

Fərhad Mehbalıyev
Azərbaycan Əmək və Sosial Münasibətlər Akademiyası, i.ü.f.d., dosent
Raic Həsənov
Azərbaycan Əmək və Sosial Münasibətlər Akademiyası

İDMAN VƏ TURİZMİN SOSIAL-İQTİSADI TƏBİƏTİ

Məqalədə müasir dövrdə qeyri-neft sektorunun respublikamızda ən sürətlə inkişaf edən idman və turizm sahəsinin sosial-iqtisadi məzmunu, turizmin formaları və növləri, onların qarşılıqlı əlaqələri, idman və turizmə tələbatı doğuran əsas amillər təhlil edilir. Eyni zamanda milli gəlirin yaranılmasında idman və turizmin rolu, turizmin inkişafı nəticəsində yeni iş yerlərinin açılması təhlil edilir, regionların iqtisadi inkişaf proqramının həyata keçirilməsinə idman və turizmin təsir mexanizmi araşdırılır.

Biososial varlıq kimi insan öz tələbatının ödənilməsi baxımından özünün bilik və bacarığını, iş görmə qabiliyyətini, ideyalarını, mədəniyyətini və idmanı məcmu formada iqtisadi inkişafa sərf edir. Belə ki, məhsuldar qüvvələrin dinamik inkişafı və əmək bölgüsünün dərinləşməsi ilə əlaqədar olaraq insanlar artıq həyatda qalmaq naminə deyil, yeni yaşayış üçün zəruri olan malları əldə etmək məqsədilə çalışmaq dövrünü başa vuraraq, idman, əyləncə, istirahət, yeni biliklər əldə etmək, gəzinti, sağlamlığını yaxşılaşdırmaq və s. haqqında fikirləşməyə başladılar. Başar cəmiyyəti (sivilizasiya) inkişaf etdikcə insanlarda yeni informasiyalar əldə etmək, öz fiziki, maddi və mənəvi dəyərlərini artırmaq marağı, təbii ki, səyahət etmək, yəni turizmə zərurəti meydana çıxardı. Turizm fransız sözü olub (tour) gəzinti, bir yerə getmək mənasını verir.

Tarixin müəyyən bir mərhələsində artıq səyahətlərə tələbatın kəskin artması bu sahəyə maraq göstərən, yəni bu xidmətləri istehsal edənlərin meydana gəlməsinə səbəb oldu. Bunun da nəticəsində istehlak bazarında yeni növ əmtəə-turizm formalaşmağa başladı. İdman və turizmin istehlak bazarında əmtəə kimi möhkəmlənməsi və inkişafı bu sahənin maddi-texniki bazasının, turistlərə xidmət göstərmək üçün kadr hazırlığının və bütövlükdə bir təsərrüfat subyekti kimi idarə olunması zərurətini yaratdı. Başqa sözlə, xalq təsərrüfatının sahələrə bölgüsündə yeni bir müstəqil sahə, idman və turizm sahəsi meydana gəldi. Dövlətlərin iqtisadi inkişaf səviyyəsindən və coğrafi mövqelərindən asılı olaraq, müxtəlif ölkələrdə turizmin və idmanın inkişafı da bir-birindən fərqlənməyə başladı. Turizm, xüsusən “turist” termini uzun bir təkamül prosesi keçsə də bu günə qədər birmənalı tərifə dəqiqləşdirilməmişdir. Hal-hazırda Birləşmiş Millətlər Təşkilatı (MBT) tərəfindən turizmin tərifı aşağıdakı kimi qəbul edilmişdir: “Turizm insanların daimi yaşayış sahəsindən yerlərini dəyişməklə, sağlamlığının möhkəmləndirilməsinə təsir edən, insanların fiziki və mənəvi inkişafına səbəb olan fəal istirahətdir”.

