibkarlıq fəaliyyəti kimi pambıq, taxıl və ət, süd məhsullarının istehsalı, onların keyfiyyəti və ekoloji təmizliyini təmin edən kompleks proqramlar hər bir təsərrüfat istiqaməti üçün zəruri şərtləri və metodları hazırlanır.

26.2. Kəndin sosial inkişafı və turizmin qarşılıqlı əlaqəsi

Kəndin sosial-iqtisadi mahiyyəti məskunlaşma ərazisi olaraq özünün tabeliyində olan mülkiyyət formaları, əmək

bölgüsü və ayrı sahələrin və fəaliyyətlərin qarşılıqlı əlaqəsində inkişaf edən ərazi-təşkilati strukturadır. Kəndin təbii-coğrafi və torpaq resursları, onun ehtiyatları və əhalinin həyat səviyyəsinin mövcud vəziyyəti bir sıra istehsal və xidmət sferasının inkişafı üçün səmərəlilik baxımından müxtəlifdir. Ona görə də ərazi-inzibati rayonlaşma, həmin regionlarda sosial-iqtisadi sabitləşmə və dinamizm kənddə yaradılan iqtisadi mühit və kəndin regional xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq tənzimləmə yolları və resursları təşkil edir. Kəndin iqtisadi mahiyyəti və onun xüsusiyyətləri renta münasibətlərin və kəndin resurslarına əsaslanaraq müxtəlif gəlirlər əldə etmək qabiliyyətidir. Kəndin təsərrüfat fəaliyyəti, onun ərazisində olan sahələrlə iqtisadi münasibətləri istehsal, bölgü və mübadilə formalaşmış meyil və xüsusiyyətlər, həmçinin kənd təsərrüfatı və emal sənayesinin kənddə yerləşməsi və inkişafı meyilləri ilə bağlıdır. Hər bir regionda kəndin əhalisinin iqtisadi vəziyyəti həmin kəndlərin birbaşa təsərrüfat fəaliyyəti renta gəlirləri aktivliyi dərəcəsi ilə ölçülür.

Kənd əhalisinin məşğulluğu, regionda və kəndin ərazisində kənd təsərrüfatı sənaye sahələrinin xidmət və həmçinin istehsal və sosial infrastruktur obyektlərinin sayı və onların fəaliyyətinin sosial nəticəsi ilə ölçülür. Kənd əhalisinin gəlirləri, onların istehlak quruluşu ev təsərrüfatı və əmtəə bazarının tələb və təklif xüsusiyyətləri onların tarazlığı ilə ölçülür. Əhali gəlirlərinin formalaşma və reallaşma mənbələri ərazi prinsipindən kənara çıxmaqla şəhər və digər regionlarda özünün formalaşma mənbələrini kəsb edir. Daha çox istehlak yaxın regionlarda və şəhərlərdə formalaşır.

Ənd əhalisinin məşğulluğu onun gəlirlərinin və xüsusi təsərrüfat formaları onların istehlak strukturunda rolunu alıcılıq qabiliyyətini formalaşdırır. Kənddə ticarətin formaları, bazar strukturaları təhsil, səhiyyə və ev təsərrüfatı ilə bağlı istehsal və xidmət infrastrukturunu özünün

maddi əşya və pul mənbələrinə görə fərqlənir. Kənd əhalisinin həyat səviyyəsində diferensasiya obyektiv səbəblər üzündən meydana çıxır.

Azərbaycanın coğrafi və iqtisadi potensialının 50%-ə qədəri regionlarda və kənd yerlərində yerləşib. Kənd regionları təbii ehtiyatlar olan dağ, əmək və torpaq resursları ilə sıx əlaqəlidir. Bu resursların bazar tipli inkişaf strategiyası şəraitində istifadəsi islahatların əsas istiqamətləri və islahatların səmərəli təşkili variantları ilə əlaqəlidir. Kəndin sosial-iqtisadi inkişafı onun resurs potensialının xarici turizm üçün faydalılığı regional turizmə şərait yaradır. İqtisadi cəhətdən oxşar iqtisadi zonalar resursların birgə təşkili və istifadəsi üçün turizm obyektlərinin tikilməsini və genişlənməsinə üstünlük verilir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının həcmi, onun istehlak xüsusiyyətləri emal və ixracat üçün faydalılığı və ayrı-ayrı regionlarda fərqli istehlak cəhətləri son nəticədə turizmə yanaşmanın metodoloji aspektlərini yaradır.

Kənd əhalisinin təbii artımı onun məşğulluğu, əmək və istehlak bazarında kənd təsərrüfatı və kəndin rolu son nəticədə prioritet istiqamətləri və xarakterik sahə olan turizm sənayesi və turizm infrastrukturunun əsas istiqamətlərini yaradır. Kəndin ərazisində olan infrastruktur obyektləri, mehmanxana və fərdi evlər, emal müəssisələri kənd əhalisinin məhsulunun alışı və satışı təşkili obyektləri turizmin daha faydalı olmasına şərait yaradır. Təbii resursun əsas mərkəzmələgətirici amilləri əhali artımı və əhalinin ictimai əmək və fədi fəaliyyətə cəlb edilməsi intensivliyi ilə bağlıdır. Ev təsərrüfatında məşğulluq, onun məhsulu və artan əmək ehtiyatları turizm inkişafı üçün resurs bazasını təşkil edir və kəndin inkişafı ilə bu potensialın artımı baş verir.

Kənd əhalisinin əmək ehtiyatları və real istifadə istiqamətləri, həmin potensialın səmərəli istifadəsi istiqamətlərini formalaşdırır.

Kənd əhalisinin və əmək ehtiyatlarının dinamikası

	2000	2005	2007	2007-ci ildə yekunə görə, faizlə	2008
Əmək ehtiyatları, min nəfər	4685,8	5038,8	5696,5	100	5791,3
İqtisadi fəal əhali	3248,2	4168,0	4295,0	93,5	4318,2
Yekuna görə faizlə	98,8	92,4	92,5	92,6	92,6
Kənd təsərrüfatında məşğul olanların sayı	1502,1	1510,0	1550,7	38,6	1546,3
Yekuna görə faizlə	31,9	31,0	30,8	38,6	38,3
Qeyri-dövlət müəssisələri üzrə bütün əhalinin məşğulluğu, %-lə	65,5	68,1	69,2	70,0	69,3
Muzdlı işləyənlərin orta illik sayı, min nəfər	35,8	44,9	45,0	45,0	46,0
Yekuna görə faizlə	3,4	3,5	3,3	3,3	3,4

Cədvəldən göründüyü kimi, kənd əhalisinin sayı bütün əmək qabiliyyətli əhalinin 30,8%-ni təşkil edir. Kənddə qeyri-dövlət sektorunda məşğulluq 69,2% təşkil edir ki, bu dinamikada kənd əhalisinin istifadəsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

⁷⁸ Cədvəl Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2008, s.110-119 əsasına tərtib olunub.

Kəndin coğrafi və təbii ehtiyatlarla zənginliyi və kəndin knd təsərrüfatı sənaye və kəndin xidmət sferasında məşğulluğu, ümumi bazar seqmentini və onun əhali qrupları üzrə qütbləşməsinə prioritet istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizm seqmentləşməsi kənd əhalisinin və kəndə gələn turistlərin, yaxud işgüzar sahibkarların istehlak seqmentləşməsi ilə müəyyənləşir. Turizm sferasına yönəlmiş məşğulluq fəaliyyəti xırda, orta biznesin formalaşması və onların artımı ilə proqnozlaşdırılır. Turizmdə əməyin xarakteri və onun fəaliyyət növü üzrə ixtisaslaşması daha çox qadın əməyinə, uşaq fəaliyyəti və işləməyən pensiyaçıların əməyinə əsaslanana bilər. Bu da kənd yerlərində əmək qabiliyyətli olan qadınların və ev təsərrüfatı ilə məşğul olan ailələrin əməyinin turizm sferasında zəruri olan məhsul və xidmət növlərinə uyğun inkişafını təmin edir. Turizmin inkişafı kənd əhalisinin torpaq və ev təsərrüfatı ilə bağlı olmasına əsaslanaraq daha çox xammal və emal olunmuş hazır məhsula ehtiyaclarla xüsusiyyət kəsb edir. Bu da mövsümü vaxtlarda kənd əhalisinin fəallığını artırır. Kəndə gələn respulika və xarici vətəndaşların xidməti üçün yerli əhalini fəallaşdırır.

Turizmin inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi inkişaf problemləri və yaxud kəndin sosial-iqtisadi rolu təhlil və proqnozlaşma metodologiyasından və prioritetlər sisteminin bazar münasibətləri inkişaf etdikə intensivliyindən asılıdır.

Azərbaycanın sosial iqtisadi inkişaf istiqamətləri ayrı-ayrı sahələrin və həmçinin və sosial potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etməklə əhalinin məskunlaşması və rifahının yüksəldilməsi kimi əsas prioritetlər üzərində qurulur. Belə prioritetlər prizmasında turizmin inkişafı onun biznes fəaliyyəti və digər sahələrin kompleks inkişafında rolunu nəzərə almaqla perspektiv fəaliyyət növü kimi əsaslandırılır.

Ona görə də turizmin inkişafı məqsədyönlü transformasiya sisteminin tərkib hissəsi kimi qəbul oluna bilər. Azərbaycan kəndinin iqtisadi və sosial statusu onun mövcud vəziyyəti və meyillər, dəyişmələr turizmin inkişafının amili kimi çıxış etməyə imkan verir. Respublika əhalisinin yarısının kəndlərində olması, sosial obyektlərin və insan inkişafı üçün təhsil, səhiyyə və məskunlaşma problemlərinin həlli ərazi bölümü olaraq, kəndin sosial iqtisadi inkişafı üçün daha mütərəqqi və müasir inteqrasiya elementi olan turizm sahəsinə ehtiyacları artırır. Respublikada iqtisadi artım, əhali və dövlət gəlirlərinin artımı və onların mənbələrinin bazar tipli dəyişmə meyilləri, maliyyə potensialının aşkarlıqla istifadəsi və təkrar istehsalda rolunu tənzimləmək üçün həmin gəlirlərin perspektiv inkişafı üçün istifadəsinin təkmilləşdirmə metodologiyasını hazırlayır.

Kəndin sosial iqtisadi inkişafında turizmin rolu aşağıdakı istiqamətlərdə özünü reallaşdırır:

- kənd əhalisinin məşğulluğu və onun xırda biznes fəaliyyəti və fərdi xidmət sferası genişlənir;

- əhalinin ev təsərrüfatı məhsulları xarici və yerli turistlər üçün istehlak, məhsul və xidmət istehlakı kimi istifadə olunur;

- regionun turizm infrastrukturunu üçün kəsb olunan iqtisadi və sahə resursların intensivliyi, məqsədli təyinatı genişlənir;

- turizm sahəsində istifadə olunan təbii və yerli resurslarına görə ödəmələr artırır ki, bu da ərazinin maliyyə balansını və maliyyə resurs tarazlığını formalaşdırır;

- kənd əhalisinin xüsusi mülkiyyəti və daşınmaz əmlakı ayrı-ayrı turist məqsədləri üçün istifadə edilməklə ailə gəlirlərinin formalaşmasında icariyyə haqqının və yaxud muzzdu əməyə görə ödəmələrin həcmi artır;

- turizmin inkişafı kəndin sosial infrastrukturunu sferasını, rekreasiya obyektlərinin, səhiyyə və idman

müəssisələrinin, genişlənməsi və onların keyfiyyətinin yaxşılaşması meyillərini formalaşdırır;

- turizm sferası regionda əhali üçün beynəlxalq əlaqələri sürətləndirən bank kommunikasiya, yol və mehmanxana təsərrüfatı, ictimai işə obyektlərini artırmaqla daha çox kompleks ərazi məskunlaşma sferası yaradır ki, bu da öz növbəsində kəndin aqlomirasiya səmərəliliyini yüksəldir;

Turizmin bir sıra prioritet sahələri həmin regionda özünün resurs potensialının istifadəsində ixtisaslaşma səviyyəsini artırmaqla onun keyfiyyətini yüksəldir. Bu problemlərin həlli yolları bir sıra makro iqtisadi tədbirlər və konkret proqramlar əsasında reallaşır. Belə ki, respublikada müasir iqtisadi artımın perspektivdə turizmin inkişafı ilə təmin edilməsi konsepsiyası üçün büdcə xərclərinin və yerli gəlirlərin, əhali gəlirlərinin bu sahədə istifadəsinin stimullaşdırılması yolları tapılır. Daha çox xarakterik cəhət kənddə sahibkarlığın inkişafı üçün investisiya qoyuluşlarının təkmilləşdirilməsi əsas rol oynayır.

Azərbaycan kəndinin sosial demoqrafik tərkibi məşğulluq səviyyəsi və sahibkarlıq adət ənənəsi turizm bazarının tələbatına uyğundur. Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı və emalı yolu ilə turizm bazarında ərzaq tələbatını ödəmək, xidmət sferasında fəallıq və təşəbbüskarlıq potensialını turizm segmentləşməsində dövrüyyəyə cəlb etmək, həmçinin formalaşmış, tarixi və təbii resursların istifadəsi yolu ilə gəlir əldə etmək imkanlarını artırır. Kəndin iqtisadi potensialı, coğrafi şərait və məskunlaşma xüsusiyyətlər, həmçinin həmin kəndlərdə turizm məhsulunun formalaşması mənbələri turizmin motivini onun segmentləşməsini və turizm obyektlərinin xarakterini formalaşdırır və inkişaf etdirir. Bu problemlərin həlli turizm inkişafında dövlət prinsiplərini, bazar qanunları ilə uzlaşması metodlarını hazırlamağı tələb edir.

Turizmin inkişafında risklərin dərəcəsi daha çoxdur. Çünki turizm inteqrasiya amili və həmçinin digər sahələrin inkişafından daha çevik asılıdır. Belə ki, regionların kompleks şəraiti, beynəlxalq standartlara uyğun xidmət sferası, təhlükəsizlik və həmçinin kommertiya mənfəətinin sahə və ərazi interpretasiyası qeyri müəyyənliyi artırır. Ona görə də turizm riskləri qeyri səlist araşdırmalar və bir sıra təsadüfi parametrlərin təsirini almaqla sistem təsvir və modellər ilə planlaşdırılır. Turizmin regionlarda inkişafı, daxili və xarici resursların cəlb edilməsində eyni ərazi mühütünün və müxtəlif mülkiyyətlər üçün eyni şəraitin yaradılması ilə risklərin paylanmasına səbəb olur. Ona görə də turizmin inkişafında sistemli və inteqral səmərə prinsipləri əsaslanmalıdır. Azərbaycan Respublikasında kəndin sosial iqtisadi inkişafı onun resurslarının kompleks istifadəsi məşğulluq və əhalinin rifahı problemləri, onun ayrı-ayrı sahələrinin əhali motivinə uyğun seqmentləşməsi yolu ilə proqnozlaşdırılır. Azərbaycan Respublikasında kəndin inkişafı, bütövlükdə perspektiv ərazi inkişafının əsas aparıcı həlqəsi olmaqla, daha çox investisiya cəlb edən və əmək tutumlu sahələrin inkişafı ilə bağlıdır. Belə ki, kənd əhalisinin demoqrafik tərkibi, onun ərazisində kənd təsərrüfatı sahibkarlığı, xidmət sferası, daha çox turizmin potensialının artımını təmin edir. Kəndin sosial iqtisadi inkişafı, regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqraması əsasında maliyyə resurslarının bütün mənbələr üzrə cəlb edilməsi yolu ilə mümkün olur. Daha çox dövlət büdcəsi yerli büdcələr, əhalinin ailə büdcəsi və müəssisə təşkilatlarının və sahibkarların xüsusi vəsaitləri hesabına turizmin maliyyə mənbələri formalaşır. Turizmin kommertiya fəaliyyəti kimi təkmilləşməsi və yerləşməsi turizmin tələbat sistemi kimi formalaşması amilləri təhlil edir. O, cümlədən dövlətin və sahibkarların gəlirləri hesabına stimullaşma mexanizmləri təşkil olunur. turizm gəlirlərinin bölgüsü və yenidən bölgüsü Rəqabət mühütü

şəraitində bu sahənin biznes fəaliyyəti sistemində rolunu artırır. Turizmin inkişafının regionlar üzrə genişlənməsi, regionların təbii iqlim və coğrafi mühütü ilə yanaşı həmin regionların inkişafına dövlət himayəsi və sahibkarlığa kömək fondu ilə göstərilən yardımlar təşkil edir.

Turizmin sosial iqtisadi mahiyyətivə onun Azərbaycan iqtisadiyyatında rolu, perspektiv istiqamət olmaqla, daha çox iqtisadi artım və neft gəlirlərinin optimal istifadəsi yolu ilə təmin olunur. optimal bölgü sistemi neft gəlirlərinin azalması tempinə uyğun turizm gəlirlərinin artması yolu ilə kompensasiya olmalıdır. Ona görə də turizm sahəsi və onun regional spektri respublika iqtisadiyyatı və sosial inkişafı üçün prioritet istiqamətlərdir.

Kənd təsərrüfatında maliyyə resursları icariyyə təsərrüfatı yolu ilə digər sahədə məşğul olan sahibkarların vəsaitlərini cəlb etməklə genişlənilir. Ona görə də bazar strukturu kimi kənd təsərrüfatında səmərəli təşkilatı iqtisadi quruluşu strateji və marketinq planlaşması arasında əlaqələrin təkmilləşməsi ilə mümkün olur. Kənd təsərrüfatında dotasiya, subsidiya yolu ilə və yaxud uzun müddətli lizinq yolu ilə maliyyə yardımı həmin sahənin daxili maliyyə tələbatını ödəməyə imkan verir. Ona görə də qeyri dövlət maliyyə resursları ilə dövlət maliyyə resursları arasında ekvivalent mühütünün yaradılması, əsaslı vəsait qoyuluşu dinamikasında xüsusi sektorun rolunu artırır.

Kəndin çoxukladlı sfera olması və kəndin, şəhər və xarici investorların cəlb edilməsi, fəaliyyətində kapital tutumlu sahələrin xarakteri, bütövlükdə maliyyə şəffaflığını tələb edir. Kəndin inkişafının maliyyə əsasları dövlətin və xarici ölkələrin həmin əraziyə yönəldildiyi birbaşa və dolayısı investisiyalar hümanitar yardımlar və transmilli kompaniyaların öz istehsal və fəaliyyəti üçün yaradılan infrastrukturular ilə həll edilir.

Turizm layihələrinin tərtibi və onun maliyyələşməsi xarici investisiyaların və beynəlxalq korporasiyaların cəlb

edilməsi yolu ilə daha da genişlənir. Bu da kənd əhalisinin məskunlaşması, kənddə yoxsulluğun azaldılması, kənddə iş yerlərinin açılması və xırda sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşması məqsədi ilə cəlb olunması korporativ idarəetmə istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Ona görə də turizm inteqrasiya amilini gücləndirən və yaxud inteqrasiya amilindən istifadə etmək yollarını stimullaşdıran və onları təkmilləşdirən ərazi inkişaf və mədəni sosial əlaqələri yeni inkişaf mərhələsinə qaldırmaq imkanları verir. Kəndin təsərrüfat subyektlərini, fiziki və hüquqi şəxslərin birbaşa xarici ölkələrlə əmtəə, xidmət və pul dövriyyəsinə gücləndirmək kənd əhalisinin xarici əlaqələr sistemində liberalizmi və ixtisaslaşma səviyyəsini təkmilləşdirməyə imkan verir. Kəndin kompleks inkişafı və onun inteqrasiya fəallığı islahatlar proqramı çərçivəsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Proqram xarakterli tədbirlər birbaşa sosial infrastruktur obyektlərinin və komplekslərin inkişafına yönəldilir. Daha çox kənd və regionların elektrik, istilik və su təminatı, mənzil tikintisi, nəqliyyat və bazar iqtisadiyyatı şəraitində əhalinin öz məhsulu və xidmətini reallaşdırmaq üçün uyğun infrastruktur obyektləri yaradılır. Bu istiqamətdə sahibkarlıq və qeyri-dövlət resurslarının, xarici investorların cəlb edilməsi üçün güzəştli şərtlər sərəhəyanı ticarət və xüsusi fəaliyyətlə məşğul olan obyektlər yaradılır.

Dövlətin, müəssisə və təşkilatların xüsusi vəsaitləri hesabına kollektiv istehlak müəssisələri olan xəstəxanalar, diaqnostik mərkəzlər, olimpiya kompleksləri və nəqliyyat kompleksləri, turizm bazaları və regionlar arası xidmət mərkəzləri yaradılır. Bütün mənbələr hesabına sosial obyektlərin tikilməsi və onların istifadəsi istiqamətləri, müasir şəraitdə turizm sənayesinin və turizm üçün zəruri olan infrastruktur yaradır. Respublikada regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramları hər bir regionun və regionlar arası inteqrasiya olunan şəraitin yaradılmasına bu da vahid

turizm məkanını yaradılmasına səbəb olur. Respublikada kəndin və regionların inkişaf proqramları bir sıra hədəflər üzərində qurulur. Məqsəd regionların əmək və təbii resurslarını regionlararası inteqrasiya amillərini və xarici ölkələrlə sərbədiyyanı ticarət, mədəni əlaqələrin və gediş gəlişin əlverişliyindən istifadə etməklə turizmin respublikada zonalar üzrə funksional bölgüsünü təmin etməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə 2009-2015-ci illər üzrə Azərbaycanda regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramı mövcud və perspektiv imkanların genişlənməsi, yeni investisiya mənbələri və texnoloji sistemlər cəlb etməklə turizmin regional aspektlərini genişləndirməkdən ibarətdir. Turizmin regional aspektləri, hər bir regionun turizm fəaliyyəti ilə ixtisaslaşması metodikasına əsasən aparılır. Azərbaycanda iqlim şəraitinin müxtəlifliyi, amma ərazinin yaxınlığı turizm üçün coğrafi cəhətdən üstün olan cəhətlərin turizm dövrüyyəsinə cəlb edilməsinə səbəb olur. İnvestisiya mənbələri prioritetlər üzərində qurulan istiqamətlər üzrə formalaşır. Azərbaycan Respublikasında 1996-cı ildən başlayan iqtisadi artım və dinamik inkişaf templəri və ümumi daxili məhsulun hər il müntəzəm artması 2006-cı ildə 36,6%, 2007-ci ildə 26% olması uyğun sənaye potensialının və kənd təsərrüfatında struktur dəyişmələri turizmin regionlarda inkişafına stimullar yaradır. Dövlət özünün büdcə xərclərində birbaşa və yaxud turizmin inkişafına yaradılan şəraitdə təsir edir. Ölkədə maliyyə potensialı, sahibkarların öz vəsaitlərini investisiya istiqamətində xərclənməsi prosesi daha geniş vüsət alır. Bu da müasir şəraitdə regionların toplanmış və perspektiv artı bilən xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla turizmin inkişafına şərait yaradır. Turizmin inkişafında sahibkarlıq daha üstünlük təşkil edir.

Turizmin regional xüsusiyyətləri respublikada regionlar arası və sahələrarası iqtisadi və sosial əlaqələrin vəhdəti və sistem halında təsiri ilə mümkün olur. Belə ki,

regionlararası infrastruktur layihələri turizmin respublikada vahid maraqlar əsasında inkişafında təmin edən sahə kimi formalaşır. Turizmin layihələri iri ola bilər. Bu da bütöv resurs potensialını cəmləşdirir və onların istifadəsində ərazi və sahə maraqlarını stimullaşdırır.

Daha xarakterik cəhət regionları və yaxud ayrı-ayrı şəhər və kəndlərin coğrafi mövqeyi keçid məntələri tranzit yollar və beynəlxalq səviyyəli görüşlərin məkanında yerləşməsi əlavə gəlirlərin yaranma mənbəsinə çevrilməsinə səbəb olur. Azərbaycan Respublikasında gömrük məntəqələri, tranzit yolların olması və beynəlxalq səviyyəli anroportların və həmçinin iri firma və dövlətlərin nümayəndəlikləri turizm xidməti üçün təşkilatı şərait yaradır. Bu da həmin regionlarda turizm gəlirlərini artırır. Gəlirlərin bölgüsündə iştirak payı müştərək gəlir əldə etmək qabiliyyətini formalaşdırır. Son illərdə mehmanxana təsərrüfatı və onların tutumlarının artması xarakterindən asılı olmayaraq turistlərin ümumi sayını artırır.

Mehmanxana və mehmenxana tipli müəssisələrin sayının artımı ümumi iqtisadi artımla tarazlı olaraq dəyişir.

Cədvəl 26.4.⁷⁹

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin
nömrə fondu (vahid)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nömrələrin otaqların ümumi sayı	5034	9827	10661	11403	11829	12789
O cümlədən						
Lüks nömrələr	515	1065	1283	1592	1849	1974
I dərəcəli otaqlar	3509	6619	5839	5690	6008	6066
Turist dərəcəli otaqlar	1010	2143	3539	4121	3972	4720
Turizmin sayının maksimum olduğu ay ərzində istifadədə olan otaqların sayı	1887	4919	6529	5839	6644	488

⁷⁹ Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2008. səh. 290

Turistlərin sayının maksimum olduğu ay ərzində istifadə olunan yerlərin sayı	1938	9985	12029	12736	13560	17428
--	------	------	-------	-------	-------	-------

Cədvəldən görüldüyü kimi, turist üçün otellərin sayı 2003-2007-ci ildə 3,9 dəfəyə yaxın artmışdır. Turizmin sayının pik olduğu aylarda özünün 4,6 dəfə artıb.

Turistlərin xarici ölkələrdən gəlməsi, onların məqsədləri uyğun olaraq turizm müəssisələrinin əsas vəzifəsini onun turizm motivinə uyğun planlaşma və idarəetmə xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir. Azərbaycan Respublikasında xarici ölkələrdən gələn turistlərin içərisində uzaq xarici ölkələrin xüsusi çəkisi ilbə il artır. 2000-ci ildə bütün göndərişlərin içərisində 50% yerli vətəndaşları 11% MDB məkanından 39%-i isə digər ölkələr təşkil edib. Turistlərin məqsədləri uyğun olaraq ölkə iqtisadiyyatının struktur dəyişməsi ərazilərlə turist şəraitinin yaxşılaşması ilə dəyişir. Bu isə regionların kompleks şəraitinin yaxşılaşması və turizm konsepsiyası baxımından həmin regionların inkişafı ilə bağlıdır.

Cədvəl 26.5.

