

**AZƏRBAYCAN MİLLİ ELMLƏR AKADEMİYASI
İQTİSADİYYAT İNSTİTUTU**

Əlyazması hüququnda

ELŞƏN QARDAŞXAN OĞLU MƏMMƏDOV

**AZƏRBAYCANDA TURİZM BAZARININ FORMALAŞMASI
VƏ İDARƏ OLUNMASININ REGIONAL XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

İxtisas: 5312.01 –Sahə iqtisadiyyatı

Iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın

A V T O R E F F E R A T I

Bakı – 2013

Dissertasiya işi Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetində yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: Əməkdar elm xadimi,
iqtisad elmləri doktoru
prof. **Ə.Q. Əlirzayev**

Rəsmi opponentlər: i.e.d.prof. **F.Ə.Məmmədov**

i.f.d. **N.R.Əliyeva**

Aparıcı təşkilat: **Azərbaycan Elmi -Tədqiqat**
Kənd Təsərrüfatının
İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutu

Müdafiə “31”_05_ 2013-cü il saat__da AMEA
İqtisadiyyat İnstitutunda fəaliyyət göstərən FD.01.181. Dissertasiya
Şurasının iclasında olacaqdır.

Ünvan: Az. 1143, Bakı şəhəri, H.Cavid prospekti 31, II
mərtəbə, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının İqtisadiyyat
Institutu.

Dissertasiya işi ilə AMEA-nın Mərkəzi kitabxanasında tanış
olmaq olar.

Avtoreferat“__”_____ 2013-cü ildə göndərilmişdir.

FD.01.181. Dissertasiya
Şurasının Elmi Katibi,
İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

G.S. Hacıyeva

İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm iqtisadi inkişafa təsir göstərən güclü qüvvədir. O, dövlət büdcəsinin formalaşmasında, ticarət balansının sabitləşməsində mühüm rol oynayır. Ümumiyyətlə, xalqların bir-birinə yaxınlaşmasında, iqtisadi və mədəni əlaqələrin yaradılmasında və qarşılıqlı anlaşmada turizmin əvəzsiz rolu var. Ona görə də turizmin inkişafı integrasiya amili olaraq dövrümüzün vacib məsələlərindən biridir.

Müasir integrasiya şəraitində turizmin inkişafına maraq göstərən ölkələrin sayı artdıqca turizm bazarında müəyyən rəqabət mühiti formalaşmışdır ki, bu da turizmin inkişaf problemləri, onun iqtisadi və regional aspektlərinin tədqiqat obyektini kimi seçilməsini zəruri edir.

Respublikamızda turizm xidməti bazarının real inkişaf perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün, turizm iqtisadiyyatının vacib nəzəri və praktiki aspektlərinin dərinlən və kompleks şəkildə öyrənilməsi zəruriliyi yaranır. Bütün bunlar isə turizmə iqtisadiyyatın ən dinamik inkişaf edən sahələrindən biri kimi baxılmasını, onun inkişaf xüsusiyyətlərinin və problemlərinin daha dərinlən öyrənilməsinin prioritetliliyini ön plana çəkir.

Azərbaycanda turizmin inkişafının hüquqi bazasının əsası 27 iyul 1999-cu ildə qəbul edilmiş "Turizm haqqında" Qanunun qəbulu ilə qoyulmuşdur. Lakin turizmin ölkə iqtisadiyyatında önəmli yer tutması "Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın qəbulu və nəzərdə tutulan tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə baş verdi.

Artıq turizm sahəsi idarə olunan, sosial-iqtisadi əhəmiyyət kəsb edən təsərrüfat fəaliyyəti sahəsi statusu almışdır. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında 2010-cu il 6 aprel tarixli Sərəncamı qarşıdakı illərdə turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi üçün əhatəli tədbirlər planını özündə əks etdirir.

Ölkəmizin beynəlxalq əlaqələri əsasən, 2001-ci ildə Azərbaycanın Ümumdünya Turizm Təşkilatına tam hüquqlu üzv qəbul edilməsindən sonra qurulmağa başlanmışdır. Bu əlaqələr ikitərəfli və

çoxtərəfli olmaqla həm beynəlxalq təşkilatlar, həm də xarici ölkələrlə yaradılıb. İslam Konfransı Təşkilatı, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, GUÖAM, ESKAP, MDB üzv dövlətlərinin turizm şurası və digər beynəlxalq və regional təşkilatlar çərçivəsində turizm sahəsi üzrə ikitərəfli və çoxtərəfli əlaqələr inkişaf etdirilir.

Turizm bazarı turizm məhsuluna olan tələbat, turistlərin kontingent kimi sosial-demoqrafik xarakteristikası, dövlətin turizm bazarına stimullaşdırıcı təsiri və bir sıra problemlərlə bağlıdır. Ona görə də turizm tələbi və təklifi mənbələrini, onun coğrafi resurs, maliyyə problemlərini və həmçinin bir təsərrüfat obyekti olaraq idarə edilməsi strukturunu və regional xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Turizm bazarının formalaşması amilləri və onun sosial-iqtisadi mahiyyəti tədqiqat obyekti kimi bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir. Məhz bu xüsusiyyətlərin təhlili, qiymətləndirilməsi və proqnozu nəzəri aspektlərlə yanaşı həmçinin praktiki əhəmiyyət kəsb edir, qlobal və lokal inkişaf strategiyasını hazırlamağa əsas verir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. Turizm dünya ölkələrinin müasir bazar tipli inkişaf strategiyasında aktual sahə olsa da, Azərbaycanda bu sahənin və onun ayrı-ayrı aspektlərinin öyrənilməsinə sistemli və kompleks tədqiqat işləri həsr edilməmişdir. Daha çox coğrafi-resurs aspektləri öyrənilməklə turizmin əlverişli sfera olması nəticələri mövcuddur. Ancaq iqtisadi, sosial səmərəlilik, eyni zamanda ölkə iqtisadiyyatının inkişaf konsepsiyası baxımından dissertasiya işi ilk işlərdən biridir.

Azərbaycanda bu problemin müxtəlif aspektləri aşağıdakı iqtisadçı alimlərin əsərlərində əks etdirilmişdir: A.A.Nadirov, A.K.Ələsgərov, Ə.X.Nuriyev, Ə.Q.Əlirzayev, A.A.Salmanov, R.M.Qasımov, F.P.Rəhmanov, Y.Zeynallı, B.Ə.Bilalov, S.H.Rəhimov, H.B.Soltanova, V.S.Dərgahov və s.

