AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

AZƏRBAYCANDA REKREASİYA RESURSLARI BAZARININ GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

İxtisas: 5307.01 -İqtisadi nəzəriyyə

Elm sahəsi: 53-İqtisad elmləri

İddiaçı: Ceyhun Qurban oğlu Aşirov

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi

almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı – 2024

Dissertasiya işi AR Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunda yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: i.e.d., prof. **Rəşad Şahbaz oğlu Muradov**
i.f.d., dos. **Rüfət Cahangir oğlu Efendiyev**

Rəsmi opponentlər: iqtisad elmləri doktoru, dosent
Leyli Əli qızı Allahverdiyeva

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Asiman Aydın oğlu Quliyev

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Vüqar Mehrəli oğlu Nəzərov

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən ED.1.10 Dissertasiya şurası

Dissertasiya Şurasının sədr müavini: iqtisad elmləri doktoru, professor
Rəna Polad qızı Sultanova

____

Dissertasiya Şurasının elmi katibi: iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru
Sevda Məmməd qızı Seyidova

____

Elmi seminarın sədri: iqtisad elmləri doktoru, dosent
Fuad Əlinağı oğlu Qənbərov

____

İŞİN ÜMUMU XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi.

Yüksək iqtisadi inkişaf səviyyəsinə malik ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, rekreasiya və onun təzahür forması olan rekreasiya turizmi- iqtisadiyyatın dinamik və yüksək rentabelli istiqamətidir. Rekreasiya turizminin potensial imkanlarını nəzərə alsaq hesab edirik ki, bu sahə Azərbaycanda yeni iş yerlərinin yaradılmasında, xidmət bazarının daha da inkişaf etməsində, iqtisadi rayonlarda infrastrukturların da təkmilləşməsinə və s. şərait yarada bilər.

Multiplikativ effektə malik olmaqla, turizm əksər regionlar üçün iqtisadi artıma təkan verir və məşğulluq təmin olunmaqla əhalinin istirahətə tələbatı ödənilir.

Düşünürük ki, Azərbaycanın turizm-rekreasiya imkanları kifayət qədər öyrənilməmişdir və hazırda bu potensialdan tam istifadə olunmur.

Ümumiyyətlə, rekreasiya tələbatı hər zaman mövcud olmuşdur, lakin əhalinin kütləvi istirahətinin təşkili xüsusi ilə aktuallıq kəsb etmişdir. Nəqliyyat sisteminin təkmilləşməsi, müxtəlif turizm məkanlarının daha "əlçatan" olması, ölkəmizin əlverişli coğrafi mövqeyi bu sahənin inkişafına əlavə üstünlüklər yaradır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, işğaldan azad olmuş ərazilərin də ümumi rekreasiya resurslarının balansını artırması, artıq bu sahəyə dövlətin də qayğısının artmasını tələb etmişdir. Xüsusi ilə vurğulanmalıdır ki, son illərdə bu sahəyə artan diqqətin olmasına baxmayaraq özəl biznesin bu sahədəki fəaliyyət aktivliyinin aşağı olmasını nəzərə alaraq söyləyə bilərik ki, hal-hazırki dövr üçün turizm bazarında rekreasiya xidmətlərinin təmsil olunma səviyyəsi tələb olunan dərəcədə deyildir. Bunun başlıca səbəbi kimi turizm xidmətləri *bazarında uyğunsuzluğu* göstərmək olar. Məhz tədqiqat işinin əsas ideya xətti də tələb və təklif arasındakı uyğunsuzluqları ortaya çıxardıb əməli təkliflərin verilməsi olacaqdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, sahənin əsas özəlliyi ondan ibartdir ki, digər sahələrlə müqayisədə bunun tələbləri və yeni imkanların tapılması baxımından daima yeni araşdırmalara açıqdır.

Azərbaycanda turizmin inkişafına dair tədqiqatlar B.Bilalov, Ə.Əlirzayev, Ə. Əsgərov, A.Həsənov, M.Qasımov, D. Məmmədov, R.Kasumov, V.Dargahov, S.Yeqanlı, A.Salmanov, A.Əsədov, L.Allahverdiyeva, G.Səmədova və digər elmi tədqiqatçıların əsərlərində yer almışdır.

Turizmin inkişafı və bu sektora investisiyaların cəlb edilməsi üçün qanunlar, dövlət proqramları və müxtəlif qərarlar qəbul edilib ki, bu da Azərbaycanda turizm sahəsinin inkişafı üçün mühüm hüquqi zəmin yaradıb. Bu mənada ölkə Prezidenti tərəfindən 2016-cı ilin dekabrında imzalanmış və ölkədə turizmin perspektiv inkişafı üçün mühüm proqram sənədi olan "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" nə xüsusi diqqət yetirilir.

Rus tədqiqatçılarından A.Бобкова əsasən rekreasiya fəaliyyətinin hüquqi təminatı, B.Григорьев rekreasiya sənayesinin formalaşması strategiyası, E.Корпинова rekreasiya sisteminin regional aspektləri, M.Лемешев rekreasiya fəaliyyətinin optimallaşdırılması üzrə tədqiqatlar aparmışlar.

Qərb tədqiqatçılarından olan Telce və Şroenn belə hesab edirlər ki, turizm sahəsinin inkişafının vacibliyi və bu sahəyə investisiyaların yönəldilməsinin cəlbediciliyinin əsas səbəbi bu sektorun bir neçə iqtisadi fəaliyyət sahələri ilə əlaqəli olması, həmçinin digər sektorlardan fərqli olaraq, turizmdən gələn gəlirlərin cəmiyyətin daha geniş təbəqəsinə paylanması ilə bağlıdır. Turizm sektorunu tədqiq edən J.Lea, T.Sinclair, Samimi və digərləri beynəlxalq turizmin iqtisadi artımın dəstəklənməsində, yeni iş yerlərinin yaradılmasında və əlavə gəlirlərin əldə edilməsində mühüm əhəmiyyətini tədqiq etmişlər. Bəzi tədqiqatlar sübut edir ki, beynəlxalq turizm ölkənin gəlirlərini ən azı iki yolla artırır. Birinci yolla bağlı Krueger qeyd edir ki, turizm ölkənin şirkətləri arasında rəqabət yaratdığından, firmaların fəaliyyətinin səmərəliliyi yüksəlir. İkinci yolu isə Helpman and Krugman fərqləndirirlər. Onların fikrincə, yerli firmalarda miqyas effekti baş verdiyindən, onların fəaliyyət göstərmələri asanlaşır.

Bu baxımdan, Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının genişlənməsi o, cümlədən turizm-rekreasiya potensialının inkişafı

problemlərinin kompleks öyrənilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da aparılan tədqiqatın aktuallığını şərtləndirir.

Tədqiqat işinin **obyektini** Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarı, **predmetini** isə rekreasiya resursları bazarının genişləndirilməsi üzrə meydana çıxan sosial-iqtisadi münasibətlərin öyrənilməsi təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Bu dissertasiyanın əsas məqsədi Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının nəzəri aspektlərinin öyrənilməsi və onun genişləndirilməsi üçün praktiki tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

Bu məqsəd üçün aşağıdakı vəzifələri qeyd etmək olar:

- bazar iqtisadiyyatı şəraitində turizm-rekreasiya sahəsinin-milli iqtisadiyyatın inkişaf amili kimi tədqiq edilməsi;
- rekreasiya resurs potensialından istifadənin nəzəri-metodoloji aspektlərinin araşdırılması;
- turizm-rekreasiya xidmətləri bazarının inkişaf meyilləri və bu sahədə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi;
- Azərbaycanın rekreasiya resursları bazarında indikativ alt-göstəricilər arasında asılılığın təhlil edilməsi;
- sorğu materialları əsasında pandemiyadan əvvəl və sonra tələb və təklif istiqamətində ölkənin regional rekreasiya resursları potensialından istifadə xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsi;
- rekreasiya resursları bazarına investisiyaların cəlb edilməsi istiqamətlərinin araşdırılması;
- müasir mərhələdə turizm-rekreasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin əsaslandırılması;
- Azərbaycanda rekreasiya turizminin inkişafı perspektivləri və turizmin inkişaf strategiyasının müəyyən edilməsi üçün elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin işlənib hazırlanması.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat prosesində ümumi elmi metodlar – məntiqi, funksional asılılıq, eləcə də müqayisəli təhlil, statistik-riyazi, empirik tədqiqat metodlarından (sosioloji sorğudan) daha geniş istifadə edilmişdir.