Məqsədlərə görə turistlərin sayı

Turizmin məqsədi	2003	2004	2005	2006	2007	2008
İstirahət, əyləncə	1798	57649	79599	89346	120901	14267
İşgüzar səfər	102648	104184	141493	151174	138999	140443
Müalicə	1652	8986	17701	15118	7719	24541
Sair	24134	42453	24830	25577	37664	124323

Məqsədlərə görə turistlərin həcmində işgüzar turizm daha çoxluq təşkil edir. Belə ki, onların sayı 2007-ci ildə 139 min nəfər təşkil edib ki, Buda istirahət və əyləncə məqsədi ilə gələn turistlərdən 14%, müalicə məqsədi ilə gələnlərdən və yerləşdirilən əhalidən 80% çoxdur.

Turizmin məqsədlərinin prioritetliyi hər bir ölkədə turistlərin motivi ilə bağlıdır. Makrosəviyyəli miqyasda ixracat və idxala bağlı olaraq dəyişir. İdxal məhsullarına ehtiyat xarici işgüzar məqsədi ilə respublikaya gələn turistlərin sayını artırır. İşgüzar səfərlər daha çox biznes mühiti, respublikada resursların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsində yaradılan qanunvericilik bazasının və stimullaşma mexanizmlərinin səmərəli təşkili mühitində xeyli asılıdır.

Azərbaycan Respublikasında bütöv yaradılan şəhər və regional infrastruktur daha çox qonşu ölkələrdən 5-7 günlüyə gələnlərin sayını artırır. Dini mərasimlər, bayramlarla bağlı İran və Türkiyədən Azərbaycana gələn turistlərin əsas məqsədi istirahət və gəzinti təşkil edir.

Kənd tərizmi daha çox mövcud xarakter daşıyır. Bu işə gələn turistlərin motivinə uyğun regionların turist müəssisələri üzrə ixtisaslaşması istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Daha çox respublika mərkəzindən çox da uzaq olmayan Azərbaycan regionlarında təbii mühitlə bağlı turizm fəaliyyətini təşkil etmək imkanları artır.

Belə ki, Quba-Xaçmaz-Qusar iqtisadi regionlarının təbii və coğrafi şəraiti qış və yaz turizmi üçün yararlı xüsusiyyətlər kəsb edir. O cümlədən, xizək, gəzinti və istirahət məkanı kimi bu regionların kompleks şəraitindən istifadə üçün resursların cəlb olunması ilə azad iqtisadi zonalar yaratmaq olar. Kür çayının Mingəçevir və əsas Aran regionları hissəsində baydarka və idman bazalarını genişləndirmək çox səmərəlidir. Şəki-Zaqatala-Qax turizm zonası daxili və xarici turistlər üçün təbii resursları və iqliminə görə çox əhəmiyyətli zonalardır. Naxçıvan Muxtar Respublikasında dini turizm, istirahət və işgüzar turizm sahələrinin inkişafı əhəmiyyətlidir.

Turizmin regional və mərkəzləşdirilmiş maliyyə və təşkilatı quruluşu bir sıra qanunlar və həmçinin yaradılan mühitlə bağlıdır. Müasir şəraitdə kəndin və ərəzilərin

assosiasiya olunmuş təsərrüfat formaları turizmin müştərək formalarını artırmağa imkan verir. Turizmin mülkiyyət formaları, onun təşkili quruluşunda sənaye və kənd təsərrüfatı, həmçinin digər obyektlərin qarşılıqlı əlaqəsi son nəticədə daha səmərəli təşkilatı quruluş kimi turizmin inkişafını formalaşdırır.

Şəhər aqlomerasiyası və məskunlaşma problemləri regionlarda və kənd ərazisində turizmin inkişafına təsir edir. Daha çox xarakterik cəhət dağ regionlarında əhalinin məskunlaşması kəndin və şəhərin ərzaq təminatında əlaqəli və infrastruktur sahələri vahid turizm xidməti üçün şərait yaradır. Kəndin kompleks iqtisadi və sosial inkişaf şəraiti uyğun olaraq turizm müəssisələri və turizm planlaşmasında rəqabət mühiti yaradır. Daha çox səmərəli turizm fəaliyyəti rəqabətə davamlı strategiya olaraq inkişaf edir.

Kənd əhalisinin təbii artımı məskunlaşma dərəcəsi, məşğulluq və gəlirlər turizmini müəyyənləşdirir. Kənd əhalisinin yoxsulluq səviyyəsi təminat və yuxarı təminat olunmuş insanların sayı turizmin inkişafı üçün xərc strukturunu investisiya mənbəyi olan gəlirləri və həmçinin ev təsərrüfatını inkişaf etdirən yığım və maliyyə təminatı kənddə baş verən istehlak strukturunu formalaşdırır.

Kənd yerlərində və kənd təsərrüfatında xüsusi sahibkarlıq fəaliyyəti turizmin inkişafı üçün bazar tələbi və təklifinin formalaşma mənbələri kimi çıxış edir. Kənd regionlarında ev təsərrüfatlarının və fiziki şəxs kimi sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayının artması əmtəə və xidmət bazarında istehlak sferasında natural təsərrüfatların rolunu artırır. Azərbaycan kəndinin turizm fəaliyyəti sahəsində rolunun genişlənməsi üçün bütün imkanları əsas iki istiqamətdə qruplaşdırmaq olar:

1. Təbii artımın orta ömür səviyyəsinin yüksək olması insan inkişafı indeksinin yuxarı olmasına, bununla da davamlı turizm inkişaf strategiyası amilinin formalaşmasına səbəb olur.

2. Kənd yerlərində yerli təsərrüfat üçün bütün ailə üzvlərinin turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi, onların məcmuu gəlirlərini artırır.

Turizmin inkişafını ərazi təşkili vahid turizm komplekslərinin yaradılması ilə baş verir. Turizm sferasında əmək bölgüsü biri-birini tamamlayan kompleks fəaliyyətlərini və şəraitlərin məcmuu kimi sistem halında formalaşır. Bu sistemin formalaşması mülkiyyət forması, təşkilati quruluşu və məqsədlərindən asılı olmayaraq ictimai əmək bölgüsünün ən əlverişli əlaqə formasını proqnozlaşdırmaq üçün resurs təminatı yaratmaq metodlarına uyğunlaşdırılır.

Turizmin kənd təsərrüfatı kompleksində idarə olunma obyektı olaraq tənzimlənməsinin mexanizmləri tərtib olunur.

Kəndin sosial-iqtisadi vəziyyəti, onun respublikada tarazlı inkişafın ərazi strukturu kimi baxmaqla kəndin perspektiv tədbirlər hazırlanır. Daha çox büdcə-maliyyə və iqtisadiyyata yardım konsepsiyası hər bir səmərəli sosial nəticəyə uyğun islahatlaşma həyata keçirilir. Dövlət büdcəyə və yaxud yerli və əhali büdcə gəlirləri və xərclərinin kəndin və kənd təsərrüfatının bazar şəraitində turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi üçün bir sıra istiqamətlərdə təsir edir. Bu baxımdan dövlət büdcəsinin gəlirlərinin formalaşmasında kəndin ərazisi üçün xərclərin artırılması məqsədi ilə vergilər azaldılır və yaxud ayrı-ayrı xərclər üçün güzəştlər verilir. Kənd təsərrüfatında doqquz forma vergidən iki vergi – torpaq və əmlak vergisinin saxlanması və onların gəlirlərinin yerli büdcəyə daxil olması həmin ərazilərin kompleks inkişafı üçün şərait yaradır.

Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsinin xərc strukturunda müdafiə olunan xərclərin artırılması, sahibkarlığa kömək fondunun artırılması, onun istifadəsi istiqamətlərinin genişlənməsi istiqamətləri turizmin inkişafı üçün kəndin və kənd təsərrüfatının rolunu artırır.

Kənd əhalisinin məşğulluğunun əsas istiqaməti ev təsərrüfatı və xidmət sferası təşkil edir. Daha çevik bazar tələbatına əsaslanan ev təsərrüfatı əmlakın strukturu ilə səciyyələnir. Daha çox xarakterik cəhət natural istehlak üçün təsərrüfatdan alınan məhsullar və satış üçün bazara çıxan məhsullar təşkil edir. O cümlədən, liberallaşma səviyyəsi yuxarı olan ev təsərrüfatı, sahibkarlıq fəaliyyəti və fərdi xidmət yerli tələbata və əraziyə gələn turistlərin tələbatına uyğun təkmilləşir.

Turizmin inkişafı kənd əhalisinin yerli turizm müəssisələrinə üstünlük verməsi ilə səciyyələnir. Çünki mövsümü xarakterdə olan kənd təsərrüfatı və yaxud kənd əhalisinin məşğulluğunun digər növləri respublikadan kənarında deyil yaxud radiusda turizm xidmətindən istifadə edilməsini zəruriləşdirir. Xaricə axın kənd əhalisinin əldə etdiyi nominal gəlirlər və xərclər ilə müəyyənləşir. Kənd əhalisinin nəgd pulla təchizat imkanları şəhər və ölkə ilə müqayisədə xeyli aşağıdır. Ona görə də kənd əhalisi bir sıra müalicə və istirahət tələbatını ölkə daxilində reallaşdırır. Kəndin özündə turizm tələbatı, onun ödənilməsi formaları inkişaf səviyyəsinə görə geri qalır.

Kəndin sosial problemlərinin həllinin əsas istiqaməti olaraq əhalinin məşğulluğu, hər bir ailənin məcmuu gəlirlərinin artırılmasına yaradılan şərait, həmçinin kəndin infrastruktur sahələrinin, o cümlədən təhsil, səhiyyə və mədəniyyət sahələrinin inkişafına yaradılan şərait təşkil edir. Kəndin perspektiv inkişafı həmin sahələrin sosial xidmətlərinin əsas istiqamətlərinin bazar iqtisadiyyatı şəraitində davamlı inkişafı və uyğun olaraq kənddə məskunlaşma şəraitinin genişlənməsi yolu ilə mümkün olur.

Turizm sahəsi kəndin və kənd əhalisinin inteqrasiya sistemində daxil olması, kəndin kompleks inkişafında inteqrasiya amilinin istifadə olunması və həmçinin sosial-mədəni mərkəzlər olaraq milli və tarixi dəyərlərin

qorunması və onun istifadəsi yollarının tənzimlənməsi ilə intensivləşir.

Turizmin və kəndin qarşılıqlı əlaqəsi təsərrüfat və təşkilatı quruluşu, uyğun olaraq müasir şəraitdə strateji və lokal maraqların həlli ilə baş verir.

26.3. Sahələrarası əlaqələrin və sahə strukturunun turizmin idarə olunmasında nəzərə alınması

Turizmin regional xüsusiyyətləri və ayrı-ayrı sahə potensialına əsaslanan inkişaf meyilləri bu sahənin idarə olunması aspektlərini formalaşdırır. Dövlətin turizm sahəsinin inkişafına əsas dəstəyi qanunlar və proqram xarakterli tədbirlər yolu ilə həyata keçirilir. Dövlət tənzimlənməsi dövlətin mexanizmləri və ayrı-ayrı sahə və ərazi prioritetlərini nəzərə almaqla reallaşır. Respublikada turizmin inkişafının mədii əsasını iqtisadi artım və ayrı-ayrı sahələrin iqtisadi potensialı və onların tələbat və əmtəə xidmət təklifində, ixracat potensialında rolu ilə müəyyənləşir. Regionların iqtisadi potensialının yüksəldilməsi və kəndlərin əhalisinin həyat səviyyəsi və onların istehlak strukturunda baş verən keyfiyyət dəyişiklikləri ilə səciyyələnir. Kənd əhalisinin istehlak davranışı kənd əhalinin demografik tərkibi və onların məşğulluğu ilə ölçülür. Belə ki, kənd təsərrüfatı istehsalının məhsuldarlığı kənd əhalisinin tədiyyə qabiliyyəti kənddə bəzi tələbat növlərinin daha üstün artması qanunauyğunluqları, turizmin perspektiv tənzimləmə istiqamətlərini formalaşdırır.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi bir sıra müstəvidən həll oluna bilər. Birincisi, makroiqtisadi artım və tarazlığın bərpası yolu ilə ayrı-ayrı regionlarda konkret turizm sahəsinə və onların maddi-maliyyə ehtiyatlarına təsir etmək yolu ilə.

İkincisi, turizmin inkişafına şərait yaratmaqla, sahibkarlıq və rəqabət mühiti yaratmaqla, planlaşma və təşkilati quruluşun tənzimlənməsi və onlara dəstək proqramlarının tərtib edilməsi. Üçüncüsü, turizmin səmərəli və daha çox iqtisadi sosial baxımdan lokal kriteriya və yaxud ayrı-ayrı sahələrin inkişafına səbəb olması baxımından qiymətləndirməklə, sahələrarası və regionlararası əlaqələrin təkmilləşməsi yolu ilə.

Turizmin dövlət tənzimlənməsinin nəzəri–metodoloji əsasını konseptual müddəa olan turizmin respublikada potensial və perspektiv sahə kimi, struktur dəyişmələrin nüvə əə aparıcı həlqəsi baxımından gəlirlərin artan tempini saxlamaq və əhalinin iş yerləri ilə təmin edilməsi üçün əsas istiqamətləri əhatə edir.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi sahə tənzimlənmənin prinsiplərinə uyğun konseptual əsaslarla və uyğun mexanizmlərlə idarə olunur.⁸⁰

Dövlət tənzimləmə sisteminin əsas istiqamətli dövlət proqramları və dövlətin büdcə–maliyyə, vergi və dotasiya yolu ilə yardım siyasəti ilə formalaşır. Dövlət büdcəsinin formalaşmasında sənaye, kənd təsərrüfatı və həmçinin təbii–coğrafi şəraitin hesabına yaradılan son məhsul istehsalında turizm dövryyəsinin rolunu artırmaq əsas istiqamət olaraq formalaşır. Regionların iqtisadi və sosial inkişaf konsepsiyası, investisiya mühiti, Xəzərin və Abşeron rayonunun infrastruktur bazasının genişlənməsi turizmin inkişafını sürətləndirir. Ona görə də perspektiv istiqamət olaraq dövlət büdcəsində turizmin rolunu artırmaq xərc strukturunun tənzimlənməsi ilə baş verir. Turizmin xərcləri risklərlə bağlıdır.⁸¹

⁸⁰ Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., səh.73,81

Salahov S. Kənd təsərrüfatı istehsalının dövlət tənzimlənməsi.

⁸¹ Əlirzayev E.Ə. Maliyyə resurslarının istifadəsinin sahə və ərazi riskləri.

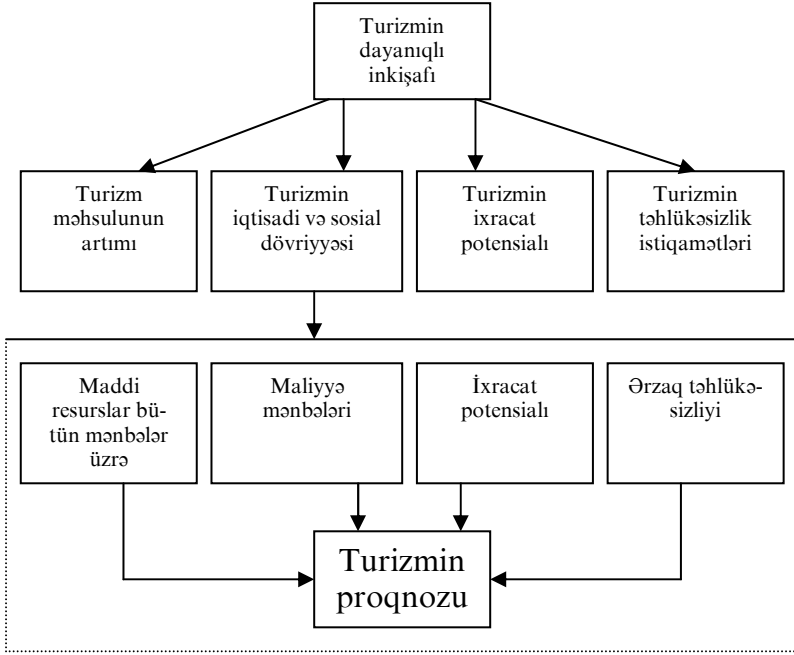
Turizmin sahə planlaşması obyektini olaraq əsas hədəfləri istehsal olunan məhsul və xidmətlərin bazar tələb və təklifi həcmində xüsusi çəkisi onun yolu ilə qiymətləndirilir. Turizmin planlaşması strateji istiqamətdə dövlət büdcəsinin xərc strukturu ilə və xərclərin maddi-əşya və sosial məqsədlər üzrə bölgüsü ilə poqnozlaşdırılır.

Strateji planlaşma obyektini olaraq turizmin layihələrin əsas maliyyə mənbələri, investisiya prioritetləri və həmçinin regional xüsusiyyətləri planlaşdırılır. Turizmin əsas sahələri olan işgüzar, istirahət, dini, müalicə və digər formaları yerli əhali və xarici vətəndaşlar üçün turizm segmentləşməsi üzrə aparılır.

Turizmin tənzimlənməsi turizm şəraitinin ilkin mərhələsi, əmək ehtiyatları mənfəət və sahibkarlıq gəlirlərinin bölgüsü və yenidən bölgüsü ilə müəyyənləşir. Turizmin dövlət tənzimlənməsi həmçinin cari planlaşma obyektini olaraq baxılır. Bu məqsədlə ayrı-ayrı resursların əvəz edilməsi imkanları və elmi-texniki tərəqqi innovasiya sistemlərinin nəzərə alınması yolları ilə idarə olunur. Turizmin innovasiya xarakterli resurs potensialı elmi-texniki tərəqqi ilə yanaşı mütərəqqi yolla reallaşdırılır.

Turizmin tənzimlənməsi proqnozlar və texnologiyalar ilə onun modernləşməsi və turizm xidmətində texniki təminat və təminatlar sistemi ilə baş verir. Tənzimləmə hədəflər, onların elmi əsasları və alternativ idarəetmə yolları ilə kompleks tədbirlər ilə reallaşır.

Turizmin tənzimləmə mexanizmləri proqnozlar və resurslar ilə, ən səmərəli təşkilatı quruluşla baş verir. Belə ki, tənzimləmə məqsədi turizmin inkişafında məqsədyönlü şəraitlərin yaradılması və əlverişli istehlak bazarının təşkili yollarını və mexanizmlərini əks etdirir. Ümumi qaydada aşağıdakı prinsipial sxem turizmin perspektiv istiqamətlərini müəyyənləşdirir.



Sxem 2. Turizmin proqnozlaşma metodologiyası.

Dövlətin turizmə dəstək və onun tənzimlənməsi yolları mülkiyyət və sahibkarlıq formalarının əhali və regionların maraqlarının qorunması ilə düzgün bölgü və istifadə stimullar mexanizmləri yaratmaqla mümkün olur.

Dövlət büdcəsinin və əhalinin resurslarının turizmə cəlb edilməsində stimullar yaratmaq bu fəaliyyətin bəzi sahələrini genişləndirmək üçün torpaq, meşə və dövlətin əlində olan milli dəyərlərin pulsuz istifadəsini təşkil etmək mexanizmləri durur.

Digər tərəfdən ümumi maliyyə potensialı olan ehtiyatların və əhalinin turizmə cəlb edilməsi üçün sığorta sistemi və fondları yaradılmalıdır. Belə ki, turizm riskləri sığortalanmaq yolu ilə xüsusi vəsaitlərin cəlb olunmasına şərait yaradır. O cümlədən, dağ regionlarında meşə və

infrastrukturun turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi üçün onların təkrar istehsalı üçün bölgü sistemində maraqlar olmalıdır. Turizmin inkişafı və gəlirlər sistemi arasında kommersiya maraqları ümumi dəyərlər arasında əlaqə optimallaşır.

Turizmin sosial-iqtisadi strukturu onun səmərəliliyi, uyğun olaraq idarəetmə dövlət tənzimlənməsinin əsas mexanizmlərini və onların əsas istiqamətlərini formalaşdırır. Kənd təsərrüfatı potensialının artırılması üçün mənfəətin bölgüsü və onun xərc strukturunda daha səmərəli variantların hazırlanması yolu ilə turizm məhsulunun artımı təşkil olunur.

Turizm məhsulunun artım tempi ümumi iqtisadi artıma, turizmin yaratdığı və istifadə üçün cəlb etdiyi resursların nisbətləri ilə ölçülür. Ekvivalent tarazlıq, hər bir turizm növünün əldə etdiyi kommersiya mənfəəti ilə onun sosial-inteqral effekti arasında tarazlıq idarə olunur. Turizmin xərclərinin əhali tərəfindən azalması üçün onun xərclərinin bir hissəsi dövlət mərkəzləşdirilmiş fondlar, sahibkarlığa kömək və dövlət resurslarının kredit kimi verilməsi ilə tənzimlənir.

Sosial sığorta sistemi və yaxud kreditləşmədə güzəşt ədalət prinsipi əsasında, turistlərin minimal tələbatına uyğun şərait yaradılması ilə reallaşır. Turizm işçilərin və onun dövriyyəsinə cəlb olunan resursların turizmə cəlb olunmasını stimullaşdırmaq üçün vergi və güzəştli xidmət sferası tətbiq oluna bilər.

Turizmin siyasəti dövlət siyasətinin tərkib hissəsidir, sahə və ərazi tənzimləmə strategiyasının kəsişməsində həll olunması mümkün olan bir qarılıq və çox ukladlı sahədir.⁸² Çoxukladlılığın tənzimlənməsi prioritetlər üzərində qurulur. Ona görə də prioritetlər, sahə və regionlar və fəaliyyətlər üzrə təsnifatlaşdırılıb, faydalılıq meyarları üzrə iyerarxiya

⁸² Dissertasiya

şəklində təsvir olunduqda, onların təşkili və idarə olunmasının metodiki bazarı tərtib olunur. Ən çox üstünlük vahid və məhəlli faydalılıqların inteqral effekti ilə ölçülür. Təbii ki, ərazi meyarları bütün fəaliyyətlər və uyğun bölgü nisbətlerini nəzərə almaqla xüsusi faydalılıqların inteqral həcmi ilə ölçülür.

$$G = \int_{k=1}^n f^k(x_1) \quad (2.1)$$

Burada, x_1 – hər hansı qərar qəbulunun verdiyi faydalılıq;

$f(x_1)$ – həmin faydalılıq subyektləri üzrə bölgüsü kimi qəbul edilir.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi dövlət xərcləri və yaxud yerli gəlirlər və digər müəssisə və təşkilatların, yerli büdcə gəlirlərinin düzgün istifadəsi və onların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsində tətbiq olunan normativlər, stimullar və həmçinin ödəmələr yolu ilə baş verir. Hər bir turizm məhsulunun istehsalına çəkilən xərclərin təbii, coğrafi və dəyəri onun qiymətini müəyyənləşdirir. Turizmdə inhisarçılığın azaldılması onun təbii inhisarlar haqqında qanunla tənzimlənməsinə torpaq kadastrı və torpağın bazar və təkrar istehsal qiymətləri əsasında qiymətləndirilməsi yolları ilə təkmilləşir.

Turizmin resurslarının dövlət tənzimlənməsi sahiblik təkrar istehsal xüsusiyyətlərinə görə ölüdür və təsnifatlaşdırılır. Bu məqsədlə turizmin təkrar istehsal xüsusiyyətləri onun gəlirlərinin subyektlər və obyektlər arasında bölgüsü ilə idarə olunur. Turizmin istehlakçıları özünün fərdi və ictimai təkrar istehsal quruluşu ilə müxtəlif olduğu üçün onun istifadəsi mexanizmləri bölgü və yenidən bölgü mexanizmləri yolu ilə baş verir.

Turizmin sosial-iqtisadi rolu dövlətin iqtisadi və sosial istiqamətlərdə hazırladığı proqramlar əsasında baş verir. Bu proqramlara aşağıdakı konseptual istiqamətləri və

qanunvericilik bazası olan təşkilatı mexanizmləri daxil etmək olar:

- regionların 2009-2015-ci illərə qədər inkişafın kompleks proqramları;

- yoxsulluğun ləğvi və davamlı inkişaf proqramı 2008-2015;

- turizmin inkişafın kompleks proqramları;

- sosial-mədəni və xidmət sferasının inkişafına yönəldilən sahə proqramları;

- kəndin və kənd təsərrüfatının inkişafının ərazi və sahə proqramları;

- xarici ticarət və beynəlxalq əlaqələrin təkmilləşməsi üçün gömrük nəzarət və xüsusi zonalara dair dövlət əmrləri və hökumətin normativ-hüquqi sənədləri;

- sahibkarlığa kömək, bir sıra ünvanlı sosial iqtisadi tədbirlərin əsaslandırılması proqramları.

Turizmin dövlət tənzimlənməsinin iqtisadi və təşkilatı əsasları mövcud olur və bu əsasların səmərəli istifadəsi turizm mexanizmi kimi islahatlar şəraitində təkmilləşir. Turizmin dövlət büdcəsi ilə tənzimlənməsi, ayrı-ayrı regionlara ayrılan dotasiyalar, güzəştli yardımlar və həmçinin sahibkarlıq üzrə ayrılan vəsaitlər ilə təsir edir. Sahibkarların formaları, onların ixtisaslaşma istiqaməti və səmərəli təşkili formaları, turizm üçün birbaşa və dolayısı yolla təsir edir. Belə ki, sahibkarlığa kömək fondu, yaxud büdcədən kənar fondların turizm fəaliyyəti ilə xərclənməsində bu sahibkarlığa stimül yaradır.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi kənd təsərrüfatına, turizm sənayesinə və turizmin sosial yönlü fəaliyyətinə dəstək olur, onlara kredit verilir və kreditin şərtləri nisbətən sadələşmiş olur və həmçinin turizm məhsulunun maya dəyərində təsir edir, rentabellik səviyyəsini yüksəldir. Turizmin regionlar üzrə yerləşməsi zamanı iqtisadi cəhətdən zəif inkişaf etmiş rayonlar və həmçinin məskunlaşma məqsədi ilə dağ regionlarına şərait yaradılır. Dağ

regionlarında kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı, təbii məhsulların dövriyyəyə cəlb edilməsi, emalı və qablaşdırılması, qurudulması və ixracatı üçün kreditlər verilir. Turizm və kənd təsərrüfatı sahəsinə kredit və kapital qoyuluşu qısamüddətli xarakter kəsb etdiyi üçün onun verilməsində istifadə və konkret marketinq strukturu üzrə bölgüsü əsas rol oynayır.

Turizmin kreditləşməsi müəyyən sosial dayaqlar üzərində əsaslandırılır və əsasən kommertiya maraqları ilə yanaşı sosial maraqların ödənilməsinə yönəldilir.

Kredit vəsaitlərinin və qeyri-dövlət maliyyə resurslarının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi, iqtisadi qanunlar və yaradılmış iqtisadi qurumlar və onların korporativ idarəetmə metodları ilə reallaşır. Bu məqsədlər kənd yerlərində və regionlararası kredit ittifaqlarının yaradılması və onların resurslarının turizm məqsədləri ilə istifadə edilir.