Xarici ölkə alimləri arasında V.A.Kvartalnov V.İ.Azar, A.B.Zdorov, İ.T.Balabanov, F.Kotler, Saprunova V.B. A.İ.Balabanov, A.P.Duroviç, İ.V.Zorin, N.İ.Kabuşkina və digərləri bu sahədə bir sıra tədqiqatlar aparmışlar.

Problemin aktuallığı və kifayət qədər tədqiq edilməməsi dissertasiyanın mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədini Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə edilməsinin

əsas amilləri, mexanizmləri, regional xüsusiyyətlərini təhlil etməklə, onun perspektiv inkişafı ilə bağlı təklif və tövsiyələrin işlənməsi təşkil edir. Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- turizm bazarının mahiyyətinin, formalaşma mənbələri və onun sosial-iqtisadi əhəmiyyətinin nəzəri əsaslarının müəyyənləşdirilməsi;

- turizm bazarının təşkili və idarə edilməsinin elmi bazasını və onun təkmilləşdirmə istiqamətlərini əsaslandırmaq;

- turizm bazarının segmentləşməsi və motivasiyasının metodiki aspektlərini müəyyən etmək;

- turizmin Azərbaycan Respublikasında əsas istiqamətlərini və sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək;

- turizm bazarının ərazi idarə edilməsinin digər sahələrlə əlaqəsini stimullaşdıran və tənzimləyən mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi üzrə tövsiyələr hazırlamaq;

- regionlarda turizm bazarının sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının proqnozunu vermək və səmərəli olan istiqamətlərini seçmək;

- turizm sahibkarlığının inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirməklə, onun idarə olunmasının təkmilləşdirilməsinə dair təklif və tövsiyələr hazırlamaq.

Tədqiqatın obyektı. Tədqiqatın obyektini turizm sektoru təşkil edir.

Tədqiqatın predmeti. Tədqiqatın predmetini turizmin inkişafında bazar münasibətlərinin formalaşmasının regional aspektləri təşkil edir.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasını turizmlə bağlı yerli və xarici alimlərin nəzəri müddəaları, AR Prezidentinin fərman və sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin qərarları, Milli Məclisin və Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarları təşkil edir.

Tədqiqat prosesində müqayisəli və sistem təhlil, statistik təhlil, müşahidə və sorğu metodlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin hesabatları, bülletenləri, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin məlumatları və internet materialları təşkil edir.

Dissertasiya işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- turizm bazarının mahiyyəti və inkişafının zəruriliyi, onun perspektiv resurs potensialının nəzəri əsasları ümumiləşdirilmişdir;
- turizm bazarının idarə edilməsinin və proqnozunun nəzəri-metodoloji əsasları tədqiq edilmişdir;
- turizmin inkişafının iqtisadi, sosial və təşkilati amilləri, onların idarə edilməsi və burada dövlətin rolu qiymətləndirilmişdir;
- turizm potensialında region amillərinin metodoloji məsələləri təhlil edilmişdir;
- turizmin mövcud vəziyyəti, meylləri sistem yanaşma baxımından təhlil olunmuş, onun perspektiv və səmərəli inkişaf istiqamətləri müəyyən edilmişdir;
- turizm fəaliyyəti və inkişafında resursların motivasiyaya görə qruplaşmasının metodikası təkmilləşdirilmişdir;
- regional turizm sahibkarlığının stimullaşdırılması istiqamətində nəzəri və praktiki təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, turizm siyasətinin formalaşmasında, onun qanunvericilik bazasının yaradılmasında, turizmin regionlarda yerləşməsi və iqtisadi əsaslarının, büdcə, yerli gəlirlərin və əhalinin turizm dövryyəsinə cəlb edilməsində istifadə oluna bilər. Bu nəticələr turizm sahəsinin problemlərini və onların həlli yollarını axtarmaq üçün müvafiq regionlar və sahə idarəetmə orqanları üçün əhəmiyyətlidir.

Tədqiqatın əsas nəticələri Azərbaycan Respublikası Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyinin Əmək və Sosial Problemlər üzrə Elmi-Tədqiqat və Tədris Mərkəzində istifadə olunmaq üçün qəbul olunmuşdur (arayış № 15, 28 sentyabr 2010-cu il).

Tədqiqatın nəticələrinin çap edilməsi və aprobasiyası. Dissertasiyanın əsas müddəaları respublika və beynəlxalq səviyyəli konfranslarda məruzə edilmiş və AAK-ın tövsiyə etdiyi jurnallarda dərc olunmuşdur.

Dissertasiya işinin əsas müddəaları dərc olunmuş 9 məqalə və tezisdə öz əksini tapmışdır.

Dissertasiyanın quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla, özündə 9 cədvəl, 11 sxem və 2 şəkli əhatə edir. Dissertasiya işi 145 səhifə həcmində olub, 113 ədəbiyyatı özündə əks etdirir.

TƏDQIQATIN ƏSAS MƏZMUNU

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, öyrənilmə səviyyəsi açıqlanır, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, nəzəri-metodoloji əsasları və informasiya bazası, işin elmi yeniliyi şərh edilir.

Dissertasiya işinin **“Turizm bazarının formalaşması və inkişafının nəzəri-metodoloji əsasları”** adlanan I fəslində turizm bazarının xüsusiyyətləri və respublikanın sosial-iqtisadi inkişafında rolu, islahatlar prizmasından idarə olunması məsələləri, turizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti, onun ölkə iqtisadi potensialının formalaşması və dinamikasında rolu tədqiq olunur.

Turizm bazarı çox mürəkkəb və geniş struktura malikdir. Burada məhsul əsasən birbaşa deyil, vasitəçilərin köməyi ilə satılır.

İşdə turizm bazarının əsas elementləri olan tələb, təklif, qiymət və rəqabətin mahiyyəti və formalaşma xüsusiyyətləri təhlil olunur. Turist tələbində turizmin inkişafı ilə bağlı olan iki əsas element pul və asudə vaxtdır. Turist tələbinin formalaşmasına təsir göstərən bütün amilləri iki böyük qrupa bölmək olar: sosial-iqtisadi və psixo-fizioloji amillər. Birinci qrup amillərə hər şeydən əvvəl istehsal, onun həcmi və strukturu daxildir və bunlar tələbin bütün formalaşma mənbələrinə həlledici təsir göstərir. Digər amil əhalinin pul gəlirləri, turizmdə xərclərin həcmi ilə bağlıdır. Həmçinin turist tələbinin formalaşmasına turizm məhsulu və xidmətinin qiymət səviyyəsi, əhalinin demoqrafik tərkibi, istehlakçıların sosial inkişaf səviyyəsi, milli və tarixi şəraitlə əlaqədar ayrı-ayrı məhsul və xidmət növünə tələbat təsir edir.

