



TURİZM SƏNAYESİNDƏ SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAF TENDENSİYALARI

Aysel Akif qızı Quliyeva

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti

E-mail: aysel_ibayeva@mail.ru

Turizm sənayesi ölkə iqtisadiyyatına, qlobal miqyasda isə beynəlxalq iqtisadiyyata birbaşa təsir göstərən sektordur. Turizm sahibkarlığı dövlət büdcəsinin formalaşmasında və ticarət balansının sabitləşməsində mühüm rolə malikdir. Eyni zamanda, turizm sahibkarlığının inkişafı ölkədə işsizlik kimi ağır bir problemin öhdəsindən gəlir, ölkə təsərrüfatının bütün sahələrinə təsir göstərərək onların inkişafını stimullaşdırır, turizm bazarında müxtəlif xidmət və məhsul çeşidliyinin dinamikasına səbəb olur. Buna görə də, turizm sahibkarlığını stimullaşdırmaq üçün müxtəlif dövlət proqramları və bu istiqamətdə əsaslı tədbirlər planı hazırlanmaqdadır. Ölkəmizdə də qeyri-neft sektorunun inkişafı adına turizm, dolayısı ilə turizm sahibkarlığı dəstəklənməkdədir. Fərqli növlərə sahib turizm sahibkarlığı subyektləri bütövlükdə turizmin vacib halqalarıdır və hər birinin dəstəklənməsi digər növ turizm sahibkarlığını inkişaf etdirəcəkdir. Məqalədə turizmdə sahibkarlığının inkişafı, müəssisələrin öz gəlirlərinin rentabelliyyəyə yönəldilmiş siyasəti, eyni zamanda dövlətin bu sferaya əsaslı dəstəyi məsələləri və turizm sahibkarlığının müasir vəziyyəti ətrafı şərh olunmuşdur.

Açar sözlər: turizm sənayesi, turizm sahibkarlığı, davamlı inkişaf, strategiya, mənfəət

GİRİŞ

Turizm geniş yayılmış yerli, milli və qlobal fəaliyyətləri özündə cəmləmiş, habelə sahibkarlığı özünə cəlb edən iqtisadi sektordur. Turizm sahibkarlığından asılıdır və eyni zamanda həm davamlılıq, həm də sahibkarlıq xarakteri daşdığından uzunmüddətli perspektivliyə malikdir. Müasir dövrün iqtisadi göstəricilərinə nəzər salsaq görərik ki, bu sektorun yüksəlişi ölkə iqtisadiyyatına birbaşa təsir göstərir. Ölkənin turizm sektorunun inkişafı uzunmüddətli dövlət dəstəyi, tədqiqat və planlaşdırma tələb edir. Turizm sektorunu o zaman uğurlu hesab edə bilərik ki, o, dövlət büdcəsinə kifayət qədər iqtisadi qazanc gətirsin və onun sosial-iqtisadi faydası müsbət şkala üzrə artım göstərsin. Turizm sahibkarlığının inkişafı xarici valyuta gətirməklə ümummilli gəliri dəstəkləyir, mədəni fəaliyyətləri, həmçinin digər seqmentləri canlandırır. Eyni zamanda bu sektor kurort, istirahət evi, ictimai iaşə xidmətləri təklif edən müəssisələr, digər xidmət sektorları, otellər və səyahət agentləri kimi müxtəlif xidmət sahələrinin sağ qalmasına böyük təsir göstərir.

Qloballaşma şəraitində istər sənayeləşmiş ölkələrdə, istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm sahibkarlığının inkişafı və onun fərdi rasionallığı daim ön planda tutulur. Turizm sənayesinin iqtisadi və sosial inkişafında aparıcı mövqedə dayanan turizm sahibkarlığı turizmin alt sahəsi kimi qiymətləndirilir və onun dəyişkən faktorları daim izlənilməkdədir. Sahibkarlıq, maksimum dövrüyyəyə nail olmaq istiqamətində riskləri nəzərə alaraq, yeni bir işə və ya biznesə başlamaq hərəkətidir. Sahibkarlıq anlayışı ilk dəfə 1700-cü illərdə tanınmış və o vaxtdan bəri keçmişdə və müasir dövrdə iqtisadi inkişafın ən yüksək və vacib tərəfi olmuşdur [5]. Başqa sözlə desək, sahibkarlıq iqtisadi artımın uğurunda mühüm rol oynayaraq iqtisadi yüksəlişə səbəb olur.