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:

1. Ölkədə rekreasiya resursları bazarının inkişafı mövcud imkanlardan aşağı səviyyədədir. Bu potensialın təmin edilməsi proseslərə dövlət müdaxiləsi və dəstəyini zəruri edir.

2. Rekreasiya resursları bazarının formalaşması iqtisadi inkişafa əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu proses turizm və digər yan sahələrin inkişafını da stimullaşdırır.

3. Azərbaycanın turizm-rekreasiya bazarının inkişaf səviyyəsini ərazinin rekreasiya resursları müəyyən edir. Bu baxımdan mövcud rekreasiya resurslarından səmərəli istifadə turizmin inkişafının əsas şərtlərindəndir.

4. Azərbaycanda regional turizm-rekreasiya zonaları cəlbedici olsa da turistlər üçün tanıdılması yetərli deyil. Bu aspektdə həyata keçirilən sorğunun bazar tələbini öyrənmək üçün mühüm empirik nəticələrindən faydalanmaq olar.

5. Son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolu sürətlə artır və turizm, iqtisadiyyatın ən çox yeni iş yerləri açılan və valyuta gətirən sahəsinə çevrilməkdədir. Yeni turizm obyektlərinin tikilməsi və təşviqi gələcəkdə turistlərin daha əlverişli və istəklərinə uyğun seçim etməsinə kömək etmiş olacaqdır

6. Post-pandemiya dövrü üçün aparılmış təhlil və qiymətləndirmə onu deməyə əsas vermişdir ki, rekreasiya resursları bazarında reallaşmanın başlıca problemi qiymət bahalığı deyildir.

7. Rekreasiya resursları bazarının inkişafı üçün əsas göstərici olan təklif stimullaşdırılmalıdır. Bu aspektdə dissertasiyada müəyyən edilmişdir ki, bazarda təklifin stimullaşdırıması investisiyanın həcmindən birbaşa asılıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi.

-Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, turizm rekreasiya fəaliyyəti hesab olunsa da, hər bir rekreasiya fəaliyyəti turizm deyildir. Turizm fəaliyyəti rekreasiya kimi qiymətləndirildiyi halda işgüzar turizm bu bazarın resursu kimi çıxış edir.

-Turizmin inkişafına daxili və birbaşa xarici investisiyaların təsiri qiymətləndirilərkən müəyyən olunmuşdur ki, Azərbaycanda turizm sektoru üzrə kumilyativ investisiya həcminin 1% artması bu sahədə əlavə dəyəri 1,074 % artırır.

-Rekreasiya resursları bazarında tələb və təklif üzrə aparılmış təhlil nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, bazarda 51-99 Azn qiymət intervalında tələb və təklif daha çox üst-üstə düşür.

-Post Pandemiya dövrü üçün aparılmış təhlil onu müəyyən etmişdir ki, turistlərin ən çox üstünlük verdiyi rekreasiyanın istirahət və sağlamlıq turizm növləridir.

-Təhlil zamanı müəyyən olunmuşdur ki, rekreasiya resursları bazarında əslində problem qiymətin bahalığnda yox, qalma yerlərinin məhdud seçim imkanlarındadır.

-Təbii sərvətlərin, unikal mədəni və tarixi irsin, uzun illər işğaldan sonra Qarabağın rekreasiya turizm ehtiyatlarının bu müddət ərzində bölgəyə səfər etmək imkanı olmayanlar üçün çox cəlbedici olması həm də psixoloji olaraq rekreativ xarakter daşıyır.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının genişləndirilməsi üzrə aparılan tədqiqat turizm sektorunun ümumilikdə inkişafına təkan verəcək istiqamətdə yerinə yetirilmiş və araşdırılmışdır. Dissertasiyada irəli sürülən müddəalar, əldə edilən nəticə və təkliflər, turizmin inkişafı ilə məşğul olan dövlət orqanları tərəfindən sosial-iqtisadi inkişaf proqramlarının hazırlanmasında, əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasında istifadə edilə bilər. Təklif edilən elmi yanaşmalar elmi-tədqiqat müəssisələrində və turizm iqtisadiyyatına dair tədris proseslərində istifadə edilə bilər.

Aprobasiyası və tətbiqi. Dissertasiya işini əsas müddəaları müəllifin beynəlxalq və respublika elmi-praktiki konfranslarında etdiyi çıxışlarında aprobasiyadan keçmişdir. Dissertasiyanın əsas məzmunu dərc edilmiş 11 elmi məqalədə öz əksini tapmışdır.

“Müasir Azərbaycanda turizm bazar iqtisadiyyatın elementi kimi”, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, “Elmi əsərlər”, № 4, 2015 (s. 149-155), “Recreational resources, as an important element of the market economy in modern Azerbaijan and the basis for active recreation”, Integration processes of the world science in the 21st century. ANAS International Youth Forum. 10-14 October, 2016. Book of abstracts. (pp. 229-230), “Ölkə turizminin inkişafı üçün rekreasiya resursları potensialının regionlar üzrə qiymətləndirilməsi”, Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. ATMU. İl 5, Say 3, 2016 (s. 8-20),

“Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının formalaşması və inkişafının bəzi nəzəri aspektləri”, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, “Elmi əsərlər”, № 5, 2017 (s. 255-260), “Azərbaycanda turizmin inkişafına daxili investisiyaların və birbaşa xarici investisiyaların təsirinin qiymətləndirilməsi”, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, “Elmi əsərlər”, № 1, 2018 (s. 275-282), “Azərbaycan Respublikasında turizm-rekreasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və dəstəklənməsi”, Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. ATMU. İl 7, Say 1, 2018 (s. 66-79), “О стимулировании лечебно-оздоровительного туризма в Азербайджане, как важного вида рекреационной деятельности”, “Економіка та держава”, № 1, 2019 (s. 55-61), “COVID-19 pandemiyasının turizmə təsiri”, 3. ULUSLARARASI AVRUPA DİSİPLİNLERARASI ARAŞTIRMALAR KONGRESİ-KOMRAT DEVLET ÜNİVERSİTESİ, MOLDAVA, GAGAUZİYA-KOMRAT: - 2021. **“**Azərbaycanda Turizmin İnkişafında Biznes-Dövlət Əməkdaşlığının Rolu” *Future Trends in Leisure and Recreation, 2024-FTLRC24-Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism-2024.; “*Rural Tourism in Azerbaijan: Current state and prospects” *8th International Rural Tourism and Development Congress: -2024*

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. AR Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutu.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı və əlavələrdən ibarətdir. Bütövlükdə işin həcmi 167 səhifə təşkil etməklə, 33 cədvəl, 4 qrafik, 20 şəkil əhatə etmişdir. Dissertasiyanın yazılmasında 257898 simvol istifadə edilmişdir.

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ
I FƏSİL. Rekreasiya resursları bazarının tədqiqinin nəzəri-metodoloji əsasları
1.1. Rekreasiya resursları potensialından istifadənin nəzəri-metodoloji aspektləri
1.2. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində milli iqtisadiyyatın inkişafında turizm-rekreasiya ehtiyatlarının rolu
1.3. Beynəlxalq turizm-rekreasiya xidmətləri bazarının inkişaf meyilləri
II FƏSİL. Azərbaycanın rekreasiya resursları potensialından istifadənin təhlili
2.1. Azərbaycanın rekreasiya resursları bazarında indikativ alt-göstəricilər arasında qarşılıqlı asılılığın müqayisəli təhlili
2.2. Azərbaycanın rekreasiya resurs potensialının inzibati - ərazi təşkilinin təhlili
2.3. Ölkənin regional rekreasiya resursları potensialından istifadənin xüsusiyyətləri
III FƏSİL. Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının inkişaf istiqamətləri
3.1. Rekreasiya resursları bazarına investisiyaların cəlb edilməsi və onun davamlılığının təmin edilməsi
3.2. Turizm-rekreasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin əsas istiqaməltəri
3.3. Azərbaycanda rekreasiya turizminin inkişaf perspektivləri
NƏTİCƏ
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI
ƏLAVƏLƏR

MÜDAFİƏYƏ TƏQDİM EDİLƏN ƏSAS MÜDDƏALAR

1-ci müddəa: Ölkədə rekreasiya resursları bazarının inkişafı mövcud imkanlardan aşağı səviyyədədir. Bu potensialın təmin edilməsi proseslərə dövlət müdaxiləsi və dəstəyini zəruri edir.