Psixo-fizioloji amillər qrupunda əsas yeri ayrı-ayrı istehlakçıların psixoloji xüsusiyyətləri tutur. Bundan başqa istehlakçının mədəni inkişaf səviyyəsi, əhval-ruhiyyəsi və dəb tələbin formalaşmasına mühüm təsir göstərir.

Turist məhsulunun təklifi bir çox amillərlə bağlıdır: xidmət müəssisələrinin sayı; turizm məhsulu satan firmaların sayı; turizm məhsulu istehsalının və xidmətin səmərəlilik səviyyəsi; elmi-texniki tərəqqinin səviyyəsi; vergi sistemi; istehsalda qiymət amili; tələbin perspektiv qiymətləndirilməsi və gələcək gəlirlər.

Turizm bazarında qiymət, tələb və təklif arasında dinamik tarazlığın ölçüsü və tənzimləyicisidir. Turizm xidmətində qiymət xammalın dəyəri, istehsalın realizasiyası və istehlak xidmətinin

təşkili xərcləri, xidmətin ayrı – ayrı növləri üzrə vergi dərəcələri və gəlirlərlə müəyyən edilir.

Rəqabət təklifin çoxluğu şəraitində, turizm məhsulunun reallaşdırılması uğrunda müəssisələrin mübarizəsini xarakterizə edir. Turizm məhsulunun təklifi kifayət qədər olmadıqda isə turizm məhsulunu əldə etmək üçün istehlakçılar arasında rəqabət başlayır.

Turizmin sosial-iqtisadi göstəriciləri onun maddi-texniki bazası və turizm müəssisələrinin ümumi sayı ilə yanaşı ondan istifadə edənlərin ümumi sayı ilə də müəyyənləşir.

Cədvəl 1.

Turizm müəssisələrinin əsas göstəriciləri

	2007	2008	2009	2010	2011
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin sayı, vahid	117	123	124	126	141
İşçilərin sayı (kənar əvəzçilərlə), nəfər	1115	1174	1393	1418	1541
Ondan:					
turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin sayı, nəfər	745	749	1136	1159	1279
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlir, min manat	15966,6	17120,3	17839,6	19065,3	22634,8
Turizm fəaliyyətinə çəkilən ümumi xərclər, min manat	13843,0	15612,1	16907,9	17811,3	20662,1
Əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının sayı, ədəd	26008	27055	28509	34121	42583
O cümlədən:					
ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd	2820	2517	3259	3385	4045
ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, ədəd	20777	20843	21776	27030	34254

Azərbaycan ərazisində səyahət etmək üçün xarici ölkə vətəndaşlarına, ədəd	2411	3695	3474	3706	4284
Əhaliyə satılmış turizm yollayışı blanklarının dəyəri, min manat	10356,9	11148,9	15071,7	25848,7	29316,6
Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər	56290	59607	59700	69923	83620

Qeyd: ARDSK-nin məlumatları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi, 2011-ci ildə Azərbaycanda istirahət etmək istəyən xarici ölkə vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının sayı təxminən 10% təşkil etmişdir. Lakin ölkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışı blanklarının sayı 80%-ə yaxın təşkil etmişdir. Buradan Azərbaycan ərazisində səyahət etmək istəyən xarici ölkə vətəndaşlarının sayının çox az olduğu nəzərə çarpır. Fikrimizcə bunu bir sıra amillərlə izah etmək olar:

- Azərbaycanda turizm xidmətinin keyfiyyəti beynəlxalq standartlara cavab vermir;
- turizm xidmətinin qiyməti uyğun ölkələrlə müqayisədə xeyli bahadır;
- turist mövsümü günlərinin sayı qısadır.
- respublikamız hələ də müharibə şəraitindədir və s.

Turizm bazarı respublikada əmtəə və xidmət dövriyyəsinin həcmi, onun strukturunu təkmilləşdirməyə imkan verir. Bu da elmi-texniki nailiyyətlərə, beynəlxalq turistlərin zövqü və istehlakına uyğun turizm sənayesini inkişaf etdirmək, həmçinin ev təsərrüfatında məşğulluğun səviyyəsini yüksəltmək və ixtisaslaşdırmaqla, ölkəyə gələn turistlər üçün milli geyim əşyaları, süvenirlər, ərzağın yeni keyfiyyətli və milli xüsusiyyətlərlə zəngin payını artırmaqla baş verir. Regionlarda turist axınının çox olması həmin regionlarda mənzil, kirayə evlərin artımına səbəb olur. O cümlədən, daha komfortlu mənzil şəraiti və mənzil rəqabəti bütövlükdə hər hansı regionun və kəndin məzmununu, sosial mühitini dəyişir. Fərdi evlərin tikintisi həmin evlərin milli və arxitektura üslubu və

şəraitinin kompleks şəkildə yaradılması zəruriliyini meydana çıxarır. Turizm bazarının regional xüsusiyyətləri həmin regionların təbii-coğrafi şəraiti, əhalisinin məşğulluğu, həmçinin ənənəvi istehsal və istehlak davranışı ilə müəyyənləşir.

Əhalinin gəlirləri turizmin regionda inkişafı ilə sıx bağlıdır. Əhalinin gəlirlərində əmək haqqı, pullu xidmət və həmçinin əmtəə və xidmət bazarında sahibkarlıq və fərdi istehsal məhsullarının satışından gələn gəlirlər daha çox təşkil edir. Turizm və sahibkarlıq, turizm və biznes fəaliyyəti, həmçinin turizm və əmək bazarı arasında əlaqələrin olması və əlaqələrin kommersiya əsasları üzərində qurulması turizmin regionda inkişafına stimül yaradır. Turizm kapital və əməktutumlu sahə kimi məşğulluğun səviyyəsini, əmtəə və xidmət bazarında tədiyyə qabiliyyətini artırır.