ƏSAS HİSSƏ

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi təsirləri

Sahibkarlıq həm regional, həm də qlobal miqyasda turizmin inkişafında mühüm amil kimi qəbul edilir. “Turizm sahibkari” turizm məhsullarını istehsal edən və idarə edən şəxs və ya şəxslər qrupudur. Turizm sahibkarlığı sosial problemləri aradan qaldırmaqla ölkənin fiskal artımını və inkişafını təmin edir.



şafını artırır, nəticədə isə ölkənin ÜDM-i yüksəlir. Turizm sahibkarlığı xüsusilə regionlarda biznesin inkişafının davam etdirilməsi üçün strateji dəstəyin təmin edilməsinin əsas yolu kimi tanınıb.

Turizm sahibkarlığının ilkin fəaliyyət dövrlərində heç də binaların, yolların yenidən təminatı vacib deyil, çünki regionda uzun illər formalaşmış komplekslərdən istifadə etməklə fəaliyyət göstərmək də mümkündür [8]. Bu səbəbdən turizm sahibkarlığının ilkin mərhələlərində müvafiq lisenziya aldıqdan sonra öz ətrafında olan komplekslərdən, potensiallardan istifadə etmək, icarə haqlarını müəyyənləşdirmək və uyğun olaraq bu istiqamətlərdə xərclərini təyin etmək lazımdır.

Turizm sahibkarlığı İ.E.O. ölkələrin iqtisadi geriləmə və iqtisadi inqilabının qarşısını alan sahibkarlıq sahəsi kimi qəbul edilmişdir. Turizm sənayesi həm ixtisaslı, həm də ixtisasız işçilər, çoxlu sayda əhali üçün iş imkanı yaradır. Dünya Səyahət və Turizm Şurası (WTTC) səyahət və turizm biznesi üzrə araşdırma aparmış və müəyyən etmişdir ki, turizm dünyaya 7,2 trilyon ABŞ dolları subsidiya verib və bu da qlobal Ümumi Daxili Məhsulun 9,8%-ni təşkil edir. Başqa bir statistikaya əsasən, səyahət və turizm biznes sənayesi 284 milyon iş yeri yaradıb ki, bu da dünyada hər 11 məşğulluqdan birinin turizmin payına düşməsi deməkdir. Dünya Səyahət və Turizm Şurasının (WTTC) proqnozlarına əsasən, 2026-cı ilə qədər Səyahət və Turizm sahibkarlığının qlobal miqyasda ümumilikdə 370 milyon iş imkanı yaradacağı gözlənilir. 2026-cı ilə qədər WTTC proqnozlaşdırır ki, Cənubi Asiya 7,1% ÜDM, Hindistan 7,5% və Çin 7,0% artımla ən sürətli böyüyən alt region olacaqdır [7].

Regional turizmin idarəçiliyi makro səviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində həyata keçirilir. Makro səviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual tədbirlər planı hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri təyin olunur, turizmin beynəlxalq və ölkədaxili investisiya mənbələri aşkarlanır [6].

Turizm sənayesinin müəssisədaxili planlaşması regionda ayrı-ayrı turist fəaliyyətləri üzrə gerçəkləşir. İlkin növbədə hər bir regionda turist qruplarının strukturu, onların sosial demografik qruplaşması və motivasiyası qiymətləndirilir. Daha sonra turizm müəssisəsi üçün zəruri hesab edilən şərait və bu şəraiti təmin edən resurslar, imkanlar qiymətləndirilir. Müəssisənin biznes planında turist məhsulunun miqdarı, onun keyfiyyəti, xidmət göstərənlərin sayı və zəruri olan sahədaxili köçürmələr, nisbətlər planlaşdırılır. Bütün turist müəssisəsində plana kommersiya gəlirləri nəzərindən qiymətləndirilmə aparılır. Rentabelli turist məhsulu iqtisadi aspektdən biznes planın əsasını təşkil edir. Turizm fəaliyyətinin biznes planı sosial fəaliyyətlərlə də nəzərə alınaraq hesablanır. Yol infrastruktur, otelçilik, ticarət obyektləri, ev təsərrüfatı və başqa sosial infrastruktur obyektlərinin sahibindən asılı olmayaraq regionun inkişafı biznes planlaşmasında sosial nəticələr, sosial effektlər kimi qiymətləndirilir.

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı inkişafında müəssisədəki işçilərin miqdarı və onların peşəkarlıq səviyyəsi, əsas kapitalın dəyəri, fondlar, turizm məhsulu və xidmətlərin dəyər həcmi, rəqabətə davamlılıq və s. göstəricilər proqnozlaşdırılmalıdır [4]. Turizm sahibkarlığının inkişafı turizmin dayanıqlı inkişafının təməli hesab olunur. Qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatın paylanması özünəməxsus rolu ilə seçilən turizm sənayesinin dəqiq və kompleks planlaşdırılmasının davam etdirilməsi prioritet məsələlərdən biridir.