Rekreasiya resursları dedikdə, təbii və insan tərəfindən yaradılmış rekreasiya məhsullarının məcmusu başa düşülür. Əslində ***rekreasiya resursları bazarı*** rekreasiya məhsulları və xidmətləri bazarının törəməsidir. Rekreasiya fəaliyyəti bir şəxsin fiziki və emosional gücünü bərpa etmək, eləcə də inkişafı üçün həyata keçirdiyi asudə vaxtında olan fəaliyyətidir.

Rekreasiya resurslarından mümkün qədər səmərəli istifadə olunması və onun turizm bazarında optimal şəkildə təmsil olunması mühüm əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Son illərdə bu sahəyə artan diqqətin olmasına baxmayaraq özəl biznesin bu istiqamətdə fəaliyyət aktivliyinin aşağı olması onu deməyə əsas verir ki, hal-hazırki dövr üçün rekreasiya resursları bazarında xidmətlərin səviyyəsi tələb olunan dərəcədə deyildir. Bunun başlıca səbəbi kimi turizm xidmətləri bazarında uyğunsuzluğu göstərmək olar.

Turizmi xarakterizə edən təriflərin təhlili göstərir ki, ***rekreasiya turizmi*** insanların fiziki, emosional və intellektual qüvvəsinin bərpasına, geniş təkrar istehsalına yönəlmiş turizm növüdür. Bu sahə dövlət tərəfindən tənzimlənərək dəstəklənərsə, o, böyük maliyyə axınlarının dövlət, regional və bələdiyyə səviyyəli büdcələrdə toplanması və yerli əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi üçün ciddi imkanlar yaratmağa qadirdir.

Regionda turizm sənayesinin səmərəli inkişafı üçün normativ-hüquqi bazaya malik olmaq çox vacibdir. Turizmin inkişafına hüquqi dəstəyin əsas cəhətlərindən biri turizm biznesinin fəaliyyəti üçün aydın qaydaların yaradılmasıdır. Buraya sağlamlıq və təhlükəsizlik, ətraf mühitin qorunması kimi məsələlərlə bağlı qaydalar daxildir. Bundan əlavə, turistlərin hüquqlarını qoruyan və ədalətli və şəffaf qiymət, xidmətlərə çıxış təmin edən mövcud qanunlara sahib olmaq vacibdir. Rekreasiya resurslarının qorunması da buraya daxildir.

Vergi qanunvericiliyi bölgədə turizmin inkişafında da əhəmiyyətli rol oynayır. Buraya turizm sənayesində fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün vergi güzəştləri, ayırmalar və turistlərdən vergi toplama qaydaları aiddir.

Bizim qənaətimizə görə, Azərbaycanda dövlət tənzimlənməsi sahəsindəki təcrübədə turizmin klasterlər baxımından araşdırılmasına hələ ki, lazımi səviyyədə diqqət yetirilmir. Belə bir problemin olması turizm bazarı üçün sağlam rəqabət mühitinin formalaşmasını ləngidir.

Klasterlər-bəlli bir sahədə fəaliyyət göstərən, ümumi fəaliyyət sahəsi ilə fərqlənən və bir-birini tamamlayan, coğrafi baxımdan qonşu şirkətlər və onlarla əlaqəli fəaliyyət göstərən təşkilatlar qrupudur.

Qeyd etmək lazımdır ki, dünyada turizm-rekreasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və dəstəklənməsinin bir sıra formaları vardır. Bunlar aşağıdakılardır: maliyyə-kredit, maddi-texniki, vergi, informasiya dəstəyi, konsultasiya yardımı. Bu proses həm də dövlət-özəl tətəfdaşlığı çərçivəsində baş verir. Məhz, buna görə də bölgənin rəqabət qabiliyyəti mexanizminin formalaşması başlıca olaraq, dövlətin dəstəyi və özəl şirkətlərin əməkdaşlığı sayəsində baş verir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, işğaldan azad olmuş ərazilərin də ümumi rekreasiya resurslarının balansını artırması, artıq bu sahəyə dövlətin də qayğısının artmasını tələb etmişdir.

2-ci müddəa: Rekreasiya resursları bazarının formalaşması iqtisadi inkişafa əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu proses turizm və digər yan sahələrin inkişafını da stimullaşdırır.

Müasir rekreasiya fəaliyyəti, sözsüz ki, humanist istiqamətlidir, çünki insanın nəinki fiziki, eləcə də mənəvi inkişafını dəstəkləyir və ümumbəşəri əhəmiyyət kəsb edən dəyərləri formalaşdırır.

Bu sahəyə investisiyaların yönəldilməsinin cəlbediciliyinin əsas səbəbi də bu sektorun bir neçə iqtisadi fəaliyyət sahələri ilə əlaqəli olması, həmçinin digər sektorlardan fərqli olaraq, turizmdən gələn gəlirlərin cəmiyyətin daha geniş təbəqəsinə paylanması ilə bağlıdır.

Turizmdə iki əsas komponentə diqqət edilir: Turist səfərləri və turistlərin istehlakı. Turist səfərləri coğrafi məkan elementidir, turistlərin istehlakı isə turizmin iqtisadi təsirlərini ifadə etməklə turizm

sənayesinin əsas komponenti sayılır. Belə ki, turistlərin bəlli bir məkana səfər etməsi sözsüz ki, istehlaka səbəb olur.

Professor V.A.Kvartalnovun fikrinə görə bölgədə turizmin inkişafı bir sıra iqtisadi aktivliyə səbəb olur: Buraya yerli iş yerlərinin, yerli gəlirin artması, turist xidmətləri istehsalı ilə bağlı olan bütün digər yan sahələrin inkişafı; istehsal və sosial infrastrukturun inkişafı; xalq sənətkarlığı ilə məşğul olan mərkəzlərin fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi və mədəniyyətin inkişafı; valyuta daxilolmalarının artması daxildir.

Beləliklə, turizm, həmçinin rekreasiya turizmi bir neçə iqtisadi sahəni inteqrasiya etməklə, bazara daxil olan digər iştirakçıları birləşdirir və onların inkişafına yol açır.

Məhz, buna görə də bölgənin rəqabət qabiliyyəti mexanizminin formalaşması başlıca olaraq, turizm müəssisələrinin sayəsində baş verdiyini deyə bilərik.

Turizm müəssisələrinin fəaliyyəti istehlakı aktivləşdirməklə turistlərin tələbatına yönəlik fəaliyyəti bazar münasibətlərinin sabitləşməsinə müsbət təsir göstərir.

Rekreasiya potensialının səmərəli istifadəsi ölkələrarası sosial-iqtisadi əlaqələrin genişlənməsini və xarici kapitalın cəlb edilməsini stimullaşdırmaqla dövlətin insan resurslarının inkişafına da təkan vermis olur.

3-cü müddəa: Azərbaycanın turizm-rekreasiya bazarının inkişaf səviyyəsini ərazinin rekreasiya resursları müəyyən edir. Bu baxımdan mövcud rekreasiya resurslarından səmərəli istifadə turizmin inkişafının əsas şərtlərindəndir.

Bölgənin turizm rəqabətqabiliyyətliliyi elə ərazinin mövcud rekreasiya resurslarından səmərəli istifadə etmək qabiliyyəti kimi başa düşülməlidir. Turizm sənayesinin inkişafı digər xidmət sahələrində olduğundan fərqlənir. Belə ki, beynəlxalq səhiyyə və ya təhsil xidmətlərinin inkişafı ölkələrin iqtisadi inkişafı ilə bilavasitə bağlıdır. İqtisadi cəhətdən zəif inkişaf etmiş kiçik bir ölkənin yüksək keyfiyyətli səhiyyə və ya təhsil xidmətlərini həyata keçirə bilməsi çətin olardı. Turizm xidmətlərində isə bu fərqlidir. Hətta bəzi kiçik ölkələr belə onlara məxsus olan müqayisəli turizm üstünlüklərindən istifadə

edərək, yüksək turizm xidmətləri verə bilərlər. Ölkədə olan zəngin rekreasiya resursları buna zəmin yaradır.

Turizmin resurs bazası, əslində bir-biri ilə əlaqəli olan turizm-rekreasiya resurslarından ibarətdir. Bir qayda olaraq, bu rekreasiya resursları hər hansı bir məkanda turizm inkişafı üçün təməl şərtlərdəndir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2008-ci il 20 iyun tarixli 773 nömrəli Fərmanı ilə "Turizm və rekreasiya zonaları haqqında nümunəvi Əsasnamə" təsdiq edilmişdir. Əsasnaməyə uyğun olaraq Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin təklifi əsasında 2016-cı il 1 avqust tarixində "Xızı-Xaçmaz, Quba, Qusar turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması haqqında" Nazirlər Kabinetinin 286 N li qərarı verilmişdir. Orada göstərilən ümumi müddəalarda da "turizm rekreasiya zonaları" anlayışı geniş açıqlanmışdır.