Turizmin regional inkişaf modeli hər bir regionun özünün təbii sərvətləri, onların istifadə dövryyəsinin xarakteri ilə müəyyənləşir. Belə ki, Azərbaycan regionlarında mineral su ehtiyatları, kurort və sanatoriya müalicəsi üçün turizmin inkişafına şərait yaradır. Əmtəə və xidmət bazarı tranzit malların topdansatış ticarətini təşkil edir. Əhalinin intensiv gəliş-gedişi yeməxanaların, 2-3 günlük yatacaq üçün otellərin, həmçinin bir sıra əyləncə mərkəzlərinin tranzit istifadəsi, yükdaşıma, yüksəkləmə və ofşor müəssisələrin inkişafına şərait yaradır. Turizmin inkişafının regionlarda sürətlənməsi, həmin regionların ucuz təbii resursları və iqlim hava şəraiti ilə yanaşı sosial problemlərin həlli kənd əhalisinin məskunlaşması və indiki cəbhəboyu regionlarda əhalinin iş və yaşayış şəraitinin, həmçinin beynəlxalq turistlərin axını ilə respublikanın avropa ölkələrinə inteqrasiyasını sürətləndirməkdən ibarətdir. Qeyd edək ki, turizmin inkişafı respublika daxili problemlərin və region şəraitinin xarici turistlərin zövqünə və tələbinə uyğun transformasiyası, onların kapital qoyuluşuna şərait yaradılmasının müəyyən iqtisadi, ərəzi idarəetmə və daxili maliyyə büdcə mexanizmlərini təkmilləşdirir.

Dissertasiya işinin **“Regional turizmin inkişafının müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi”** adlanan II fəslində Azərbaycanda regional turizmin inkişafının təhlili, onun dinamikası və dəyişmə xüsusiyyətləri araşdırılır. Turizm potensialının mövcud vəziyyəti onun resurs strukturu, təşkilati aspektlər və həmçinin potensialın ölçülməsi metodikası verilir, həmçinin turizmin

inkişafının motivasiyası və onun regionların turizm seqmentləşməsində rolu təhlil olunur.

Azərbaycan iqtisadiyyatının potensial imkanları və ölkənin gələcək perspektivi, beynəlxalq turizmə qoşulmaq potensialını və 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 çeşidinin dünya bazarında yerinin müəyyən edilməsi, dünya turizminə integrasiyanın əsas istiqamətidir. Turizmin beynəlxalq miqyası ictimai əmək bölgüsü ilə ölçülür. Azərbaycanın turizm fəaliyyətinin dünya turizminin inkişafında rolu, onun xüsusi çəkisi və turizm sahəsində məşğul olanların sayı bütövlükdə turizmin ictimai əmək bölgüsündə rolunu müəyyənləşdirir.

Turizm potensialının təhlili onun qiymətləndirilməsi metodikasına uyğun olaraq nəzərdə tutulan sahələr və iqtisadi sosial nəticələr üzrə aparılır. Belə ki, bütün fəaliyyətin vahid inteqral səmərəsi, məsrəflərin məcmusu ilə onların ayrı-ayrı subyektlər və aqlomerasiya şəraitində əldə olunan səmərəsi ilə ölçülür. Turizm potensialının təhlili ilk növbədə dinamik inkişaf və islahatların əsas istiqamətləri üzrə aparılır. İqtisadi artımın və sosial tələbatın təhlili göstərir ki, ümumdaxili məhsulun ehtiyat fondlarının və xarici investisiyanın artması turizm üçün əsas amil olaraq dinamikada və istifadə səmərəsinə görə təhlil olunmalıdır.

Turizm fəaliyyətində aparıcı amil olaraq xırda və orta sahibkarlıq daha səmərəlidir. O cümlədən, kiçik sahibkarlıq məhsulundan turizm sferasında istifadə etmək, turizm bazarını genişləndirməklə onun potensialını və dövrüyyə həcmi artırır.

Qeyd olunur ki, Azərbaycanda turizm bazarının inkişafı üçün bütün obyektiv şərtlər mövcuddur. O cümlədən, Azərbaycan zəngin təbii ehtiyatlara malikdir. Bu hər şeydən əvvəl onun əlverişli siyasi – coğrafi mövqeyə malik olması ilə izah olunur. Azərbaycanın qədim tarixə malik olması, Xəzər dənizi sahilində yerləşməsi, tarixi abidələrlə zənginliyi, dünyanın 11 iqlim qurşağından 9-nun burada mövcudluğu və insanların qonaqpərvərliyi turizmin inkişaf etdirilməsinə geniş imkanlar yaradır. Ölkəmizdə 12 təbii və tarixi qoruq, 17 müvəqqəti qoruq və ovçuluq təsərrüfatı mövcuddur. Müxtəlif regionlarda 6 mindən artıq memarlıq və mədəniyyət abidələri qorunub

saxlanılır. YUNESKO tərəfindən qeydiyyatda alınan «İçərişəhər», «Qız qalası», «Şəki Xansarayı», «Möminə Xatun Türbəsi» və digər mədəniyyət abidələri artıq bütün dünyada tanınmaqdadır.

Təbii sərvətlərlə zənginlik və onun turizm potensialı kimi qiymətləndirilməsi regionların kompleks inkişafının əsas istiqaməti ola bilər. Naxçıvan Muxtar Respublikasının təbii resursları, onun iqtisadi zona kimi turizm mərkəzinə çevrilməsinə imkan verir. Şəki-Zaqatala, Quba-Xaçmaz və Abşeron iqtisadi regionlarının təbii, coğrafi və iqtisadi potensialı şəhər və kənd turizminin inkişafı üçün bazadır.

Cədvəl.2.

İqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı (nəfər)

İqtisadi rayonlar	2007	2008	2009	2010	2011
Ölkə üzrə - c ə m i	305 483	431 574	424 237	438 479	510 162
Bakı şəhəri	159 137	253 008	243 442	230 377	282 410
Abşeron iqtisadi rayonu	6 589	7 421	7 168	4 827	13 125
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	17 122	19 607	18 519	15 973	20 800
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	15 939	27 393	27 712	41 780	32 915
Lənkəran iqtisadi rayonu	36 052	38 395	32 426	19 968	25 382
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	21 720	31 753	32 838	66 064	51 631
Aran iqtisadi rayonu	19 708	22 198	22 028	14 858	18 203
Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonu	372	385	234	353	519
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	10 206	11 188	12 111	6 112	11 508
Naxçıvan iqtisadi rayonu	18 638	20 226	27 759	38 167	53 669

Qeyd: ARDSK-nin məlumatları əsasında tərtib edilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi, Naxçıvan, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala və Abşeron iqtisadi rayonları üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayında 2007-2011-ci illər üzrə əhəmiyyətli artım müşahidə olunur. Belə ki, Abşeron iqtisadi rayonu üzrə bu illər ərzində 2 dəfəyə yaxın, Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu üzrə 2,4 dəfə, Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu

üzrə 2 dəfədən artıq, Naxçıvan iqtisadi rayonu üzrə isə 2,9 dəfəyə yaxın artım baş vermişdir.

Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayında 2007-2011-ci illər ərzində 14%-ə yaxın azalma baş vermişdir. Burada əsas səbəblərdən biri kimi infrastrukturun aşağı səviyyədə olmasını göstərmək olar.

Respublikamızda regional turizmin inkişafında əhəmiyyətli inkişaf strategiyasına malik olan Nabran, Altıağac, Quba, Abşeron və Şamaxı rayonlarına xüsusi diqqət yetirmək məqsəduyğundur. İşdə bu rayonlar ilk növbədə beynəlxalq səviyyəni mənimsəməyə və turizmdə xidmətlərin yüksək olmasına görə qiymətləndirilir.

Son illər Azərbaycanda turizm sferasının sürətli inkişafı müşayiət olunur. Belə ki, əgər 2011-ci ildə dünyada turizmin inkişaf tempi cəmi 5-6 faiz idisə, Azərbaycanda bu göstərici 14 faizə qədər yüksəlmişdir.

Görülmüş tədbirlər sayəsində mehmanxanaların sayını 2005-ci ildəki 262-dən, 2011-ci ildə 508-ə qədər artırmaq mümkün olub ki, bu da turistlərin qəbulu üçün 31 min 979 yer deməkdir.

Hazırda Azərbaycan yaxın beş ildə dörd milyon turist qəbul etməyi planlaşdırır. Bu gözləntilər əsassız deyildir: artıq 2011-ci ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı 2 milyon 239 min 141 nəfərə çatmışdır. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin məlumatına görə 2012-ci ilin birinci yarısında Azərbaycana 1 088 823 xarici turist gəlmişdir ki, bu da 2011-ci ildəkindən (1 016 559 nəfər) çoxdur. Özü də bu zaman xaricə gedən vətəndaşlarımızın sayı 5,4 faiz, yaxud 90 875 nəfər azalmışdır.

Turizmin inkişafında təbii-coğrafi resurslar digər resurslardan mülkiyyət formalarına və istifadə mexanizmlərinə görə fərqlənir. Belə ki, təbii-coğrafi resurslardan istifadə mülkiyyətçilər tərəfindən istifadə statusuna malikdir. Təbii-coğrafi resurslardan turizm məqsədi üçün istifadə edilməsi hüquqi normalar olaraq xüsusi razılıq (lisenziya) almaqla reallaşır. Xüsusi razılıq təbii-coğrafi resursların biznes planları əsasında müəyyən prinsiplər və məhdudiyyətlər üzrə baş verməlidir. Prinsiplər, həmçinin iqtisadi mexanizmlər və hüquqi normalar üzərində qurulur. İqtisadi mexanizmlər olaraq təbii resursların turizm məqsədləri üzrə istifadəsində güzəştli yardımlar, vergidən azad olma və yaxud güzəştli kreditlər və digər dövlət himayə sistemi tətbiq etməklə təbii-coğrafi resursların təkrar

istehsalını təmin etmək mümkün olmalıdır. Ona görə də təbii-coğrafi resursların turizm məqsədi ilə istifadəsində müəyyən güzəşt sistemi onun sahələr arasında rəqabət mühitində turizmə olan ehtiyaclarını və ondan istifadə intensivliyini artırma bilər. Təbii resurslar torpaq, minerallar, su və yaşıllıq ehtiyatları, daş, gil, mineral sular və digər istehsal və istehlak xarakterli xammal və məhsullar olduğu üçün, onun istifadə dərəcəsi eyni iqtisadi potensiala malik olmayan hüquqi və fiziki şəxslər, fərdi istehlakçılar tərəfindən eyni olmayan səmərə verir. Bu səmərənin integral effekti turizmin inkişafına yönəldikdə bu sahənin istehsal imkanlarını artırır, turist tutumu genişlənir, əsas fondları və dövlətyə vəsaitləri multiplikasiya səmərəsi yolu ilə daha da artır və təkrar istehsal dəyəri genişlənir. Təbii-coğrafi sərvətlər turist məhsulunun ixtisaslaşması istiqamətini və sahədə potensialın maddi-əşya strukturunu formalaşdırır, o cümlədən, dağ regionlarında qış ayları üçün idman, xizəksürmə, mədən suları regionların da sağlamlıq-profilaktika tədbirləri həyata keçirən müəssisələrin artmasına şərait yaradır. Quba, Xızı, Xaçmaz regionlarında turizmin inkişafının əsas istiqamətləri 1-2 günlük turizm üçün əhəmiyyətliyəldir. Bu regionlarda dəniz və dağ iqlimi, onların ərazi cəhətdən yaxınlığı və infrastruktur obyektləri ilə zənginliyi turizmin aqlomerasiya səmərəsini artırır. Təbii sərvətlərin mühüm sahəsi kimi mineral sulardan istifadə etməklə sanatoriya-kurort sahələrini inkişafına nail olmaq mümkündür. Respublikada müalicə məqsədləri üçün istifadə oluna bilən Kəlbəcər «İstisu», Naxçıvan «Sirab» suyu, «Duzdağ» mədənləri, Darıdağ arsenli su mənbələri, həmçinin Masallı suyu sanatoriya-mualicə obyektlərinin artırılması üçün ehtiyatlara malikdir.

Naftalan müalicə kompleksinin genişlənməsi, Abşeron ərazisində ürək-damar müalicə obyektlərinin artırılması və erməni təcavüzündə olan zəbt olunmuş Şuşa istisu dağ zonaları daxili beynəlxalq turizm üçün əhəmiyyətlidir. Turizm bazarının seqmentləşdirilməsi, potensial istehlakçıların davranışı üzrə təsnifləşdirilməsi, onların tələbinin kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətləri ilə müəyyənləşir. Başqa sözlə, seqmentləşdirmə aparmaqla müəssisələr bazarı ayrı-ayrı istehlakçılar qrupuna bölür, onların hər biri üçün eyni və ya müvafiq xidmət forması təklif olunur.

Bazarın seqmentləşdirilməsinə heç şübhəsiz turizmdə marketing proqramının vacib bir tərkib hissəsi kimi baxmaq lazımdır. Çün-

ki, rəqabət mübarizəsində nailiyyət əldə etmək seqmentləşdirmənin nə qədər düzgün həyata keçirilməsi ilə bağlıdır.