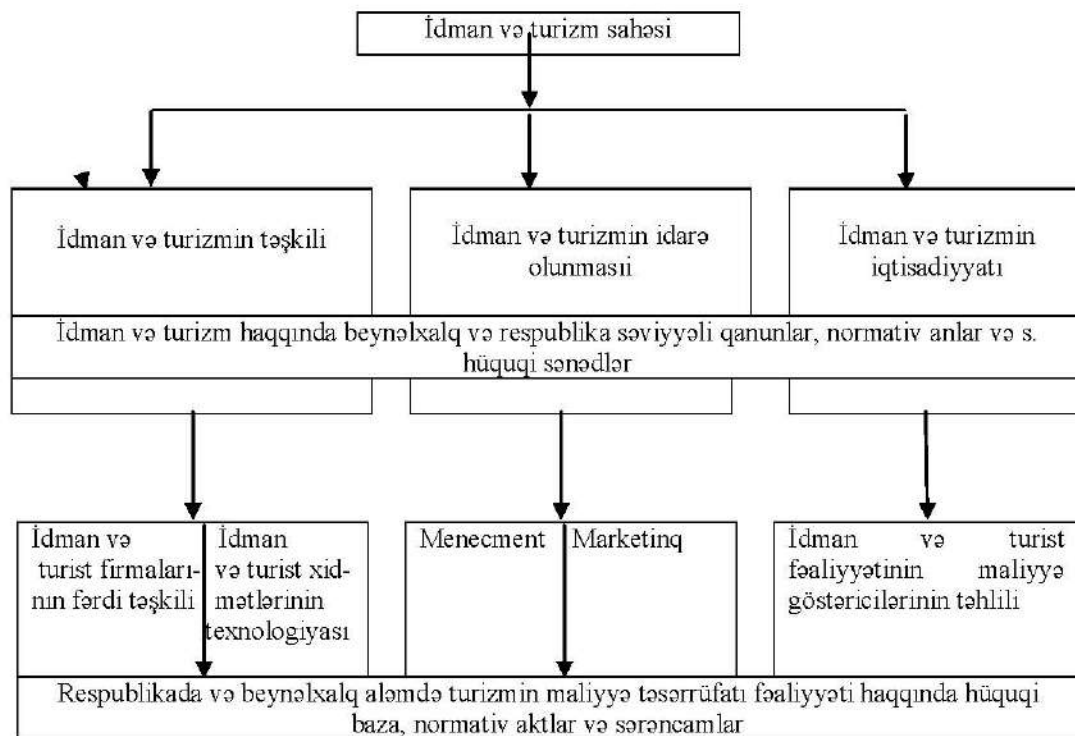
Bu günə qədər xalq təsərrüfatının sahələrə bölünmə təsnifatında idmanın və turizmin istehsal və ya qeyri-istehsal sahəsinə aid olunması dəqiq müəyyən edilməmişdir. Bunun əsas səbəbi ictimai istehsalın strukturunda gedən müasir dəyişikliklərin əvvəlki meyarlar üzrə təsnifləşdirilməsinin müasir prinsiplərə uyğun gəlməməsidir. Belə ki, iqtisadi münasibətlər sisteminin dərinləşməsi, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı və innovasiyaların istehsala nüfuz etməsi, əvvəllər qəbul olunmuş xalq təsərrüfatının sahələri arasındakı ənənəvi bölgüsünü aradan çıxarır. Müasir kapitalizmin xarakterik cəhəti ondan ibarətdir ki, hər hansı bir sahənin, yaxud özəl bölmənin iqtisadi maraqları, yəni öz mənfəətini artırmaq üçün bu bölməyə aid olmayan sahələrə “diversifikasiya”-nı zəruri edir. Şəxələnmə, nüfuz etmə nəticəsində sənaye məhsulları istehsal edən şirkət xidmət, ticarət, mehmanxana biznesi və s. sahələri də məşğul edir. Yeri gəlmişkən, müasir dünyada gedən qloballaşma bu prosesi daha da sürətləndirir. Xalq təsərrüfatının sahə strukturu bir çox müxtəlif fəaliyyət sahələrini özündə birləşdirən, ictimai əmək bölgüsünə əsaslanan, ölkə iqtisadiyyatının maddi və qeyri-maddi istehsal sahələrindən ibarətdir. Hal-hazırda “BMT-nin millətlərarası statistika siste-

mində bütün iqtisadiyyat üç iri bölməyə ayrılır. Birinci bölməyə - kənd və meşə təsərrüfatı, balıqçılıq; ikinci bölməyə - sənaye sahələri, tikinti, emalədar sənaye və energetika; üçüncü bölməyə isə xidmət sahələri, nəqliyyat, rabitə, idman, təhsil, turizm və s. aid edilir. Birinci və ikinci bölmə maddi istehsal sahələrini, üçüncü bölmə isə həm istehsal, həm də qeyri-istehsal xidmətlərini əhatə edir. Bu bölgədə idman sahəsi və turizm qeyri-istehsal sahəsi kimi üçüncü sektora aid edilir” [3, s.14].

Turizm sahəsində ancaq bir xidmət istehlakçısı vardır ki, o da turizmin özüdür. Əmtəə və maliyyə bazarından fərqli olaraq (hansı ki, əmtəə satıcını axtarır) turizmdə əksinə, satıcı özü turist məhsuluna, turizm xidmətlərinə gedir. Turist məhsulunun istehlakçısı – turistin özü qabaqcadan ona təklif olunan xidmətlərin keyfiyyəti ilə tanış ola bilmir. Turist məhsulu öz qiymətini ancaq turist tərəfindən istehlak olunan prosesdə alır. Bədən tərbiyəsi – idman və turizmin iqtisadi mahiyyəti dedikdə, bu sahənin fəaliyyəti prosesində yaranan iqtisadi münasibətlər sisteminin cəmi başa düşülür. Bu baxımdan turizmin formalaşması və inkişafı müəyyən iqtisadi göstəricilər sistemi ilə xarakterizə olunur. Turizmin inkişafını əks etdirən əsas iqtisadi göstəricilərə aşağıdakıları aid etmək olar:

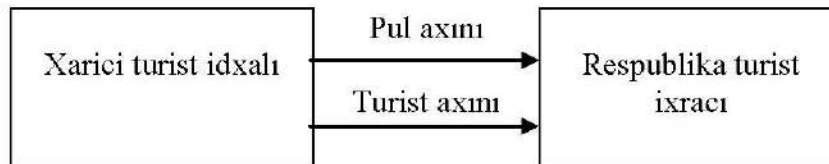
1. turist axımının ümumi həcmi;
2. idman və turist obyektlərinin maddi-texniki vəziyyəti;
3. idman və turist firmalarının maliyyə-iqtisadi göstəriciləri.