Beləliklə, ***Turizm və rekreasiya zonaları*** insanların əyləncəsini, istirahətini, müalicəsini və sağlamlığını təmin edən, müvafiq turizm infrastrukturuna malik olan, xüsusi ekoloji, rekreasiya, tarixi, mədəni əhəmiyyət daşıyan, maarifçilik, elmi və digər məqsədlər üçün istifadə olunan, regionların sosial-iqtisadi inkişafına kömək edən və müvafiq idarəetmə qurumlarına malik ərazilərdir.

Rekreasiya təsərrüfatının inkişafına o zaman üstünlük verilir ki, həmin ərazidə digər təsərrüfat formalarının tətbiqi daha az iqtisadi səmərəyə malik olsun və ya kapital qoyuluşlarının qaytarılması müddətləri həddindən çox uzun olsun, bu ərazidə digər formaların inkişafı mümkün olmasın. Burada həmin ərazinin unikallığı və cəlbediciliyi mühüm rol oynayır.

Mütəxəssislərin bir qismi rekreasiya resurslarının iqtisadi qiymətləndirməsini aparmaq üçün hər-hansı bir dövrdə (bir qayda olaraq, bir il) istirahət edənlərin tam xərclərini nəzərə almağı təklif edir, çünki rekreasiya resursları, təbiətin bir parçası olduqlarına görə, milli sərvətin bir hissəsi və onun daimi komponentidirlər. Lakin, fikrimizcə, qiymətləndirməni bir il ərzində çəkilən xərclərdən irəli gələrək aparmaq heç də düzgün deyil, çünki bu xərclər resursların həqiqi dəyərini əks etdirmir. Səmərəli istifadə olunarsa, rekreasiya resurslarından uzun müddət ərzində istifadə etmək olar.

Bölgənin turizm bazarında daha rəqabətli edə bilmək üçün aşağıda adları qeyd olunan vacib sahələrə xüsusi diqqət edilməlidir:

-Rekreasiya resurslarının səmərəli idarə edilməsi: Buraya bölgənin təbii və mədəni irsinin qorunması və populyarlaşdırılması deyil, həm də turistlərin yerləşməsi və xidmət göstərməsi üçün lazım olan infrastruktur və quruluşlara investisiya qoymaq daxildir.

-Marketinq və tanıdılma: Turistləri cəlb etmək üçün bölgə bazarda təmsil olunmalı və təbliğ edilməlidir. Buraya güclü bir marka və imic inkişaf etdirmək və müəyyən bazar seqmentlərinə yönəlmiş marketinq kampaniyaları yaratmaq daxildir.

-İnnovasiya və inkişaf: Uzun müddətdə rəqabətədavamlı qalmaq üçün bölgə yenilik və inkişafa açıq olmalıdır. Buraya yeni texnologiya və xidmətlərə investisiya qoyuluşu, turizm sənayesində sahibkarlıq və kiçik biznesə dəstək daxildir.

-Əməkdaşlıq və şəbəkələşmə: Dövlət qurumları, sənaye birlikləri və digər müəssisələr kimi turizm sənayesindəki digər təşkilatlar və maraqlı tərəflərlə möhkəm əlaqələr və ortaqlıqlar qurmaq çox vacibdir.

-Müştəri məmnuniyyəti: Keyfiyyətli xidmətlər göstərmək, təhlükəsizliyi təmin etmək və müştərilərin şikayət və narahatlıqlarını vaxtında və effektiv şəkildə həll etməklə müştəri məmnuniyyətini təmin etmək vacibdir. Bu, müştəri sədaqətini və xüsusən ağızdan-ağıza müsbət təşviqi artırmağa kömək edəcəkdir.

Qarabağ füsunkar təbiəti, qədim tarixi və yerli insanlarının qonaqpərvərliyi ilə məşhurdur. Ərazi 30 illik işğaldan sonra öz turizm resurslarını ziyarətçilərə təqdim edə bilmək üçün unikal imkanlar yaradır. Bundan əlavə, turizm zonalarının inkişafına, muzeylərin yaradılmasına və tədbirlərin təşkilinə yönəlmiş infrastruktur layihələri bölgənin zənginliyini və rəngarəngliyini daha çox kəşf etməyə imkan verəcəkdir.

4-cü müddəa: Azərbaycanda regional turizm-rekreasiya zonaları cəlbedici olsa da turistlər üçün tanıdılması yetərli deyil. Bu aspektdə həyata keçirilən sorğunun bazar tələbini öyrənmək üçün mühüm empirik nəticələrindən faydalanmaq olar.

Bu baxımdan, dissertasiya tədqiqatı çərçivəsində Azərbaycanın regional turizm-rekreasiya resursları potensialından istifadənin “sorğu-monitorinqini” aparılmışdır. Bu monitorinq, ölkənin 16

rayonunda 100 insan-turist arasında sorğu yolu ilə həyata keçirilmişdir. Sorğu 2017-ci il ərzində, kvota seçimi (ilin hər bir 4 mövsümü ərzində 25 nəfər), turistlər arasında təsadüfi seçim əsasında keçirilmişdir.

Respondentlərin 60% -Azərbaycan, 10% -Rusiya, 8% -Qazaxstan, 7% -İran, 4% - Pakistan, 3% -BƏƏ, 2% -ABŞ, 2% -Özbəkistan, hər biri 1% olmaqla -Misir, İordaniya, Səudiyyə Ərəbistanı və Türkiyə vətəndaşlarıdır. Beləliklə, ən çoxsaylı turist qrupu (60%) - Azərbaycan vətəndaşlarıdır. Lakin bunu da nəzərə almaq lazımdır ki, praktiki olaraq, hər ikinci turist (40%) başqa ölkənin vətəndaşıdır.

Alınan cavablara əsasən, respondentlərin əksəriyyəti (83%) Azərbaycanı turizm və istirahət üçün cəlbedici hesab edir. Respondentlərin 5%-i bu suala cavab verməkdən çəkinmişdirlər. Qalan 12% ölkəni və onun regionlarını cəlbedici hesab etmirlər və öz cavablarını bu və ya digər arqumentlərlə əsaslandırırmışlar.

Qeyd edək ki, bir qədər subyektivliyə baxmayaraq, cavablar göstərir ki, təklif edilən xidmətlərin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq, infrastrukturu inkişaf etdirmək, yeni ticarət, əyləncə mərkəzlərini tikmək, tarixi-mədəni abidələrə daha çox diqqət yetirmək, eləcə də, turizm obyektlərində tarazlı qiymət siyasəti aparmaq lazımdır.

“Turizm şirkətləri və səyahətləri üzrə məlumat almaq üçün hansı KİV-lərdən istifadə edirsiniz?” sualına cavab verərkən, respondentlərin 82%-i göstərmişdirlər ki, İnternetdən istifadə edirlər, 7%-i məlumatları televiziya vasitəsi ilə əldə edirlər, 2%-i dövrü mətbuatdan (qəzet və jurnallardan), hərəsi 1% olmaqla isə, respondentlər məlumatı turist səyahəti edərkən radiodan, şəxsi təcrübələrindən və digər turistlərin təəssüratlarından alırlar.

Əlçatanlığın sadəliyi, müasirlik, İnternetdə yerləşdirilən informasiyanın obyektivliyi və rahatlığı, turistlərə, turizm şirkətlərinin həyata keçirdiyi kompaniyalar, paketlər və endirimlər haqqında tam məlumat əldə etməyə imkan verir. Dövlət proqramlarının və digər məqsədli sənədlərin işlənib hazırlanması zamanı İnternet şəbəkəsinin əhəmiyyətinin və əhatəliyinin artmasını, onun hər bir insanın həyatında rolunu nəzərə almaq lazımdır.

Növbəti sual, “Əgər Azərbaycanın arzu etdiyiniz bir bölgəsində istirahət etmək imkanınız olsaydı, hansı qiymət (günlük) Sizin üçün uyğun olardı?” sualına təxminən eyni sayda respondentlər (39% və 38%) göstərmişdirlər ki, onlara uyğun olan qiymət, müvafiq olaraq, günlük “50 AZN-dən az” və “51-99 AZN” olardı. Respondentlərin 15%-nə uyğun qiymət “100-199 AZN” çərçivəsindədir. Eyni zamanda, sutkada 200 AZN-dən yuxarı qiyməti respondentlərin yalnız 3%-i uyğun hesab edir. Respondentlərin 5%-i bu suala cavab verməkdən çəkinmişdirlər.