Turizmin inkişafının motivi, obyektiv və məqsədyönlü fəaliyyət mexanizmi olmaqla ölçülməsi və dəyişmə meylinin müəyyənəlməsi proqnozlaşdırma və idarəetmə üçün əsas rol oynayır. Motivləşdirmə, turizmin sahə quruluşu, onun fəaliyyətinin əsas istiqamətini və həmçinin tənzimləmə yollarını müəyyən edir. Turizm motivləri insanların fərdi tələbatlarını müəyyənləşdirən fizioloji, psixoloji baxışlar sistemi, dəyərləri, meylləri və təhsil səviyyəsi ilə formalaşan rekreasiya ehtiyacları kimi qəbul edilir. Bu motivlərin şəraiti və parametrləri, fərdi və ümumi ehtiyaclar mexanizmləri və onların ödənilməsinin konkret formaları ilə müəyyənəlməlidir.

Motivləşmə istehlak davranışını və yaxud turist obyektlərinin ərazi və funksional təyinatının planlaşmasını müəyyənləşdirir.

Turizmdə motivləşməyə, burada müəyyən mənada turistlərin istehlak davranışı və seçim qabiliyyəti kimi yanaşmaq olar. Azərbaycanda turizmin motivasiyası iqtisadiyyatın quruluşu, kənd təsərrüfatının sahə və region üzrə yerləşməsi, əhalisinin məskunlaşma səviyyəsi və həmçinin yeni iş yerlərinə tələbatla və turizm məhsulu üçün münbit şərait yaradılması ilə xarakterizə olunur. Turist marşrutları və turistlərin istehlak davranışı onların gəldiyi ölkənin adət-ənənəsi, yaşı, məşğuliyyəti və həmçinin milli mənsubiyyəti üzrə differensiaslaşdırılır. Azərbaycana gələn iranlılar, türklər, MDB məkanında mənsubiyyətə müsəlmanlar, Azərbaycanın təbii-coğrafi şəraitinin onlara yaxın olması, dilinə, adət və ənənəsinə sadıqlıqın saxlanılması, öz milli xörəkləri və milli adətlərinə qaytarılması imkanları ilə bağlıdır. Ov ovlamaq, milli xörəklər yemək, təbii sülardan içmək, Quba-Xaçmaz, Naxçıvanın tarixi, təbii və iqlim şəraitindən istifadə etmək və digər xüsusiyyətlərindən bəhrələnmək məqsədini güdür.

Region seqmentləşməsi həmin regionun əhalisinin həyat səviyyəsi və regionda təbii resursların və gəlmə turistlərin tələbatını nəzərə alaraq ixtisaslaşdırılır. Region seqmentləşməsində coğrafi, əhali və məşğuliyyət motivi əsas olmaqla turizm məhsulunun strukturunu müəyyənləşdirir. Beləliklə, seqmentləşmə eyni əlamətli maddi və mənəvi nemətlərin hər bir regionda ixtisaslaşma səviyyəsi və struktur dəyişilməsi kimi qiymətləndirilir. Məqsədlərin seqmentləşməsi resursların seçilməsini, onun məzmununu və strukturunu,

resursların istifadə mexanizmini və təşkilati iqtisadi mexanizmləri əlaqələndirir. Seqmentləşmə eyni tip turist obyektləri, fəaliyyəti üçün ixtisaslaşmış və ünvanlı təşkilatı-iqtisadi idarəetmə mexanizmləri və planlaşma texnologiyası tətbiq etməkdir. Turizm sahəsinin marketinq planlaşmasında əhalinin turizm ehtiyacları və onların əsas istehlak davranışına üstünlük verilir.

Dissertasiya işinin «**Regional turizm bazarının idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi mexanizmləri**» adlanan III fəslində turizm bazarının ərazi idarə edilməsinin konkret aspektləri və mexanizmləri əsaslandırılır və dövlətin bu sahədə əsas vəzifələri müəyyənləşdirilir, idarəetmə obyekti olaraq proqnozlar, məqsədli proqram metodları, turizmin inkişafı ilə yanaşı digər sahələrin inkişaf proqramları əsaslandırılır. Turizm bazarına bazar sisteminin tərkib və alt sistemi kimi baxılması, onun inkişaf modelinin yeni prinsiplərini və konkret transformasiya aspektlərini müəyyənləşdirir.

Son vaxtlar dövlət turizm fəaliyyətini Azərbaycan iqtisadiyyatının prioritet istiqamətlərindən biri kimi elan edərək, turizmin cəlbediciliyinin yüksəldilməsi və Azərbaycanın turizm üçün əlverişli ölkə olması imicinin formalaşdırılması məqsədilə daxili turizmin inkişafı üçün aktiv siyasət həyata keçirir. Respublikada turizmin inkişafına müxtəlif yanaşmalar kompleksindən baxılır. Ümumdaxili məhsulun artımının tərkib hissəsi və regionların sosial-iqtisadi inkişafının tərkib hissəsi olaraq turizmin regional istiqamətləri dövlət proqramlarında öz əksini tapır.

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. Dövlət turizmin inkişafını təmin edən təşkilatı orqan olan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi (28 yanvar 2006-cı ilə qədər «Gənclər, İdman və Turizm nazirliyi») vasitəsi ilə bu sahənin konseptual inkişaf istiqamətlərini, onun maliyyə və maddi bazasının yaradılması layihələrini hazırlayır və vahid strateji plan əsasında konkret tənzimləmə siyasəti yeridir.

Ölkəmizin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi, beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsi, mədəniyyət və idman sahələrində əldə olunan nailiyyətlər turizm sahəsinin davamlı inkişafının təməlini təşkil edir. Azərbaycanın son illərdə turizm sahəsində reallaşdırdığı

ən böyük və səmərəli layihələrdən biri olan Qusar rayonunda yerləşən Şahdağ Qış-Yay Turizm Kompleksinin fəaliyyətə başlamasını turizm sektoru üçün mühüm hadisə hesab etmək olar. Son illər turizmdə sahəsində əldə olunan nailiyyətlər beynəlxalq təşkilatlar və maliyyə qurumlarının hesabatlarında da yüksək dəyərləndirilir. Ümumdünya İqtisadi Forumunun dünya ölkələrinin turizm sahəsində rəqabət qabiliyyətinə görə tərtib etdiyi reyting cədvəlində respublikamızın 5 pillə irəliləyərək 78-ci yerdə qərarlaşması bunun əyani göstəricisidir.

Qeyd edək ki, 2010-cu ildə Azərbaycanda istehsal olunan Ümumi Daxili Məhsulun cəmi 0,7 faizi turizmin payına düşmüşdür. Turizmin qeyri-neft sektorunda xüsusi çəkisi isə 1,6 faiz təşkil etmişdir. Halbuki yaxın perspektiv dövr üçün turizmin Ümumi Daxili Məhsulda payının ikirəqəmli həddə çatdırılması qarşıda duran əsas vəzifələrdən biri olmalıdır.