Qeyd etmək lazımdır ki, Beynəlxalq turizmlə yerli turizmin maliyyə iqtisadi göstəricilərinə yanaşmada müəyyən fərqlər ola bilər. Bir kompleks sahə kimi turizmin sahəsinin struktur sxemini aşağıdakı kimi vermək olar:

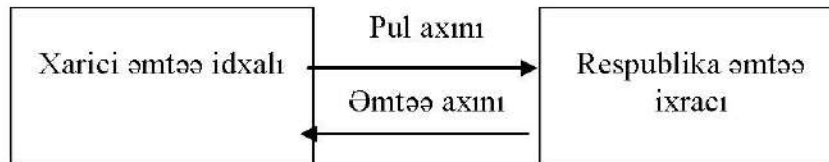


Şəkil 1. İdman və turizm sahəsinin strukturu (quruluş sxemi).

Turist ixracı dedikdə ölkədən çıxarılan turistlərin apardığı təsərrüfat başa düşülür. Bu da ölkəyə turizmdən pul vəsaitlərinin daxil olması ilə nəticələnir. Turist idxalı dedikdə ölkəyə kənardan gələn təsərrüfatlar başa düşülür ki, bu da pul axını ilə müşayiət olunur. Əmtəə idxalından fərqli olaraq, idman və turizm ixracı dedikdə, xaricdən ölkəyə daxil olan turistlər başa düşülür ki, bunun nəticəsində Respublikaya maliyyə vəsaiti daxil olur. Turizmin iqtisadi mahiyyətini və məzmununu daha asan başa düşmək üçün xarici əmtəə ixracı ilə xarici turist ixracı arasındakı qarşılıqlı fərqi sxematik olaraq aşağıdakı kimi vermək olar:



Şəkil 2. Turist ixracatında axın. Maliyyə və turist axını.



Şəkil 3. Əmtəə ixracında maliyyə və əmtəə axını.

Şəkildən göründüyü kimi əmtəə ixracı zamanı maliyyə axını ilə əmtəə-mal axını əks istiqamətdə olur. Ümumiyyətlə, elmi texniki tərəqqi və qloballaşmanın dərinləşməsi turizmin iqtisadi məhiyyətinin və daha çoxşaxəli formalarının yaranmasına gətirib çıxarır. Son dövrlər, bilavasitə, sırf iqtisadiyyat sahəsinə aid olan turist firmaları, turizm biznesi daha da inkişaf etməkdədir.

Beynəlxalq turizm təşkilatının (UNWTO) statistik məlumatlarına əsasən dünya üzrə ümumi daxili məhsulun 11%-i turizmdən gələn gəlirlər hesabına formalaşır. Turizmin sahəsində hər ildə 4 trilyon dollara yaxın pul dövr edir. Turist bazarlarının iştirakçısı olan bəzi ölkələr büdcənin əsas hissəsini turizmdən formalaşdırır. 80 dövlət büdcəni bilavasitə, turizmdən daxil olan maliyyə gəlirlərinin məbləğinə uyğun tərtib edir” [4, s.14]. 2016-cı ildə Rusiyadan turizmlə əlaqədar 12 milyard dollar xarici maliyyə axını olmuşdur. Turizm rəsmi olaraq iqtisadiyyat sahəsi kimi artıq qəbul olunub.

Müasir iqtisadiyyatın inkişafı elmsiz mümkün deyil. Çünki turizm sahəsində rəqabət iqtisadiyyatın başqa sahələrinə nisbətən daha çoxdur. Ona görə də turizm sahəsində elmi araşdırmalar olduqca vacibdir. Milli Məclis və ya başqa aidiyyətli orqanlar tərəfindən turizm haqqında qanun və qərarlar qəbul edildikdə mütləq bu sahə üzrə elmi araşdırmaların aparılması üçün imkanlar yaradılmalıdır. Bu sahədə çoxlu elmi işlər aparılsa da onların koordinasiyası zəifdir. Bu isə turizm sahəsinə vahid elmi yanaşmanın olmasını zəruri edir. Yəni, turizmin iqtisadi, sosioloji, fəlsəfi, tibbi və s. sahələrində aparılan tədqiqatlar bir-biri ilə əlaqələndirilməli və qarşılıqlı təhlil olunmalıdır.

Turizm fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi çox zaman turizmin formalarının düzgün təsnifləşdirilməsi ilə müəyyən olunur. Turizmin təsnifləşdirilməsi dedikdə turist sahələrinin oxşar əlamətlərə görə praktiki məqsədlər üçün qruplaşdırılması başa düşülür. Turizmin hər bir forması turistin tələbatından asılı olaraq müəyyən növ xidmətlərin düzgün təyin olunub qruplaşdırılması ilə xarakterizə olunur. İstehsal-xidmət prosesindəki roluna görə turizmi aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. Turizmin forması;
2. Turizmin növü;
3. Turizmin formasının müxtəlifliyi.