Sağlamlaşdırıcı rekreasiya turizminə aid digər vacib sual, müalicə-sağlamlıq turunun optimal müddətinə dair respondentlərin fikrini müəyyən etməyi qarşısına məqsəd qoymuşdur. Əldə edilən nəticələrə əsasən, respondentlərin 34%-i hesab edir ki, belə turun optimal müddəti 7-10 gün təşkil etməlidir, 32% respondent hesab edirlər ki, 10-14 gün daha optimaldır, 17% respondent 14-21 gün müddətini qeyd etmişdirlər. Qeyd edək ki, xarici müalicəvi-sağlamlıq turları əsasən 10-14 gün müddətinə aparılır.

Aparılan sorğu nəticələrdən göründüyü kimi, respondentlərin cavablarına əsasən, üç ən mühüm maneəyə aşağıdakılar daxildir: otellərdə yüksək qiymətlər-38%; ölkəmizdə turizmin imkanları haqqında məlumatların kifayət qədər olmaması-26%; infrastrukturun olmaması (məsələn, yaşayış şəraiti, servisin səviyyəsi, xidmətlərin əlçatanlığı)-15%. Bizim fikrimizcə, bu üç problem, ölkəmizdə daxili turizmin inkişafı üçün mövcud olan maneələri dəqiq ifadə edir. Eyni zamanda bu, gələcəkdə rekreasiya və istirahət sahəsində qiymət siyasətinin optimallaşdırılmasını, potensial turistlərin mövcud imkanlar barəsində məlumat səviyyəsinin artırılmasını, həm də, Azərbaycanda lazımi infrastrukturun inkişafını tələb edir.

5-ci müddəa: Son illərdə Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolu sürətlə artır və turizm, iqtisadiyyatın ən çox yeni iş yerləri açılan və valyuta gətirən sahəsinə çevrilməkdədir. Yeni turizm obyektlərinin tikilməsi və təşviqi gələcəkdə turistlərin daha əlverişli və istəklərinə uyğun seçim etməsinə kömək etmiş olacaqdır.

Qeyd edək ki, rekreasiya-turizm resursları turist səfərlərinin başlıca səbəblərini təşkil edir və çox önəmli bir motividir. Rekreasiya

resurslarının cəlbediciliyi nə qədər çoxdursa, maraq və rahat mühit yarada bilirsə, bir o qədər turistlərin kütləvi axınına və turist istehlakının daha çox olmasına yol açır. Bu da özünü təbii ki, məşğulluqda və ərazinin iqtisadi aktivliyində biruzə verir.

Turizmdə istehlakçıları məmnun edən əsas strategiyalardan biri səyahət edənlərin tələbatlarına cavab verən geniş çeşidli turizm xidmətlərinə diqqət yetirməkdir. Buraya lüks kurortlar, ucuz otellər, istirahət yerləri və düşərgələr kimi müxtəlif yaşayış yerləri və yürüyüş, velosiped sürmə, xizək sürmə, balıqçılıq və su idman növləri kimi müxtəlif maraqları təmin edən geniş fəaliyyət və ekskursiyalar təklifi daxildir.

Digər bir vacib strategiya, ailələr, yaşlılar və əlillər kimi müxtəlif istehlakçı qruplarının ehtiyaclarını ödəmək üçün hazırlanmış infrastruktur və xidmətlərin inkişafına investisiya qoyulmasıdır. Buraya həmçinin yeni hava limanlarının, qatar stansiyalarının və yolların inşası, turistlərin bölgənin müxtəlif bölgələrinə girişini asanlaşdırmaq üçün avtobuslar və taksilər kimi ictimai nəqliyyatın modernləşdirilməsi daxildir.

Tərəfimizdə aparılan sorğuya cəlb olunanların 10%-i hesab edirlər ki, turizmin inkişafı üçün investorları cəlb etmək vacibdir. Qeyd edək ki, biz də tamamilə bu fikri dəstəkləyirik. Ümumilikdə, qeyd etmək istərdik ki, sorğunun nəticələri mövcud problemləri obyektiv şəkildə üzə çıxartmaqla, bu problemlərin həlli yollarının tapılmasına kömək edir. Bütün bunlar, Dövlət Turizm Agentliyi işçilərinə və dövlət məmurlarına maraqlı fikirlər və faktlar verir.

Sorğuda, respondentlərin turizmin hansı növünə üstünlük vermələri məsələsinə qayıtmaq istərdik. Bizim fikrimizcə, bu suala daha geniş cavablar dissertasiya işinin ən vacib sualına cavab verməyə imkan verə bilər: Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının genişlənməsinin əsas istiqamətləri hansılardır? Sey Qanununu başqa cür ifadə edən və 1930-cu illərdə ***“tələb təklifi doğurur”*** qanununu bəyan edən Con Meynard Keynsin sözləri ilə desək, tələbi biləndə, Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarında müvafiq təklifin formalaşması üçün tövsiyələri ifadə etmək daha asan olar.

Beləliklə, əldə edilən cavablara əsasən, müəyyən etdik ki, respondentlərin 52%-i adi istirahətə, 22%-i müalicəvi-sağlamlaşdırıcı,

16%-i ekskursiya turizminə, 5%-i idman turizminə, 4%-i ekstremal turizmə və 1%-i qastronomik turizmə üstünlük verirlər.

Sorğuya cəlb olunanların demoqrafik portreti (cinsi, yaşı, ailə vəziyyəti), maliyyə imkanları və istirahətə üstünlük verdikləri mövsüm haqda cavabları da maraqlıdır. "Demoqrafiks" adlanan bilik sahəsinə əsasən, belə demoqrafik portreti tərtib edərək, demoqrafik informasiyanın biznes və marketinqdə praktiki tətbiqini, bizim tədqiqatda isə, elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif və tövsiyələri əldə edirik.

Cədvəl 1

Çarpaz birləşmə matrisası: respondentin cinsi - turizm növünə üstünlük.

		Hansı turizm növünə üstünlük verirsiniz?						Cəmi, %
		İstirahət	Sağlamlıq turizmi (bərpa olunma, müalicə)	Dərketmə (mədəni-maarifləndirici, ekskursiya) turizmi	İdman turizmi	Ekstremal turizm	Qastronomik turizmi	
Respondentin cinsi	Kişi, %	35	9	7	3	3	0	57
	Qadın, %	17	13	9	2	1	1	43
Cəmi, %		52	22	16	5	4	1	100

Mənbə: sorğu materialları əsasında SPSS Statistics 16.0 proqramı vasitəsi ilə hazırlanmışdır

Beləliklə, çarpaz birləşmə matrisası vasitəsi ilə müəyyən edirik ki, ***gender baxımından***, kişilər (qadınlara nisbətən) daha çox adi istirahətə (35%), idman turizminə (3%) və ekstremal turizmə (3%) üstünlük verirlər. Qadınlar isə (kişilərlə müqayisədə), daha çox,

müalicə-sağlamlıq turizminə (13%), ekskursiya turizminə (9%) və qastronomik turizmə (1%) üstünlük verirlər.

Çarpaz birləşmə matrisası (cədvəl 2) göstərir ki, 20-29 *yaş qrupundan* olanlar (17%) və 30-39 yaş qrupundan olanlar adi istirahətə üstünlük verirlər (21%), lakin yaş artdıqca, üstünlüklər, tədricən, sağlamlıq turizmi istiqamətində artır ki, bu da 50-59 və 60 və daha yuxarı yaş qruplarında özünü büruzə verir. Bunu çox asanlıqla izah etmək olar, çünki yaş artdıqca, insanlar can sağlığının və onu qorumaq tədbirlərinin əhəmiyyətini daha çox dərk edirlər.

Cədvəl 2

Çarpaz birləşmə matrisası: respondentin yaşı - turizm növünə üstünlük.

		Hansı turizm növünə üstünlük verirsiniz?						Cəmi, %
		İstirahət	Sağlamlıq turizmi (bərpa olunma, müalicə)	Dərketmə (mədəni-maarifləndirici, ekskursiya) turizmi	İdman turizmi	Ekstremal turizm	Qastronomik turizmi	
Respondentin yaşı	19 və ondan az, %	1	1	0	0	0	0	2
	20-29, %	17	1	3	0	2	1	24
	30-39, %	21	4	6	4	2	0	37
	40-49, %	8	5	6	1	0	0	20
	50-59, %	4	9	0	0	0	0	13
	60 və yuxarı, %	1	2	1	0	0	0	4
Cəmi, %		52	22	16	5	4	1	100

Mənbə: sorğu materialları əsasında SPSS Statistics 16.0 proqramı vasitəsi ilə hazırlanmışdır.

