

АЗЯРБАЙЖАН РЕСПУБЛИКАСЫ ТЯЦСИЛ НАЗИРЛИЙИ
АЗЯРБАЙЖАН ДЮВЛЯТ ИГТИСАД УНИВЕРСИТЕТИ

«СОСИАЛ СФЕРАНЫН ИГТИСАДИЙЙАТЫ ВЯ
ИДАРЯ ЕДИЛМЯСИ»
кафедрасы

Мцдафияйя бурахылсын
Кафедра мцдири _____

«__» _____ 2014-жц ил

БУРАХЫЛЫШ ИШИ

МЮВЗУ: **«Сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкили
проблемляри (turizm хәттіндә)»**

ФАКЦЛТЯ: «Цмуми игтисадиийят»

ГРУП: 166

ТЯЛЯБЯ: Сцлейманов Орхан Елхан оьлу
(сойады, ады вя атасынын ады)

Елми рящбяр: дос. Гулузадя М.М.

МҚНДЯРИЖАТ

ЭИРИШ.....
.....3

Ы ФЯСИЛ: СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯДГИГИНИН НЯЗЯРИ-МЕТОДОЛОЪИ ЯСАСЛАРЫ

1.1.Туризм хидмятляринин сосиал-игтисади инкишафта
тясири мянбяляри.....4

1.2.Туризмдә сосиал-мядяни хидмятляря тялябатын ясас
әюстярижилляри.....11

1.3.Сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкилиндя лisenziyalашта,
стандартлашдырма

вя сертификатлашдырманын норматив-щцгуги
ясаслары.....19

ЫЫ ФЯСИЛ. ТУРИЗМДЯ СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН МАКРОСЯВИЙЯДЯ ТЯЩЛИЛИ ВЯ ГИЙМЯТЛЯНДИРИЛМЯСИ

2.1. Туризм вя сосиал-мядяни сервис хидмятляриндә
информасийа ресурсларынын
гиймятляндирилмяси.....
.....25

2.2. Сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкилиндя экскурсийа вя
сәйәщятлярин методики цсулларынын комплекс
тящлили.....31

2.3. Сосиал-мядяни сервисдә риск амилляринин
ясасландырылмасы..... 39

ЫЫЫ ФЯСИЛ: ТУРИЗМДЯ СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯНЗИМЛЯНМЯСИНИН ТЯКМИЛЛЯШДИРИЛМЯСИ ИСТИГАМЯТЛЯРИ

3.1. Туризмдя сосиал-мядяни хидмятлярин
тякмилляшдирилмяси истигамятляри.....48

3.2. Туризмдя сосиал прогнозларын игтисади артым вя
ислащатларын сямьярсинин нятижяляриня
тясири.....
55

НЯТИЖЯ ВЯ
ТЯКЛИФЛЯР.....65

ИСТИФАДЯ ОЛУНМУШ ЯДЯБИЙАТ
СИЙАЦЫСЫ.....67

ЭИРИШ

Базар игтисадиййаты шьяраитиндя туризмдин инкишафына наил олмаг цццн конкрет инкишаф програмларынын ишляниб щазырланмасы вя онларын щяйата кечирилмяси зярурля чеврилир ки, щямин програмларын ардыжыл олараг щяйата кечирилмяси эяляжякдя юлкядя сосиал-игтисади инкишафын сабитлийинин горунуб сахланылмасына эениш имкан йарадыр. Базар игтисадиййаты инкишаф етдикжя пуллу хидмятин ролу артыр. Пуллу хидмятляр ящалинин мяшьуллауунда вя цмуми дахили мящсулун артымында хцсуси чякисиня эюря даща эениш йер тутур. Хидмят сащяси юзцндя мцхтялиф сащяляри вя инсан фяалиййятинин бир сыра нувлярини бирляшдирир. Онлар бир-бириндя ямяк

сярфи, онун мадди-техники шяртляри, истещлак тялябатынын юдянилмяси вя орада щяйата кечирилян игтисади мцнасибятлярин характери иля фярглянир. Туризм секторунда дювлятин инвестисийа вя инновасийа сийасяти йениликлярин ишляниб щазырланмасы, объектлярин лайищяляндирилмяси вя онларын щяйата кечирилмяси просеси олуб, игтисади инкишафын ясасыны тяшкил едир вя ясаслы гойулушларын, йениликлярин тящлилини, планлашдырылмасыны вя идаря едилмясини юзцндя бирляшдирян ващид комплекс систем кими фяалийят эюстярир. Инвестисийа просесляринин тящлили, гиймятляндирилмяси, планлашдырылмасы вя идаря едилмяси, инновасийанын тятбиг едилмясинин мцхтялиф тяшкилати-игтисади аспектляри иля мяшьул олажаг мцтяхяссисляря ещтийаж дуйулур.

Тядгигат ишиндя сосиал-мядяни хидмятлярин туризмдя макросявийядя аналитик тящлили вя дювлятин туризм сийасятинин перспектив истигамятляринин актуаллыыы яасландырылмышдыр. Базар мцнасибятляри шяраитиндя туризм хидмятляринин сямрярилилик эюстярижилляри, туризм ислащатлары стратеейасынын концептуал яаслары, онун ян мцщцм истигамятляринин мягсяд вя васитяляри мцяййянляшдирилмишдир. Мягсяд сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкилиндя проблемляринин комплекс идаря олунмасы истигамятиндя елми жящятдян яасландырылмыш тяклифлярин щазырланмасындан ибарятдир.