Turizm sənayəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlılığının əsas elementi hesab olunan qiymətlərin təyin olunmasında turizm müəssisəsinin imici də nəzərə alınmalıdır. Turizm xidmətlərinə qiymət təyin edərkən, müəssisə tələb və təklif arasındakı mütənəsibliyi, rəqabət aparan qiymətlərin səviyyəsini və dəyişmə dinamikasını, dövlət tənzimlənməsi və turistlərin imkanlarını nəzərdə saxlamalıdır. Turizm xidmətlərinə müxtəlif istehlakçıların fərdi istək və tələbatı vardır. Müəssisə öz turizm məhsulunu bazara çıxaranda onda əvvəlcədən inam formalaşmalıdır ki, onun məhsulunu kimsə alacaqdır. Aydın məsələdir ki, müəssisənin imici nə qədər yüksəkdirsə, ona bir o qədər çox etimad göstərilir. Fərqli kateqoriyalara mənsub müştərilər müəssisənin imicini müxtəlif formada qəbul edirlər. Bu ona görədir ki, müştərilərin arzu və tələbləri də müxtəlifdir. Deməli, qiymət strategiyasında təyin olunmuş bütün seqmentlərə fərdi yanaşma lazımdır.



Sahibkarlar arasında iqtisadi cəhətdən əsas maraq prinsipi eyni məsrəflərdə fərqli gəlirlər aralığında mənfəət qazanmaq qabiliyyətinin inkişafı məsələləridir. Həmçinin, subsidiyaların verilməsi və ya uzunmüddətli tikinti infrastrukturunu layihələrinə qoyulan vəsaitlərə kreditlər verilməsi sahibkarlığa həvəsi artırır və öz xüsusi vəsaitlərini bu sahibkarlığa yönəltməyə təşviq edir. Hər bir sahibkar öz xüsusi vəsaitləri ilə birlikdə digər vəsaitlərin, bir başqa subsidiyaların vəsaitlərinin turizm dövryyəsinə cəlb edilməsinə imkan yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat əlaqələri, ümumi qaydalar, müqavilələr və gəlirlərin əlverişli bölgüsü ilə təmin olunur.

Turizm qanunları sahə və ərazi qanunları kimi funksional mexanizmləri idarəetmə göstəricilərinə əsasən ixtisaslaşır. İxtisaslaşma dövlət və yerli kriteriyalar və turist sahibkarlarının, müəssisələrin fəaliyyəti arasında stimula yaradan prinsiplərə əsaslanır [9]. Belə ki, turizm müəssisələrinin rəqabət mühiti turizmdə sahibkarlığa təşəbbüskarlıq, turizm gəlirlərində humanist maraqların qorunması və turizm məhsulunun təkrar istehsal bölgüsünü ümumilikdə iqtisadi siyasətin effektiv, səmərəli formalaşması deməkdir. Dövlətin rolu onun sosial mahiyyətində daha qabarıq rol kimi qiymətləndirilir. Dövlət strateji planlaşma obyekti olaraq turizmin inkişafını dövlət proqramına salır.

Dövlət strategiyasında nəzərdə tutulan tədbirlərin həyata keçirilməsi isə əsasən aşağıdakı mənbələr hesabına maliyyələşdirilməsi nəzərdə tutulur (Cədvəl 2).

Cədvəl 2

Dövlət strategiyasında nəzərdə tutulan tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün maliyyə mənbələri

Dövlət büdcəsi	Yerli büdcələr
Büdcədən kənar fondlar	Birbaşa xarici investisiyalar
Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaiti	Mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yerli idarə, müəssisə və təşkilatların vəsaitləri
Beynəlxalq təşkilatların və xarici dövlətlərin kreditləri, texniki və maliyyə yardımı	Qanunvericiliklə qadağan olunmayan digər mənbələr
Ölkə bank sisteminin kreditləri və qrantlar	

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Maliyyə vəsaitinin müəyyən edilmiş prioritet hədəflər üçün ən səmərəli şəkildə sərf olunması üçün nəticəyə əsaslanan büdcə tərtibatı prosesi işlənilib hazırlanmaqdadır.

Azərbaycanda turizm sahibkarlığı məşğulluğun hərəkətverici qüvvəsi kimi

Son illərin statistik göstəricilərinə əsasən qeyd edə bilərik ki, turizm Azərbaycanda da inkişaf edən sektorlardan biri olmuşdur. Belə ki, son 5 ildə Azərbaycanda turizm sektorunda xidmət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin və turizm məqsədilə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında müvafiq olaraq 4,5 və 8,5 % ortaillik sabit artım müşahidə edilmişdir.