Eyni zamanda, çarpaz birləşmə matrisasına əsasən, faktiki olaraq turizmin bütün növləri (qastronomik turizm istisna olmaqla) üzrə evli turistlərin sayı subay turistlərin sayından çox olmuşdur.

İnsanlar fiziki və zehni rifahlarını daha çox dərk etdikcə, sağlamlıq turizminin əhəmiyyəti artır. Sağlamlığı və rifahı təşviq etmək üçün yeni istirahət mənbələri axtarmağa bir tendensiya yaranır. Buraya yoga dərsləri, spa tətilləri və sağlamlığa yönəlmiş səyahət paketləri kimi şeylər daxildir.

6-cı müddəa: Post pandemiya dövrü üçün aparılmış təhlil və qiymətləndirmə onu deməyə əsas vermişdir ki, rekreasiya resursları bazarında reallaşmanın başlıca problemi qiymət bahalığı deyildir.

Bundan əlavə olaraq qeyd edək ki, Covid-19 pandemiyasından sonrakı dövrdə dəyişikliyi öyrənmək üçün yeni sorğu aparılmışdır. Tələbi öyrənən sorğudan fərqli olaraq, yeni sorğumuz bazar təklifi yönündə olmaqla turizm-rekreasiya mərkəzləri tərəfindən cavablandırılmışdır. Burada xüsusilə turizm-rekreasiya subyektlərinin nəzərində pandemiyadan sonra hansı istiqamətdə dəyişikliklərin olması öyrənilməyə çalışılmışdır. Təsisatların çoxunun Bakı və ətrafında yerləşdiyindən, sorğuda da bu faizin 35% dən çox olması təsadüfi deyil. Bu sorğu 2024-cü il may ayında onlayn olaraq "google forms"-da hazırlanmaqla iyun ayının 8 də yekunlaşmışdır. Bu sorğuda toplam 10 sual olmaqla 20 bölgə rayonda yerləşən 102 turizm təsisatları nümayəndələri iştirak etmişlər. Alınan cavablar SPSS proqramında analiz edilmişdir.

Bir fakti da qeyd etmək yerinə düşər ki, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika komitəsinin hesabatına əsasən ölkədə 2023-cü ildə ölkədə 758 otel və otel tipli müəssisə, nömrələrin sayı 28.688, birdəfəlik tutum sayı isə 59.407 yer olmuşdur.Təkçə Bakı şəhərinin payına 25.980 yer, qalanları isə digər iqtisadi rayonların payına düşmüşdür. Ümumi nömrə fondunun (28.688) təxminən yarısı, yəni 14.205 nömrə paytaxtın payına düşmüşdür.

Cədvəl 3.

Olduğunuz turizm obyektində ən çox tələb olunan gecələmə qiyməti hansıdır?

	Subyektlərin sayı	Faiz
Günlük 50 AZN-dən az	12	11,8
Günlük 51-99 AZN	42	41,2
Günlük 100-199 AZN	30	29,4
Günlük 200 AZN-dən çox	18	17,6
Cəmi	102	100,0

Turizm obyektlərinə ən çox tələb olunan və təklifi qarşılayan qiymət aralığı 51-199 Azn olmuşdur ki, bu da müvafiq olaraq 41.2% (51-99 Azn) və 29.4% (100-199 Azn) təşkil etmişdir. Ümumilikdə isə daha çox 200 Azn-ə qədər olan təklif tələbə uyğun olaraq reallaşır.

Cədvəl 4.

Sizin fikrinizcə, hazırda Azərbaycanda daxili turizmin inkişafına mane olan əsas amil nədir (ən önəmli olan birini qeyd edin)?

	Subyektlərin sayı	Faiz
Lazımi infrastrukturun olmaması (o cümlədən, yaşayış şəraiti, xidmətin səviyyəsi, xidmətlərin əlçatan olmaması)	22	21,6
Nəqliyyat problemləri və yol pulunun bahalı olması	15	14,7
Otellərdəki yüksək qiymətlər	11	10,8
Otellərin/qalma yerlərinin sayının az olması (o cümlədən büdcəyə uyğun otel tapma çətinliyi)	9	8,8
Ölkənin turizm imkanları haqqında kifayət qədər məlumatın olmaması	17	16,7
Peşəkar kadr çatışmazlığı	28	27,5
Cəmi	102	100,0

Burada 4 əsas cavab seçilmişdir ki, düşünürük ki, hal hazırda bazarın aktual məsələsrindəndir. Onlardan ilk olaraq 27.5% sənayedə peşəkar kadr çatışmazlığı, lazımi infrastrukturun olmaması (xidmət

səviyyəsi) 21.6%, ölkənin turizm imkanları haqqında kifayət qədər məlumatların olmaması 16.7% və nəqliyyat problemi/yol pulunun baha olması 14.7% olaraq nəticə alınmışdır.

"Sizin fikrinizcə, nə etmək lazımdır ki, turizm ölkənin bölgələrindəki yerli sakinlərə maksimal dərəcədə fayda versin?" sualına cavablar da kifayət qədər aktualdır. Bölgələrdə rifahı yüksətmək üçün atılmalı addımlardan yeni turist komplekslərin tikilməsi 25.5%, turizmin inkişafı üçün investorların cəlb edilməsi -bu həm də sağlam rəqabət, xidmət keyfiyyətinə müsbət təsir edən amil olaraq 23.5%, infrastrukturun təkmilləşdirilməsi/nəqliyyatın inkişafı 22.5%, yerli sakinlərin məşğuliyyətini təmin edə bilən etnoqrafik komplekslərin açılması 10.8 % təşkil etmişdir. İnvestisiyanın cəlb olunması, turizm subyektlərinin sayını artırmaqla bərabər, yerli və xarici turistlər üçün seçim imkanlarını genişləndirəcəkdir ki, bu da turistlərin müxtəlif büdcəyə uyğun qalma yerləri tapmaqlarına kömək etmiş olacaqdır. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, turistlər ödəməyə hazır olduqları qiymət qarşılığında daha az təkliflə qarşılaşır və ya daha az seçim imkanına malik olurlar. Burada qiymətin bahalığı yox, seçimin məhdudluğu daha qabarıq şəkildə özünü göstərir. Müəyyən bir məkanda turistlər üçün nə qədər çox seçim imkanları və alternativləri olarsa, qonaq məmnuniyyəti və ərazinin turizm aktivliyi artmış olacaqdır.

"Fikrinizcə, pandemiyadan sonrakı dövrdə daha çox hansı turizm növünə üstünlük verilir?" sualina verilən cavablara görə deyə bilərik ki, daha çox istirahət 46.1%, sağlamləq turizmi (bərpa, müalicə) 25.5%, təbiətə yaxın və əlaqəli turizm növlərinə 21.6 % üstünlük verildiyi görünür.

"Sizcə, Pandemiyadan sonra turistlərin hansı gözləntiləri daha cox artmışdır?" sualına gigiyena və təmizlik mövzusu 38.2%, təbiət qoynunda olan ərazilər daha aktual olmuş 29.4%, eyni zamanda tələbə uyğun olaraq individual xidmət 19.6% xüsusi əhəmiyyət kəsb etmisdir.

7-ci müddəa: Rekreasiya resursları bazarının inkişafı üçün əsas göstərici olan təklif stimullaşdırılmalıdır. Bu aspektdə

dissertasiyada müəyyən edilmişdir ki, bazarda təklifin stimullaşdırıması investisiyanın həcmindən birbaşa asılıdır.

Rekreasiya turizminin inkişafına təsir edən determinantlardan biri də bu sektora yönəldilən birbaşa xarici investisiyalardır. Ona görə də, hər bir dövlət turizmin inkişafı üçün ölkəyə birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsini stimullaşdırır və bu sahədə dövlət siyasətini formalaşdırır.

Bildiyimiz kimi, Keyns bazar iqtisadiyyatına dövlət müdaxiləsini zəruri hesab edirdi. İstehlaka və investisiyaya meyllilik məcmu tələbi formalaşdırdığını bildirirdi. Keynsə görə investisiya həmçinin məşğulluğun ümumi həcmini artırmaqla, milli gəlirin də artımını təmin edir. Milli gəlirin artımı öz növbəsində yeni əlavə kapital qoyuluşu üçün çıxış nöqtəsi olur.