Turizmin təşkili və idarə olunması onun planlaşması və idarə mexanizmlərinin seçilməsi və həmçinin qərar qəbulunun adekvatlığı ilə ölçülür. Turizm planlaşması strateji planlaşma, konseptual əsaslar və mexanizmlər vasitəsilə ilə həyata keçirilir.

«Marketinq» termini ingiliscə «market» (bazar) sözdən götürülüb, bazar fəaliyyəti, bazarla iş mənasını verir. Marketinq təsərrüfat funksiyası və ya müasir biznes fəlsəfəsi kimi bir tərəfdən tələbatın diqqətlə hərtərəfli və sistemli öyrənilməsinə, istehlakçıların zövq və maraqlarının, istehsalın bu istiqamətə yönəlməsinə, bazarda təklif olunan məhsulun ünvanlılığının təmin edilməsinə xidmət edir. Digər tərəfdən isə o, bazara fəal təsir etməklə alıcıların marağı və tələbatının formalaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Bütün bunları ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, maketing fəaliyyətinə aşağıdakılar daxildir:

- alıcıların ehtiyaclarının, tələb və tələbatının müəyyənləşdirilməsi;

- alıcılar üçün zəruri olan və onların tələbatını ödəmək qabiliyyətində olan məhsulların hazırlanması və bazara təklif olunması;
- satıcı üçün lazımi gəlir gətirən və alıcılar üçün məqbul sayılan qiyməti təyin etmək;
- məhsulun istehlakçıya çatdırılmasının daha səmərəli və rahat yolunun seçilməsi;
- tələbin formalaşdırılması və stimullaşdırılması məqsədilə bazara fəal təsir vasitəsi və metodlarından istifadə olunması və əsaslandırılması.

Sözsüz ki, qeyd olunan hər bir istiqamət özü-özülüyündə vacibdir. Ancaq o da məlumdur ki, onların hər birinin əhəmiyyəti o vaxt artır ki, onlar birlikdə və bütövlükdə mövcud olsunlar. Bu hala marketing konsepsiyasının realizasiyası deyilir.

Marketing konsepsiyası vasitəsilə turizm idarəçiliyi bütün fəaliyyətində bazarın vəziyyətinin daimi uçotu həyata keçirilir və potensial alıcıların ehtiyac və tələbatlarının dəqiq öyrənilməsi, onun qiymətləndirilməsi və gələcəkdə mümkün dəyişikliklərin uçotu əsaslandırılır. Marketing xidməti fəaliyyət sferası kimi anlayışdan idarəetmənin bazar konsepsiyasına qədər yol keçmişdir. Müasir dövrdə bir çox mütəxəssislər marketingə bazarın idarə olunması istiqamətini təmin edən mürəkkəb dinamik bir sistem kimi baxır. Turizmdə marketing, müxtəlif ölkə sahibkarlarının kollektiv yaradıcılıq məhsuludur. Marketing həm də zamanla inkişaf edir. İlkin tarixi mərhələ istehsal konsepsiyası adlandırılır. Bu konsepsiya turizm müəssisələrində 20-ci əsrin 50-ci illərinə qədər geniş istifadə edilmişdir. Məhz bu dövrdə turizm xidmətində tələb təklifi əsaslı şəkildə yüksəlmişdir (satıcı bazarı). 60-cı illərin əvvəllərində turizm bazarında tələb və təklif arasında münasibətlərdə ilk dəyişiklik əlaməti meydana gəlmişdir. Rəqabət mübarizəsi kəskinləşmişdir. Bu öz əksini kommersiya gücünün

intensivləşdirilməsi konsepsiyasında tapmışdır. Bu satışın stimullaşdırılması və reklamın vasitəsilə maksimum həcmdə satışın təmin olunmasını göstərir. 70-ci illərin ortalarında turizm sferasında alıcı bazarı formalaşmışdır, hansı ki, burada tamamilə başqa bir «oyun qaydaları» mövcuddur. Bu rəqabət mübarizəsində nailiyyət əldə etmək üçün, ilk olaraq bazarı dərinlən öyrənmək, sonra isə bu bazarın tələbinə uyğun xidməti təklif etmək zəruridir. Deməli alıcı tələbinin bilinməsi, turist-istehlakçı probleminin əsaslı öyrənilməsi realizasiya siyasətini formalaşdırır. «Tələbatı müəyyənləşdir və təmin et» - ifadəsi bütövlükdə turizmdə marketinq konsepsiyasını xarakterizə edir.

Marketinq konsepsiyası marketinq təhlili və proqnozu alıcıların ehtiyac və tələbatlarının kompleks gücünün möhkəmləndirmək istiqamətində tərtib olunur. Marketinq fasiləsiz bir proses olub, daimi müştərilərin yeni tələbatını bilmək və səmərəli nəticəyə nəzarət olunmasına xidmət edir. Bu isə son nəticədə inkişafa əlavə stimulyer verir. Turizmdə marketinq – qərarların hazırlanması, qəbulu və onların istifadəsi ilə müşayiət olunur, bu zaman biznesdə qeyri – müəyyənlik və risk səviyyəsi şəraiti nəzərə alınır. Real və vaxtında əldə olunmuş informasiya ilə risk səviyyəsini əhəmiyyətli səviyyədə kiçiltmək və kifayət qədər etibarlılığa malik olmaq olar. Marketinq konsepsiyası güman edir ki, informasiya müəssisənin vacib resursu olaraq heç də maliyyə və işçi heyətindən az əhəmiyyət kəsb etmir. Marketinq informasiyası turizm müəssisələrinin fəaliyyətinə aşağıdakı istiqamətlərdə kömək edir:

- konkret üstünlük qazanmağa; maliyyə riskini aşağı salmağa; istehlakçıların firmaya və onun xidmətinə münasibətini aydınlaşdırmağa; daxili və xarici mühitin vəziyyətini təhlil etməyə; strategiyanın realizasiyasını uzlaşdırmağa; bazar fəaliyyətini qiymətləndirməyə; firma və onun xidmətinə inamı yüksəltməyə; menecmentin həssas

imkanlarını doğrultmağa; fəaliyyətin effektivliyini yüksəltməyə.

Beləliklə turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin bütün mərhələlərində uğurlu fəaliyyətin təmin edilməsində marketinq informasiyası mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Marketinq tədqiqatı aparılan zaman ola bilər ki, həm ilkin, həm də ikinci informasiyadan istifadə olunsun. İlkin informasiya turizmdə müəyyən problemin həll edilməsi məqsədilə birinci yığılan məlumatdır. İkinci informasiya, başqa məqsədlərlə daha tez yığılandır, hansı ki, onu sadəcə olaraq kitabxanada əyləşməklə və yaxud digər məlumat saxlanılan yerlərdən əldə etmək olar. İkinci informasiya mühasibat uçotundan və statistika hesabatlarından, xüsusi publikadan, sorğu kitabçalarından və s. – dən əldə edilən məlumatları özündə əks etdirir. Başqa sözlə ikinci informasiya kabinet tədqiqatı yolu ilə yığılır.

İkinci informasiya mənbəyinə görə daxili və xarici məlumata bölünür.

Daxili informasiyaya aşağıdakılar aiddir: gəlir və xərclərin uçotu; balans uçotu; turaqentin və digər kanallarda satış uçotu; faktura - hesabı; əvvəlki tədqiqatın hesabatı və s. Daxili informasiya turizm müəssisəsinə öz daxilində olan boşluqları tapmağa imkan verir.

Xarici informasiya sistemi metodiki üsul və mənbələrə əsaslanır, hansı ki, onların köməyi ilə xarici marketinq mühitində olan hadisə və vəziyyətlə bağlı informasiya almaq olar. Xarici informasiyanın yığılması aşağıdakı istiqamətlərdə müxtəlif növ məlumatların toplanmasını nəzərdə tutur:

- turizm müəssisəsinin fəaliyyət göstərdiyi və ya fəaliyyət göstərməyə hazırlaşdığı bazarlarda vəziyyət;
- makro səviyyədə vəziyyət və bu vəziyyətin inkişaf meyilləri;

- bazarda fəaliyyət göstərən qüvvələr nisbəti (mövcud və potensial rəqiblər, istehlakçılar, auditoriya əlaqələri və s.).

Xarici informasiya sistemi ümumi marketinq informasiyası və məhdud dairədə marketinq informasiya mənbəyinə əsaslanır.

Qeyd edək ki, xarici informasiya mənbəyi çoxdur. Ona görə də müəssisənin maraqları sferası ilə bağlı bütün məlumatları toplamaq qeyri mümkündür. Deməli geniş həcmdə mənbələrdən ən qiymətlini seçmək lazımdır. İlk informasiyanın yığılması zəruriliyini müəyyənləşdirdikdən sonra, onun əldə olunması metodunu seçmək lazımdır. İlk marketinq informasiyasının yığılmasında əsasən 3 metoddan istifadə olunur: 1) sorğu metodu, 2) müşahidə metodu, 3) eksperiment metodu. Burada konkret metodun seçilməsi aparılan tədqiqatın məqsədi ilə bağlıdır. Sorğu metodu imkan verir ki, verilən suallar vasitəsilə informasiya yığılsın. Sorğu metodu faktiki sorğu, rəy sorğusu və aydınlaşdırıcı sorğuya bölünür. Faktiki sorğu digər sorğu növlərinə nisbətən daha vacib əhəmiyyətə malikdir. «Siz keçən il məzuniyyətinizi öz ailənizlə nə vaxt və harada keçirmisiniz?» sualı respondentdən dəqiq cavab tələb edir. Faktiki sorğu ilə effektiv nəticələr əldə olunur, baxmayaraq ki, bəzən respondentin yaddaşının zəifliyi qeyri dəqiq informasiyaya gətirib çıxarır.

İstehlakçıların rəy sorğusu metodunun istifadəsi zamanı respondentlərdən nə işə haqqında öz fikirlərini bildirmək xahiş olunur. Məsələn: respondentdən soruşulur, hansı turizm məhsulu onun üçün cəlbəedici idi: A yaxud B və yaxud hansı məhsulun reklamı daha keyfiyyətli idi? Bu sorğu dəyərli nəticələrə gətirib çıxara bilər.

Eksperiment metodu səbəb – nəticə münasibətlərinin müəyyən edilməsi məqsədilə testlərin aparılmasını nəzərdə tutur.

Müasir turizmi reklamsız təsəvvür etmək qeyri mümkündür. Bu o dərəcədə həcmli və çoxaspektli bazar fəaliyyəti formasıdır ki, onu bir çox hallarda müstəqil istiqamətlərə bölürlər. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, reklam yalnız markeeting kompleksində maksimum effektivlik yaradır. O, marketing sisteminin tərkib hissəsidir.

«Reklam» latın mənşəli söz olub (qışqırmaq) aşağıdakı mənaları ifadə edir:

- alıcıları cəlb etmək məqsədilə nəyəsə geniş tanışlıq yaratmaq tədbiridir;

- kimsə və nəyəsə haqqında populyarlığın yaradılması məqsədilə tanışlığın genişləndirilməsidir.

Bir çox mütəxəssislərin fikrincə, reklama kommunikasiya forması kimi baxmaq olar, hansı ki, məhsul və xidmətlərə keyfiyyət gətirməyə çalışır.

Reklam – turizm müəssisəsinin öz müştərilərinə informasiyanın çatdırılması cəhdinin ən ideal alətidir. Onun vasitəsilə müştərilərin diqqətini təklif olunan xidmətə cəlb etmək, müəssisənin özünün müsbət imicini yaratmaq və onun ictimai əhəmiyyətini göstərmək mümkün olur. Ona görə də effektiv reklam fəaliyyəti – xüsusi kommunikasiya strategiyasının və bütövlükdə marketing strategiyasına nail olmaq məqsədilə mühüm vasitədir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm sferası ən iri reklam sahələrindən biridir. Xarici turizm firmalarının iş təcrübəsi göstərir ki, onlar öz fəaliyyətlərindən əldə etdikləri gəlirin təxminən 5-6 %-ni turizm səfərlərinin reklamına xərcləyirlər.

Marketing fəaliyyəti çərçivəsində reklam istehlakçılara güclü təsir vasitəsi rolu oynayır. Lakin onun rolunu və əhəmiyyətini hədsiz dərəcədə yüksəltmək də olmaz. Aparılan tədqiqatlar göstərmişdir ki, marketing işini yalnız reklam üzərində cəmləşdirmək bazar nailiyyətinin qarantı olmur. Reklam özü-özülüyündə marketing kompleksinin

digər elementləri ilə açıq əlaqədədir, lakin o aşağı effektiv olmaqla yanaşı hətta bəzi hallarda mənfi nəticələrə də gətirib çıxarır.

Azərbaycan Respublikasının zəngin təbii sərvətlərə malik olması, özünəməxsus iqlimi, fauna və florası, geosiyasi regionda yerləşməsi, Böyük İpək Yolunun Azərbaycandan keçməsi, zəngin neft, qaz və karbohidrogen ehtiyatlarına malik olması daim xarici iş adamlarının diqqət mərkəzindədir. Xarici turizmin dövlət tənzimlənməsini həyata keçirmək məqsədilə, həmçinin respublikamızın vətəndaşlarının turist kimi xaricə getməsinə və xarici ölkə vətəndaşlarının Azərbaycana gəlməsinə, nazirlik, idarə və təşkilatların xarici turizm sahəsində fəaliyyətini əlaqələndirmək məqsədilə 1991-ci ilin sentyabrında Xarici Turizm üzrə Baş İdarə ləğv olunaraq, onun əvəzində Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti nəzdində Xarici Turizm Şurası yaradılmışdır. Struktur İslahatlara dair Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanına əsasən 2001-ci il 18 aprelində Xarici Turizm Şurası ləğv edilərək Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyi yaradılmışdır. Həmin ilin sentyabr ayında isə Azərbaycan Ümumdünya Turizm Təşkilatına üzv qəbul edilmişdir. Azərbaycanda turizmin inkişafının hüquqi bazasının əsası isə 27 iyul 1999-cu ildə qəbul edilmiş «Turizm haqqında» Qanunun qəbulu ilə qoyulmuşdur.

Dövlət turizm fəaliyyətini tənzimləyib:

- turizm fəaliyyətinə kömək edir və onun inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır;

- turizm fəaliyyətinin üstün istiqamətlərini müəyyən edir və onun həyata keçirilməsinə kömək edir;

- Azərbaycan Respublikası haqqında turizm üçün əhəmiyyətli bir ölkə kimi təsəvvür formalaşdırır.

Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsinin əsas məqsədləri aşağıdakılardır:

- turistlərin səyahətləri zamanı istirahət, yerdəyişmə azadlığı və digər hüquqlarını təmin etmək;
- ətraf mühiti (təbiəti) qorumaq;
- turistlərin səyahətləri zamanı onların tələbatlarını təmin edən turizmin infrastrukturunu inkişaf etdirmək;
- yeni iş yerləri yaratmaq, dövlətin və onun vətəndaşlarının gəlirlərini artırmaq;
- beynəlxalq əlaqələri inkişaf etdirmək, turizm baxış obyektlərini qoruyub saxlamaq, təbii, tarixi və mədəni irsdən səmərəli surətdə istifadə etmək.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin üsulları aşağıdakılardır: Turizm infrastrukturuna sahəsində münasibətlərin təkmilləşməsinə yönəldilmiş normativ hüquqi aktların qəbul edilməsi; daxili və dünya turizm bazarlarında turizm məhsulunun hərəkətə gətirilməsinə kömək göstərilməsi; turistlərin hüquq və maraqlarını müdafiə etmək, onların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi; turist infrastrukturuna sahəsində xüsusi narazılığın verilməsi, standartlaşdırma və turizm məhsulunun sertifikatlaşdırılması; turizmin inkişaf etdirilməsi üzrə məqsədli dövlət proqramlarının işlənilib hazırlanması; turizm infrastrukturuna investisiya qoyuluşu, o cümlədən xarici investorların cəlb olunması üçün əlverişli şərait yaradılması; turizm fəaliyyəti sahəsinin kədr təminatına kömək edilməsi; turizm infrastrukturuna sahəsində elmi tədqiqatların inkişaf etdirilməsi; Azərbaycan turistlərinin, turoperatorlarının, turagentlərinin və onların birliklərinin beynəlxalq turizm proqramında iştirakına şərait yaradılması; Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyən olunmuş digər üsullar.

Turizm sahəsində dövlətin vəzifələri aşağıdakılardır:

- turizm sahəsində dövlət siyasətinin əsaslarını və bu sahənin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;

- turizmin inkişafına dair dövlət proqramını işləyib hazırlamaq; turizmin normativ bazasını işləyib hazırlamaq;

- turizmdə sahələrarası və regionlararası fəaliyyəti əlaqələndirmək;

-Azərbaycan Respublikasını xaricdə əhəmiyyətli turizm ölkəsi kimi tanıtmmaq məqsədilə informasiya şəbəkəsi yaratmaq;

-beynəlxalq turizm təşkilatlarında Azərbaycan Respublikasının nümayəndəliyini təşkil etmək, turizmin inkişafına dair beynəlxalq proqramın işlənilib hazırlanmasında iştirak etmək, turizm sahəsində əməkdaşlıq üzrə müqavilələr bağlamaq və onların həyata keçirilməsi mexanizmini işləyib hazırlamaq;

-ərazi turizm ehtiyatları kimi qəbul edilmiş obyektlərin qorunmasını və fəaliyyətini təşkil etmək;

-turizm sahəsində peşə-ixtisas təhsili üzrə istiqamətləri və ixtisasların siyahısını müəyyən etmək;

-turizm qanunvericiliyinin icrasına nəzarət etmək; turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma qaydalarını hazırlamaq; turizm təşkilatlarının reyestrini aparmaq; - mülkiyyət formasından və tabeçiliyindən asılı olmayaraq, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan və turistlərə xidmət göstərən bütün müəssisələrdə xidmətlərin dövlət standartlarına riayət olunmasına nəzarət etmək.

Turizm fəaliyyətində dövlət tənziqləməsinin əhəmiyyətini başa düşmək üçün ona idarə olunan bir sistem kimi yanaşmaq məqsədəuyğundur. Beynəlxalq turizmin inkişafında Ümumdünya Turizm Təşkilatının rolu əvəzsizdir. Bu təşkilat 1925-ci ildə Haaqada Rəsmi Turist Assosiasiyaları Beynəlxalq konqresi kimi yaradılmış və ona daimi struktur statusu verilmişdir. İkinci Dünya müharibəsindən sonra təşkilatın adı Rəsmi Turist Assosiasiyaların Beynəlxalq İttifaqı kimi dəyişilmiş və qərargahı Cenevrə şəhərinə köçürülmüşdür. Hazırda turizm inkişaf

edir və müasir həyatın ayrılmaz hissəsinə çevrilməyə başlayır. Odur ki, turizmin inkişafına nəzarət, hökumətlərarası əlaqələrin tənzimlənməsini təmin etmək və beynəlxalq əməkdaşlıq üçün daha effektiv mexanizmin yaradılması tələb olunur. 1970-ci il sentyabrın 27-də Meksikada keçirilən Fövqəladə Baş Assambleyasında Rəsmi Turist Assosiasiyaların Beynəlxalq İttifaqının dövlətlərarası quruma çevrilməsi qərara alındı və Ümumdünya Turizm Təşkilatının nizamnaməsi qəbul olundu. Hazırda bu təşkilat özündə 150 dövləti birləşdirir və üzv ölkələrin turizm siyasətinin formalaşmasında, həyata keçirilməsində yaxından iştirak edir. İndi bütün dünya 1970-ci ildən başlayaraq hər il 27 sentyabrı Beynəlxalq Turizm günü kimi təntənəli şəkildə qeyd edir. Son dövrlər inkişaf etmiş ölkələrdə bu günün rəsmi surətdə qeyd olunması ənənə halını almışdır.

Turizmə bir sistem kimi iki alt sistemin – turizmin subyektinin və turizmin obyektinin məcmusu kimi baxılır. Turizm subyektini dedikdə, özünün bir sıra tələbatlarının ödəmək üçün spesifik xidmətlərdən istifadə eiməklə turizm tədbirlərinin iştirakçısı olan şəxs – turist başa düşülür. Turizmin obyektini isə turizm subyektinin səyahəti zamanı onun maraq dairəsində ola biləcək hər bir şey nəzərdə tutulur. Tənzimlənen bir sistem kim turizmə təsir edən ətraf mühit isə iqtisadi, ekoloji, texnoloji, siyasi və sosial sistemdən ibarətdir. Turizmin inkişafında dövlətin rolunun aydın təsəvvür edə bilmək üçün keçmiş totalitar rejimə aid olan sərt inzibati nəzarətlə müasir bazar iqtisadiyyatı dövrünə aid olan tənzimləmə tədbirlərini müqayisə etmək olar. Həmin rejimin qaydalarına görə beynəlxalq səviyyədə turizm mübadiləsi dövlətin xüsusi maraqları ilə üst-üstə düşürdü. Əksər hallarda isə bir çox ölkələr üçün qapalı olan turizm marşrutları da məhdud idi. Belə olan bir şəraitdə turizmə özü-özünə dinamik inkişaf edən bir sistem kimi yanaşmaq qeyri-mümkün idi. Bu fikrin sübutu kimi indi

bizə həmin dövrdən miras qalmış olan zəif inkişaf etmiş turizm sənayesi, infrastrukturunu, maddi-texniki bazası və s. kimi şəraiti misal göstərmək olar.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində isə dövlət hər bir vətəndaşına sərbəst fəaliyyət azadlığı verməklə turizmin də idarə olunmasında liberallığa yol açır. Bu isə eyni zamanda o deməkdir ki, turizm özünün bütün üstün və çatışmayan cəhətləri ilə maneəsiz olaraq inkişaf edə bilər. Belə kəskin iki meyil arasında dövlət özünün sosial yönümlü siyasəti ilə tənzimləyici mövqeyi tutmaqdadır. Sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatında hər bir fərdin fəaliyyət azadlığı dövlətin iəsiri ilə cəmiyyətin bütün üzvlərinin ümumi rifahı xeyrinə məhdudlaşdırılır və ya genişləndirilir.

Beləliklə, dövlət turizm siyasəti yeritməklə onun aşağıdakı istiqamətlərdə inkişafının təmin edir. Turizmin məqsədəuyğun inkişafını təmin etmək üçün iqtisadi, ictimai-siyasi şəraitin seçilməsi; Turizm iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətinin artırılması; Əhalinin daha çox hissəsinin turizmin inkişafında iştirakına yer vermək; Beynəlxalq turizmdə əməkdaşlığı genişləndirmək. Bu istiqamətdə tənzimləmə fəaliyyəti həyata keçirib, turizm sənayesinin kortəbii inkişafını dövlətin və onun vətəndaşlarının mənafeyi istiqamətinə yönəltmək üçün iki qrup tədbirlər sistemi həyata keçirilə bilər. Bunlar ilk növbədə, sahənin inkişafını müəyyənləşdirən hüquqi, maliyyə, iqtisadi bazanın müəyyənləşdirilməsi, ikincisi isə özəl sektorun maliyyələşdirməkdə çətinlik çəkdiyi prioritet sahələrin, zəruri infrastruktura investisiya qoyuluşunun mexanizminin işlənilib hazırlanmasıdır. Həmin tədbirlərin əhatə etdiyi sahəni isə aşağıdakı şəkildə göstərmək mümkündür:

-turizm sferası üçün kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması;

-turizm sahəsində kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi;

-ölkə daxilində turizm sferasının vəziyyəti barədə informasiya yaymaq;

-milli turizm məhsulunun beynəlxalq turizm bazarında tanıtılması;

-yeni milli turizm məhsulu işlənilib hazırlanmasını təşkil etmək və s.

Müstəqil Azərbaycanın neft strategiyasının əsasını qoyan «Əsrin müqaviləsinin» imzalanmasının 8 ili tamam olmasına iki gün qalmış – 2002-ci il sentyabrın 18-də Bakı şəhərində Bakı-Tbilisi-Ceyhan ƏİBK-nin tikintisinin təməli qoyuldu və bu layihə müvəffəqiyyətlə başa çatdırıldı. Bu layihənin davamı olaraq «Avropa-Qafqaz-Asiya» (TRASEKA) nəqliyyat dəhlizi proqramı çərçivəsində 1998-ci il sentyabr ayının 7-8-də 32 dövlətin və 13 beynəlxalq təşkilatın rəsmi nümayəndələrinin iştirakı ilə Bakı şəhərində tarixi İpək Yolunun bərpası üzrə beynəlxalq konfrans keçirildi və burada Avrasiya nəqliyyat dəhlizi üzərində yerləşən ölkələrin inkişafı, onların təbii ehtiyatlarının mənimsənilməsi, iqtisadi potensialdan daha səmərəli istifadə olunması, ticarətin, turizmin və iqtisadi əməkdaşlığın genişlənməsi üçün etibarlı zəmin yaradan saziş imzalandı. 2007-ci il 7 fevral tarixində Tiflis şəhərində Bakı-Tiflis-Qars dəmir yolunun tikintisi haqqında tarixi saziş imzalanmışdır.

MÖVZU 27. KƏNDİN SOSIAL İQTİSADI POTENSİALININ TURİZM İNKİŞAFINA CƏLB EDİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİ

Plan:

- 27.1. Kənd təsərrüfatı istehsalı və onun məhsulunun turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsinin mexanizmləri**
- 27.2. Ev təsərrüfatının turizm inkişafında rolunun yüksəldilməsi və onun potensialının istifadəsi mexanizmləri**
- 27.3. Turizmin xüsusi vəsaitləri və məhsulların istifadəsinin mexanizmləri**

27.1. Kənd təsərrüfatı istehsalı və onun məhsulunun turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsinin mexanizmləri

Turizmin inkişafı bir sıra problemlərin ərazi və sahələrin inkişaf konsepsiyası və konkret proqramlara uyğun təşkil olunur və idarə olunur. Turizm bazarının sahə quruluşu onun əmtəə və xidmət bazarında əmək və infrastrukturun təşkili mənbələri və maddi-əşya strukturuna uyğun formalaşır. Formalaşma dinamikası və xüsusiyyətləri uyğun olaraq kənd təsərrüfatı ilə bağlı istehsalın və kənd təsərrüfatı məhsullarının turizm dövriyyəsində istifadəsi mexanizmlərinin səmərəli təşkili ilə həyata keçirilir. Kənd təsərrüfatı və kəndin potensialının istifadəsi bazar şəraitində daha səmərəli texnologiyaları və bölgü sistemi ilə əsaslanır. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının artımı, onun turizm sənayesi və turistlər üçün istehlak bazarına çıxarılması və yerli əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları turizmin inkişafına maddi baza yaradır.