Turizmin formalara görə bölgüsü dövlət ərazi prinsipinə görə aparılır. Bu əlamətə görə turizmin iki forması olur: daxili və beynəlxalq turizm. Daxili turizm dedikdə ölkə daxilində aparılan turizm fəaliyyəti başa düşülür. Daxili turizm müxtəlif peşəkar məqsədlərlə ola bilər. Yerli turizm üçün gəlidiyi turist obyektində 24 saatdan çox qalmaq zərurəti olmur.

Müxtəlif ölkələrin turist qanunvericiliyində daxili turizm üçün bir-birindən fərqli meyarlar mövcuddur. Məsələn, Kanadada turist yaşayış məntəqəsindən 40 km, Hindistanda isə 50 km məsafədə təyin olunur. Rusiya qanunvericiliyində məsafədən asılı olmayaraq ölkə sərhədləri daxilində, ölkədə daimi yaşayan əhalinin turizmi daxili turizm sayılır.

Beynəlxalq turizm dedikdə xarici turizm, başqa bir ölkəyə turist səfəri başa düşülür. Beynəlxalq turist münasibətləri kompleks şəkildə olur və beynəlxalq hüquq normalarına, dövlətlərarası sazişə, turizm mübadiləsinə və s. münasibətlərə uyğun həyata keçirilir. Beynəlxalq turizm dünyanın iqtisadi münasibətləri sistemində mühüm rol oynayır. Hal-hazırda dünyada gedən qloballaşma pro-

sesi, informasiya-kommunikasiya sisteminin sürətli inkişafı beynəlxalq turizmin inkişafına geniş şərait yaradır. Bundan əlavə, demoqrafik, iqtisadi və sosial faktorların təsiri altında beynəlxalq turizm genişlənir. Demoqrafik faktorlara əsasən əhali artımı, urbanizasiya prosesi, iri şəhərlərdə oturmaq həyat tərzinə münasibətin dəyişməsi və s. aiddir.

Beynəlxalq turizmin iqtisadi amillərinə gəldikdə isə bu əsasən dünya iqtisadiyyatının dinamik inkişafı ilə əlaqədardır. Bundan əlavə əhali gəlirlərinin artması, biznes əlaqələrinin sürətlənməsi, elmi sahələr arasında əlaqələrin genişlənməsi də beynəlxalq turizmə təkan verən amillərdir. Beynəlxalq turizmin sosial amillərinə isə əhəlinin fəaliyyəti və yaşayış şəraiti ilə bağlı amillər aiddir. Turizmin növləri isə ölkə və ya regionun büdcəsində maliyyə nəticələrinin xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Bu xüsusiyyətlərinə görə turizm 2 yerə bölünür: aktiv turizm və passiv turizm. Aktiv turizmdə pul (valyuta) axını ölkəyə və ya regionun büdcəsinə gəlir. Passiv turizmdə isə turistlərin başqa ölkəyə və ya regiona gətməsindən asılı olaraq pulun (valyutanın) ölkədən və ya ərazidən çıxması ilə müşahidə olunur. Turizmin müxtəlif növlüyünə isə əsasən aşağıdakılar aiddir: “rekreasiya” turizm-istirahət, sağlamlıq və müalicə üçün nəzərdə tutulan turizm sahəsi, tanışlıq (mədəni) turizmi, elmi turizm, biznes fəaliyyəti ilə bağlı işgüzar turizm də turist müxtəlif növçülüyünün əsas ünsürləridir.

Hal-hazırda Respublikada aparılan uğurlu iqtisadi siyasət ölkədə turizmin inkişafına və formalarının sayının artmasına geniş imkan yaradır. Belə ki, əhali gəlirlərinin artımı, regionlarda infrastrukturunun yaxşılaşması, ölkədə münbit investisiya mühitinin yaradılması Azərbaycanı turizm üçün əlverişli məkana çevirmişdir. Dövlətimizin həyata keçirdiyi son illərdə iqtisadi siyasət imkan verir ki, Bakıda inşa olunan müasir standartlara uyğun tikilən mehmanxana kompleksləri, ölkədə biznes forumların keçirilməsi üçün şərait yaradır. Respublikada əhəlinin işlə təmin olunmasına və ölkəyə valyuta axımının yönəlməsinə geniş imkanlar açır. Bundan əlavə, Qusar rayonunda qış idman kompleksinin inkişafı Respublikamızda idman turizminin inkişafı üçün böyük perspektivlər açır.

Nazirlər Kabinetinin “2017-ci ilin sosial-iqtisadi inkişafının yekunlarına və qarşıda duran vəzifələrə” həsr olunan iclasında ölkə prezidenti İlham Əliyev yekun nitqində qeyd edir ki: “Turizmin inkişafı ilə bağlı bu il də əlavə tədbirlər görülməlidir. 2016-cı ildə xarici turistlərin gəlişi 24% artmışdır, keçən il isə əlavə daha 20% artım olmuşdur və rekord səviyyəyə çatmışdır. Ölkəmizə 2,7 milyon xarici vətəndaş gəlmişdir. Bu, çox müsbət haldır. Bunun səbəbləri var, - əlbəttə, mən bu barədə dəfələrlə danışmışam - həm sabitlik, təhlükəsizlik, qonaqpərvərlik, müasir infrastruktur, tarixi abidələrimiz və turizm sahəsinə göstərilən dövlət dəstəyi və əminəm ki, eyni zamanda beynəlxalq tədbirlər, beynəlxalq yarışlar turistləri ölkəmizə cəlb edir. Sevindirici hal ondan ibarətdir ki, keçən il turistlər bank kartları ilə 70% çox pul xərcləmişlər. Turistlərin sayı cəmi 20% artmışdır, amma xərclənən pul 70% artmışdır. Bu da çox müsbət haldır. Turizm də ixracın bir növüdür, çünki turizm ölkəyə valyuta gətirir” [1, s.10].