Turizm bazarının proqnozlaşdırılması onun ərazi yerləşməsinə, miqyasına və fəaliyyət növünün əsas istiqamətlərini, həmçinin həcmi, strukturunu, perspektiv dinamikasını verməyi tələb edir. Bu isə, bazarın xarakteri, onun marketinq strukturu, qiyməti və turizm məhsulunun təklifi ilə müəyyənləşir.

Turizm bazarının proqnozlaşdırılması aktiv proqnoz metodologiyasına əsaslanır və eyni zamanda mövcud reallığı məqsədəuyğun şəkildə dəyişmək niyyətini güdür. Turizmin proqnozlaşdırılması iki əsas mərhələdə baş verə bilər. Birinci mərhələdə turizm obyektlərinin və onların qəbul etdiyi turistlərin sayı və hər bir turist üçün normativ məsrəflərə uyğun resurs potensialı, onun dəyər və natural göstəriciləri qiymət dəyişməsinə nəzərə almaqla proqnozlaşdırılır. İkincisi isə proqnoz göstəriciləri bazar tələbini nəzərə almaqla resursların variantlı istifadəsi metodikasını özündə birləşdirir.

Turizm proqnozları onun fəaliyyətini və alınan nəticələri görməklə və yaxud arzu olunan həcmdə verməklə potensialın istifadə olunması texnologiyasını, planlaşma qaydası və ardıcılıqlarını əsaslandırmaq metodologiyasına uyğunlaşır. Məqsədli və proqram xarakterli tədbirlər liberal şəraiti saxlamaqla seçim və rəqabətin nəticələrini dövlətin deyil, ayrı-ayrı subyektlərin vəsaitlərinin alınması hesabına baş verməsini səciyyələndirir. Bu konseptual yanaşma turizmin proqnozunun alternativ variantlarını təmin edən hipotezlər

əsasında proqnozların verilməsini əsaslandırır. İşdə aşağıdakı hipotezlər əsasında turizmin bazar proqnozu təklif edilir:

1. Turizmin inkişafı mövcud dinamikaya və yeni texnologiyalara uyğun turistlərin sayını artırmaqla qurulur;

2. Turizmin artım tempi neft gəlirlərinin artım tempinə uyğunlaşır, onun azalması halında iqtisadi artımı təmin edir;

3. Turizmin məhsulu ümumi daxili məhsulda kənd təsərrüfatı məhsulunun xüsusi çəkisinə yaxınlaşır və turizm xidməti genişlənir;

4. Turizmin inkişafında kiçik və orta sahibkarlığın rolu 50% təşkil edir və sonrakı dövrdə bunun xüsusi çəkisi ümumidaxili məhsulda özəl sektorun payına yaxınlaşır.

Bu hipotezlər real formalaşma meyillərini əhatə edir. Ona görə də onların seçilməsi, müzakirə elementi kimi mübahisə obyektinə ola bilər. Fikrimizcə, yuxarıda irəli sürülən hipotezlər transformasiya və köklü islahatlar baxımından ekspert və qərar qəbulu üzrə həyata keçirilən proqnozlardır. Onun hər biri iqtisadi səmərə və məsrəflər baxımından sosial dəyərlərin meyarı kimi qiymətləndirilir və əsaslandırılır.

Turizmdə idarəetmə fəaliyyətinin əsas göstəricilərindən biri, idarə edənin düzgün qərar qəbul etmə bacarığıdır. Hansı ki, o dörd idarəetmə funksiyası yerinə yetirir: planlaşdırma, təşkilati, motivasiya və nəzarət.

Turizm bazarı kompleks və qarşılıqlı əlaqədə olan sahə və ərazi aspektlərin və maraqların məcmuu kimi formalaşdığına görə onun idarə olunması turizm haqqında qanun, sahibkarlıq qanunları, maliyyə-büdcə sistemi, istehlakçıların hüquqlarının qorunması və digər normativ sənədlərlə idarə olunur. Bazar və idarəetmə, ziddiyyətlər və müəyyən uzlaşma, ümumi cəhətləri özündə birləşdirir. Ona görə də turizm bazarında ali məqsəd olaraq meyarların seçilməsi və onun reallaşmasının alternativ variantları, ayrı-ayrı daxili və xarici parametrlərin qiymətləndirilməsi və onların proqnozlaşdırılması yolu ilə mümkündür.

Dissertasiya işinin sonunda elmi cəhətdən əsaslandırılmış, təcrübəvi əhmiyyəti olan **bir sıra nəticələr çıxarılmış və konkret təkliflər** verilmişdir.

Fikrimizcə Azərbaycanda turizmin inkişafının özünə məxsus xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- Turizm potensialının iqtisadi və təbii vəziyyətinin əlverişli olmasını və iqtisadi artımı nəzərə almaqla respublikada islahatlar proqramının tərkibində turizmin prioritetliyi;

- Turizmin regionlarda inkişafı üçün zəruri məqsədlərin və konkret resursların seqmentləşməsi yolu ilə regionların sosial-iqtisadi inkişaf dinamikasının təmin olunması;

- Turizmin iqtisadi və sosial potensialının geniş təkrar istehsal və iqtisadi artım modelinə uyğun bölgüsü, yenidən bölgüsü və səmərəli istifadəsinin təşkili;

- Turizmin inkişafında xarici ölkələrin imkanlarının investisiya qoyuluşlarını və əhalinin xüsusi vəsaitlərinin turizm sahəsinə cəlb edilməsinə stimül yaradılması.

Turizmin proqnozlaşması və onun idarə edilməsi büdcə sistemi, regionların inkişafı, ayrı-ayrı sahibkarlıq fəaliyyətinin turizm məqsədlərinə görə seqmentləşməsi və onların stimullaşdırılmasının kommersiya maraqları ilə yanaşı sosial maraqlar üzərində qurulmalıdır. Bu məqsədlə təkliflərimiz aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- turizmin yerləşməsi daha çox iqtisadi və kommunikasiya təminatı olan regionlarda ucuz məsrəflərə uyğun əsaslandırılması ilə inkişafının sürətlənməsi;

- turizmin yerləşməsi və inkişafında sosial prioritetlər, o cümlədən iş qüvvəsi və əhalinin məşğulluq təminatı, həmçinin əhali gəlirlərinin artımına təsir edən göstəricilərin nəzərə alınması;

- turizmin inkişafı üçün dövlətin himayəsi, onun sahibkarlığa dəstək, regionlarda turizmə stimül yaradan vergi mexanizmi, maliyyə-kredit, güzəşt sistemi və uzunmüddətli məqsədli proqramlar yolu ilə təşkilati quruluşun yaradılması.