Kəndin əsas resursu olan insan resursları özünün çox istiqamətli mahiyyəti və istifadə istiqamətinə görə eyni

olmayan və müxtəlif meyarlardan baxımda özünəməxsus əhəmiyyət kəsb edir. İnsan resurslarının idarə edilməsi təşkilatçılıq mühitinin bütün aspektlərini əhatə edir və özünə inteqrasiya edilməsi baxımından yanaşmasını tələb edir.⁸³ (s.473). İnsan amili, insan potensialı, onun istifadəsi mexanizmləri, insanın təkrar istehsalı və insanın əməyinin kəmiyyət və keyfiyyətinə uyğun düzgün, sosial ədalətli bölgü prinsipləri planlı təsərrüfat sistemində ödəmə meyarı olaraq tətbiq olunurdu.⁸⁴

Əhalinin təbii artımı onun əqli, fiziki qabiliyyəti və ehtiyacları, iqtisadi inkişafın əsas artımını və onun istifadəsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Bazar tələbi insan potensialının təkrar istehsalını minimumlarla orta təminat səviyyəsinə uyğun dövlət tənzimlənməsini və iqtisadiyyata təsir etməyin mexanizmlərini hazırlayır.

Kənd təsərrüfatında artım funksiyası, bu sahənin iqtisadi artımda və ölkədə əsas konseptual istiqamətlərin həllində rolu ilə müəyyənləşir. İqtisadi artım sosial sahə və nəticələri olaraq kənd təsərrüfatı turizm və infrastruktur sahələrin ümumi daxili məhsulun formalaşmasında xüsusi çəkisi və həmçinin məşğulluq və bazar tələbi ilə təklifində istehsal, idxal, ixrac funksiyasının reallaşması ilə müəyyənləşir.

Kənd təsərrüfatı və kəndin iqtisadi potensialı birbaşa və dolayısı yollarla bütün mənbələr hesabına vəsaitlər həmin vəsaitlərin istifadə prioritetləri və həmçinin kənd təsərrüfatı məhsullarının istehlak təyinatları və ixracat imkanları nəzərdə tutulur. Azərbaycan iqtisadiyyatının sahə quruluşunda kənd təsərrüfatı, turizm, meşə təsərrüfatı, emal sənayesi və digər infrastruktur sahələri sosial tutumuna və

⁸³ S.Muradov. İnsan potensialı: əsas meyillər, reallıqlar, problemlər. Bakı, Elm 2004, 660 s.

⁸⁴ Основы дифференциации заработной платы и доходов населения. Под ред. Н.Римашевской. М., 1979.

prioritetliyinə görə demək olar ki, əsas sahədir. Onun sosial yönünü kənd təsərrüfatına dövlət himayəsini və dövlət tənzimlənməsi zəruriləşdirir. 18 mart 2009-cu il Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasına əlavələr və yeniliklərin edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Referendum Aktının layihəsinə uyğun olaraq 12 maddədə dövlətin ali məqsədi olaraq «Azərbaycan Respublikasının vətəndaşlarına layiqli həyat səviyyəsinin təmin edilməsi dövlətin əsas məqsədi kimi qəbul edilir».⁸⁵ Bu əsas məqsədlər kənd əhalisinin məskunlaşması, onların təsərrüfat və ailə münasibətlərinin maddi-maliyyə imkanlarının yaradılması müddəalarını nəzərdə tutur. Bu mənada kənd təsərrüfatı istehsalının artırılması həm məşğulluğun, uyğun olaraq məcmu gəlirlərin və istehlakın artırılmasına şərait yaradır. Tarazlı inkişafın sahə təminatı rolunu oynayır.

Kənd təsərrüfatı istehsalının artırılması, qeyri-neft sektorunun inkişafı, infrastruktur obyektlərinin tikilməsi və onların turizm məqsədi ilə istifadəsi yollarının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini əhatə edir. Azərbaycan Respublikasında ümumi daxili məhsulun real sektor kimi strukturu ayrı-ayrı sahələrin xüsusi çəkisi perspektiv inkişafda bütün sahələr üzrə artımla yanaşı kənd təsərrüfatının dinamizmini nümayiş etdirir.

Cədvəl 27.1.⁸⁶

2010-2012-ci illərdə Azərbaycan Respublikasının əsas makroiqtisadi proqnoz göstəriciləri (əsas sektor)

Ümumi daxili məhsul bazar qiymətləri ilə	2012	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ümumi daxili məhsul	100	100	100	100	100	100	100

⁸⁵ Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasına əlavələr və dəyişikliklər edilməsi haqqında Referendum. 18 mart 2009 –cu il.

⁸⁶ Azərbaycan Respublikası Dövlət büdcəsi zərfi II.

Sənaye	47,2	57,2	60,6	66,7	62,1	55,8	52,0
Kənd təsərrüfatı	8,1	7,1	5,8	5,1	5,9	6,5	7,3
Tikinti	11,3	7,7	7,1	6,6	7,9	9,3	10,3
Xidmətlər	11,4	22,5	19,5	15,3	16,9	19,1	20,5
Məhsula və xidmətə xalis vergilər	10,8	5,5	7,0	6,3	7,3	8,7	9,7

Perspektiv inkişaf istiqamətində qeyri-neft sektorunun artırılması istiqamətləri daha çox infrastruktur layihələri və emal sənayesinin, turizm xidməti və turizm sənayesinin məhsulunun artımı ilə bağlı olmalıdır. Kənd təsərrüfatı Azərbaycan Respublikası üçün əhəmiyyətli sahə olmaqla istehsal və istehlak bazarının formalaşmasında perspektivdə intensiv amillərin hesabına və kənd təsərrüfatının özünün strukturunun təkmilləşməsi istiqamətləri üzrə təkmilləşir. Kənd təsərrüfatının istehsalında maddi stimullar və bir sıra dövlət tənzimlənməsi rıçaqları məhsuldarlığın artırılmasına təsirinin gücləndirilməsi yolu ilə tənzimlənilir. Kənd təsərrüfatı strukturunda daxili tələbatı ödəməklə ixracat potensialının artırılması emal sənayesinin istehsal güclərinin artırılması yolu ilə baş verməlidir. Respublikada bir sıra məhsulların bazarı daxili bazara istiqamətlənirsə, emal sənayesinin xarici yönümlüyünü artırmaq vəzifələri qarşıya qoyulur.

Proqnozlardan görünür ki, sənaye sahəsinin ümumi daxili məhsulun formalaşmasında xüsusi çəkisi azalır, kənd təsərrüfatı, xidmət və tikinti sahəsinin xüsusi çəkisi çoxalır. Kənd təsərrüfatı sahələrinin perspektiv rolu onun əsas amilləri olan torpaq və su resurslarından istifadə etməklə yerli tələbatı uyğun məhsulu istehsal etmək və xarici ixracat potensialını artırmaqdan ibarətdir. Kənd təsərrüfatı məhsulları bir başa və dolayısı yolla istehlak bazarında əmtəə və xidmət tələbatını ödəyir. Kənd təsərrüfatının dövrüyyəyə uyğun olaraq ümumi buraxılışı onun daxilində istehlak və əlavə dəyərin təkrar istehsal üçün istifadəsi dinamikası təşkil edir.

Kənd təsərrüfatı istehsalının təkrar istehsal quruluşu

	Ölçü vahidi	2006	2009	2012
Ümumi buraxılış	Mln.man.	2151,3	4129,0	6808,3
Aralıq itehlak	Mln.man.	821,8	1569,0	2587,1
Əlavə dəyər	Mln.man.	1329,5	2560,0	4241,1
Əlavə dəyərin xüsusi çəkisi	%	61,8	62,0	62,0
Artım tempi	%	120,9	109,0	108,0
Deflyator	%	115,	113,0	127,0

Kənd təsərrüfatının əlavə dəyərin xüsusi kənd təsərrüfatının xərclərini ödəmək üçün istifadə olunur. Belə ki, əlavə dəyərin xüsusi çəkisi kənd təsərrüfatına qoyulan vəsaitin büdcə itkisinin təkrar istehsal üçün istifadə edilməsi imkanlarını yaradır. Bu da öz növbəsində ümumi daxili məhsulun tərkibində son məhsulun xüsusi çəkisindən 0,7-1,0 punkt aşağıdır.

Kənd təsərrüfatı sənaye məhsuna nisbətən daha çox əmək tutumlu və bazar tələbinə uyğun istehsal xarakterli sahələrdir. Ona görə də kənd təsərrüfatı istehsalının təkmilləşməsi, onun istehsalının təşkili formaları və iqtisadi mexanizmlərinin səmərəsindən xeyli asılıdır. Səmərəli kənd təsərrüfatı onun xərclərini azaltmaq və məhsulun xidmətinin qiymətini son məhsulun bir hissəsi hesabına gətirilmiş məsrəflər kimi digər sahələrdə yaranan mənfəətin bir hissəsinə keçirməklə mümkün ola bilər. Odur ki, emal sənayesi və kənd təsərrüfatı xidmət sahələri arasında gəlirlərin yenidən bölgüsü metodları hazırlanır.

Kənd təsərrüfatı istehsalının turizm məqsədi ilə transformasiyası, turizm bazarının tələb və təklifini

⁸⁷ Cədvəl Azərbaycan Respublikası 2009-cu il Dövlət büdcə proqnozları əsasında tərtib olunub.

qiymətləndirmək, uyğun olaraq kənd təsərrüfatı istehsalında struktur dəyişiklikləri etmək planlaşdırılır. Kənd təsərrüfatı istehsalının genişlənməsi daxili istehlak bazarı və ixracatı yönlü istehsalı təşkil etmək strategiyası nəzərdə tutulur. Bu məqsədlə kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya tələbatına uyğun emalı və yaxud onun xammal şəklində ixracatı yolları əsaslandırılır. Kənd təsərrüfatının ixracat strukturunun təkmilləşməsi xammal ixracatından hazır məhsul ixracatına keçilməsi yolları ilə təmin olunur. Amma hazır məhsul ixracatı dünya rəqabəti şəraitində yeni texnologiyalar, innovasiya xarakterli fəaliyyətlər və həmçinin iqtisadi cəhətdən daha səmərəli istehsal variantları əsas götürülür. Kənd təsərrüfatı istehsalının yeniləşməsi respublikada struktur dəyişmələri səciyyəlidir. Daha çox xarakterik cəhət kənd təsərrüfatı istehsalının xammal yaxud xalis məhsul istehsalı istiqamətində fondlarının təzələnməsi, yeni texnologiyaların tətbiqi və məhsulun çeşid və keyfiyyətini təkmilləşdirmək siyasəti meydana çıxır.

Kənd təsərrüfatı istehsalında bitkiçilik və heyvandarlıq məhsullarının turizm bazarı üçün emalı və istifadəsi kommersiya maraqlarını əsas götürür. Belə ki, mülkiyyət formalarının təkmilləşməsi və məhsuldarlığın artırılması həmin sahənin rəqabət mühiti şəraitində inkişaf tempini müəyyənləşdirir.

Kənd təsərrüfatında məhsulun maya dəyərinin aşağı düşməsi onun məhsuldarlığının artırılması ilə baş verməlidir. İnvestisiya yönlü strategiya bazar yönlü fəaliyyətə uyğun transformasiya olunur. Uzunmüddətli dayanıqlı bazar tələbatı olan məhsullar və xidmətlər daha çox istehsal olunur. Bazar tələbatına uyğun struktur dəyişmələr investisiyanın bütün mənbələri üzrə vahid məhsul olan son effektdə görə formalaşır və prioritet istiqamətlər kəsb edir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarda tələbatı uyğun planlaşması və idarə olunması istehsal və idxal strukturunu təkmilləşdirmək yolları ilə baş verir. Bazar tipli modelin

təşkili və idarə olunması üçün ixracat yönlü istehsal daha xarakterikdir. İxracat yönlü istehsal strategiyası isə öz növbəsində investisiya mənbələri hesabına struktur islahatların keçirilməsi ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə baş verir.

Kənd təsərrüfatı istehsalının ixracat yönlü modernləşdirilməsi ilkin növbədə yeni texnologiyaları tətbiq etməklə daha keyfiyyətli və məhsuldar sənaye və emal sənayesini inkişaf etdirmək lazımdır. Kənd təsərrüfatı istehsalının marketinq əsasları xarici ölkələrin bazar tələbinə və respublikaya gələn turistlərin ehtiyaclarını nəzərə almaqla islahatların keçirilməsinə yönəlir.

Emal sənayesinin inkişafı qeyri-neft sektorunun əsas istiqaməti olmaqla neftdən gələn gəlirlərin emal sənayesinə yönəldilməsi strategiyasını təşkil edir. Hökumətin proqnozuna görə emal sənayesinin istehsal həcmi aşağıdakı istiqamətdə planlaşdırılır.

Cədvəl 27.3

Emal sənayesinin dinamikası

	Ölçü vahidi	2006	2008	2010	2012
Ət və ət məhsulları istehsalı	Min ton	133,8	154,8	177,4	203,9
Pendir və kəsmik	Min ton	33,8	35,0	37,0	41,0
Süd və süd məhsulları	Min DK	49,7	50,3	50,8	57,7
Kərə yağı	Min ton	14,3	14,5	16,0	19,0
Çörək və çörək məhsulları	Min ton	956,1	980,0	1000,0	1020,0
Bitki yağı	Min ton	40,4	75,0	85,0	95,0
Marqarin	Min ton	7,9	16,3	16,0	17,0
Təbii çay	Min ton	7,7	78,0	90,0	120,0

Ət və ət məhsullarının istehsalı daxili tələbatı ödəməklə respublikada ixracat potensialını artırmaq üçün heyvandarlığın inkişafı, onun məhsullarının emalı və istehsal infrastrukturunu tənzimləmək üçün istifadə olunur.

2012-ci ildə 2006-cı ilə nisbətən artımın 53% olması pənaşdırılır.

Təbii çay istehsalı, pendir və kəsmik istehsalı üzrə istehsal həcmi daxili tələbatın ödənilməsinə, idxalın azalmasına səbəb olur. Respublikada turizmin inkişafı ilə yanaşı kənd təsərrüfatının və emal sənayesinin təşkili və idarə olunması dövlət büdcəsinin, sahibkarlıq gəlirlərinin və əhalinin gəlirlərinin kənd təsərrüfatı istehsalına yönəlməsi və kommersiya mənfəəti əldə etməsi üçün əlverişli şərait yaradır. Kənd təsərrüfatında istehsal həcmi daxili tələbatın turizm potensialını nəzərə almaqla struktur dəyişmələri istehsal bazarının marketing quruluşunu nəzərə almaqla aparılır.

Kənd təsərrüfatı istehsalının müasir iqtisadi artım və neft gəlirlərinin artımı şəraitində əsas istiqamətləri dövlətin kənd təsərrüfatı istehsalına dəstək proqramları ilə həmin sahənin rəqabətqabiliyyətli olmasını təmin etmək yolu ilə mümkün olur. Kənd təsərrüfatı özünün inkişaf meyillərinə görə, ixtisaslaşma və səmərəlilik səviyyəsinə görə sahələrarası və sahələrdaxili rəqabət mühiti şəraitində fəaliyyət göstərir. Ona görə də ərzaq problemlərinin həlli, əhali rifahının yüksəldilməsi, həmçinin kəndin sosial problemləri tələbatları kənd təsərrüfatının sahə maraqlarından çox onun sahələrarası kompleks meyarları ilə ifadə olunur.⁸⁸ (s.192-212).

Kənd təsərrüfatında yeniləşmə və onun aparıcı sahə olması üçün ona digər sahələrin yaradıcı aqlomerasiya şəraitini və sinergetik səmərəni yüksəltmək intellektual potensialın yaradılması və təşəkkülü ilə mümkündür. Elmi-texniki tərəqqi, innovasiya və məhsulun özünün keyfiyyət və çeşidinin təkmilləşməsi elmi baxımdan potensialın geniş mənada istiqamətlərini təşkil edir.

⁸⁸ R. Balayev. Urbanizasiya: şəhər iqtisadiyyatı və ərzaq problemləri. Bakı, Elm, 2007. 295 s.

Elmi-texniki fəaliyyətin maliyyələşdirilməsi elmi-texniki potensialın formalaşması vasitəsi kimi maliyyə elementi çıxış edir və kadr, informasiya, maddi-texniki tərkib hissələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.⁸⁹(8)

Kənd təsərrüfatı potensialı kəndin kompleks problemlərinin həlli yolları ilə genişlənir, onun maddi-texniki və kadr potensialı sosial infrastruktur sahələri artır. Ona görə də kəndin sosial problemləri, müasir inteqrasiya şəraitində iqtisadi artımın tərkib hissəsi və fəal elementi olaraq çıxış edir. Elmi texniki potensial daha səmərəli təsərrüfat və təşkilatı quruluşla reallaşır.

Bu məqsədlə elmin kənd təsərrüfatında əsas istiqamətləri ixracata yönlü istehsal məhsulu və xidmətin istehsal etmək, daha çox məhsuldar və əmək tutumlu texnologiyalar tətbiq etmək və həmçinin əməyin stimullaşması mexanizmləri olan əməkhaqqı və gəlirlərin kənd təsərrüfatı və əhaliyə xidmət sferasından daxil olmalarını artırmaq istiqamətində inkişaf etdirilir. Kənd əhalisinin gəlirləri mənbələrinə görə onların cari istehlak və yığım, həmçinin fiziki şəxs kimi sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırmalıdır. Ona görə də kənd əhalisinin fərdi təsərrüfatını artırmaq, bütün fəaliyyət növləri üzrə yaşayış üçün zəruri olan məhsulları istehsal etmək və onun genişlənməsi nə şərait yaratmaq problemləri həll olunduqca kənddə məskunlaşma və iqtisadi artım həll olunur.

Kənd təsərrüfatı istehsalının artırılması kənd əhalisinin gəlirləri, bu sahədə əməkhaqqı və xüsusi təsərrüfatdan olan gəlirlər və bəzi məhsulların əhali istehlakında və rifahında rolu ilə tənzimlənir. Əhalinin gəlirlərinin strukturunda kənd təsərrüfatının rolu, natural təsərrüfatın istehlak bazarının formalaşmasında xüsusi çəkisi və həmçinin əhalinin sosial

⁸⁹ Kənd təsərrüfatında intellektual potensialın mövcud vəziyyəti və inkişaf problemləri. Respublika Elmi Konfransın materialları. Bakı, 2007.

müdafiəsi tədbirləri kəndin sosial-iqtisadi inkişafını təmin edir. Əhalinin gəlirlərinin formalaşmasında yerli istehsal məhsulların satışı və ixracatı nəticəsində əldə olunan gəlirlər, kəndin əhalisinin təhsilə, səhiyyə və istirahəti üçün zəruri olan şəraitin yaradılması, kənd resurslarından istifadənin səmərəsini artırır.

Kənd əhalisinin sosial müdafiəsi birbaşa dövlətin sosial siyasəti və kəndin real şəraiti ilə formalaşır. O cümlədən, kənd əhalisinin pensiya təminatı, təhsil və səhiyyə işçilərinin əməkhaqqısının artırılması, kənd əhalisinin torpaq payı və təbii resurslardan istifadə etməsi hüquqları onların məskunlaşması və iş qüvvəsi kimi təkrar istehsalı üçün maddi şəraiti və maliyyə mənbələrini formalaşdırır.

Kəndin sosial-iqtisadi inkişafı, onun respublika iqtisadi və sosial inkişaf meyillərində rolu, əmtəə və xidmət bazarında təklif və tələbin formalaşmasına təsiri kənd təsərrüfatı potensialının tərkib hissəsidir. Kənd təsərrüfatı potensialını artırmaq bir başa əhalinin və fiziki, hüquqi şəxslərin istehsal və təşkilati-iqtisadi idarəetmə potensialını artırmaqla mümkün olur. Ona görə də əhalinin xüsusi vəsaitləri, kəndin təsərrüfat kompleksi, kənd əhalisinin intellektual və faydalı əməyi həmçinin xarici amillər hesabına kənd təsərrüfatı istehsalına və yaşayışına təsir, bütövlükdə potensialın həcmi və strukturunu müəyyənləşdirir.

Kənd təsərrüfatı başqa sahələrlə müqayisədə yüksək artım tempinə malik olan sahədir. Belə ki, kənd təsərrüfatı, meşə, balıq və ovçuluq təsərrüfatları 2003-cü ildə əvvəlki illərə nisbətən 5,6%, 2004-cü ildə 4,6%, 2005-ci ildə 7,5% və 2007-ci ildə 13,4% artmışdır. Əməkhaqqı, pensiya və sosial ödəmələrin dövlət tərəfindən artımı kənd əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə səbəb olmuşdur. 1995-2007-ci illərdə orta əməkhaqqı və orta aylıq pensiyanın həcmi 6 dəfə artmışdır. Aqrar islahatlar kənd təsərrüfatı istehsalının həcmi və onun strukturunun təkmilləşməsinə təsir edir.

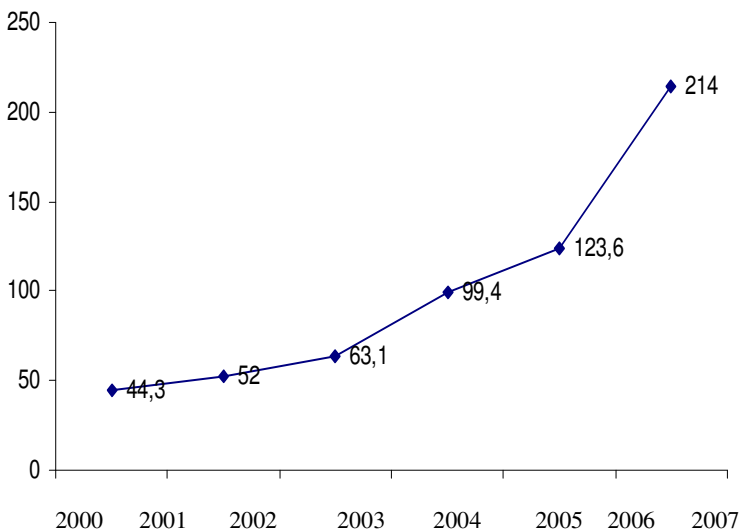
2000-ci ildə orta aylıq əməkhaqqı bütöv iqtisadiyyat üzrə 214,0 manat təşkil edir, amma kənd təsərrüfatında bu rəqəm 2006-cı ildə 41,3 manata bərabərdir (44,9 ABŞ dolları), 207-ci ildə orta aylıq əməkhaqqı kənd təsərrüfatında 87,3 manata yüksəlmişdir. Orta aylıq əməkhaqqının səviyyəsinin artım tempinə baxmayaraq onun səviyyəsi iqtisadiyyat üzrə orta aylıq səviyyəsindən 3 dəfə aşağıdır. Əməkhaqqının sahə differensiasiyası həyat səviyyəsinin fərqlərini yaradır. Kənd təsərrüfatı işçilərinin və həmçinin fərdi təsərrüfatla məşğul olan əhalinin həyat səviyyəsinin aşağı olmasını zəruriləşdirir.

Cədvəl 27.4

Orta aylıq əməkhaqqı səviyyəsinin sahələr üzrə
diferensiyası

Xalq təsərrüfatı sahələri üzrə	cəmi	Dövlət	Qeyri-dövlət
Kənd təsərrüfatı	214	171,2	324,9
Ovçuluq və meşə təsərrüfatı	87,3	85,8	90,9
Sənaye	212,1	220,0	205,6
Tikinti	385,8	286,2	475
Nəqliyyat	248,6	216,0	424,6
Təhsil	143	142,4	187,8
Səhiyyəti və sosial xidmətlər	92,2	89,9	169,8

Əməkhaqqının artım dinamikası ümumi daxili məhsulun artım dinamikasına uyğun olaraq dəyişir.



Kənd təsərrüfatı işçilərinin sosial müdafiəsi, pensiya islahatları və ünvanlı sosial yardımın təşkili və idarə olunması istiqamətləri ilə təkmilləşir. Kənd əhalisinin yoxsulluq səviyyəsini aşağı salmaq və əhalinin təsərrüfat fəaliyyətini stimullaşdırmaq üçün dövlətin istehsala stimulyar yaratmaq tədbirləri həyata keçirilir. Kənd təsərrüfatı və ev təsərrüfatı kiçik və orta biznes fəaliyyəti üçün yararlı sahə olduğu üçün sahibkarlığa kömək fondu və güzəştli kredit verməklə kənd əhalisinin maddi vəziyyəti yüksəldilir. Kənddə yoxsulluğun azaldılması məqsədi ilə əsas aşağıdakı istiqamətlərdə tədbirlər həyata keçirilir:

- iş yerlərinin açılması, yerli resurslara əsaslanan kənd əhalisinin əmək gəlirlərini və fərdi təsərrüfatdan əldə olunan gəlirləri artırmaq məqsədləri güdülür;

- transfert gəlirlərin artırılması yolu ilə kənd əhalisinin aztəminatlı təbəqələrinin maddi vəziyyətini yaxşılaşdırmaq və sosial müdafiənin təşkilini təmin etmək;

- kənd əhalisinin bütün maliyyə mənbələri hesabına təhsil, səhiyyə və kollektiv istehsal şəraitini yaratmaqla sosial təbəqələrin həyat səviyyəsində formalaşan qütbləşmənin obyektiv əsaslarla təmin etməklə təşəbbüskarlığa və çevik fəallığa şərait yaratmaq.

Kənd əhalisinin fəaliyyət dairəsi, sənaye, nəqliyyat, birja və digər təşkilatı və idarəetmə vəzifələri olduğu üçün onların səmərəli təşkili kənd təsərrüfatı məhsullarının və turizm üçün yararlı olan xidmət və sənaye məhsullarını artırır. Kənd təsərrüfatının fəaliyyət sahələri onların planlaşması və mexanizmlərinin özünün səmərəsi ilə təşkil olur. Belə ki, xırda kəndli təsərrüfatları, şirkətlər və yaxud hər hansı tədbirin reallaşması üçün yaradılan assosiyalar ittifaqlar tələbata uyğun maliyyə resurslarını və texniki vəsaitləri cəmləşdirir. Belə ki, əhalinin yığım vəsaitinin kredit ittifaqlarında birləşdirilməsi, sahələrarası kompleks xidmət və istehsal sferanın yaradılması istehsala və istehlak bazarına təsir edir. Ona görə də kənd təsərrüfatı, turizm inkişafının əsas amili kimi sosial təminat və sosial müdafiə sistemi təkmilləşir.

Kənd təsərrüfatı məhsulunun artımı təsərrüfat formalarının təşkili və onların məhsuldarlığının, həmçinin xarici bazar tələbinə uyğun modifikasiyası ilə bağlıdır. Mühüm təsərrüfat forması, kiçik və orta biznesə əsaslanan və şəxsi istehlaka istiqamətlənən sahələr kimi çıxış edir. Kiçik müəssisələr menecment idarəçiliyi, mövsümü xarakterdə olan təsərrüfat fəaliyyətini qurmaq üçün əhəmiyyət kəsb edir. Kiçik müəssisələrin sayının artımı və onun istehlakçı segmentinə görə ixtisaslaşması və məhsul və xidmətin yenilənməsi üçün əsas verir. İri müəssisə forması strateji planlaşma üçün əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, orta təsərrüfat formalarının bazar tələbinə uyğun ixtisaslaşması və xarici təsirlərə uyğun olaraq strukturlaşması kənd təsərrüfatı və emal sənayesinin inkişafına istiqamət verir.