Hazırda turizm sənayesinin ölkə üzrə ÜDM-də və məşğulluqda birbaşa payı müvafiq olaraq 4,5 və 3,3 % təşkil edir [2].

Turizm sahibkarlığına daxil olan istiqamətlərdən biri turoperator və turagentliklərin fəaliyyəti və idarə edilməsidir. Bu müəssisələr ölkəyə gəlir qazandırmaqla yanaşı Azərbaycanda məşğulluğa təsiri də artırır. İqtisadi rayonlar üzrə turagent və turoperator fəaliyyəti göstərən müəssisələrdə çalışan işçilərin ümumi sayına cədvəl 1-də nəzər yetirə bilərik.

İqtisadi rayonlar üzrə turagent və turoperator fəaliyyəti göstərən müəssisələrdə çalışan işçilərin ümumi sayı

İqtisadi rayonlar	İşçilərin ümumi sayı (kənar əvəzçilər də daxil olmaqla)				
	2017	2018	2019	2020	2021
ölkə üzrə - cəmi	1 891	2 074	2 205	1 464	962
Bakı şəhəri	1 640	1 659	2 053	1 361	918
Abşeron-Xızı iqtisadi rayonu	36	46	72	23	4
Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu	30	33	51	30	26
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	15	151	8	8	5
Qazax-Tovuz iqtisadi rayonu	21	24	-	24	-
Lənkəran-Astara iqtisadi rayonu	2	2	4	4	5
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	2	-	-	-	-
Mil-Muğan iqtisadi rayonu	-	-	-	-	-
Mərkəzi Aran iqtisadi rayonu	-	2	6	3	1
Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonu	-	-	-	-	-
Şirvan-Salyan iqtisadi rayonu	2	7	5	5	-
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	-	5	5	5	2
Qarabağ iqtisadi rayonu	-	-	-	-	-
Naxçıvan Muxtar Respublikası	143	145	1	1	1

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin hesabatlarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Beləki, 2017-2021-ci illəri əhatə edən 5 illik aralıqda ölkə üzrə ən yüksək göstəricinin 2019-cu ildə 2205 nəfər olduğunu görürük ki, bunun 2053 nəfər kimi böyük qismi məhz paytaxt Bakının payına düşür [3]. Cədvəldən də görünür ki, illər keçdikcə bu sektor üzrə çalışan işçilərin sayında davamlı artım müşahidə olunur. Lakin istisna hal kimi ölkəmizdə və bütün dünyada yayılmış COVID-19 virusunu qeyd edə bilərik. Turizm də daxil olmaqla əksər sektorların demək olar ki tənəzzülünə səbəb olmuş bu hadisə ölkəmizdən də yan keçməmişdir. Göstəricilərə əsasən qeyd edə bilərik ki, regionlarımızda sözü gedən fəaliyyətlərin azlığı məşğulluq payının əsasən paytaxtda toplanması ilə nəticələnmişdir. Yeni yaradılmış iqtisadi rayonlarda turim sahibkarlığının stimullaşması göstəricilərin qeyri-bərabər paylanmasını nisbətən aradan qaldıra bilər.

Respublikamızda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün həyata keçirilən dövlət proqramlarında turizmin davamlı inkişafına zəmin yaradan maddi-texniki bazanın qurulmasına, turizm sahibkarlığı formalarının proporsional inkişafının təmin edilməsinə, müasir tələblərə cavab verə biləcək sistemin formalaşdırılmasına xüsusi diqqət göstərilir. Bütün bunları nəzərə alaraq turizmin bütünlükdə inkişaf etdirilməsi üçün kiçik və orta sahibkarlığa geniş səlahiyyətlərin verilməsi, xidmət infrastrukturunun yenidən qurulması və dünya standartlarına uyğunlaşdırılması, ölkəmizin beynəlxalq və daxili turizm bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması, turizmin inkişaf etdirilməsi üçün mütərəqqi və səmərəli metodlardan istifadə edilməsi əsas prioritetlərdəndir [1].