Turizm formalarının və müxtəlif növ turist sahələri arasında koordinasiyanın - qarşılıqlı əlaqələrin olması üçün elmi araşdırmaların aparılması və kadrların hazırlanması üçün də imkanlar artırılıb. Bakıda Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti fəaliyyət göstərir.

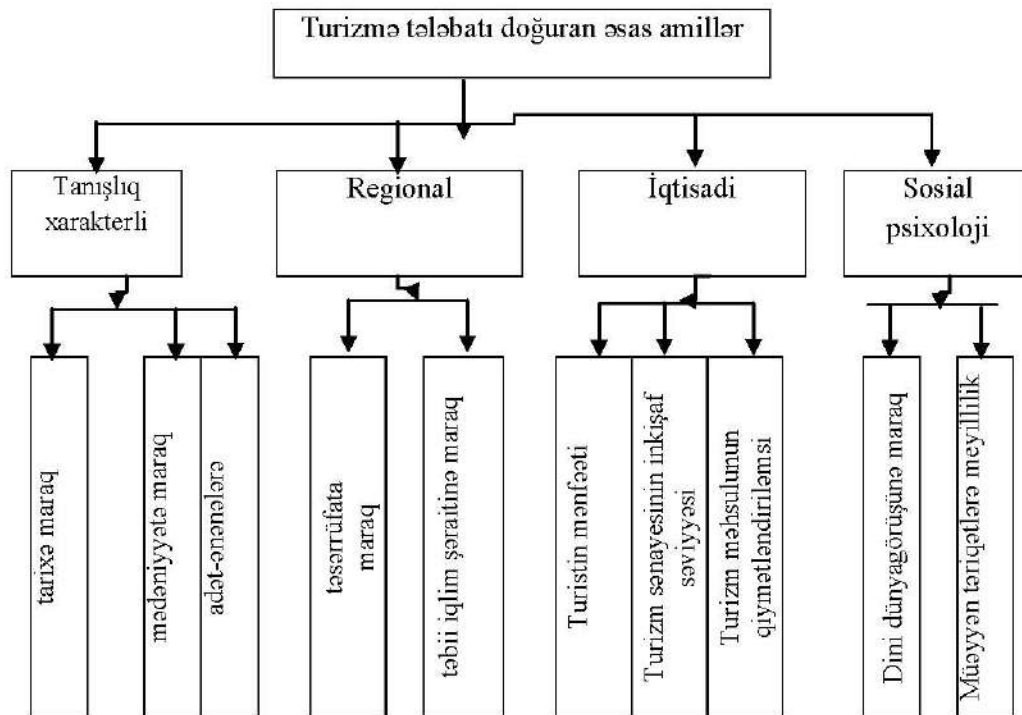
İnsanların turizmə tələbatı doğuran amillər olduqca müxtəlifdir. Bu tələbat sivilizasiyanın inkişafı ilə əlaqədar daha da dərinləşmiş və çoxsaylı xarakter almışdır. İqtisadi inteqrasiyalar, elm və texnikanın sürətli inkişafı, dini-mədəni əlaqələr və s. sosial amillər də turizmə tələbatın artmasına səbəb olmuşdur. Hazırda əhəlinin turizmə tələbatını doğuran amilləri ümumi halda aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. İstirahət və əyləncə;
2. Daha çox görməklə dünyanı dərk etmək (idrak);
3. İdmana olan tələbat;
4. İqtisadi tələbat (konqress, simpozium);
5. Müalicəvi;
6. Müqəddəs yerlərə ziyarət;
7. Qohumluq əlaqəsi ilə əlaqədar olan amillər.

Qeyd etdiyimiz kimi turizmə tələbatı doğuran motivlər (əsas səbəb) çox amillərdən asılıdır. Son zamanlar iqtisadiyyatla bağlı tələbatlar daha önəmli yer tutur. Bunun da əsas səbəbi dünya iqtisadi

sadiyyatının qloballaşmasıdır. Reklam bazarının inkişafı, azad iqtisadi zonaların yaradılması, investisiya mühitinin öyrənilməsi və s. amillərə görə turizmin iqtisadi mahiyyəti, başqa sahələrdən daha çox önə çıxır. XX əsrin 60-cı illərində yaranmasına baxmayaraq müasir dövrdə əməli turizm və biznes turizmi də turizmin başqa sahələrinə nisbətən daha gəlirli sahəyə çevrilir. Beynəlxalq statistika komitəsinin proqnozlarına görə biznes turizmindən gələn gəlir yaxın dövrdə 2 trilyon dollardan çox olacaq. Biznes turizminin müxtəlif formaları mövcuddur. Bunlardan ən çox fəaliyyət göstərən böyük sərgilər təşkil etmək, elmi konfranslar keçirmək, ölkəyə və ya regiona investisiyalar cəlb etmək və s. məqsədlərlə dünyanın məşhur iş adamlarını, biznesmenlərini və valyuta məqnatlarını güzəştli şərtlərlə turist kimi dəvət etməkdir. Hazırda Azərbaycanda biznes turizminin inkişafı üçün optimal şərait vardır. Dünya standartlarına uyğun mehmanxana kompleksləri tikilir, sərgilər təşkil etmək üçün arenalar, simpoziumlar keçirmək üçün böyük konfrans zalları olan və hər cür texniki vasitələrlə təchiz olunan obyektlər istifadəyə verilir. 2011-ci ildə biznes turizmə geniş şərait yaradan iki böyük (Hilton) mehmanxana binası Bakıda istifadəyə verilib.