Kiçik təsərrüfat formalarına maddi maliyyə və təşkilatı idarəetmə dəstəyi daha səmərəli və çevik dövlət aqrar siyasətlə bağlıdır.

- Kənd təsərrüfatı əmtəə istehsalının optimal gəlir gətirmək qabiliyyətini təmin etmək üçün subsidiyaların verilməsi. Bəzi ölkələrdə subsidiya kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rentabellik səviyyəsinin 50% saxlamaqda imkan yaradır;

- Aqrar sektorun bazar şəraitinə uyğunlaşması üçün subsidiyaların ünvanlı verilməsi və onların istifadəsinə nəzarət;

- kənd təsərrüfatına dəstək ünvanlı xarakter daşımaqla aqrar sektorun regional xüsusiyyətlər üzrə sazlanmasını təmin etmək.

Kənd təsərrüfatında məşğul olanların təsərrüfat forması və mülkiyyət münasibətlərindən asılı olmayaraq aqrar sektor prizmasından səmərəli təşkili və idarə edilməsi əsas götürülür. Aqrar sektorun planlaşması strateji məqsədlər güdməklə resursların təminatı və onların istifadə yollarını əhatə edir. Kəndə yoxsulluğun ləğvi və həyat səviyyəsi meyarı iqtisadi artımın amili kimi formalaşır.

Kəndin sosial-iqtisadi potensialı və onun maddi maliyyə imkanları xarici və mərkəzləşdirilmiş vəsaitlərin kommertiya fəaliyyəti gəlir gətirmək maraqları və həmçinin sosial yönlü, müdafiə olunan xərclərin hesabına stimullaşdırılır. Belə ki, kənd əhalisinin minimal həyat səviyyəsi, müdafiə olunan xərcləri bir başa pensiya ünvanlı sosial yardım və səhiyyə, təhsil və dövlət idarəetmə, yerli icra orqanlarının xərclərini ödəmək üçün planlaşdırılır. Bu xərclər normativ və sosial yanaşma üsulları ilə bütün kənd əhalisinə şamil edilir. Daha xarakterik cəhət kənddə əhalinin xidmət sferasında yaşayışı üçün zəruri şəraitlərin yaradılması ilə baş verir. Kəndin əhalinin məşğulluğu da çoxşaxəli fəaliyyət dairəsi olmaqla, əməkhaqqı və xüsusi təsərrüfatdan alınan gəlirlərlə formalaşır. Hər bir iqtisadi

regionun və kənd təsərrüfatı potensialının iqtisadi sosial dövriyyəyə cəlb edilməsi iqtisadi fəallıq və əldə olunmuş gəlirlərlə ölçülür.

Kənd təsərrüfatına stimül yaratmaq, həmçinin kommertiya obyektı olaraq minimal məsrəflər və maksimal gəlir almaq niyyəti ilə kənd təsərrüfatı məhsullarının qiyməti, onun emal və xammal şəklində istifadəsi və həmçinin istehlakçıların maddi-maliyyə imkanlarına görə fərqlənməsi strategiyasına əsaslanır. Dövlətin kənd təsərrüfatı və aqrar sektora təsiri, vergi güzəştləri, lizinq xidməti, uzunmüddətli kreditlər və həmçinin bir sıra dotasiya xarakterli subsidiyalar ilə bağı olaraq tənzimlənir.

Xarici ölkələrin respublikaya investisiya qoyuluşu, xarici şirkətlərin maraqları, ölkədə yaradılan investisiya şəraiti, kredit qoyuluşları və ayrı-ayrı investorların gəlir götürmək qabiliyyətinə uyğun inkişaf etdirilir.

Turizmin iqtisadiyyatı təbii sərvətlərin istifadəsi və əhalinin sərbəst vaxtı həyat səviyyəsi ilə əlaqəli inkişaf etdirilir. Azərbaycan əhalisinin turizm sahəsinə fəallığı ondan istifadə etmək və bu sahədən gəlir götürmək qabiliyyəti ilə ölçülür. Təbii ki, hansının üstün olması iki əsas konseptual yanaşma baxımından mümkündür.

Birincisi, turizm sahəsinə digər sahələrlə rəqabət mühitində baxmaq və qeyri-neft sektorunun aparıcı sahəsi kimi perspektiv investisiya qoyuluşu üçün səmərəli sahə kimi qiymətləndirmək.

İkincisi, turizm sahəsinin əhalinin istehlak strukturuna sosial-mədəni və intellektual potensial kimi yeni texnologiyalara uyğun xarici turistlərin gəlməsinə səbəb olan sahə kimi baxmaq.

Turizmin regional problemləri, regionun resurs potensialını və onun xammal ixracatı rayonundan turizm məhsulu və turistlərin istehlakı üçün zəruri olan mallar və xidmətlər istehsalı kimi baxılır.

Turizmin inkişafı ilə kənd təsərrüfatı və kəndin sosial-iqtisadi inkişafı arasında əlaqə istehsal və istehlak xarakterli tədbirlər olduğu üçün iqtisadi artımın sahə və ərazi strukturunu, onun istehlak strukturunu təkmilləşdirmək yolları əsas istiqamət təşkil edir. Kənd təsərrüfatı istehsalının yeniləşməsi, həmin sahələrin digər sahələrlə əlaqəsi arasında mənfəətin bölgüsü və yenidən bölgüsü istiqamətləri təkmilləşir. Belə ki, turizm və emal sənayesinin tələbatına uyğun olaraq struktur dəyişmələri xüsusi proqramlar və mexanizmləri ilə baş verir. Turizm proqramları ilə kənd təsərrüfatı arasında əlaqə proqram xarakterli tələb və təklifin tarazlaşması və balanslar ifadəsi yolu ilə reallaşır. Kənd təsərrüfatı istehsalında aparıcı istehlak malları üzrə proqramların tərtibi və reallaşması üçün dövlət büdcəsinin, yerli büdcələrin və əhalinin gəlirlərinin vahid məqsəd və vəzifələrə uyğun bölgüsü ilə baş verir. İnteqral və xüsusi səmərə arasında tarazlılıq və dinamizm təmin olunur.

27.2. Ev təsərrüfatının turizm inkişafında rolunun yüksəldilməsi və onun potensialının istifadəsi mexanizmləri

Kəndin və kənd təsərrüfatının sosial-iqtisadi mahiyyəti onun əsas forma və mənbəyi olan ev təsərrüfatlarının istehsal və istehlak sferasında, iqtisadi artım və maddi rifahın yüksəldilməsində rolunu artırmaq rəqabət mühiti şəraitində təsərrüfat amili kimi onun səmərəli təşkili və hüquqi normativ bazasını təkmilləşdirmək istiqamətləri əsasdır.

Ev təsərrüfatının inkişafı üçün hüquqi və iqtisadi baza müstəqillik şəraitində torpaqların və kolxoz və sovxozların ləğv edilməsi ilə yaranmışdır.⁹⁰ Özəlləşmənin əsas prinsipləri əhalinin torpaq bölgüsündə payı və onların istifadəsi üçün

⁹⁰ H.Əliyev və Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı, 1997.

yaradılan prinsiplər, torpaq məcəlləsi və iqtisadi islahatlar proqramları çərçivəsində normativ hüquqi baza ilə təmin olunur.⁹¹

Ev təsərrüfatları özünün sahə və bazar strukturuna görə istehlak və istehsal bazarında ərzaq və qeyri-ərzaq istehsalı üçün tələbata uyğun istehsal həcmi ilə və onun strukturu ilə təkmilləşir.

Ev təsərrüfatı bir sıra iqtisadi, demoqrafik, sosial və həmçinin psixoloji, milli-etnoqrafik amillərdən asılıdır. Onun əsas qanunauyğunluqları və münasibətlər sistemi ölkədə istehsal və bölgü sistemini formalaşdırır. Ev təsərrüfatları, torpaq payına bazarda istehsal olunmuş ərzaq məhsullarının həcmində xüsusi çəkisinə, əhali məşğulluğunu təmin edən sahədir.

Ev təsərrüfatının sosial iqtisadi mahiyyətinin əsas meyar və göstəriciləri liberal iqtisadi nəzəriyyə üzərində qurulsada, onun tənzimlənməsi və əsas inkişaf istiqamətli dövlətin iqtisadi və sosial siyasəti, təbii coğrafi və iqlim, həmçinin əhalinin sosial qruplar, ailə və fərdi xarakteristikaları ilə inkişaf edir.⁹²

Kənd əhalisinin ev təsərrüfatı ərzaq tələbatının ödənilməsinin aparıcı forması olmaqla bazar iqtisadiyyatı şəraitində həm həcminə, həm də strukturuna görə liberal iqtisadiyyat olmaqla maddi nemətlər istehsalını və istehlakın çox hissəsini təmin edir.

Ev təsərrüfatının çevikliyi və onun əhali qrupları üçün qütbləşmə səviyyəsi bu sahəyə qoyulan kapital qoyuluşu bu sahənin istehlakçı tələbatına uyğun istifadəsi və həmçinin ev təsərrüfatında əməyin təşkili metodlarını əhatə edir. Ev təsərrüfatları kəndlərin və regionların iqtisadi potensialı olan torpaqların, mal-qaranın və təbii sərvətlərdən istifadə etmə hüquqlarına malik olduğu üçün biznes və natural

⁹¹ Torpaq məcəlləsi. Bakı, 1999.

⁹² Социально-экономические проблемы Азерб. села.

istehlak məqsədini güdür. Ev təsərrüfatının təşkili formaları öz xüsusi əməyə və yaxud birləşmiş kollektiv payı bəlli təsərrüfat formaları şəklində istifadə olunur. Ev təsərrüfatları fiziki şəxs kimi sahibkarlıq hüququna malik olmaqla dövlət, ailə və fərdlər arasında istehsal, bölgü, mübadilə əsaslarını yaradır.

Ev təsərrüfatlarının statistikasını əhalinin sorğu materialları əsasında aparılır. Ev təsərrüfatlarının gəlirləri, onların xərcləri, yığılı və istehlak səviyyəsi seçim yolu ilə əhali arasında ümumiləşmiş statistik göstəricilərin işlənməsində istifadə olunur.

Ev təsərrüfatının adambaşına aylıq pul gəlirləri, onların istehsal etdikləri məhsul və xidmətin satışından olan gəlirlər və dövlətdən alınan transfert gəlirləri həmçinin muzzdlu əməyə görə alınan haqlarla müəyyənləşir.

Turizmin inkişafı kənd əhalisinin ev təsərrüfatında gəlirlərin artımına və yaxud istehlak sferası kimi istehsal məhsullarının satışına və istifadəsinə təsir edir. Ev təsərrüfatı statistikasına görə ev təsərrüfatlarına adambaşına aylıq pul gəlirləri aşağıdakı dinamikada özünü göstərir.

Cədvəl 27.5

Ev təsərrüfatında adambaşına aylıq pul gəlirləri
(manat)

	1995	2000	2004	2006	2007	2008
Cəmi gəlirlər	12,0	30,3	50,4	74,4	88,1	108,9
O cümlədən						
Əmək gəlirləri	4,2	10,6	20,7	41,4	49,7	61,9
Sosial transfertlər	0,7	2,4	5,9	8,9	15,0	17,0
Bütün növ satışdan gələn gəlirlər	2,0	0,5	9,4	13,6	14,2	17,2
Digər pul gəlirləri	5,0	11,6	8,1	10,5	11,1	11,8

Kənd əhalisinin gəlirləri kənd təsərrüfatının təsərrüfat formaları və məhsuldarlığın artırılması yolları ilə artırılır.

Kənd əhalisi özünün şəxsi tələbatını ödəmək üçün torpaq ərazisinin müəyyən hissəsini istehlak üçün ayırır. Qalan hissəsini isə bazara çıxarıb satmaq üçün kənd təsərrüfatı məhsulları əkir. Kəndin əhalisinin gəlirləri onların sosial-demoqrafik tərkibi ilə də müəyyənləşir. Daha xarakterik cəhət kənd əhalisi bazara uyğun ərzaq məhsulları əldə etmək üçün öz təsərrüfatını qurur. Tələbat artdıqca və kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin yüksəlməsi fərdi gəlirlərin artmasına səbəb olur. Bu da öz növbəsində əhalinin kənd təsərrüfatında məşğulluğunu artırır və onun sərəncamında olan və icariyyə götürülən torpaq sahəsindən səmərəli istifadə etmək yollarını təkmilləşdirir.

Ev təsərrüfatının gəlirlərinin bazar seqmentləri natural istehlaka və satış üçün bazara çıxarılan məhsullar və yaxud xüsusi təsərrüfatda olan fondlar və daşınmaz əmlakla xidmət sferasını genişləndirmək yolu ilə artırılır. Kənd əhalisinin gəlirləri, həmçinin özünün resurslarını icariyyə vermək yaxud mənzil və daşınan əmlakla xidmət göstərmək yolu ilə formalaşır. Belə ki, kənd əhalisinin turizm inkişaf edən regionlarda gəlirlərinin və məşğulluğunun bir hissəsi, mövsümü xarakter olub gələn turistlərə xidmət etmək və yaxud onların yaşayışı üçün mənzil kirayə verməklə formalaşır. Bunun üçün Naxçıvan Muxtar Respublikasının kəndləri, Şəki-Zaqatala, Quba-Qusar və Bakı kəndlərinin xarici turistlər və yerli əhalinin istirahəti üçün kirayə verilməsi müasir şəraitdə genişlənilib. Mövsümü turizm xidməti kəndin ümumi xidmət infrastrukturunun genişlənməsi ilə yanaşı hər bir fiziki şəxsin və hüquqi şəxs kimi sahibkarın turizm sferasına xərclərini artırır.

Turizmin regionlarda inkişafı kənd əhalisinin və kənddən xidmət üçün gələn əhalinin artımına səbəb olur. Bakı ətrafında, Quba-Xaçmaz dəniz kənarında və dağların dənizlə qovuşan ərazilərdə «Nabran», Xaçmaz zonasında gələn turistlərin qida məhsullarına tələbatını ödəmək üçün yerli kənd təsərrüfatı məhsullarına tələbat artır.

Kəndin ərzaq tələbatı həmçinin şəhərlərin qısamüddətli 2-3 günlüyə təşkil olunmuş səfərləri ilə baş verir. Son illərdə Bakı şəhərində əhalinin sıxlığının artması Bakı və Abşeronda xarici firmaların və təşkilatların yerləşməsi və regionların təbii ehtiyatların zənginliyi və onların qiymətinin aşağı olması respublika daxili turizmin inkişafına səbəb olur. Ona görə də bəzi sahibkarlar kapital qoyuluşu kimi öz vəsaitlərini regionlarda turizmin inkişafına xərcləyirlər. Daha çox kompleks xidmətlər təşkil etməklə şəhərdən gələn qonaqlara xidmət göstərirlər.

Ev təsərrüfatının inkişaf amilləri həmin təsərrüfatda olan iqtisadi potensial, onlardan istifadə etmək faydalılığı və sosial-demoqrafik tərkib, ev təsərrüfatlarının ərazi-coğrafi əlverişliliyi təşkil edir. Qeyd edək ki, respublikada ev təsərrüfatı planlı təsərrüfat sistemində olduğu kimi ərzaq bazarının formalaşmasında və əhalinin məşğulluğunda aparıcı rol oynayır. Əhalinin ev təsərrüfatında məşğulluğunun səmərəsi bütün ailə üzvlərinin iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi imkanları ilə ölçülür. Tədqiqatlar göstərir ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında fəallığı, sahibkarlıq təşəbbüsü, məşğulluq və sərbəst vaxt amili kimi milli psixoloji amillərdən asılıdır. kənd ailələrinin tərkibində uşaqların sayının çox olması, onların xüsusi təsərrüfatda əməyindən istifadə dərəcəsini artırır. Məktəblilərin, pensiyaçıların ev təsərrüfatında məşğulluq səviyyəsi yuxarıdır.

Gəlirlərin mənbələr üzrə quruluşu uyğun olaraq əhalinin məşğulluğunu və onların bazar tələbinə uyğun əmtəə və xidmət istehsalının marketing quruluşunu, onun mövsümü və daimi istehlakçı segmentlərinə uyğun formalaşmasını təmin edir.

2008-ci illər kənd yerləri üzrə gəlirlərin quruluşu

	Cəmi respublika üzrə şəhər		Kənd yerləri
	2005	2007	2007
Gəlirlər cəmi	100	100	100
Məşğulluqdan	30,2	44,3	19,7
Özünüməşğulluqdan	23,4	27,1	20,0
Kənd təsərrüfatından	18,6	3,2	31,6
İcarədən	1,4	1,2	0,7
Əmlakdan	0,3	0,3	0,2
Alınmış cari transfertlər	12,9	13,7	17,8
Müavinət və sosial yardımlar	14,6	13,0	16,5
Naturada sosial transfertlər	1,0	0,7	1,3
Digər gəlirlər	10,5	10,1	11,0
Digər ailələrdən alınmış	7,9	7,3	8,7
Ölkə xaricindən gələn pul	1,6	2,8	2,3

Cədvəlin rəqəmləri və müşahidələr göstərir ki, kənd əhalisinin məşğulluqdan olan gəlirləri şəhər və respublika üzrə müqayisədə 2-3 dəfə aşağıdır. Bu azalma digər mənbələrin hesabına baş verir. Özünüməşğulluq kənd təsərrüfatında məşğulluqdan gələn gəlirlər 56,4% təşkil etməklə ev təsərrüfatının xarakterinə uyğun natural və kənd təsərrüfatı məhsullarının artımını əhatə edir.

Kənd əhalisinin sosial transfertləri, şəhər və respublika üzrə orta rəqəmlərdən yuxarıdır. 11,7 faizə qarşı 12,6 faiz təşkil edir. Kənd əhalisinin pensiya təminatı və sosial müdafiə prinsipləri bütün əhali üçün eyni qanunauyğunluq kəsb etdiyi üçün ərazi differensiyası burada müşahidə olunmur. Ev təsərrüfatının əmtəə və xidmət quruluşu hər bir regionda istehlakçıların sosial-demoqrafik tərkibi ilə uyğunlaşır. Daha çox xarakterik cəhət əhalinin kənd

yerlərdə tələbatı minimum ərzağın özünüməşğulluqla ödənilməsi təşkil edir.

Ev təsərrüfatının fəaliyyətinin turizm kontekstində ixtisaslaşması və turizm tələbatına uyğun olaraq transformasiyası çevik, mövsümü xarakter daşıyır. Ev təsərrüfatının inkişafının dövlət tənzimlənməsi iqtisadi əsaslar, bölgü prinsipləri və stimullaşma mexanizmləri vasitəsi ilə reallaşır. Əhalinin kənd təsərrüfatı ilə məşğulluğu özünütəmin etmək üçün ərzaq mallarına və satış üçün kənd təsərrüfatı məhsullarına yönəldilir. Kənd əhalisinin özünüməşğulluq səviyyəsi artdıqca onun pul gəlirlərinin yığıma yönəldilməsi və yaxud qeyri-ərzaq və xidmət xərclərini artırır. Ev təsərrüfatının formalaşması və dinamikası yoxsulluğun qütbləşməsini və istehlakçıların tədiyyə qabiliyyətini formalaşdırır. Daha çox gəlirlərin və istehlakın xarici mənbələr hesabına formalaşması meyilləri genişlənir. Hər bir ailədə istehsal və istehlak məhsulların mənbəyi və onların çeşidi keyfiyyəti qiyməti, kənd təsərrüfatına kapital axını və fəallığı artırır.

Turizmin ev təsərrüfatı ilə əlaqəsi turizm sahibkarlığı və turistlərin maddi və xidmət tələbatına uyğun istehsal reallaşmasını təşkil etmək vəzifələri durur.

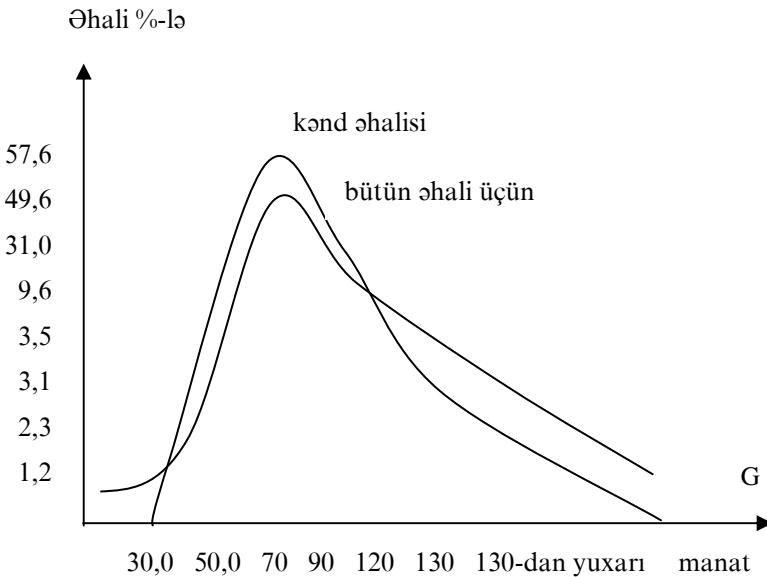
Turizmin motivləri və turizm marketinqi tələbi yaradır. Bu tələbin ödənilməsi vasitələri və konkret yolları hər bir regionda və ərazi kompleksində ev təsərrüfatlarının istehsal və göstərdiyi xidmət quruluşu ilə müəyyənləşir.(s. 27-30).

Sahibkarlıq fəaliyyəti kəndlərdə və regionlarda ailə və fərdi qaydada fiziki şəxs kimi qeydiyyatdan keçməklə formalaşır və inkişaf edir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı daha çox kəndlərdə və regionlararası hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatlar ilə baş verir. Turizmin xarakteri onun xidmət göstərdiyi turistlərə görə təsnifatlaşması turizmin sahə kimi fəaliyyətini formalaşdırır.

Bu məqsədlə regional turizmdə daha çox işgüzar və istirahət turizmi əsas yer tutur.

Ev təsərrüfatının iqtisadi və sosial mənası onun iqtisadi və sosial rolu ilə yerli tələb və təklifin tarazlaşması və xarici ölkələrlə təsərrüfat əlaqələri və miqrasiya istiqamətlərini formalaşdırır. Kənd əhalisinin sahə və həyat səviyyəsinə görə qütbləşməsi onun turizm məhsulunun istehsalında fəallığını və iqtisadi gücünü formalaşdırır. Bütün ev təsərrüfatlarının adambaşına düşən gəlirlərə görə bölgüsü həmin təsərrüfatların iqtisadi imkanlarını və fəallığını artırır (Qrafik 3.1).

Qrafikdən görüldüyü kimi, kənd əhalisinin orta gəlir səviyyəsində sıxlığı daha çoxdur. Demək olar ki, 60-70% əhali 50-60 manat gəlir səviyyəsində yaşayır. Bu da əhalinin məşğulluğu və əmlaka eyni şəraitdə yaşaması deməkdir. Kənd əhalisinin adambaşına düşən torpaq və təbii ehtiyatlardan daxil olmalar eyni səviyyəsi verilir.



Qrafik 3.1. Ev təsərrüfatlarının adambaşına düşən gəlir səviyyəsinə görə bölgüsü.

Kənd əhalisinin turizm inkişafı ilə maraqlarının kəsişməsi qarşılıqlı əlaqədə həll olunur. Belə ki, kənd əhalisinin maddi rifahının əsas mənbəyi olaraq kənd təsərrüfatı istehsalından və həmçinin turizmin kənddə inkişafının əmtəə və xidmət bazarına təsirindən asılı olaraq formalaşır. Kənd əhalisinin məşğulluğu və onların təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrini turizm tələbinə uyğun modifikasiyası və transformasiyası nəzərdə tutulur. Ona görə də Azərbaycan kəndinin turizm yönümlü transformasiyası, regionların təbii-coğrafi və resurs potensialını turizm sahəsində istifadəsi maddi-maliyyə kənd potensialı vasitəsilə ilə baş verir.

Turizmin inkişafında sahibkarlıq iki əsas istiqamətdə yol verilir. Şəhər və respublikanın sahibkarlarının, investorların regiona kapital qoyuluşunu stimullaşdırmaq olar. Ev təsərrüfatı Azərbaycan əhalisinin mədəni-sosial fəaliyyətinin əsas istiqaməti olaraq sənətkarlığın, milli xörəklərin, adət-ənənələrin xidmət kimi bazar münasibətləri şəraitində dövrüyyəyə cəlb edilməsi ilə daha spesifik xüsusiyyətlər kəsb edir. Belə ki, əhalinin ərzaq məhsullarının ev şəraitində hazırlanması milli kulinariyanın zənginləşməsi və onun ictimai iaşə müəssisələrinə çıxarılması, xalçaçılıq, dülüşçülük, müxtəlif meyvə və tərəvəz konservlərinin hazırlanması, tikiş, geyim əşyaları və bir sıra suvenirlərin hazırlanması turizmin inkişafı ilə bağlı olaraq inkişaf etdirilir.

Bu məşğulluqların genişlənməsi və onun gəlir gətirən mənbələrə çevrilməsi bu sahədə sahibkarlığa yardım, uyğun olaraq torpaq və müəssisə üçün yerlər ayrılması, xarici ölkələrə çıxış üçün güzəştli gömrük rejimi və təhsil üçün şərait yaradılması yolu ilə mümkündür. Bu da ev təsərrüfatının kənd yerlərində heyvandarlıq və bitkiçilik məhsullarının evdə emalı baş verir.

Ev təsərrüfatı kiçik sahibkarlığın səmərəli forması olmaqla Azərbaycan əhalisi üçün artıq formalaşmış və bütün dövrlərlə sosial-iqtisadi mahiyyəti ilə əmtəə və xidmət bazarını dolduran bir sahədir.

Ev təsərrüfatına dəstək dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin ən real sektorudur. Ona görə də liberallıq və təşəbbüskarlıq mühiti yaratmaqla ev təsərrüfatına dəstək proqramları dövlət mexanizmləri vasitəsi ilə reallaşır. Kredit şərtləri sahibkarlığa kömək, anti-böhran tədbirləri, məşğulluq və yoxsulluğun aradan qaldırılması məqsədi ilə ev təsərrüfatının formalarına stimül yaratmaq, onların iqtisadi dövriyyədə rolunu artırmaq meyilləri güclənir. Ev təsərrüfatının gəlirləri, xərcləri və istehlak sferası daha çox istehlak bazarı, miqrasiya problemləri və həmçinin ixracatla tarazlı həll etmək üçün sahibkara dəstək proqramı çərçivəsində ucuz və güzəştli kreditlər verilməsi mühüm amildir. Ev təsərrüfatında ilkin kapital üçün dövlət kreditlər verir. Bunun hesabına ailə təsərrüfatı üçün mal-qara və yaxud emal üçün avadanlıq alınır.