YEKUN NƏTİCƏ

Qeyd olunan və təhlil edilmiş bütün məlumatlara əsasən sonda qeyd edə bilərik ki, mövcud imkan və potensialdan səmərəli istifadə etməklə Azərbaycan 2025-ci ilədək həm regionda, həm də digər dünya ölkələri arasında arzulanan turizm məkanlarından birinə çevriləcəkdir. 2025-ci ildən sonrakı dövrlər üzrə perspektiv isə Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdikləri 20 turizm məkanından birinə çevirmək, eyni zamanda sahibkarlığın inkişafı adına mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə göstəricilərinin maksimuma çatdırılmasını təmin etməkdir. Sadaladığımız bütün məqsədlərə nail olmaq üçün hava əlaqəsinin və əlçatanlığın artırılması, müxtəlif turizm növləri üzrə fiziki və sosial infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, yerli dəyərlərin beynəlxalq aləmdə uğurlu təbliğ və təşviqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bütün bunlarla yanaşı, turizm sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektlərinin funksiyalarını qruplaşdırmaqla, sahibkarlığın əsas əlamətləri kimi risk, məsuliyyət, kommersiya nailiyyətlərinin əldə olunması, qiymətqoyma siyasətinin aparılması və sair problemlərin təhlil edilməsi daim diqqətdə saxlanılmalıdır.

Yerli, o cümlədən xarici investisiyaların dəstəyi ilə turizm sektorunda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri bu artımın əsas təkanverici qüvvəsi olacaqdır. İnkişaf prosesləri ekoloji dayanıqlılıq prinsiplərinə əsaslanaraq, Azərbaycanda kəndlərin və bütövlükdə, regionların turizm potensialını çiçəkləndirəcək və inkişafına tövhə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT

1. "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər" in təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı
2. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı. <https://www.stat.gov.az/source/tourism>
4. Entrepreneurship in Tourism and Hospitality: Asia Pacific Journal of Tourism Research, s. 16.
5. Improving_Travel_and_Tourism_Competitive. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017
6. Мишон Е.В. Цифровизация сферы туризма региона как фактор повышения конкурентного иммунитета территории, Россия: тенденции и перспективы развития № 14, 2019. с. 895-898.
7. WTTC. Economic Impact Analysis 2016, Annual Update Summary the Economic Impact of Travel & Tourism: <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis>
8. Yaroçkin V.İ., Buzanova Y.V. Biznesin və sahibkarlığın əsasları. Rus dilindən tərcümə. Bakı-«İqtisad Universiteti»- 2008, -s. 47-52.
9. Завьялова Н.Б., Кадина В.С., "Предпринимательство в индустрии туризма". Экономика предпринимательство и право. Март 2020, -с. 820-830.

ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT TRENDS IN TOURISM INDUSTRY

A.A. Guliyeva

The tourism industry is an influential sector of the country's economy, a large global economy. Tourism entrepreneurship plays an important role in the formation of the state budget and the stabilization of the trade balance. At the same time, it overcomes such a problem as unemployment in connection with the development of tourism entrepreneurship, affects all sectors of the economy and stimulates their development, leads to the dynamics of production of various services and pro-



ducts in the tourism market. Therefore, in order to stimulate tourism entrepreneurship, various state programs and a plan of substantial measures in this direction are being prepared. In our country, in the name of the development of the non-oil sector, tourism and therefore tourism entrepreneurship are supported. Tourism entrepreneurship entities of different types are important links of tourism as a whole, and supporting each one will develop other types of tourism entrepreneurship. The article defines the development of entrepreneurship in tourism, the policy aimed at the profitability of the enterprise, as well as the policy aimed at the welfare of the state, as well as the problems and type of entrepreneurship based on this area of the state.

Keywords: *tourism industry, tourism business, sustainable development, strategy, profits*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОТРАСЛИ ТУРИЗМА

А.А. Гулиева

Индустрия туризма является влиятельной отраслью экономики страны, крупной мировой экономикой. Туристское предпринимательство играет важную роль в формировании государственного бюджета и стабилизации торгового баланса. В то же время преодолевает такую проблему, как безработица в связи с развитием туристического предпринимательства, затрагивает все отрасли экономики и стимулирует их развитие, приводит к динамике производства различных услуг и продуктов на рынке туризма. Поэтому для стимулирования туристического предпринимательства готовятся различные государственные программы и план существенных мероприятий в этом направлении. В нашей стране во имя развития ненефтяного сектора поддерживается туризм и, следовательно, туристическое предпринимательство. Субъекты туристического предпринимательства разных типов являются важными звеньями туризма в целом, и поддержка каждого из них будет способствовать развитию других видов туристического предпринимательства. В статье определены развитие предпринимательства в туризме, политика, направленная на прибыльность предприятия, а также политика, направленная на благосостояние государства, а также проблемы и виды предпринимательства, основанные на этой сфере состояние.

Ключевые слова: *индустрия туризма, туристическое предпринимательство, устойчивое развитие, стратегия, доходы*