Azərbaycan hökuməti də neft gəlirlərinin getdikcə azalacağını və ölkə iqtisadiyyatının davamlı inkişafını təmin etmək üçün, turizm sektorunun inkişafına xüsusi önəm verir. Turizm sektorunun inkişafı üçün birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi üçün hüquqi zəmin yaradılmışdır.

Strateji Yol Xəritəsində qeyd edilir ki, daha çox birbaşa xarici investisiya cəlb etmək məqsədilə Azərbaycanda sadələşdirilmiş hüquqi və inzibati proseslər, həmçinin müvafiq tənzimləyici dəyişikliklər nəticəsində əlverişli mühit yaranacaqdır.

Təcrübə göstərir ki, ölkəyə daxil olan Birbaşa Xarici İnvestisiyaların (BXİ) həcmi artdıqca, ölkənin iqtisadi inkişafı sürətlənir. BXİ ölkəyə maddi aktivlərin gəlməsi ilə məhdudlaşmır. Bu investisiyalar ölkəyə həm də yeni texnologiyaların, idarəetmə bacarıqlarının və təcrübələrin gətirilməsi deməkdir.

Turizm üçün infrastrukturun, mehmanxana və ya mehmanxana tipli müəssisələrin, yolların, restoranlar şəbəkəsinin və s. inkişafı investisiyaların həcmindən asılıdır. Belə investisiyalar təklifi artırmaqla, ölkəyə daha çox turistin cəlb edilməsinə şərait yaradır. Cədvəl 5-də Azərbaycanda turizmdə və turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin və investisiyaların həcmi göstərilmişdir. Cədvəldə, həm də, turizm sektoruna yönəldilən investisiyaların həcmi də göstərilib. Biz turizm sektoruna kumulyativ

investisiyaların təsirinin nəzərə alınmasını məqsədəuyğun hesab edirik. Çünki turizm sektoruna yönəldilən investisiyaların əsas hissəsi infrastruktur üçün xərcləndiyindən, belə investisiyalar uzunmüddətli olur.

Cədvəl 5

Azərbaycanda turizm sektorunda və turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin və investisiyaların həcmi (milyon manat).

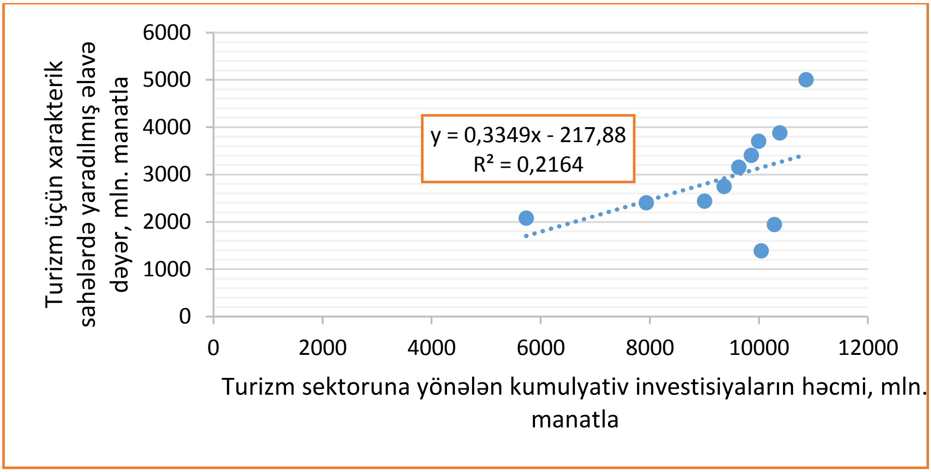
İllər	Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyər	İnvestisiyaların kumulyativ həcmi	Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi
2009	-	527,8	527,8
2010	-	1477	949,2
2011	-	2884,8	1407,8
2012	-	4363	1478,2
2013	2080,2	5734	1371,0
2014	2404,2	7938	2204,0
2015	2437,3	9001,9	1063,9
2016	2746,1	9364,9	363,0
2017	3151,2	9632,2	267,3
2018	3405,5	9861,9	229,7
2019	3704,9	9995,6	133,7
2020	1386,7	10041,4	45,8
2021	1939,7	10283,8	242,4
2022	3878,8	10384,3	100,5
2023	5002,2	10863,3	479,0

Mənbə: ARDSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hesablanaraq, tərtib edilib.

Həmçinin, hesablamalarda, turizm sektoruna yönəldilən birbaşa xarici investisiyalar kimi, mehmanxanalarda və restoranlarda olan

xarici mülkiyyət qəbul ediləcək. Turizmin inkişaf göstəricisi kimi, bu sektordan gələn gəlirlər qəbul ediləcək.

Turizm sektoruna yönəldilən investisiyaların həcmi ilə turizm sektorunda yaradılan əlavə dəyər arasındakı korrelyasiya əlaqəsi deməyə əsas verir ki, bu iki göstərici arasında pozitiv əlaqə mövcuddur (şəkil 1).



Şəkil 1. Turizm sektorunda yaranan əlavə dəyərin (Y oxu) kumulyativ investisiya həcmindən (X oxu) asılılığı

Mənbə. MS Excel proqramında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Göründüyü kimi kumulyativ investisiya həcmi ilə turizm sektorunda yaranan əlavə dəyər arasında y = 0,3349x - 217,88 xətti reqressiya tənliyi ilə ifadə olunan orta korrelyasiya asılılığı vardır ($r = \sqrt{0,2164} = 0,4652$)

Kumulyativ investisiya həcmi ilə turizm sektorunda yaranan əlavə dəyər arasındakı asılılığı ifadə edən ***y = 0,3349x - 217,88*** xətti formalı reqressiya tənliyinə uyğun olaraq elastiklik əmsalın hesablasaq aşağıdakı nəticəni alarıq.

$$E = \frac{\alpha_1 \times \bar{x}}{\bar{y}} = \frac{0,3349 \times 9372,8}{2921,527} = 1,074$$

Nəticə olaraq elastiklik əmsalının hesablanmış qiymətinə görə deyə bilərik ki, Azərbaycanda turizm sektoru üzrə kumulyativ investisiya həcminin 1% artması, bu sektor üzrə əlavə dəyərin 1,074% artması ilə nəticələnir.

Bu bir daha göstərir ki, Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi gələcəkdə bu sektorun davamlı inkişafı üçün mühüm əhəmiyyətə malik olacaqdır.

Nəticə

1. Müasir dövrdə rekreasiya fəaliyyəti dinamik inkişaf edən xidmət sektorunu da stimullaşdırır və insanın həyat keyfiyyətinin yüksəlməsi aspektində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu fəaliyyət növü insanın nəinki fiziki, eləcə də mənəvi inkişafını dəstəkləyir və ümumbəşəri əhəmiyyət kəsb edən dəyərləri formalaşdırır.

2. Ölkələrin turizm sektorunun inkişaf məntiqi digər xidmət sahələrində olduğundan fərqlənir. Belə ki, beynəlxalq səhiyyə və təhsil xidmətlərinin inkişafı ölkələrin iqtisadi inkişafı ilə bilavasitə bağlıdır. Turizm xidmətlərində isə bu belə deyil. Dünya təcrübəsi göstərir ki, kiçik ölkələr onlara məxsus olan müqayisəli, zəngin rekreasiya ehtiyatları üstünlüklərindən istifadə edərək, yüksək turizm xidmətləri həyata keçirə bilirlər.

3. Turizm səfərlərinin məqsədləri onun çoxsaylı növlərini şərtləndirir: sağlamlıq turizmi, idman turizmi, dərketmə turizmi, işgüzar turizm və s. çoxsaylı turizm növlərinin içindən iki əsas növü: rekreasiya və işgüzar turizmi xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Turizm fəaliyyəti rekrasiya kimi qiymətləndirildiyi halda işgüzar turizm bu bazarın resursu kimi çıxış edir və rekreasiya resursları bazarında tələbı stimullaşdırır.

4. Bizim fikrimizcə, Azərbaycanda dövlət tənzimlənməsi praktikasında turizmin klasterlər mövqeyindən araşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilmir ki, bu da, sahənin bütün əhəmiyyətli fəaliyyət aspektlərini nəzərə almağa imkan vermir və onun rəqabət qabiliyyətini aşağı salır. Beləliklə, turizm sahəsinin sosial istiqamətlənməsi, iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqli olaraq, buraya da dövlətin dəstəkləyici müdaxiləsini şərtləndirir.

5. Turizm-mürəkkəb, çoxtərəfli və mühüm fəaliyyət növü, rekreasiya forması və milli iqtisadiyyatın bir sahəsi, həm də asudə vaxtın mənalı keçirilməsi üsuludur. Başqa sözlə turizm rekreasiya fəaliyyəti olsa da, hər bir rekreasiya fəaliyyəti turizm deyildir.