Ev təsərrüfatına dəstək proqramları yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf proqramları əsasında reallaşır. Ev təsərrüfatı xərclərinin artımı onun ərzaq tələbatına artımı və doyma halına çatması ilə yanaşı qeyri-ərzaq və xidmət xərclərinin artmasına gətirib çıxarır. Xidmət xərcləri hər bir ailədə gəlirlərin səviyyəsi və onun ərzaq, qeyri-ərzaq xərclərinə ayrılan hissəsi ilə mütənasib olaraq dəyişir.

Yaşayış yerləri üzrə ev təsərrüfatında istehlak
xərclərinin quruluşu (%-lə)

	Cəmi	Şəhər yerləri	Kənd yerləri
İstehlak xərcləri, cəmi	100	100	100
Ərzaq məhsullarına	53,7	51,6	56,4
Alkoqola	0,6	0,6	0,7
Tütün məmulatına	1,8	1,7	2,0
Paltar və ayaqqabıya	6,9	7,1	6,7
Su, işıq, qaz və digər yanacaq növlərinə	6,2	6,2	6,2
Ev əşyalarına, məişət texnikası və evə gündəlik qulluğa	6,9	6,6	7,2
Səhiyyə xidmətinə	3,4	3,6	3,2
Nəqliyyat xərcləri	5,2	6,0	4,2
Rabitə xərcləri	2,0	2,4	1,5
İstirahət və mədəniyyət xərcləri	3,1	3,2	1,9
Təhsil xərcləri	1,3	1,6	0,9
Mehmanxana, kafe, restoran və yeməcxana	5,4	5,9	4,7
Digər mal və xidmətlərə	3,5	3,5	3,4

Kənd əhalisinin xərc strukturunu ev təsərrüfatı statistikasına görə şəhər və respublika əhalisinin xərc strukturundan fərqlər ilə formalaşır. İstirahət, mədəniyyət xərcləri, mehmanxana, kafe, restoran və yeməcxana xərcləri kənd əhalisində nisbətən aşağıdır 7,6% 9,5%-ə qarşı. Ona görə də kənd əhalisinin ərzaq məhsullarına çəkilən xərclərinin daha çox emal sənayesi və həmçinin ev təsərrüfatında olan uşaqların sayı ilə ölçülür.

Səhiyyə, təhsil xərcləri ev təsərrüfatları üzrə şəhər və respublika üzrə müqayisədə nisbətən aşağıdır 4,1%-ə 5,5% təşkil edir. Kənd əhalisinin xərc strukturunda istirahət

xərclərinin artması, digər xərclərin tam doyma halına çatması ilə müəyyənləşir.

Ev təsərrüfatının planlaşması cari bazar tələbi ilə uyğunlaşmaq üçün daha çevik və əhalinin sosial qrupları üçün müxtəlif istehlak tələbatı ilə segmentləşir. Belə ki, aztəminatlı ailələrin ev təsərrüfatları daha çox ərzaq istehsal etmək və onları satmaq məqsədini güdür. Daha çox turistlər üçün əmtəə və xidmət təklifi istehsal edən təbəqələr, iş yerləri olmayan gəlirlərinin adambaşına düşən səviyyəsi ehtiyac minimumundan aşağı olan təbəqələr üçün xarakterikdir. Əhalinin istehlak strukturu üzrə qruplaşması, həmin əhalinin istehlakçı kimi ev təsərrüfatında ixtisaslaşma səviyyəsini müəyyənləşdirir. Gəlirlərin adambaşına düşən səviyyəsinə görə istehlak strukturu ərzaq, qeyri-ərzaq və xidmət istehlakının xüsusi kəçisinə görə fərqlənir. Hər bir gəlir qrupunda istehlakın prioritet istiqamətləri formalaşır, belə ki, gəlir səviyyəsi yuxarı olan ailələrin və ailə tərkibində pensiyaçıların, dövlət qulluqçularının sayının çox olması turizm ehtiyaclarını və mədəni-sosial tələbatın əsas istiqamətlərini yaradır.

$$y_1 = \sum_j x_{ij} + J_i \quad (3.1)$$

Burada, y_1 - gəlir quruluşuna malik olan əhali qruplarının gəlir səviyyəsi;

x_{ij} - j məhsulunun və xidmətin turizmin i əhali qrupunda həcmi;

J - yığım səviyyəsi.

Bu tarazlı inkişaf dinamikası gəlirlərin dəyişməsi ilə turizm xərclərinin arasında reqressiya və elastiklik tənliklərini qurmaqla əhalinin gəlir səviyyəsinə görə qruplaşma proqnozuna görə onun istehlak davranışı modelində turizmin payını müəyyən etməyə imkan verir.

İstehlakın struktur dəyişmələri turizmin xüsusi çəkisinin dəyişmə dinamikasına görə proqnozlaşdırılır. Turizm istehlakçıları sosial-demoqrafik xarakteristikalarına və

istehlakçılarının motivinə uyğun qruplaşdırılır. Ona görə də turizm bazarını proqnozlaşdırmaq regionda əhalinin istehlakını qiymətləndirməklə reallaşdırılır.

Ev təsərrüfatlarının ərazi-sahə və fəaliyyəti, həmçinin rifahına uyğun turizm növünə və onun əsas istehlak səviyyəsinə görə qiymətləndirilməsi metodikası hər bir amilin turizm artımına təsir ilə müəyyənləşdirilir. Turizmin çox amillər üzrə modeli perspektiv inkişaf meyillərini təsirinə görə qiymətləndirilir. Perspektiv sahə kimi turizmin inkişafı onun istehlak modeli əsasında proqnozlaşdırılması yolları ilə mümkündür. İstehlak modeli onun əsas dəyişməsinin kompleks amillərini nəzərə almaqla reallaşdırılır.

27. 3. Turizmin xüsusi vəsaitləri və məhsullarının istifadəsinin mexanizmləri

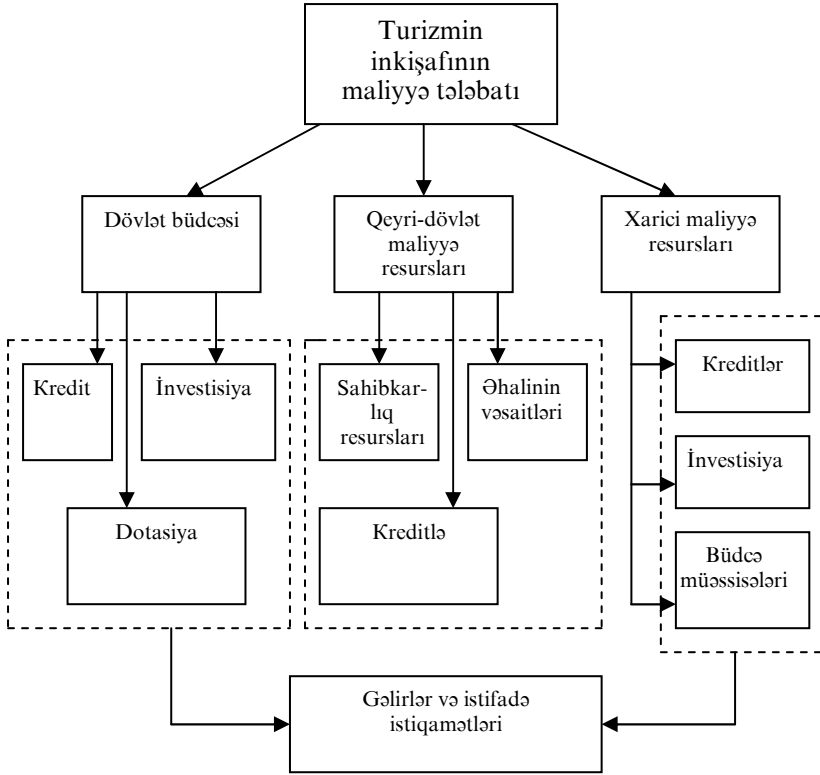
Turizmin inkişaf modeli və onun əsaslandırılması metodikası maliyyə əsasları üzərində qurulur. Turizmin maliyyə tələbatı, mövcud və perspektiv turizm tələbi və ona uyğun təklifin yaradılmasını təmin edən maliyyə resursları ilə idarə olunur. Maliyyə potensialı mülkiyyət formasından asılı olmayaraq turizm gəlirlərini artıran məqsədlərin hesabına rentabelli turizm sferasını planlaşdırmaq nəzərdə tutulur. Turizmin maliyyə potensialı onun proqnozuna xərclənən dövlət, xüsusi vəsaitlər və xarici maliyyə resursları təşkil edir. Turizm sahəsi prioritet sahə olaraq dövlət büdcəsinin gəlirlərinin və xərclərinin əsas istiqamətləri kimi planlaşdırılır. Turizmin dövriyyəsinə cəlb olunan maliyyə resursları, turizmin əsaslı tikintisinə, onun texnologiyasının qurulmasına və turizm xidməti üçün ayrılan əməkhaqqı və istehlak məhsulları xərclərinə bölünür. Ona görə də turizm xərclərini təmin edən maliyyə mənbələri həmin maliyyə mülkiyyətçilərinin alternativ layihələri üzərində qurulur.

Maliyyə resurslarının istifadəsi tikinti, yeniləşmə istiqamətləri üzrə planlaşırsa, onun kommersiya gəlirləri əldə etmək qabiliyyəti turizm bazarının istehlakçılar tərəfindən səmərəli istifadə mexanizmləri ilə reallaşır. Dövlət büdcəsinin gəlirlərini artırmaq səmərəli büdcə xərcləri ilə mümkün olur. Səmərəlilik bütün sahələrarası rəqabət və perspektiv gəlirlərlə ölçülür. Turizmin səmərəsi həmin sahəyə qoyulan kapital qoyuluşu və onun hər manatına uyğun alınan effektivlə ölçülür.

Dövlət büdcəsinin turizm üçün ayrılan vəsaitlər strateji məqsədlər və perspektiv proqnozlar baxımından qeyri-neft sektorunun inkişafı layihələri üzrə reallaşır.

Xüsusi vəsaitlər və qeyri-dövlət maliyyə resurslarının turizm sahəsinə ayrılması kommersiya maraqları və təkrar istehsal proqramlarına söykənir. Bu iki əsas mənbələrlə yanaşı regional yanaşma konsepsiyası, sahibkarlığa kömək və yoxsulluğun ləğvi kimi üç əsas konseptual proqramlar regionların təbii resursları və əhalinin sosial müdafiəsi məqsədi ilə onların xüsusi vəsaitlərinin və ehtiyatlarının müdafiəsi üçün turizmə cəlb edilməsi üstün artım tempinə malik olur.

Regionların sosial-iqtisadi inkişafı və qeyri-neft sektoru prizmasından maliyyə sabitliyi və maliyyə səmərəliliyi üçün turizm sferası əhəmiyyətli sferadır. Turizmin maddi-maliyyə tarazlığı nüvə rolunu oynayan turizm məhsulunu və turizm dövriyyəsinin maliyyə tarazlığını təmin edən bütün mənbə və resursların intensiv cəlb olunması yolları nəzərdə tutulur.



Sxem 3.1. Turizmin inkişafının maliyyə mənbələri və istifadə mexanizmləri.

Turizmin maliyyə əsaslarının formalaşması tələbat və pul resurslarının miqdarı ilə müəyyənləşir. Sahibkarlıq və əhalinin vəsaitlərinin artması, onların gəlir gətirmək və inflyasiyadan qorunması üçün turizm sahəsi və daha çox regional turizmi geniş əhəmiyyət kəsb edir.

Kənd təsərrüfatı və turizmin inkişafına kənd əhalisinin transfert gəlirlərinin formalaşması mənbələri olan dövlət büdcəsinin prioritetləri sosial müdafiəsinin və ayrı-ayrı sahələrinin inkişaf istiqamətləri maliyyələşdirilir.

Kənd əhalisinin gəlirləri turizmin inkişafında qeyri-dövlət maliyyə resursları rolunu oynayır. Turizmin inkişafında əsas maliyyə resurslarının mənbələri turistlərin xüsusi vəsaitləri və onların şəxsi istehlakı üçün ayırdıqları vəsaitlərlə ölçülür. Belə ki, əhalinin maddi rifahının yaxşılaşması, tələbatının ödənilməsi dərəcəsinin yüksəlməsi ilə yığıma qalan vəsait artır. Bu da öz növbəsində turizm məqsədləri üçün istifadə olunur.

Turizmin inkişafında büdcədən kənar fondların istifadəsi kommərsiya mənfəəti güdməklə rəqabət mühiti şəraitində daha səmərəli fəaliyyət göstərmək yollarını özündə əks etdirir. Turizmin sahibkarlıq obyektini kimi onun tənzimlənməsi üçün dövlətin qanunvericilik bazası və sosial normativ hüquqi mənbələr də təkmilləşir.

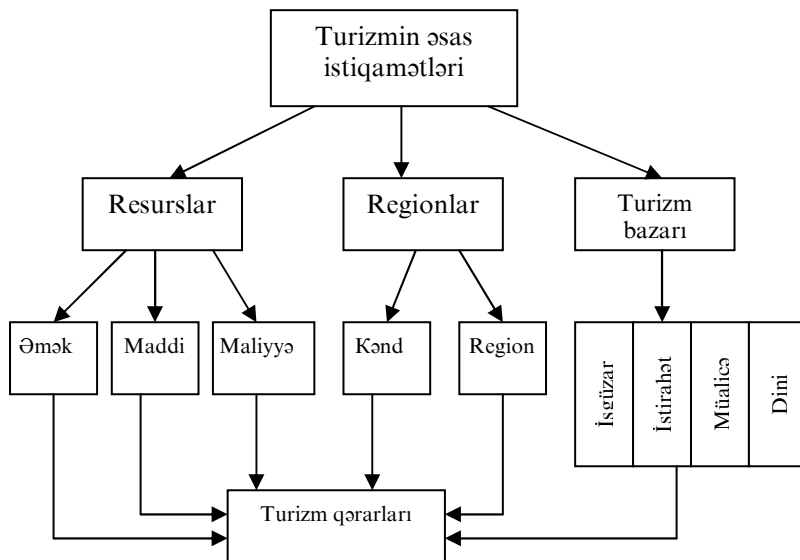
Turizmin inkişafında sahibkarlığa kömək fondu, kənd təsərrüfatının turizm məqsədi ilə stimullaşmasına təsir edir. Sahibkarlığa kömək fondu dövlət büdcəsində ucuz kreditlər şərti ilə prioritet sahibkarlıq fəaliyyətlərini stimullaşdırmaq məqsədini güdür. Belə ki, regionlarda kiçik və orta sahibkarlıq növü kimi heyvandarlığın inkişafı, kənd təsərrüfatı məhsullarının və xidmət sferasına verilən güzəştli kreditlər əhalinin məşğulluğunu artırır və bazar təklifinin həcmi və strukturunu təkmilləşdirir.

Sahibkarlığa kömək fondu xırda və orta biznes fəaliyyətinin ucqar rayonlarda yerləşməsi və inkişafına şərait yaradır. Bu fondlar vasitəsi ilə verilən kreditlər qısamüddətli olub, bazar tələbinə uyğun məhsul və xidmət bazarını formalaşdırmaq yolları ilə mümkün olur.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin müasir şəraitdə mühüm istiqamət olaraq turizm obyektlərini tikmək, turizm xidmətinin regionlarda təşkil etmək və turistlərin tələbatını nəzərə almaqla turizm sənayesi və turizm xidməti müəssisələrini genişləndirmək yolları genişlənir.

Dövlətin turizmin inkişafında regional prioritetliyi və funksional vəzifələri, daha çox xarakterik olan təbii və

coğrafi ənənəvi məşğuliyyət sahələrini nəzərə alan yerli sahibkarlara stimül yaratmaq üçün diffrensial yanaşma metodologiyası tətbiq olunur. Ona görə də regional fərqlər, ayrı-ayrı fəaliyyət növləri üzrə sahibkarlığa dəstək proqramları yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf proqramları çərçivəsində tədbirlər yaradılır. Turizmin inkişafının kompleks proqramları ünvanlı yardımlar, məsuliyyətlər və vəzifələrə uyğun olaraq ardıcılıq və vəzifələr üzrə müəyyənləşdirilir. Məqsədli proqnozlar turizmin inkişaf modeli olaraq xarici və daxili investisiya mənbələrini və onların genişlənməsi üçün bir sıra şəraitlərin yaradılmasının hüquqi və iqtisadi bazası ilə təmin olunur.



Sxem 3.2. Turizmin inkişafının kompleks proqramı.

Turizmin məqsədli proqram üsulu inkişafında hədəflər iqtisadi transformasiya və qeyri-neft sektorunun inkişafı strategiyası istiqamətində müəyyənləşir. Bu hədəfləri təmin

edən proqnozlar verilir. Daha çox turizm məhsulunun xarici və daxili tələbata uyğun inkişafı və onların istifadəsində maksimal gəlir gətirmək imkanlarını təmin edən təşkilatı-iqtisadi amillər və vəsaitlər proqnozlaşdırılır. Proqnozlar struktur islahatların konturunu və dövlətin himayəçilik siyasəti ilə apardığı siyasətin əsas prinsipləri verilir.

Məqsədli proqramlar qlobal və yerli əhəmiyyətli müddəalar və proqnozlar üzərində qurulur. Azərbaycan iqtisadiyyatının yeni prizmadan dəyişilməsi yolları və perspektivləri müəyyənləşir. Lokal proqramların həllində qlobal və lokal maraqların uzlaşması onların qərar qəbulu üçün əlverişli variantlarının seçilməsi yolları müəyyənləşir. Turizm sferası xarakteri etibarı ilə qlobal struktur siyasət olmaqla lokal resurslar üzərində qurulur, onun lokal resurslarına istinad edilməsi istiqamətləri qlobal problemlərin bu istiqamətdə reallaşması mexanizmləri də tərtib edilir.

Lokal problemlər funksional və ünvanlı qərar qəbulu və onların həlli mexanizmlərini əhatə edir. Lokal maraqlar məqsədlər və bu məqsədlərin inteqrasiya amili kimi ali məqsədlərin reallaşmasında faydalılığı meyarı ilə ölçülür. Qlobal səmərə lokal prizmadan qiymətləndirilir. Ona görə də iqtisadi idarəetmə obyektı olaraq lokal resursların və məqsədlərin vəhdətinə və onların qarşılıqlı təsirinə mərkəzləşdirilmiş resursların istifadəsi spektrindən baxılır. Hər bir regionun və sahənin lokal meyarları dar çərçivədə yerli maraqları ödəməklə, qlobal maraqlara təsir gücü ilə prioritetlərə bölünür. Ona görə də lokal məsələlərin qoyuluşu onun səmərəsi iki əsas vektor üzərində qurulur. Birincisi, lokal maraqların maksimumlaşdırılması, ikincisi, bu məqsədə nail olmaq üçün qlobal məqsədlərin və resursların faydalı variantının seçilməsi. Ona görə də hər bir idarəetmə məsələsinin xüsusi səmərələr və sinerqetin effekti kimi iki əsas prizmadan tədqiqi və proqnozlaşdırılması baş

verir. Qlobal səviyyədə idarəetmə qərarlarının formalaşdırmaq məhəlli məqsəd və resursların optimal bölgüsünü təşkil etmək üçün ali məqsədlər apraksimasiya oonur. Hər bir ali məqsədin lokal nəticələri və əksinə qlobal məqsəd və nəticələr arasında elastiklik ifadə olunur.

Lokallaşma iqtisadi və sosial səmərə baxımından funksional və ünvanlı idarəetmə baxımından səmərəlidir. Belə ki, lokal məsələlərin həlli informasiya dərinliyini və kənar təsirləri daha dəqiq qiymətləndirir. Bütövlükdə iqtisadi və sosial potensialların ən əlverişli sistem təsvirini və əlaqələrin kompleks qiymətləndirilməsinə şərait yaradır.

Regional idarəetmə, funksional bölgü və lokal məsələlər yolu ilə tam və əhatəli təsvir olunur. Ona görə də lokallaşma və ona uyğun qloballaşma arasında tiplər və çoxluqlar nəzəriyyəsinə uyğun olaraq indentik asılılıqlar vahid sistemlərdə birləşir.

Turizm mülkiyyət münasibətləri sistemində qarışıq mövqeyi tutduğu üçün onun təşkili və idarə olunmasında sosial maraqlar ilə kommersion maraqları vəhdətdə uyğun mexanizmlər vasitəsi ilə təmin olunur. Turizm gəlirləri həmin müəssisələrin səmərəli təşkili və həmin müəssisələrə ayrılan vəsaitlərə uyğun mənfəətin bölgüsündə əldə olunan nəticələrə uyğun təkmilləşir. Turizm müəssisələrinin gəlirləri, sahibkarlar, icarədarlar və onun təsərrüfat və maliyyə fəaliyyətində ayrı-ayrı subyektlərin iştirak payı ilə müəyyənəşir. Müəssisələr liberal iqtisadi qurum kimi özünün xüsusi vəsaitlərə, bank kreditləri və dövlət vəsaitləri hesabına inkişaf edir. Hər bir turizm müəssisəsinin gəliri məsrəflər və son nəticə arasında nisbətlə müəyyənəşir. Turizm xərclərinin azaldılması ilə xalis mənfəətin artımı və onun bölgüsü maliyyə potensialının dövriyyəsinin xüsusiyyətlərini yaradır.

Turizmin gəlirlərinin maksimumlaşması turizm məhsulunun xərc strukturunu təkmilləşdirmək vahid xalis turist məhsuluna çəkilən xərcini azaltmaqla onun qiymətini

artırmaq meyilləri əsas rol oynayır. Turizmin xərc strukturunda əmək xərcləri və material xərcləri xidmət sferası və turistlərin istehlakına yönəldiyi üçün onun məsrəfləri gətirilmiş gəlirləri ilə bütün turizm məhsulunun qiymətləri ilə müəyyənləşir.

Turizm məhsulunun qiymətləri tələb və təklif həmçinin əhalinin imkanları və alıcılıq qabiliyyəti ilə müəyyənləşir. Turizm məhsuluna xərclər heç də zəruri və birinci dərəcəli tələbat növü deyil amma müəyyən xarakteristikalara malik olan əhali qrupları olduğu üçün onun qiymətlərinin dəyişmə dinamikasına təsir etmək turizmin tələbatının özünün genişlənməsi məqsədi ilə həyata keçirilməlidir. Ona görə də turizmin məhsuluna qiymətin aşağı olması, bəzi regionlarda turizmin özüqünün inkişaf etmədiyi şəraitdə baş verə bilər. Ona görə də turizmin istehlak normaları inkişaf etmiş şəraitdə normal inkişaf üçün əhali qrupları üzrə zəruri olan maddi və mənəvi nemətlərin müəyyən səviyyəsi və strukturu çərçivəsində həll edilir.

Turizm işçilərinin marağı bu sahədə orta aylıq əməkhaqqı səviyyəsinin digər sahələrlə müqayisədə yüksək olması, turizm işçilərinin pensiya təminatı və sosial müdafiəsi üçün təminat mexanizmlərinin şəffaflığı və adekvatlığı hər bir turizm sahibkarına və onun işçisinə aydın olmalıdır. Turizmin inkişafında mövsümü xarakterli əməyin uçotu və onun sosial sığorta və sosial pensiya verilməsində iş stajının ümumi qanunauyğunluqla tənzimlənməsi vacibdir.

Turizm sferasının işçiləri bu sahəyə əmək fəaliyyəti ilə məşğul olanlardan başqa, həmin sahəyə qulluq edən digər sahələrin işçiləri və onların məhsul və xidmətlərinin ümumi səviyyəsi və faydalılığı ilə ölçülür. Ona görə də turizmin maliyyə və səmərəlilik problemləri onların ölçülməsi və qiymətləndirilməsi ümumi və xüsusi səmərələr prinsipinə uyğun hesablanır. Turizmin gəlirlərinin bölgüsündə

mülkiyyətçilərin icariyyə və funksionarların maraqları ödənilir.

Maliyyə resursları dövriyyə resurslarının əsasının təşkil etməklə özəl sektorun inkişafı qeyri dövlət müəssisələri və əhalinin vəsaitləri və onlardan istifadə intensivliyi ilə ölçülür. Maliyyə resurslarının turizmin iqtisadi dövriyyəsinə cəlb edilməsi, bütövlükdə iqtisadi və sosial səmərə, həmçinin ölkədə olan pul vəsaitinin idarə olunması yolları ilə təmin olunur.

Maliyyə şəffaflığı qanunvericilik bazasının təkmilləşməsi, əhalinin və hüquqi şəxslərin xərclərinin tənzimlənməsi mexanizmləri ilə reallaşır. Maliyyə şəffaflığında normativ yanaşma və bazar tələbinə uyğun marketinq planlaşması yolları ilə baş verir. Belə ki, investisiya layihələrinin hər birinin biznes planı və onların rəqabət mühitində davamlı inkişafı xərc strukturunda nisbətlərin reallığını müəyyənləşdirir.

Biznes planlarının aşkarlığı nəzəri cəhətdən layihələrin səmərəsini müəyyənləşdirir. Daha xarakterik cəhətdən hər bir dövlət təşkilatında maliyyə mənbələrinin aşkarlığı və onlardan istifadənin əsas istiqamətləri müəyyənləşir.

Maliyyə resursları dövlətin pul kredit siyasəti və mexanizmləri vasitəsi ilə reallaşır. Belə ki, iri şirkətlərin maliyyə hesabatları, onların auditi və həmçinin dövlət hesablama palatası, audit yoxlamaları tənzimlənməsi vacibdir.

Maliyyə şəffaflığının təmin edilməsi, ölkədə maliyyə resurslarının yaranma mənbələrinin və xərclərin maddi, əmək və digər xərcləri arasında nisbətlərin optimal olması məcmuu xərclərlə gəlirlər arasında artımın olması ilə təmin olunur. Sahələrin rəqabət mühiti məhsulun və xidmətin vahidinə düşən xərclərin gətirilməsi məsrəflər kontekstində müqayisəli təhlili, resursların əvəz edilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Maliyyə resurslarının şəffaflığı gəlirlərlə xərclər arasında əlaqənin dinamikası ilə təhlil olunur. Belə

ki hər bir məhsul və xidmətin istehsalı üçün zəruri olan normativ xərclərə nisbətən cari xərcin müqayisəsi həmin fəaliyyət rentabellik səviyyəsini müəyyənləşdirir.