Bunu da qeyd etmək lazımdır ki, biznes turizmin inkişafı üçün vahid hüquqi bazanın olması və turist sahələri arasında, o cümlədən nəqliyyat şirkətləri, operatorlar, mehmanxanalar, sığorta şirkətləri arasında düzgün əlaqələndirmə mexanizmi yaradılmalıdır. Ümumi halda turizmə tələbatı doğuran amilləri dörd qrupda birləşdirmək olar: tanışlıq xarakterli; regional; iqtisadi; psixoloji-sosial.



Şəkil 4. Turizmə tələbatı doğuran əsas motivlər – amillər.

Turizmə tələbatı yaradan amillər arasında əsas yeri iqtisadi maraqlar oynayır. Həmin amillərə turist məhsulları alıcılarının gəlirləri, təyinatı yerinə, turist, əmtəə və xidmətlərin qiyməti, turizm sahəsinin ümumi inkişafı, həmçinin bütövlükdə xidmət səviyyəsi, nəqliyyat sistemi, maqazin və mehmanxanaların qiymətləri və s. aiddir.

Təhlil göstərir ki, iqtisadi faktorlardan asılı olaraq, yəni insanların gəlirlərinin çoxalması, yəni maddi durumun çoxalması və yaxşılaşması digər faktorların, regional, tanışlıq və psixoloji motivlərin artmasına gətirib çıxarır.

Əlbəttə ki, turizmə tələbatı doğuran faktorların müəyyən edilməsi məsələnin sadə və asan tərəfidir. Əsas məsələ isə turizm tələbatının ödənilməsi prosesidir.

Turizm sahəsini inkişaf etdirmək üçün bu işlə məşğul olan müxtəlif səviyyəli qurumlar və əməkdaşlar arasında bilik yaratmaq, sadə turist işçisindən tutmuş, menecerlər, mehmanxanalar, şir-

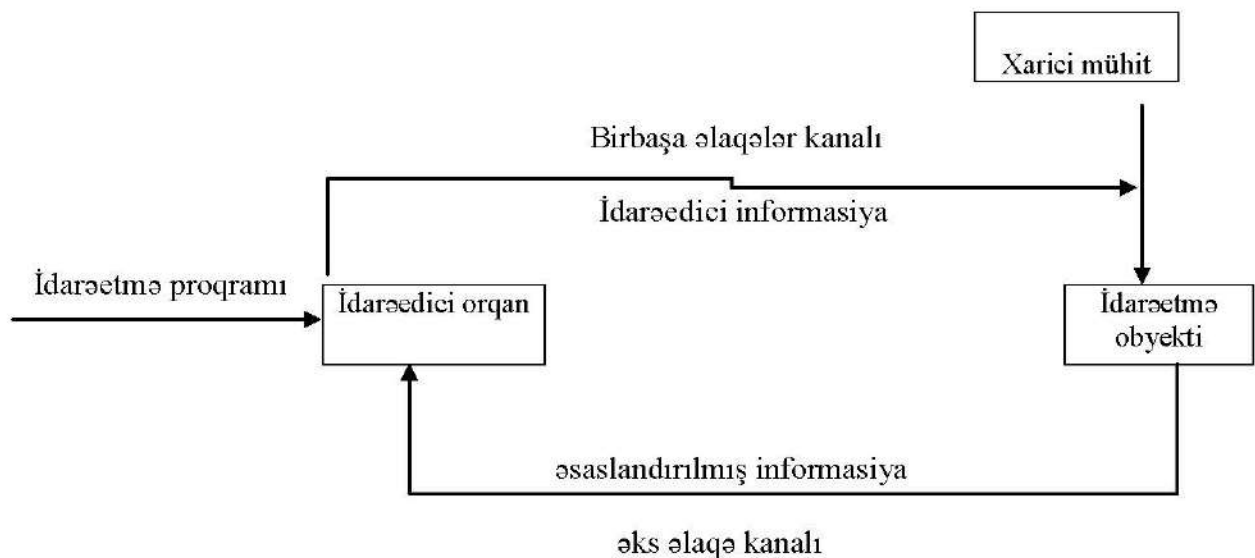
kətlər arasında şəbəkə əlaqəsi yaratmaq müxtəlif saytlar və məlumatlar bazası yaradıb internetdə yerləşdirmək lazımdır. Bunun üçün isə aşağıdakılar vacibdir:

1. Ayrı-ayrı regionların respublikada turizm potensialını dəqiq öyrənmək;
2. Regionlarda turizmin davamlı inkişafı üçün konsepsiya hazırlamaq, yəni hər bir obyektə fərdi yanaşmaqla unifikasiya olunmuş (sadə cədvəl sxemi) sənədlər hazırlamaq;
3. Dünyada baş verən siyasi prosesləri nəzərə almaqla, müasir reallığa cavab verən hüquqi bazanı təkmilləşdirmək;
4. Turizm sahəsində iqtisadi səmərəliliyin araşdırılması üçün proqnozlaşdırma və statistik təhlillərin aparılması, həmçinin praktiki nəticələri respublikanın turist sayında yerləşdirilməsi;
5. Turizmdə marketing elmi konsepsiyanın hazırlanması;
6. Turizmin ekoloji təsirlərinin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması;

Müasir dövrdə turizm iqtisadiyyatın digər sahələrinə nisbətən daha sürətlə inkişaf edən sahəyə çevrilməkdədir. Neft-mədən sənayesi və avtomobilqayırmadan sonra turizm ixrac sahəsi kimi dünyaya iqtisadiyyatında üçüncü yer tutur. Bu sahədə illik artım tempi xalq təsərrüfatının digər sahələri ilə müqayisədə iki dəfə çoxur. Ona görə də bu sahədə rəqabət də güclənir. Turizm obyektləri mənfəəti artırmaq üçün öz maliyyə imkanlarını da genişləndirir. Müəyyən regionda rəqabətə davamlı olması üçün iri turizm şirkətləri müxtəlif iqtisadi üsullardan istifadə edir. Müxtəlif şirkətlərin qiymətli kağızlarını (aksiya) almaqla, menecment fəaliyyətini genişləndirmək və s. üsullarla turizm bazarında rəqabət mühitini çətinləşdirir. Bütün bu proseslərin qarşısında dayanmaq, respublika daxili və beynəlxalq turizmi inkişaf etdirmək, turizmdən ölkə iqtisadiyyatına daha çox fayda əldə etmək üçün sanballı elmi araşdırmalar tələb olunur. Son zamanlar turizm sahəsində aparılan elmi-tədqiqat işlərinin ümumi sayı çox olsa da, bu sahədə sosial-iqtisadi amillərin rolu az araşdırılmışdır. Ona görə də bu sahədə olan tədqiqat işlərini sistemləşdirmək, hansı problemin daha vacib olduğunu üzə çıxarmaq və onun riyazi statistik cəhətdən daha ciddi araşdırılmasını zəruri edir. Daha ciddi araşdırmalar isə, ancaq bu sahəyə iqtisadi-riyazi modelləşdirməni tətbiq etdikdə mümkündür.

Respublikada ümumi daxili məhsulun (ÜDM) tərkibində turizm sahəsindən daxilolmaların məbləğini artırmaq dövlətimizin qarşısında duran vacib məsələdir. Ona görə ki, Azərbaycanda turizm üçün zəruri olan tarixi, milli-mənəvi, ekoloji, coğrafi və s. amillər mövcuddur. Bu amillərin hər birini ayrı-ayrılıqda təhlil edib, ümumi bir sistem halına gətirmək lazımdır. Sistemin effektivliyi isə onun dayanıqlığından, düzgün idarə olunmasından asılıdır. Bildiyimiz kimi, turizm sahəsində iqtisadi idarəetmə, başqa sahələrə nisbətən daha mürəkkəbdir. Mürəkkəbliyi doğuran əsas səbəb isə bu sistemə daxil olan elementlərin sayının çoxluğu və bir-birilə asılılığının nisbətən az olmasıdır.

Ümumi şəkildə turizmdə idarəetmənin struktur sxemini aşağıdakı kimi göstərmək olar:



Şəkil 5. İdarəetmə sisteminin sadələşmiş quruluş sxemi

Ümumi şəkildə idarə olunan struktur model bəzi xüsusiyyətləri nəzərə almaqla həm bütövlükdə turizm sahəsinin, həm də kiçik turist firmalarının, mehmanxanaların və s. obyektlərin təhlilində istifadə olunur. Təhlilin özü sistemin hissələrə ayrılaraq öyrənilməsidir.

İstənilən iqtisadi sahədə, o cümlədən də turizmdə idarəetmənin əsas vəzifəsi mövcud təbii resurslardan, əmək potensialından, maddi-texniki bazadan, xidmət sahəsindən və s. amillərin düzgün əlaqələndirilməsi və istifadə olunması hesabına yüksək mənfəət əldə etməkdir. Sistemin səmərəliliyi mənfəətdən asılıdır. Mənfəətin tam maya dəyərində, yəni çəkilmiş bütün xərclərə nisbəti isə obyektin rentabellik səviyyəsini göstərir.

$$R = \frac{M}{T_d}$$

Burada R – rentabellik, M – mənfəət, T_d – tam maya dəyəri

Mikroiqtisadi səviyyədə bu iki göstəricinin təhlili turizm obyektləri üçün daha önəmlidir.