Azərbaycan respublikasında turizmin inkişafının əsas istiqamətləri regionlar və turizm növləri üzrə əsas aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- dağ turizmin inkişafı, idman və istirahət məqsədləri üçün 2-3 günlük səyahətlərin təşkili;

- dini turizmin daha çox Gəncə, Naxçıvan və Bakı şəhərlərində yerli əhalinin istifadəsi üçün inkişaf etdirilməsi;

- etnik turizmin ölkədən kənarda yaşayan Azərbaycanlıların doğma yerlərinə gəlməsi və yaxud həmin yerlərin ziyarəti üçün vəsait qoyuluşları inkişafı;

- respublikada tarixi abidələrlə tanışlıq və təbii sərvətlərin istifadəsi üçün işgüzar biznes fəaliyyətinə yönəldilmiş turizm sahələri və ərazilərinin inkişafı və istifadəsi;

- tibbi-müalicə və sanatoriya-kurort müəssisələrinin, rekreatsiya obyektlərinin inkişaf etdirilməsi ilə daha çox xarici turistlərin cəlb edilməsinin intensivləşdirilməsi;

- turizm potensialı olan regionlarda dövlət dəstəyi və dövlət maliyyə-kredit mexanizmlərinin təkmilləşməsi yolu ilə turizm potensialından istifadə olunması.

Turizm sektoruna dövlət dəstəyinin göstərilməsi məqsədilə turizm sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının dəstəklənməsi üçün ölkədə 2 və 3 ulduzlu hotellərin inkişaf etdirilməsi stimullaşdırılmalıdır. Bu məqsədlə regionlarda tikilən turizm obyektlərində istifadə üçün gətirilən və ölkədə istehsal olunmayan məhsulların gömrük rüsumlarından azad edilməsi və turizm zonalarında investisiya qoyan daxili və xarici şirkətlərə müəyyən vergi güzəştlərinin tətbiq olunması, regional turizmin inkişafı üçün əsas yarada bilər.

Dissertasiya işinin mövzusu üzrə aşağıdakı elmi əsərlər nəşr olunmuşdur:

1. Məmmədov E.Q. “Turizm bazarının mahiyyəti və xüsusiyyətləri” AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu. “Milli iqtisadiyyatın problemləri” (Məqalələr toplusu 4-cü buraxılış), Bakı, 2006, səh.-44-51.

2. Məmmədov E.Q. “Turizmin inkişafının iqtisadi potensialının təhlili”, “İqtisadiyyat və Audit №-1” Bakı, 2007, səh.-54-58.

3. Məmmədov E.Q. Əlirzayev Ə.Q. “Turizm bazarının proqnozlaşdırılması”, “İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika №-1-2”. Bakı, 2007, səh.-78-85.

4. Məmmədov E.Q. “Turizm bazarı respublikanın sosial - iqtisadi inkişaf amili kimi”, “AMEA-nın Xəbərləri, humanitar və ictimai elmlər seriyası İqtisadiyyat №-1”, Bakı, 2007, səh.111-117

5. Məmmədov E.Q. “Turizmin inkişafının motivasiyası”, “Azərbaycan Aqrar Elmi №-4-5”, Bakı, 2007. səh. 148-152.

6. Məmmədov E.Q., “Azərbaycanda turizm bazarının inkişaf xüsusiyyətləri”, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi “İslam Konfransı Təşkilatına üzv ölkələrin iqtisadiyyatında

turizmin rolu” Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı, 2007, 21-22 iyun.

7. Məmmədov E.Q. “Azərbaycanda turizmin inkişaf istiqamətləri”, “Turizm və rekreasiya: problemlər və perspektivlər”. *Birinci respublika elmi-praktiki konfransının materialları*. Bakı, 2007, səh. 57-61.

8. Мамедов Е.Г., Алирзаев А.Г., “Актуальные проблемы развитие туризма в Азербайджане”, “Общество и экономика” № 3-4, Москва, РАН- 2008. s. 252-256.

9. Məmmədov E.Q. “Azərbaycanda kənd turizminin təşkili və inkişaf perspektivləri”, “Azərbaycan Aqrar Elmi” №-1, Bakı, 2011, səh. 147-150.

**Региональные особенности формирования и управления
рынка туризма в Азербайджане**

Р Е З Ю М Е

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, определяется степень ее изученности, формируется цель и задачи, теоретическая и методологическая значимость работы и даются основные рекомендации.

В первой главе изучаются сущность и задачи туристического рынка, разрабатываются теоретические основы формирования и тенденции развития рынка туризма, раскрываются цель и значение туристической деятельности в формировании рыночных отношений и их региональная особенность.

Во второй главе анализируются региональная особенность формирования и развития туризма. Оценивается современное состояние роста производства и предложения продукции туризма, раскрываются особенности динамики развития туризма в регионах Азербайджана.

В третьей главе исследуется механизм управления регионального туризма, даются пути и методы совершенствования механизмов регионального туризма, разрабатываются основные формы организации туризма в регионах.

В заключении диссертации обобщены результаты исследования .

**Regional features of forming and management of
market of tourism in Azerbaijan**

SUMMARY

Dissertation work consists of introduction, three chapters, conclusion and list of bibliography.

Actuality of the chosen theme is grounded in introduction, the degree of her studied is determined, an aim and tasks, theoretical and methodological meaningfulness of work are formed and basic recommendations are given.

Essence and tasks of tourist market are studied in the first chapter, theoretical bases of forming and progress of market of tourism trend are developed, an aim and value of tourist activity in forming of market relations and its regional feature open up.

In the second chapter it is analyzed regional feature of forming and development of tourism. The modern state of height of production and suggestion of products of tourism is estimated, the features of dynamics of development of tourism open up in regions of Azerbaijan.

The mechanism of management of regional tourism is investigated in the third chapter, ways and methods of perfection of mechanisms of regional tourism are given, the basic forms of organization of tourism are developed in regions.

Research results are generalized in the conclusion of dissertation.

Кабыз форматы- 60х84 16/1, 1,6 ч.в.
Тираж -100
АМЕА-нын мятбяясиндя чап олунмушдур

На правах рукописи

ЭЛЬШАН ГАРДАШХАН ОГЛЫ МАМЕДОВ

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЫНКА
ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

Специальность: 5312.01- Отраслевая экономика

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

Диссертации на соискание научной степени
доктора философии по экономике

БАКУ-2013