Maliyyə resursları subyektin fəaliyyətinin motivini, onun gəlirləri ilə xərclərinin icmal və ayrı-ayrı məhsullar üzrə dinamikasını müəyyənləşdirir. Belə ki, hər bir subyekt üçün qabaqcadan proqnozlaşdırılmış xərc strukturu və onların arasında əvəz etmə yolu ilə səmərəli variantın seçilməsi yolları mümkün olur. Ona görə də son məhsulun istehlak və bazar dəyəri ilə onun mövcud xərclərin planlaşdırılması və büdcə tərtibi baş verir. Şəffaflığın əsas aləti büdcə təsnifatı və onun funksional xərclərə görə tərtibidir. Ona görə də şəffaflığın ilkin iqtisadi əsasını büdcə gəlirləri və xərcləri ilə tarazlaşan iqtisadi və sosial proqnozlar təşkil edir. Makrosəviyyəli tarazlı inkişaf meyillərini tənzimləmək üçün bütövlükdə leqal iqtisadiyyatın imkanları ümumi daxili məhsulun artımı və onun sosial iqtisadi və sahə quruluşunun, dövriyyədə olan maddi əşya strukturu ilə tarazlığı təşkil edir. Müasir şəraitdə bu əlaqələrin tərtibi, bir çox təsadüfi xeyli müəyyən parametrlərdən asılı olduğu üçün onların vahid standartlarla deyil alternativ xərc və son nəticə əlaqələri ilə proqnozlaşdırılması baş verir.

Maliyyə resurslarının proqnozu, ümumi daxili məhsulun qeyri dövlət sektorunda onun sahə və ərazi quruluşunda istehsal həcmi və iqtisadi fəaliyyətin dövriyyəsi üçün zəruri olan pul ehtiyatları ilə ölçülür. Bu məqsədlə istehsal həcmi proqnozu, onun əsas sahə və marketinq quruluşu, uyğun zəruri olan maddi və maliyyə xərclərinin elmi-texniki, əmək və sosial ehtiyatlara uyğun təkrar istehsal üçün zəruri olan resurslarla müəyyənləşir. Ona görə də əhali gəlirləri və xərcləri sahibkarların gəlirləri və xərcləri, həmçinin digər qeyri dövlət təsərrüfat və ictimai təşkilatların sərəncamında olan pul vəsaitinin artımı və onların özü və dövlətlə əlaqəsinin perspektiv istiqamətləri

uyğun olaraq balans metodları ilə müəyyənləşir. Maddi maliyyə balanslarının tərtib olunması, əhalinin sahibkarlıq fəaliyyəti və istehlak qabiliyyətinin əsas istiqamətlərini nəzərə almaqla xərc strukturunun proqnozlaşdırılması pul vəsaitinə olan tələbatı müəyyənləşdirir. Qeyri dövlət maliyyə resurslarının artımı mülkiyyətin bölgüsü ilə müəyyənləşir. Mülkiyyətin formaları onun sahibkarlıq növləri arasında bölgüsü və istifadəsi əhali vəsaitlərinin yığıma və istehlaka bölgüsü, dividend daxil olmaları və yaxud yığımının maddi əşya yaxud pul formaları, maliyyə axının dinamikasını müəyyənləşdirir. Maliyyə şəffaflığı formal və qeyri formal iqtisadiyyatın nisbətlərinin tənzimlənməsi daha çox əmlakın və resursların qiymətləndirilməsi və dövriyyəyə cəlb edilməsi yolu ilə müəyyənləşir. Qeyri formal iqtisadiyyatın xüsusi çəkisi, onun dövriyyəyə cəlb olunmasının əhatəyili son nəticədə iqtisadi artım, gəlirlər və istehlak dinamikasını proqnozlaşdırmağa imkan verir. Qeyri formal iqtisadiyyatın fəaliyyəti dövriyyədə olan pul vəsaitlərinin həcmi və onun strukturunu müəyyənləşdirir.

Dövriyyədə olan pul kütləsinin nominal həcmi onun dövriyyə sürəti məcmuu tələb təklifin əsas mənbələri olmaqla onun tarazlı inkişafının əsas amilidir. Əhali və sahibkar gəlirləri, məcmuu kapital və onun istifadəsi istiqamətləri pulun yığıma və əmtəə ehtiyatlarının optimal həcminə və onun iqtisadi dövriyyə təsirini formalaşdırır. Məcmuu tələb və təklifin tarazlı təşkilində qiymət dəyişməsi və yaxud sosial qütbləşmə səviyyəsinə uyğun əhali gəlirlərinin paylanma qanunauyğunluğu əsas rol oynayır. Əmtəə və pul tədavülünün tarazlığı qiymətli kağızlar bazarını pulun amissiyasını həmçinin miqراسiyasını nəzərə almaqla proqnozlaşdırma metodikasını tərtib etməyi tələb edir.

Maliyyə resursları üzərində sahibkarlıq hüququ, onun sərəncamında olan və istifadəsi üçün zəruri olan maddi resurslarla müəyyənləşir. İstehsalın həcmi, bölgüsü və

istifadəsi mülkiyyətçilərin əmlakının artımı, onun istifadəsi və təkrar istehsalı üçün əlavə resurslara olan tələbatla müəyyənləşir.

Əlavə maliyyə resurslarına olan tələbat yeni məhsullara olan ehtiyaclarla müəyyənləşir. Yeni ehtiyaclar isə emal sənayesi və ixracat yönlü istehsal üçün zəruri olan xammal və təbii resurslarla ölçülür.

Maliyyə ehtiyacları milli valyuta və xarici valyutaların istifadəsinin əsas istiqamətləri və əhatə dairəsi ilə ölçülür. Dövriyyədə olan pulun miqdarı pul gətirən fəaliyyətlərin məcmuu ilə ölçülür. Kənd təsərrüfatı dövriyyəsinə cəlb olunan pul vəsaitləri müxtəlif mülkiyyətçilər, sahibkarlar və əhali tərəfindən formalaşdırılır. Əhalinin yığımının turizm dövriyyəsinə cəlb olunması onların istehlak seçimindən asılıdır.

Turizmin inkişafı onun resurslarını və dövlət siyasətini formalaşdırır. Turizm sahəsində həyata keçirilməsi tədbirləri, dövlətin konseptual vəzifəsi olaraq aşağıdakı tədbirləri nəzərdə tutur:

- turizm zonalarının müəyyən edilməsi və bu zonalarda turizm fəaliyyətinin təşkili üzrə normativ-hüquqi bazanın yaradılması;

- turizmin inkişafı üzrə layihələrin hazırlanması və həyata keçirilməsi mexanizmlərinin müəyyən edilməsi;

- turizm sahəsində fəaliyyət göstərən obyektlərin statusu və onun fəaliyyət istiqamətlərinin qanunvericiliklə təsdiq edilməsi və uyğun istehsal və xidmət sferasını xüsusiləşdirmək;

- dini, tarixi obyektlərin turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi;

- turizm zonalarında planlaşma və layihələşdirmə işlərinin aparılması üçün xarici və beynəlxalq qrupların texniki və maliyyə dəstəyinin aparılması;

- turizm sahəsində müasir tələblərə cavab verən kadr hazırlığının gücləndirilməsi;

- mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşmə obyektlərinin sayını artırmaq və onların yerlərinin (çarpayılardan) sayının 80000 ədədə çatdırılması;

- beynəlxalq və daxili bazarda rəqabətqabiliyyətli infrastruktur obyektləri artırmaq və turizm sənayesini yaratmaq;

- turizm ehtiyatlarının təkrar istehsalını, onlardan istifadənin səmərəliliyini artırmaq.

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi turizmin regional və funksional səmərəli fəaliyyət obyektlərini və onların menecment idarəçiliyinin təkmil istiqamətlərini əsaslandırmaq yolu ilə mümkündür.

Turizmin kənd təsərrüfatı istehsalı, emal sənayesi, ekoloji tarazlıq və insanın sosial təminatı, sağlamlığı və həyat səviyyəsi ilə əlaqədə təşkili, planlaşması və iqtisadi səmərəliliyi onun proqnozlaşdırma və qiymətləndirmə metodlarının təkmilləşməsi ilə reallaşır.

Turizmin idarə edilməsi, biznes və strateji planlaşmanın liberal və tənzimlənən qiymətlərin, marketinq idarəetmə üsullarının tətbiqi ilə mümkündür. Turizmin maliyyə mexanizmləri əhali istehlakının tədqiqi, onların gəlirləri və regional iqtisadi və sosial inkişafın əsas meyilləri və qanunauyğunluqları rol oynayır. Respublikada dövlət gəlirləri, sahibkarlıq və əhali gəlirləri, ayrı-ayrı regionların maliyyə potensialı həmin regionun turizmin təşkili və idarə olunması perspektivlərini müəyyənləşdirir.

Əhalinin maliyyə potensialı onun sahibkarlıq fəaliyyəti və əhalinin istehlakının səviyyəsi ilə əlaqəlidir. Ona görə də istehlakın maliyyə mexanizmləri xidmət olan turizm məhsuluna olan tələbatın formalaşmasına təsir edir. İstehlak sferası və onun idarə olunması prinsipləri marketinq və qütbləşmə nəzəriyyəsinə əsaslandığı üçün turizmin inkişafında differensial yanaşma metodlarından istifadə olunur. Daha çox əhalinin həyat səviyyəsini proqnozlaşdırmaqla turizm tələbatına təsir etmək mümkündür.

Ona görə də turizmə ayrılan vəsaitin sonrakı dövriyyəsi həmin məhsulun istehlakı ilə ölçülür. Əgər turizmin məcmüsü məhsulu istifadə olunmursa, onun sonrakı artımı təmin olunmur. Bu baxımdan turizm məhsulunun istehlakının müəyyən bir normaları və yuxarı hədləri dövlət təminatları ilə tənzimlənir

Kənd əhalisinin sosial müdafiəsi və yoxsulluğun azaldılması yolları davamlı inkişafı qarşılıqlı əlaqədə qoyulması, davamlı inkişafın əhalinin gəlirlərinin artımına və onun istehlak davranışının daha çox mənəvi dəyərlər üzərində qurulmasına gətirib çıxarır. Əhalinin istehlak davranışı, maddi təminatla yanaşı təhsil səviyyəsi və ailə tərkibi ilə, həmçinin kənddə və şəhərlərdə əhalinin məşğulluğu, əməyinin xarakteri və istehlakının quruluşu ilə müəyyənləşir.

Azərbaycan Respublikasında daxili və xarici turizm meyilləri beynəlxalq səviyyəli iqtisadi əlaqələr və həmçinin respublikanın xarici ölkələrlə mədəni, mənəvi əməkdaşlığın yeni formaları, daha iqtisadi və sosial səmərəli fəaliyyət istiqamətləri ilə ixtisaslaşır. Azərbaycanın 142 xarici ölkələrlə iqtisadi əlaqələri Azərbaycanda dünya bank sisteminin iqtisadi korporasiyaların filial və nümayəndəliklərinin olması və onlarda xidmət göstərən xarici vətəndaşların daxili turizm bazalarından istifadə etməsi istiqamətləri dərinləşir. Belə ki, xarici turistlər 2009-cu ildə 1,4 mln. nəfərə qədər yüksəlib ki, bu da öz növbəsində əhalinin hər altı nəfərindən biridir. Gələcəkdə bu rəqəmin 2 milyona çatdırılması və respublikadan gedən turistlərin 2,5 mln. nəfərə qədər yüksəlməsi variantı əhalinin 50%-nin turizm xidmətindən istifadəsini təşkil edir. Turizmin miqrasiyası nəticəsində respublikada yaradılan ümumi daxili məhsulun bir hissəsi xarici ölkələrə axır. Azərbaycan əhalisi turizm ənənəsini saxlamaqla turist kimi daha çox müalicə və işgüzar məqsədlərə pul xərclənir. Belə ki, əhalinin maddi cəhətdən təmin olunmuş təbəqələri və

məmurular daha çox Şimali Qafqazda müalicə olunmağı və istirahət etməyə üstünlük verir. Azərbaycanda bayram və dini mərasimlərlə bağlı turizm növü daha çox inkişaf edir. Novruz bayramı ərəfəsində Azərbaycana və onun əsasən rayonlarına İran, Türkiyə və bir sıra islam respublikalarından gələn turistlərin sayı artır. Daha çox respublika əhalisinin Quba-Dəvəçi, Şəki-Zaqatala və Şamaxı, İsmayilli və Naxçıvan Muxtar Respublikasına bayram və istirahət günləri istifadət üçün gedənlərin sayı 4-5 dəfə artır. 2009-cu ildə ölkə prezidentinin fərmanı ilə mart ayının 20-dən 28-i kimi bayram günləri elan olması nəticəsində nəqliyyat vasitələri tam gücü ilə işləməyə məcbur olmuşdur. Hətta bir çox regionlara dövlət mülkiyyətində nəqliyyat vasitələrinə biletlər çatmamışdır.

Ona görə də turizmin xidməti istirahət hüququ və istirahətin təşkili təcrübəsi və çevikliyi ilə xeyli müəyyənləşir. Azərbaycan Respublikasında dini səfərlər, bayram səfərləri tarixi ənənə, milli xüsusiyyətlər və vətənpərvərlik – qohumluq əlaqələri əcdadlarını ziyarət etmək ənənələri ilə bağlıdır. Ona görə də bu növ turizm səfərlərinə yaradılan şərait turizmdən kənarında həll olunur.

Azərbaycan Respublikasında daxili turizmin xüsusiyyətləri istehlak tələbatında xüsusi sahələrin vərdişlərin və məsrəflərin artmasına səbəb olur. Daha çox ərzaq, mətbəx və şirniyyət problemləri bu bayramların xüsusiyyətləridir. Bayram iqtisadiyyatı özünəməxsus xüsusi xarakter daşıyır. Daha çox əhalinin xərclərində ərzağa tələbat artır. Milli xörəklər, ət, düyü və un istehlakına tələbat artır. Bu günlərdə xarici turistlərin regionlara axını, onların restoran və kafelər, meydan və parklara axını güclənir. Respublikada teatr, televiziya və həmçinin hər bir ailənin istehlak səbəbində ərzaq xərcləri mənəvi dəyərlər, yoxsul təbəqələrə yardım ənənəsi davam edir. Bu da turizm dövriyyəsinin tələb və təklifini, əhalinin xərcləri ilə tarazlaşmasına səbəb olur. Respublikada Novruz Bayramı, beynəlxalq turizm

üçün ən yaxşı vaxt hesab edilir. Xaricdə yaşayan azərbaycanlılar bu günləri Azərbaycana gəlməyə, öz əcdadlarını ziyarət etməyə və qoca qohumlarına yardım etməyi respublikada olan vəsaitlərin həcmi, pulun miqdarını və əhalinin tədiyyə vəsaitlərini artırır. Azərbaycan Respublikası öz tarixi coğrafi mövqeyi və həmçinin milli xüsusiyyətlərinə görə daima gediş gəlişin və azad ticarət zonası kimi istifadə olunur. Bu da turizmin inkişafı üçün onun beynəlxalq amillərinin rolunu artırır.

Turizmin respublikada inkişafı ev təsərrüfatının mühüm sahəsi olan evdə məşğulluğu, çoxuşaqlı anaların turistlər üçün əl işlərinin və yemək məhsullarının istehsalına cəlb olunmasını intensivləşdirir. Müasir şəraitdə evdə hazırlanan məhsullar turistlərin tələbatını ödəmək üçün marketinq mağazalarında, küçə ticarətində və beynəlxalq vağzal və gömrük məntəqələrində satılır. Belə ki, kafələrin, gömrük məntəqələrinə xüsusi mağaza və kafələrin, restoranların, yol və yaxud istirahət ocaqlarında ticarəti və ictimai iaşəni, meşə və çay kənarlarında yeməxanaların, istirahət məntəqələrinin və həmçinin 2-3 günlük istirahət mərkəzlərinin fəaliyyətinə uyğun tələbat özünəməxsus daxili ticarət formalarını yaradır.

Respublikada ticarət və yeməxana xidməti əhəmiyyətli olmaqla istehsal güclərinə və marketinq quruluşuna görə təkmilləşir. Turizmin inkişafında əhalinin təşəbbüsü, onun fəallığı xidmət mədəniyyəti, milli adət və ənənələr və həmçinin kommersiya səyi xüsusi yer tutur. Əhalinin məşğulluq mədəniyyəti, bəzi yemək və qeyri-ərzaq məhsullarının keyfiyyəti və milli xüsusiyyətləri, həmçinin kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyəti əlavə gəlir gətirmək üçün maddi mexanizmlər kimi qəbul edilə bilər. Belə ki, kiçik məhsulları olan nar, sitrus bitkiləri, feyxua və bəzi dağ kiçikləri və mineral sular həmçinin Azərbaycan kulinariyası onların emalı, alkoqollu və alkoqolsuz içkilər son nəticədə bazar tələbatına uyğun milli sərəvətlərin cəlb

olunmasına şərait yaradır. Ona görə də turizmin təminatı onun inkişafı üçün bir başa və dolayısı yolla şəraitdən istifadə etməklə və mexanizmlər yaratmaqla onun idarə olunması istiqamətləri təkmilləşir. Turizmin kompleks ərazi, sahə və təbii amillərinin hər birinə şərait yaratmaq və onların təkrar istehsalını təmin etmək metodları və mexanizmləri müasir şəraitdə mərkəzləşdirilmiş planlaşma ilə yanaşı məhəlli və resurs planlaşmasının yeni texnologiyalarını tələb edir. Ona görə də turizm planlaşmasında marketing və çevik planlar, onların resurslarının dinamik və çevik təsviri modeli və konkret maliyyələşmə mənbələri hesabına baş verir.

Turizmin idarə olunması hər bir turizm müəssisəsinin və onun fəaliyyətində iştirak edən subyekt və onların potensialının səmərəli istifadə variantları ilə uzlaşır.

Turizmin qərar qəbulu meyarların məcmusu, resursların qarşılıqlı ekvivalent mübadiləsi və uzunmüddətli kredit borc və perspektiv planlaşma yolu ilə mümkün olur. Ona görə də turizm riskləri bu risklərin bölgüsü, adekvat qərar qəbulu, turizm ilə şəxslərin risklərinin maliyyə maddi əsasını yüngülləşdirir, onların perspektivdə maraqları ilə onların maddi imkanlarının tarazlığına və son nəticədə respublika iqtisadiyyatında tarazlı siyasətə imkan verir.

NƏTİCƏ

Azərbaycan iqtisadiyyatının perspektiv inkişaf istiqaməti olaraq turizmin və onunla bağlı olan sahələrin, ərazilərin kompleks istifadəsi və idarə edilməsi aktual olub nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin elmi əsasları, onun iqtisadi artım və sosial təminat baxımından kompleks və sistemli idarəetmə ərazi kompleksi kimi araşdırmaq təşkil edir. Turizm planlaşması strateji planlaşma obyektı olaraq ölkə iqtisadiyyatının əsas istiqamətlərinin və onun investisiya və ərazi inkişaf meyillərini tənzimləyən dövlət himayəçiliyi və dövlətin iqtisadi-idarəetmə metodlarının tətbiqi sahəsi kimi formalaşır. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin inkişafı, obyektiv zəruri və müəyyən sosial-iqtisadi problemlərin həlli baxımından praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Regionların sosial-iqtisadi inkişafı, əhalinin sosial ehtiyaclarını ödəmək, ölkəyə pul və gəlirləri gətirmək və ineqrasiyanın yeni qeyri-neft rəlsəri üzərinə keçirmək baxımından turizmin inkişafı üçün obyektiv iqtisadi potensial və dövlət təminatı almaq normal səviyyədədir.

Turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatında rolu onun iqtisadi artımın tərkib hissəsi, iqtisadi potensialın strukturu və ölkə iqtisadiyyatında perspektiv inkişaf istiqaməti olması ilə bağlıdır.

Turizmin inkişafını iqtisadi sosial rolu aşağıdakı istiqamətlərdə reallaşır:

- ümumi daxili məhsulun artımına neft gəlirlərini əvəz edən turizm gəlirlərinin formalaşmasına səbəb olur;
- ölkə iqtisadiyyatında regionların kompleks inkişafını, onların iqtisadi potensialını dövriyyəyə cəlb olunması və əhalinin məskunlaşmasına səbəb olur;
- regionda əhalinin məşğulluğu əhalinin gəlir və istehlakına təsir etməklə məskunlaşma problemlərini və

həmçinin sosial müdafiə yoxsulluğun azaldılması yolu kimi genişlənir və təkmilləşir;

- bazar tələbinə uyğun turizm məhsulunun genişlənməsi onun daxili və xarici turistlərin tələbinə uyğun istehsalı və istifadəsi istiqamətlərini, mexanizmlərini təkmilləşdirir;

- əhalinin gəlirləri, pensiya və uşaqların fərdi əməyinin bazar tələbinə uyğun ev təsərrüfatı ilə məşğulluğu artırır, əhalinin gəlir mənbəyi kimi iqtisadi məna kəsb edir.

Turizm potensialının qiymətləndirilməsi onun planlaşması və davamlı inkişaf strategiyasını yerləşmə konturunu və əsas istiqamətlərini əsaslandırmağa imkan verir. Turizm potensialı, fikrimizcə, turizm dövriyyəsinə cəlb olunan turizm məhsulu və onun inkişafına yönəldilən maddi, maliyyə və təşkilatı kədr mənbələrini və onlardan istifadə yollarını müəyyənləşdirir.

Turizm potensialı, turizm resursları, turizmin istehsal və istehlak gücləri ümumi və xüsusi aspektlər təşkil etsələrdə onların formalaşma mənbələrinin təhlili və dinamikasına təsir edən amillərin tapılması, son nəticədə turizmin səmərəli təşkili və idarə edilməsinin əsas yollarını müəyyənləşdirir.

Turizmin qiymətləndirilməsi onun dövriyyəsinə cəlb olunan resursların cəlb olunan resursların artımı sosial effekt və bir sıra qlobal ərazi problemlərinin həlli baxımından baxılır. Turizmin potensialı perspektiv və cari effekt baxımından qiymətləndirilir. Yeni iş yerlərinin açılması, turizmin məhsulunun ixracat potensialı kimi genişlənməsi, əhalinin asudə vaxtının və xərc strukturunda mənəvi nemətlərin genişlənməsi turizmin inkişafına və onun səmərəli təşkilinə şərait yaradır. Turizm potensialına ümumi iqtisadi sahə və ərazi potensialı baxımından baxmaqla yanaşı sistem təsviri uyğun olaraq sahələrarası problemlərin və ərazidaxili komplekslərin inkişafına şərait yaradır. Turizmin potensialının təkrar istehsal sahə və ərazi

quruluşu inteqral və sahə səmərələndirilir və proqnozlaşdırılır. Proqnozlar aktiv proqnozlar olmaqla struktur dəyişmələrin metodiki təminatı kimi çıxış edir.

Turizm və kənd təsərrüfatı arasında qarşılıqlı əlaqə, kənd təsərrüfatı potensialının turizm dövriyyəsi və bazarı prizmasından tədqiqi və proqnozu uyğun metodiki və konseptual elmi prinsiplər üzərində qurulur. Bu prinsiplər aşağıdakılardır:

- turizmin kənd təsərrüfatı artımına, onun bazar təklifinə uyğun dəyişilməsi meyarı və sahə yönümlü konseptual inkişaf istiqamətidir;

- turizmin inkişafı kəndin sosial-iqtisadi problemlərinin həlli üçün əsas meyar və göstəricilər formalaşdırır. Kəndin sosial inkişafı və kənd əhalisinin iqtisadi, sosial problemlərini həll edir;

- turizmin inkişafı kənd təsərrüfatının inteqrasiya amili kimi rolunu və kənd təsərrüfatında xırda və orta sahibkarlığı stimullaşdırır;

- kəndin sosial problemləri, infrastruktur layihələri, mehmanxana, mənzil və ictimai iaşə müəssisələrinin artımına və istifadəsinə yeni üfüq və yollar yaradır;

- turizmin inkişafı beynəlxalq əlaqələrin ərazi prinsiplərini müəyyənləşdirir.

Bu istiqamətlər kənd təsərrüfatı istehsalının turizm motivi və seqmentlərinə uyğun ixtisaslaşması yollarını və metodlarını formalaşdırır. Turizmin əsas sahələri ilə kənd təsərrüfatı arasında əlaqə mövcuddur.

Kitabın əsas nəticələri kənd təsərrüfatı potensialının turizm maraqları baxımından tədqiqi metodlarına baxılır. Belə ki, kənd təsərrüfatı və kəndin sosial-iqtisadi potensialının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi üçün turizmin strateji planlaşma istiqamətlərini kənd təsərrüfatı mövqeyindən qiymətləndirmək metodikasını verilir. Kənd təsərrüfatı məhsulları turizm məhsulları üçün xammal

yaxud resurs kimi istifadə olunduğu üçün onun strukturu turizmin tələbinə uyğun təkmilləşdirilir.

Kəndin iqtisadi və sosial potensialı iş qüvvəsi və istehsal amili olaraq turizmin bazarına uyğun məhsul və xidmət istehsal edirlər. Kənd təsərrüfatı məhsullarının artım tempi yerli tələbata və xarici tələbatın maddi və xidmət seqmentləinə uyğun məhsul və xidməti artırmaq üçün sahibkarlığa və fərdi təsərrüfata himayəçilik siyasəti formalaşdırır.

Kənd təsərrüfatı dövriyyəsi turizm tələbatını nəzərə almaqla özünün maliyyə-maddi ehtiyaclarını formalaşdırır. Turizm dövriyyəsində mülkiyyət və təsərrüfat formaları olaraq səmərəli kənd təsərrüfatı müəssisələrinin və fəaliyyətlərin mexanizmlərinin təkmilləşmə istiqamətləri verilir.

Kəndin turizm inkişafı ilə əlaqəsi kənd əhalisi, kəndin sosial, təbii-coğrafi mühiti və turizm məhsulunun əsas faydalı istiqamətlərini tarazlı inkişaf meyilləri verilir. Kəndin turizm sahəsi ilə səmərəli əlaqəsinin təşkili və idarə olunması iqtisadi, təşkilatı və idarəetmə prosesidir. Bu məqsədlə turizmin konseptual sahə kimi təsviri, ona şərait yaradan kəndin potensialı isə resurs kimi istifadə olunur. Bu əlaqələr aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

- kəndin sosial-demoqrafik və iqtisadi xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla turizm seqmentlərini əsaslandırmaq və yerləşdirmək;

- kəndin əhalisinin məşğulluq və gəlirlərinin artırılması yolu ilə əsaslandırmaq və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və onun satışı istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;

- kənddə sahibkarlığın inkişafı, xırda və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili və onların stimullaşdırılması mexanizmlərini yaratmaq;

- kəndin təbii-coğrafi və iqtisadi potensialını nəzərə almaqla, turizm fəaliyyətinə cəlb edilməsi və turizmin gəlirlərinin bölgüsündə fəal iştirak edir;

- kənd özü iqtisadi mexanizm kimi, xarici ölkələrlə əlaqəsi və miqrasiya problemlərinin kəndin sosial-iqtisadi inkişafı üçün rolu güclənir.