İdman və turizmin idarə olunmasında onun iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasında ən yaxşı üsullardan biri funksional dəyər təhlili (FDT) üsuludur. Bu üsulun əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istənilən turizm obyektinin (mehmanxana) iqtisadi səmərəliliyini artırmaq üçün məqsədyönlü şəkildə tərtib olunmuş kompleks üsulların cəmini sistem halında bir yerdə toplayır. Belə olduqda isə səmərəliliyə təsir edən bütün amilləri, həm texniki, həm iqtisadi, həm mədəni və s. qarşılıqlı təhlil etmək asanlaşır. Bunun nəticəsində, müqayisəli təhlil əsasında hansı amilin iqtisadi səmərəliliyə necə təsir göstərməsi aydınlaşdırılır və onların optimal olan variantı hazırlanır.

Onu da qeyd etmək ki, “funksional-dəyər təhlili (FDT) nəzəriyyəsini bütün sistemlərə tətbiq etmək mümkündür. Bu nəzəriyyə iqtisadi ədəbiyyatlarda XX əsrin 50-ci illərindən sonra Almaniyada işlədilmişdir (FAST)” [2, s.21].

Məlumdur ki, turizm sahəsində işçi qüvvəsindən nə qədər düzgün istifadə olunarsa, iqtisadi səmərə bir o qədər yüksək olar. Ona görə də turizmdə əmək ehtiyatlarından düzgün istifadənin funksional dəyər təhlili prosesinin modelləşdirilməsini nəzərdən keçirək. İşçi qüvvəsinin funksional-dəyər təhlili prosesində mürəkkəb bir obyektin “identifikasiya”sı və modelləşdirilməsi həyata keçirilir. Bu zaman müxtəlif sahələrdən və elmi nəzəriyyələrdən bir-birilə bağlı olan anlayışlardan istifadə olunur. Ona görə də sosial-iqtisadi biliklərin dəqiqliyi və düzgün əlaqələndirilməsi xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bu isə “intuitiv” (xəyali) yaxınlaşmadan fərqli olaraq dəqiq iqtisadi nəticələrin alınmasına kömək edir.

Turizm sahəsində növlərindən asılı olamayaraq işçi qüvvəsinin idarə olunmasını aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. İşçi qüvvəsinin bölüşdürülməsinin təşkili;
2. İşçi qüvvəsindən səmərəli istifadənin təmin olunması;
3. İşçi qüvvəsindən istifadəyə nəzarəti həyata keçirmək.

Əlbəttə ki, bu sahələrin hər biri üzrə ayrıca funksional dəyər təhlilinə, bu sahənin səmərəliliyinin artırılması və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması şərti ilə xərclərin minimuma endirilməsinə yönəldilmiş sistemli təhlil metodu kimi baxırıq. Bu zaman ierarxiya – qarşılıqlı ardıcılıq prinsipi üzrə baş, əsas və köməkçi funksiyaları seçirik. İşçi qüvvəsinin özünü baş amil kimi, işçinin təhsil səviyyəsini, məsuliyyətini və sağlamlığını əsas funksiya kimi qəbul edirik.

Açar sözlər: idman, turizm, turist ixracı, turist idxalı, idman və turizmin idarə olunması, istirahət və əyləncə, ekologiya, turist xidmətləri

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

1. 2017-ci il sosial-iqtisadi inkişafının yekunlarına və qarşıda duran vəzifələrə həsr olunan Nazirlər Kabinetinin iclasında Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin nitqi. Bakı, 10 yanvar 2018-ci il
2. İsrailov V.V. Əmək ehtiyatlarının idarə olunmasının funksional dəyər təhlili. Bakı: 1991, 128 s.
3. Mehbalıyev F.F., İsrailov V.V. Bədən tərbiyəsi və idmanın iqtisadiyyatı. Marketing. Bakı: Uni-print, 2010, 192 s.
4. Mehbalıyev F.F., İsrailov V.V., Əliyeva S.F. İdman və turizmin sosial-iqtisadi əsasları. Turist bazarı. Bakı: ADNSU, 2016, 187 s.

**Фархад Мехбалиев
Раидж Гасанов**

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ТУРИЗМА И СПОРТА

Резюме

В статье излагается социально-экономическое содержание наиболее быстро растущего не нефтяного сектора спорта и туризма в республике, формы и виды туризма, их взаимоотношения, основные факторы вызывающие спрос на спорт и туризм. В тоже время изучается роль спорта и туризма в создании национального дохода, анализируется состояние создания новых рабочих мест в результате развития туризма, раскрывается механизм влияния спорта и туризма на претворение программ экономического развития регионов.

Ключевые слова: спорт, туризм, туристический экспорт, туристический импорт, управление спортом и туризмом, отдых и развлечение, туристические услуги

**Ferhad Mehbalıyev
Raij Hasanov**

SOCIAL AND ECONOMIC NATURE OF TOURISM AND SPORT

Summary

The article describes the social and economic content of the fastest growing non-oil sector of sport and tourism in the country, the forms and types of tourism, their mutual relations, the main factors of demand for sport and tourism. At the same time, the article studies the role of sport and tourism in the creation of national income, analyzes the creation of new workplaces in the result of the development of tourism, discloses mechanism of the influence of sport and tourism on the implementation of programs of economic development of the regions.

Keywords: sport, tourism, tourist exports, tourist import, sport and tourism management, recreation and entertainment, travel services