6. Azərbaycan ərazisində turist axınını, təsərrüfat sisteminin sosial-iqtisadi səmərəliliyini artırmaq, eləcə də ölkənin regionlarının rəqabət qabiliyyətinin formalaşması məqsədlərindən irəli gələrək, ayrı-ayrı regionlarda turizm-rekreasiya resurslarının daha səmərəli istifadəsinə ehtiyacın olduğu nəticəsinə gəlirik.

7. Turizm sənayesi, bilavasitə turizmlə əlaqəli sahələrdə yeni iş yerlərinin yaradılmasını, yəni məşğulluğu stimullaşdırır. Nəticədə turizm-rekreasiya sənayesinin müəssisə və şirkətlərindən vergi daxilolmaları hesabına dövlət gəlirləri artımına da təsir edir.

8. Tədqiqat nəticəsində əldə edilən digər ilkin mülahizəyə görə, ölkədə orta gəlirlərin artması daxili və xarici turist səfərlərinin artmasına pozitiv, ölkəyə gələn turistlərin sayına isə müəyyən səviyyəyə qədər pozitiv, sonra isə neqativ təsir göstərə bilər.

9. Turizm sektoruna yönəldilən investisiya həcmi turizm sektorunda təklifə təsir edərək, tələbin də artmasına şərait yaradır, ölkəyə daha çox turistin cəlb edilməsinə səbəb olur. Turizm üçün infrastrukturların, mehmanxana və ya mehmanxana tipli müəssisələrin, yolların, restoranlar şəbəkəsinin və s. inkişafına investisiyaların birbaşa təsiri vardır. Burada dövlətin müdaxiləsilə yaranan şərait nəticəsində qoyulan investisiyaların əsas hissəsi infrastruktur üçün xərcləndiyindən təsiri uzunmüddətli olur.

Təkliflər

Ümumilikdə rekreasiya resursları bazarının inkişafı, regionun gələcək sosial-iqtisadi potensialının səmərəli istifadəsinə ciddi təkan verə bilər.

1.Müasir mərhələdə, Azərbaycanda dövlət turizm siyasətinin əsas məqsədi, müasir, rəqabət qabiliyyətli turizm komplekslərinin yaradılmasına nail olmaqdır. Bunun üçün də dövlətin təklifi stimullaşdırmaqla sağlam rəqabət mühitini qorumaq üçün investisiya qoyuluşunu təşviq etməlidir.

2.Qeyd etmək lazımdır ki, bu tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün dövlət və özəl sektor tərəfdaşlığı vacibdir. Mərkəzi və yerli idarəetmə orqanlarının, müəssisə və təşkilatların, kredit təşkilatlarının ortaq maraqları nəzərə alınmaqla, rekreasiya resursları bazarının davamlı inkişafını təmin etmək olar.

3. Qarşıda duran vəzifələrin həllində qeyri-büdcə mənbələrinə əsaslanaraq, özəl investisiyaları da cəlb etmək lazımdır. Burada birbaşa xarici investisiyaların da rolu əhəmiyyətlidir.

4.Ölkəyə gələn turistlərə göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti davamlı olaraq artırılmalıdır. Bu sahədə çalışanların peşəkarlıq səviyyəsini onların göstərdiyi xidmətlərə uyğun olaraq davamlı təlimlərlə artırmaq olar.

5.Azərbaycanda sağlamlıq, rekreasiya turizminə tələbat var və bu faktı, yeni turizm obyektlərinin tikintisi və açılışı zamanı nəzərə almaq lazımdır. Burada bazar iştirakçılarının sayının stimullaşdırılması sağlam rəqabət mühitinin yaranmasına, qiymətlərin optimallaşması və xidmətin keyfiyyətinə təkan verə bilər.

6.Azərbaycanda, rekreasiya və istirahət sahəsində potensial turistlərin mövcud imkanlar haqqında məlumatlanma səviyyəsinin artırılması ilə bərabər, mövcud infrastrukturun təkmilləşməsinə ehtiyac var.

7. Azərbaycan kəndlərinin tarixi-dini unikallığını qoruyub saxlayan etnik mədəni komponentlərini, eləcə də uzun illər işğaldan sonra Qarabağın rekreasiya ehtiyatlarını cəlbedici faktor kimi təqdim edə bilmək, turizm və rekreasiya məqsədi ilə istifadə olunmasının təşviqi önəmlidir.

8. Dünyada və ölkəmizdə internet şəbəkəsi istifadəçilərinin hər il sayının artması, turistlərin səyahət müqsədilə bu məkandan daha çox məlumat alması faktına xüsusi diqqət yetirilməlidir. İnternetin verdiyi imkanlardan ,sosial media və marketinq alətlərindən düzgün və səmərəli istifadə edilməsi turistlərə doğru seçim imkanları təqdim etməklə, turizm və rekreasiya məkanlarına marağı saxlayır və turist axınına səbəb olur.

Tədqiqatın əsas məzmunu və elmi müddəaları müəllifin aşağıdakı məqalə və tezislərində öz əksini tapmışdır:

1. Müasir Azərbaycanda turizm bazar iqtisadiyyatın elementi kimi, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, "Elmi əsərlər", № 4, 2015 (s.149-155). http://economics.com.az/images/fotos/elmi_eserler_pdf/2015_4/21%20Ashirov%20C.pdf"

2.Recreational resources, as an important element of the market economy in modern Azerbaijan and the basis for active recreation, Integration processes of the world science in the 21st century. ANAS International Youth Forum. 10-14 October, 2016. Book of abstracts. (pp. 229-230).

3. Ölkə turizminin inkişafı üçün rekreasiya resursları potensialının regionlar üzrə qiymətləndirilməsi, turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. ATMU. İl 5, Say 3, 2016 (s.8-20).

4. Azərbaycanda rekreasiya resursları bazarının formalaşması və inkişafının bəzi nəzəri aspektləri, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, "Elmi əsərlər", № 5, 2017 (s.255-260). http://economics.com.az/images/fotos/elmi_eserler_pdf/2017_5/37Ashurov_C.pdf

5.Azərbaycanda turizmin inkişafına daxili investisiyaların və birbaşa xarici investisiyalrın təsirinin qiymətləndirilmısi, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, "Elmi əsərlər", № 1, 2018 (s.275-282). http://economics.com.az/images/fotos/elmi_eserler_pdf/2018-1/35AshirovC.pdf

6.Azərbaycan Respublikasında turizm-rekreasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və dəstəklənməsi, Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. ATMU. İl 7, Say 1, 2018 (s.66-79).

7.О стимулировании лечебно-оздоровительного туризма в Азербайджане, как важного вида рекреационной деятельности, "Економіка та держава", № 1, 2019 (s.55-61). http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/11.pdf

8. О некоторых особенностях использования региональных туристических и рекреационных ресурсов, XI Евразийского научного форума ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭВОЛЮЦИИ РЕГИОНОВ ЕВРАЗИИ ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ЕВРАЗИЙСКИХ ГОСУДАРСТВ: ОПЫТ И

ПОТЕНЦИАЛ, 18-20 декабря 2019 года (s.179-187), (R.Ş.Muradov, R.C.Efendiyev)

9.COVID-19 pandemiyasının turizmə təsiri, INTERNATIONAL EUROPEAN CONFERENCE ON INTERDISCIPLINARY SCIENTIFIC RESEARCHES-III, January 15-16, 2021/COMRAT STATE UNIVERSITY/Comrat, Moldavia, səh. 126

10.“Azərbaycanda Turizmin İnkişafında Biznes-Dövlət Əməkdaşlığının Rolu” *Future Trends In Leisure and Recreation, 2024-FTLRC24-Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism-2024.*

11. “Rural Tourism in Azerbaijan: Current state and prospects” *8th International Rural Tourism and Development Congress:-2024*

Dissertasiyanın müdafiəsi 29 noyabr 2024-cü il saat 11^{00}-da Azərbaycan respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutu nəzdində fəaliyyət göstərən ED 1.10 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: AZ 1143, Bakı şəhəri, H.Cavid pr. 115, İqtisadiyyat İnstitutu

e-mail: economicscomaz@gmail.com

Dissertasiya ilə Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi İqtisadiyyat İnstitutunun www.economics.org.az rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat "___" oktyabr 2024-cü il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 21.10.2024

Kağızın formatı: A5

Həcm: 39 969

Tiraj: 100