Turizmin inkişafı sahibkarlığa kömək strateji planlaşma və sosial inkişafın əsas istiqamətləri olmaqla dövlətin tənzimləmə obyektidir. Ona görə də tənzimləmə siyasəti olaraq turizmin qanunvericilik bazası, sosial-normativ aktlar və mexanizmlər tərtib olunur və istifadə olunur.

Turizmin inkişafında dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərini regional iqtisadi və sosial inkişaf, yeni iş yerlərinin açılması və integrasiya imkanlarından istifadə etməklə ölkənin qeyri-neft sektorunu genişləndirmək təşkil edir. Azərbaycanda turizmin inkişafının konseptual əsasları, onun qanunvericilik bazası və dövlət proqramları sosial-iqtisadi inkişafın turizm amilini tənzimləyir. Dövlətin sahibkarlığa kömək, subsidiya və dotasiya siyasəti, həmçinin yerli büdcələrin və əhalinin resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yolları dövlətin tənzimləmə siyasətinin əsasını təşkil edir. Dövlət siyasəti ölkə iqtisadiyyatında büdcə, maliyyə, sosial müdafiə, sahibkarlığa kömək məqsədi ilə lizinq xidməti güzəştli kreditlər və həmçinin ünvanlı yardımlar edilir. Dövlətin turizmə dəstək proqramları xüsusi və ümumi potensialın birgə istifadəsi yolları ilə təmin olunur.

Turizmin beynəlxalq mənası, xarici turistlərin gəlməsinə şərait yaratmaq üçün turizm motivi və turizm tələbinə uyğun xidmət və infrastruktur problemləri ilə həll olunur. Turizmin inkişafı kənd və kənd təsərrüfatı kontekstində məqsəd və amil olmaqla birbaşa, sahələrarası və ərazi kompleksləri və infrastruktur inkişafı ilə mümkündür.

Turizmin inkişafı və kənd təsərrüfatının resurslarının istifadə edilməsi yolları və idarəetmə mexanizmlərinin

seçilməsi və tətbiqi nəzəri və praktiki cəhətdən yeni aspektlər kəsb edir. Bu aspektlər aşağıdakılardır:

- kənd təsərrüfatı məhsullarını istehsal həcminin artırılması yolu ilə turizm sahəsi üçün sənaye və ərzaq təminatının yaxşılaşması və turizmin bazarının genişlənməsi ilə ərzaq bazarının dinamik inkişafı və onun təkmilləşməsi yolları;

- ev təsərrüfatının sosial-iqtisadi mahiyyəti və faydalılığının kompleks nəticələrindən turizmin inkişafına şərait yaratmaq və ev təsərrüfatının yeni forma və funksional vəzifələrini təkmilləşdirmək;

- turizmin potensialının istifadəsinin iqtisadi, bölgü və stimullar mexanizminin tərtibi və təkmilləşməsi istiqamətlərinin əsaslandırılması.

Turizm sferasının tənzimlənməsi və onun ərazi sahə quruluşunun təşkili təsərrüfat formalarının təkmilləşməsi ilə bağlıdır. Bu məqsədlə kənd təsərrüfatında sahibkarlığın dəstəklənməsi və kreditləşmə yolu ilə onun artımına stimulyaradılması vacibdir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının turizm məqsədləri və turizm sənayesi üçün istifadəsi bir sıra maddi yardımları və infrastruktur layihələrinin maliyyələşməsini tələb edir.

Turizm resursları xalis sahə resurslarından fərqli olaraq sahələrarası və regional resursların əmək bölgüsü və gəlirlərin bölgüsündə ekvivalent dəyər və mənfəət prinsipinə uyğun təşkil olunduqda sahələr və ərazilər həmçinin funksional əmək bölgüsü arasında optimal əlaqələr təmin olunur.

Turizm resurslarının istifadəsi təkrar istehsal və regionlarla sahələrin maraqları həmçinin mülkiyyətə görə gəlir bölgüsü təmin olunduqda daha səmərəli idarəetmə metodları baş tutmuş olur. Turizmin mənfəətindən dövlətə və yerli orqanlara ayırmalar təkrar istehsal və məsrəflər prinsipi əsasında baş verir. Ona görə də turizm sahəsində yaranan səmərə multiplikasiya effekti kimi formalaşır.

Onun artırılması, bölgü və yenidən bölgüsü ərazi və sahələrin təkrar istehsalı və davamlı inkişafı üçün zəmin yaradır. Turizmin fəaliyyəti və onun gəlirlərinin formalaşmasında əsas amil olaraq təbii resurslar, meşə, çay və həmçinin yerli məhsulların ucuz satışı və ucuz iş qüvvəsi amilləri təsir edir. Ona görə də yerli turizm xidmətinin qiyməti ilə xarici qiymətlər arasında yaranan fərq dövlətin və yaxud ərazinin büdcəsinə daxil olduqda onun yenidən bölgüsü, respublikada əhalinin sosial təminatı üçün maddi əsas rolunu oynayır. Turizmin gəlirləri perspektiv qlobal və təhlükəsizlik problemlərini həl etməyə imkan verir.

Belə ki, Azərbaycan Respublikasının ixracat potensialı neft və qaz resurslarına əsaslanır. Proqnozlara görə neft gəlirlərinin tükənməsi dövründə qeyri-neft sektorundan gələn gəlirlər hesabına, formalaşmış iqtisadi artım və rifahın yüksəldilməsi resurslarını təmin etmək strateji məqsəd olaraq müasir şəraitdə Azərbaycan iqtisadiyyatının əsas yoludur.

Kitabın nəticələri respublika iqtisadiyyatının struktur dəyişməsi və turizmin kənd təsərrüfatı ilə inkişafı arasında əlaqələrinin metodoloji praktiki məsələlərini həl etməyə imkan verir.

Kitabın nəticələrinə uyğun olaraq aşağıdakı konkret təklifləri veririk:

- kənd təsərrüfatı məhsullarına tələbatı və təklifin tarazlı inkişafında turizm tələbatını qiymətləndirmək və uyğun proqnozlar verməklə kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracat potensialını artırmaq lazımdır;

- kəndin sosial-iqtisadi inkişafı, kənddə məskunlaşma, bazarların genişlənməsi intellektual mülkiyyətin artımı və kəndin infrastruktur problemlərinin həlli üçün turizm əsas sahə kimi qiymətləndirilir, büdcə və konseptual iqtisadi siyasətin əsas istiqaməti olaraq formalaşır;

- turizmin inkişafı beynəlxalq və inteqrasiya sistemində əlaqələri genişləndirir, ölkənin iqtisadi təhlükəsizlik və ərzaq təhlükəsizliyini təmin edir;

- turizmin ərazi potensialını, bələdiyyə və əhalinin xüsusi vəsaitlərini turizm və kənd təsərrüfatı dövriyyəsinə cəlb edilməsi üçün onların gəlirlərinin düzgün bölüşdürülməsi vacibdir;

- turizmin inkişafı və onun planlaşması daxili və xarici turizm xidmətinin əsas kontingentinin sosial-demoqrafik xarakteristikalarını nəzərə almaqla reallaşdırılır.

Kənd təsərrüfatı ilə turizmin iqtisadi, sosial və təsərrüfat əlaqələrinin perspektiv dəyişmələrinin proqnozlaşdırılması büdcə tərtibatı, dövlətin regionlara olan yardım siyasətinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Kitab bələdiyyə idarəçiliyi üçün əhəmiyyət kəsb edir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası. Bakı, 1995.
2. «Azərbaycan Respublikasında 2002-2005 ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı». Bakı, 27 avqust 2002, «Azərbaycan» qəzeti.
3. «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı haqqında Dövlət Proqramı». Bakı, 12 Fevral 2004, «Azərbaycan» qəzeti. «Turizm fəaliyyəti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 27 iyul 1999, «Azərbaycan» qəzeti.
4. «Azərbaycan Respublikasında kurortların 2007-2015 ci illərdə inkişafının sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında» Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı. Bakı, 28 Fevral 2007, «Azərbaycan» qəzeti.
5. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasına əlavələr və dəyişikliklər edilməsi haqqında Referendum. 18 mart 2009-cu il.
6. Azərbaycan Respublikasının 2009-cu il Dövlət Büdcəsi zərfi. II hissə.
7. Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2008. Bakı: Səda, 2008, 774 s.
8. Torpaq Məcəlləsi. Bakı, 1999.
9. Abbasov C.R. Azərbaycan Respublikasının iqtisadi və sosial coğrafiyası. Bakı, 2005, 250 s.
10. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M. İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi. Bakı, 2005.
11. Anar Abbasov. Ərzaq təhlükəsizliyi. «Nasir» nəşr., Bakı, 2008, 602 s.
12. Azərbaycanın Milli Parkları. Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi. Bakı, 2007.
13. Azərbaycanda turizm strategiyasının inkişafı üçün texniki yardım. Caspian Consulting, Bakı, 2006, 188 s.

14. Babaxanov N.A., Paşayev N.Ə. Təbii fəlakətlərin iqtisadi və sosial-cəografi oyrənilməsi. Bakı: Elm, 2004, 198 s.
15. Budaqov B.Ə. Azərbaycan SSR-nin təbii landşaftları və onların qorunması. Bakı, 1974, 37 s.
16. Budaqov B.Ə. Azərbaycanın təbiət abidələri. Bakı, 1990, 268 s.
17. Dərgahov V.S. Azərbaycanın Xəzərsahili bölgəsinin rekreasiya-turizm ehtiyatları. Bakı, 2003, 138 s.
18. Dərgahov V.S. Rekreasiya-turizm ehtiyatları. Bakı: Elm, 2008, 215 s.
19. Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətləndirmə şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafı: təcrübə, meyillər, perspektiv istiqamətlər. Bakı: Səda, 2005, 38 s. 138.
20. Əlirzayeva T.Ə., Əlirzayev Ə.Q. Əhali gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri. Bakı, 2007.
21. Əlirzayev Ə.Q., Aslanova S.İ. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı: Adiloglu, 2006, 164 s.
22. Əlirzayev E.Q. Maliyyə resurslarının istifadəsinin sahə və ərazi riskləri. Bakı, 2008.
23. Ə.Cabbarov. Turizmin inkişafının regional problemləri. Avtoreferat, Naxçıvan, 2008.
24. Əyyubov Ə.C. Azərbaycan SSR-nin kurort və istirahət yerlərinin iqlimi. Bakı, 1987, 93 s
25. Əsgərov Ə.H. Azərbaycanın mineral suları. Bakı, 1966, 190 s.
26. H.Əliyev və Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı, 1997.
27. Kənd təsərrüfatında intellektual potensialın mövcud vəziyyəti və inkişaf problemləri. Respublika Elmi Konfransın materialları. Bakı, 2007.
28. K.Əliyev. Aqrar sahədə sahibkarlığın regional problemləri. Bakı, «Nurlar», 2009, 157 s.

29. Mahmudov M.M., Mahmudov İ.M. Region iqtisadiyyatının tənzimlənməsi. Bakı: Maarif, 2001, 430 s.
30. Məmmədov C.A., Bilalov B.Ə. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Bakı, 2004, 212 s.
31. Məmmədov Z.S. Regionların iqtisadi inkişaf problemləri. Bakı :Elm, 2007, 169 s.
32. Nəbiyev N.Ə. İqtisadiyyat, cəmiyyət və ekoloji muhit. Bakı:Maarif, 2000, 140 s.
33. Rəhmanov F.P. Sosial sfera keçid iqtisadiyyatı şəraitində. Bakı: Gənclik, 2002, 124 s.
34. R.Balayev. Urbanizasiya: şəhər iqtisadiyyatı və ərzaq problemləri. Bakı, «Elm», 2007, 295 s.
35. Salahov S.V. Kənd təsərrüfatı istehsalının dövlət tənzimlənməsi. Bakı, 1998.
36. Salmanov A.H., İsmayılov C.N. Təsərrüfatın muxtəlif sahələrində təbii resurs-lardan istifadə qaydaları. Sənaye bölməsi. “Azərbaycan Respublikasının konstruktiv coğrafiyası” monoqrafiyasında. Bakı:Elm, 1999, s. 192-201.
37. Salmanov A.H. Sosial infrastruktur. “Azərbaycan Respublikasının konstruktiv coğrafiyası” monoqrafiyasında. Bakı: Elm, 1999, s. 229-236.
38. Salmanov A.H., Əhmədzadə M.İ. Bələdiyyələr və turizmin inkişafında onların maraqları // Azərbaycan bələdiyyələri. №3, 2002, s. 53-55.
39. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizmin müasir problemləri / BDU xəbərləri. Təbiət elmləri seriyası, 2007, №1, s. 133-138.
40. Sultanlı S.İ. Azərbaycanda turizm: strategiya və taktika. // J. Mədəni-maarif, 2006, №12, s. 59-60.
41. Ş.Muradov. İnsan potensialı: əsas meyar, reallıqlar, problemlər. Bakı, «Elm», 2004, 660 s.

42. Т.Аббасов. Kənd təsərrüfatının resurs potensialı və ondan səmərəli istifadənin regional problemləri. Bakı, «Elm», 2002, 188 s.
43. Turizmin statistikasını. Bakı, 2007, 80 s.
44. Xəlilov Ş.V. Azərbaycanın ekocografı problemləri. Bakı, 2006, 160 s.
45. Аббасов Д.Р. Экономические проблемы Каспийского моря. Баку: БГУ, 2000, 152 с.
46. Абрамов М.А. География сервиса. М.: Мысль, 1985, 208 с.
47. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка: Институт Между-народного туризма. М.:ИПК Госслужбы, 1998, 239 с.
48. Азербайджан (под ред. Г.А.Алиева). М.: Мысль, 1971, 317 с.
49. Алиев Г.А., Салманов А.А. Вопросы рекреационного районирования Азерб. ССР / Материалы 3-го Всесоюзного совещания по географическим проблемам туризма и отдыха. Ставрополь, 1978, с. 28-29.
50. Алиев Г.А. Природно-ресурсной потенциал Большого Кавказа (в пределах Азербайджанской части). Баку: Элм, 1987, 107 с.
51. Алиев И. Градостроительная организация курортно-рекреационной системы в Азербайджанской ССР. Баку: Элм, 1989, 142 с.
52. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2001, 464 с.
53. Алескерев А.К. Становление рыночных отношений в Азербайджане в условиях трансформации социально-экономической системы. Баку: Элм, 1998, 54 с.
54. Алирзаев А.Г. Социально-экономические проблемы развития туризма. Баку, 2006.

55. Алирзаев А.Г. Проблемы социально-экономического развития Азербайджанского села. Баку, 1986.
56. Алирзаев А.Г., Асланова С.И. Проблемы туризма в Азербайджане и основные направления его развития // ж. Consulting & Business, Баку, 2003, №9, с. 65-68.
57. Алирзаев А.Г., Асланова С.И. Влияние туризма на развитие регионов Азербайджана / Qloballashma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya İqtisadi və Beynəlxalq münasibətlər. БИИ Beynəlxalq Konqres. Bakı, 2007, s. 514-521.
58. А.Н.Анчишкин. Наука и техника.
59. Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма. М.: изд-во Московского университета, 1975, 299 с.
60. Ахмедов А.И., Гаджиев Э.М., Заманов З.А. Международный туризм. Баку: Сяда, 2000, 235 с. 140.
61. Бакуви Ар-Рашад Ал-Бакуви. Сокращение. книга о «Памятниках». Чудеса царя могучего. М.: Наука, 1971, 162 с.
62. Балабанов И.Т., Балабанова А.И. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 1999, 176 с.
63. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Изд. дом Герда, 2007, 576 с.
64. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. М.: Академия, 2005, 192 с.
65. Будагов Б.А., Салманов А.А. Посетите солнечный Азербайджан.
66. (путеводитель). М.: Турист, 1981, 45 с.
67. Будущее мировой экономики / Доклад экспертов ООН во главе с В. Леонтьевым. М.: Прогресс, 1979, 41 с.

68. Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н. Оценка природных ресурсов для организации отдыха / Изв. АН СССР, сер. геогр. Москва, 1969, №4. с.51-60.
69. Веденин Ю.А. Мифология туристских ресурсов и эволюция представлений о ресурсном потенциале территории / Изв. РАН, сер.геогр. М.,1998,№ 4, 31 с.
70. Велиев С.С. Древний, древний Азербайджан. Баку: Гянджлик, 1987, 173 с.
71. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. М.: ТЕИС, 2001, 97 с.
72. Гаджизаде А.М. Природные ресурсы и естественные условия развития промышленности Азерб. ССР. Баку: Азернешр, 1982, 172 с.
73. Гезгала Ян. Туризм в народном хозяйстве. Перевод с польского. М.: Прогресс, 1973, 212 с.
74. Геокчайский Ш.Ю. Сельское расселение и его преобразование. Баку: Азернешр, 1987, 45 с.
75. Гладкий Ю.Н., Чистобаев А.И. Основы региональной политики. СПб.: издательство Михайлова В.А., 1998, 659 с.
76. Государственная Программа по Снижению Бедности и Экономическому Развитию. Баку: Р.Н.Новруз-94, 2003, 286 с.
77. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.:Финансы и статистика, 2003, 304 с.
78. Гусейнов Ф.М., Салманов А.А. Отдых на юге: проекты и решения. М.: Мысль, 1987, 115 с.
79. Гюль К.К. Туристские возможности Каспийского моря и его берегов / Сб. Географические проблемы отдыха и туризма. М.: Наука, 1969, с. 54-59.
80. Джабиев Р.М. Социально-экономическое развитие Азербайджанской Рес-публики за годы независимости. Баку: Зия, 2005, 283 с.

81. Диксон А. Джон. Экономический анализ воздействий на окружающую Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира. Смоленск: СГУ, 2000, 224 с.
82. Дроздов
83. Долматов Г.И. Правовые основы туристского бизнеса. М.: Прогресс, 1997, 175 с.
84. 70. Доклад ВТО А/6/11«а». Рез. 1. София, 22 сентября 1985. «Хартия туризма».
85. Еганлы С., Гаджиев Э. Международный туризм и развитие туризма в Азербайджанской Республике. Баку, 2003, 236 с.
86. Зейналлы Ю. Экономико-географические проблемы функционирования и управления туристской системой Азербайджана. Баку: Нафта-Пресс, 1998, 112 с.
87. Здоров. Экономика туризма. М., Экономика и статистика, 2004.
88. Зорин И. В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и кредит, 2001, 241 с.
89. Ибрагимов А. И., Салманов А. А. Разработка перспективной схемы развития туризма Азербайджанской ССР / Тезисы всесоюзной научно-практической конференции. Москва, 1987, с. 129.
90. Исмаилов Ч.Н. Нефтяной комплекс прикаспийского региона - проблемы функционирования и развития. Баку: БГУ, 2000, 102 с.
91. Касимов М. С. Вопросы рекреационного обеспечения населения Бакинской городской агломерации. Баку: Элм, 1996, 164 с.
92. Касумов Р.М., Иманов С.Э. Проблемы перспективного развития туризма и курортов в Азербайджанской ССР / Материалы конференции по географическим проблемам освоения,

- рационального использования и охраны курортно-туристских ресурсов Азербайджанской ССР. Баку: Элм, 1983, с.80-84.
93. Кашкай М.А. Минеральные источники Азербайджана. Баку, 1952, 503 с. 142.
 94. Квартальнов В.А. Экономика туризма. М.:Финансы и статистика,2002,442 с.
 95. Квартальнов В. А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. М.: Советский спорт, 1998, 142 с.
 96. Кобахидзе Э.Д. Социально-экологические и экономические проблемы горных районов Кавказа. Тбилиси: Мецниереба, 1985, 103 с.
 97. Котлер Ф. Маркетинг: Гостеприимство. Туризм. М.: Финансы и статистика, 1998, 379 с.
 98. Котляров Е.А. География отдыха и туризма: формирование и развитие территориального рекреационных комплексов. М.: Мысль, 1978, 238 с.
 99. Климат Азербайджана / Под ред. А.А.Мадатзаде, Э.М.Шыхлинского. Баку: Элм, 1968, 342 с.
 100. Критиков Р.А. Теоретические основы определения емкости рынка. М., 1965.
 101. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М., 2005, 496 с.
 102. Лазерски К.
 103. Малес В.И. и др. Комплексное планирование социально-экономического развития городов и районов. М., Мысль, 1978, 220 с.
 104. Мехралиев Э.К. О проблеме использования трудовых ресурсов в рекреационном хозяйстве горных районов / Материалы конференции по географическим проблемам освоения, рационального использования и охраны курортно-туристских ресурсов Азербайджанской ССР. Баку: Элм, 1983, с. 79-80.

105. Менеджмент туризма. Туризм как вид Деятельности. М., Финансы и статистика, 2008, 288 с.
106. Мехтиев А.Ш., Гюль А.К. Техногенное загрязнение Каспийского моря. Баку: Элм, 2006, 179 с.
107. Мироненко Н.С. Рекреационные системы. М.: МГУ, 1987, 212 с.
108. Монтанер Монтехано Х. Структура туристического рынка. Перевод с испан. Смоленск: изд-во СГУ, 1997, 219 с.
109. Мухина Л.И. Принципы и методы технологической оценки природных ресурсных комплексов. М.: Наука, 1979, 168 с.
110. Надиров А.А. Вопросы экономического развития городов Азербайджана. Баку: Элм, 1966, 49 с. 143
111. Назирова Б.Т., Салманов А.А., Векилов Н.Р. Методические основы эконом - географического анализа природно-ресурсного потенциала в формировании регионального народно-хозяйственного комплекса. В кн.: «Природно-ресурсный потенциал Большого Кавказа», под ред. Г.А.Алиева. Баку: Элм, 1981, с.73-89.
112. Национальное и региональное планирование туризма. Мадрид, ВТО, 1994, 87 с.
113. Неволяева М.Э., Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. Москва: Международные отношения, 1985, 112 с.
114. Организация туризма / Под. ред. А.П.Дуровича. М.: Новый век, 2006, 349 с.
115. Преображенский В.С. Теоретические проблемы рекреационной географии. М.: Наука, 1975, 323 с.
116. Природно-ресурсный потенциал Большого Кавказа / Под ред. Г.А.Алиева. Баку: Элм, 1987, 196 с.

117. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. Минск: изд-во Белгосуниверситета, 1985, 175 с.
118. Разработка перспективных схем развития туризма. Тезисы конференций. М.: МФГО, 1987, 172 с.
119. Рекомендации по статистике туризма. ООН, ВТО, Нью-Йорк, 1994, 34 с.
120. Римашевская Н.М. Человек и реформы. Проблемы выживания. М., 2005.
121. Римашевская Н.М., Швяков. *** Ж. «Общество и экономика».
122. Руфат Касумов. Рынок международного туризма: теория и практика. Баку, «Нурлар», 2000, 203 с.
123. Салманов А.А., В.А.Эфендиев. К вопросу взаимодействия системы «сельское хозяйство-рекреация» в условиях горной зоны Азерб. ССР / В сб.
124. Салманов А.А. Экономическая оценка природного ресурсного потенциала Азербайджана / В 4-м сб. ЦЭР МЭР Азербайджанской Республики «Особенности и проблемы проведения экономических реформ в Азербайджане и ее проблемы». Баку, 2003, с. 132-149.
125. Салманов А.А. Туризм в тюркоязычных странах СНГ. Баку, 2005, 160 с.
126. Салманов А.А., Рзаева С.А. Развитие международного туризма Азербайджана в начале XXI века / В ученых записках Азербайджанского Университета Языков. 2007, № 5, с.266-271. 144.
127. Самедзаде З.А. Мировая Экономика. «Чудо» Китайской экономики. Баку: Гянджлик, 2001, 321 с.
128. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М.: Ось-89, 1997, 160 с.

129. Свободин А. Определение величины и эффективности использования производственного потенциала. Ж. «Экономика сельского хозяйства» №2, М., 1987.
130. Сенин В.С. Организация международного туризма. Москва: Финансы и статистика, 2000, 399 с.
131. Состояние мира. 1999 г. / Доклад института Worldwatch о развитии по пути к устойчивому развитию. Москва, 2000, 35 с.
132. Султанлы С.И. Некоторые социально-экономические аспекты развития туризма в Азербайджане // ж. «Экономика и аудит», 2007, № 2, с.23-26.
133. Султанлы С.И. Перспективная модель развития туризма в Азербайджане / Национальная Академия Наук Азербайджана. Институт Экономики. Проблемы национальной экономики. Сб.статей. III выпуск. Баку: Элм, 2007, с. 467-472.
134. Султанлы С.И. Характерные направления развития туризма в Азербайджане. Известия Национальной Академии Наук Азербайджана, серия гуманитарных и общественных наук, Экономика. 2007, № 4, с. 227-230.
135. Султанлы С.И. Туризм в Азербайджане и его связь с маркетингом. Эко-географические проблемы природы Азербайджана. Труды географического общества Азербайджана. ХЫЫ том. Баку. 2008. с.413-417.
136. Султанлы С.И. О специфике функционирования «зелёного» туризма Азербайджана. Экстремальные природно-разрушительные явления и создаваемые ими экогеографические проблемы // Труды Географического общества Азербайджана. Баку, 2008, XIII том. с. 497-502.

137. Султанлы С.И. Экотуристский потенциал особо охраняемых природных территорий Азербайджана // Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının xəbərləri, Yer elmləri, 2008, № 2, s. 117-122.
138. Султанлы С.И. Природно-ресурсный потенциал туристского рынка Азербайджана. Ж. Туристские фирмы. Научно-методические материалы. Под ред. Биржакова М.Б. СПб:Невский фонд, выпуск 46, 2008, с. 119-125.
139. Султанлы С.И. Экономико-географические проблемы развития туризма. Автореферат, Баку, 2008.
140. Тагиев И.И. Ресурсы минеральных и термальных вод Азербайджана. Баку: Газыоглу, 2001, 179 с.
141. Халилов Ш.Б., Салманов А.А. В краю горных озер. М.: Турист, 1981, 85 с.
142. Х.Монтанер Монтехано. Структура туристского рынка. Смоленск: изд-во СГУ, 1997, с.18-19.
143. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристский бизнес. М.: Аспект Пресс, 1998, 216 с.
144. Экономика туризма. М., «Финансы и статистика», 2004, 272 с.
145. Эфендиев В.А. Урбанизация и городские поселения Азербайджана. Баку: БГУ, 2002, 397 с.

Ə.Q.Əlirzayev

**Turizmin iqtisadiyyati
və idarə edilməsi**

.....