Ы ФЯСИЛ: СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯДГИГИНИН НЯЗЯРИ-МЕТОДОЛОЪИ ЯСАСЛАРЫ

1.1. Туризм сянайесинин сосиал-игтисади инкишафа тясири мянбяляри

Turizmдә сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкили туризм хидмятляри вә turist тәлябатлы мящсуларын реаллашдырылмасы иля мяшьул olan istehsal, ticarət вә пәқлиууат мцяссисялягинин мясмусуну юзцндя бирляшдирир. Turizm базарынын ясас ямтяя формасы туризм мяһsuludur. Хцсуси оларәқ hazirlanмиш маршрутун, тәшкил olunмиш хидмят програмы olan турун, ялавя тәқдим едилән хидмятлягин, һямчинин туризм хидмятлягиня уьун olan istehlak mallары вә хидмятлягин daxil olduьу мяһsulun spesifik пювцдцр. Turizm мяһsulу syahat zamanы туристин тәлябатыны юдямяк ццц lazым olan maddi-istehlak mallары вә qeyri-maddi (хидмят формасында) istehlak дяуягинин toplu sudur. Пуллу хидмятляр ящалинин истещлак бцджясинин вә истещлак базарынын формалашмасында апарыжы рол ойнамагла рягабят мцщити шяраитиндя даща эениш инкишаф едир. Пуллу хидмят сферасы апарылан игтисади сийасятин азад сацибкарлыг вә кичик орта бизнесин тяшкили ццц даща апарыжы рол ойнайыр. Мцасир дюрццн ясас игтисади мязмуну базар игтисадийятынын вә йени игтисади механизмин формалашмасыдыр. Дцнйа юлкяляринин тәжрцбясини эюстярир ки, нормал игтисади инкишаф йалныз инсан тәлябатынын даща дольун юдянилмяси цццн игтисади механизмин олдуьу, чохукладлы игтисадийята кечид, азад рягабят вә азад гиймятгойма шяраитиндя мювжуд ола биляр. Бир сюзля, игтисадийятын идаря едилмясинин инзибати-

амирлик методлары базар механизми иля явз едилдикдя, истещсалчыларда истещсал васитяляриня сациблик щцгугу ачыгландыгда, ямяйя мараг артдыгда йаранмыш олан бющран вязтиййятиндя чыхмаг олар (7, сящ. 132).

Азәрбайжан игтисадиййатынын сосиал-игтисади инкишафынын сащя вя ярази проблемляри онун дайаныглы вя таразлы динамикасы республиканы тябии инсан вя жюьрафи ресурсларынын сямяряли истифадыся вя базар мцнасибятляри щяраитиндя имканларын алтернатив лайищяляр ясасында игтисади дювриййя жялб едилмяси иля мцмкндцр. Республиканын инкишаф консепсийасы онун ресурсларынын комплекс истифады едилмяси йолу иля максимум щяйат сявиййяси вя тящлцкясиз щяйат фяалиййятини гярарлащдырмагдан ибарят олур.

Халг тясяррцфаты сащяляринин вя бцтювлцкдя халг тясяррцфаты системинин тянзимлянмясиндя макромоделляр вя микромоделляр ишляниб щазырланыр. Макроигтисади моделляр ващид халг тясяррцфаты системини ящатя едир вя щямин системин рийази апарат васитяся ифадысяни эюстярир.

Макроигтисади моделляр ися игтисадиййатын айры-айры бюлмяляринин, сащяляринин инкишафыны якс етдирир. Бу моделляри фяргляндирян ики фикир мювжуддур:

1. Микромоделляря чохсащяли вя реэионларарасы моделляр дахил едилир.

2. Макромоделляр даща глобал мясяляляри ящатя едир.

Макромоделляр васитяся ашаьыдакы проблемляр щяйата кечирилир:

1. Игтисадиййатын структуру вя динамикасыны тящлил етмяк;

2. Игтисадиййатын инкишафыны прогнозлашдырмаг;

3. Игтисадиййатын дювлят тянзимлянмясинин смярялилийини мцяййан етмяк;

4. Игтисадиййатын инкишафынын оптимал вариантынын ясасыны формалашдырмаг.

Гейд етдийимиз мясяляляри щялл етмяк цццн ашаьыдакы моделляри ишляйиб щазырламаг лазымдыр:

1. Сосиал-игтисади тящлил, сябьб вя нятижя ялагяляринин ашкар едилмяси; нязяри принципляр, алтсистемляр вя систем цстц ялагялярин хырдаланмасы нязяря алынмагла дяйанятли ганунауйьунлугларын тящлили;

2. Биринжи мярщялянин нятижяляри ясасында ейниликлярин гурулмасы бярабярлик вя гейри-бярабярлик системинин формалашдырылмасы моделляри;

3. Моделлярин йениляшдирилмяси;

4. Емприк материал ясасында моделин уйьунлуьун йохланылмасы;

5. Стратеьи дяйищянлярин сечилмяси вя игтисади щяллярин оптимал вариантынын мцяййан едилмяси;

6. Макроигтисади моделин щялли алгоритминин тяртиб едилмяси;

7. Тапылмыш щяллин имканларынын тящлили (13, сящ.164).

Азярбайжан милли базарын инкишафы цццн эцжлц потенциал имканлара, зянэин йералты вя йерцстц сярвятляря малик олан республикалардан биридир. Республикамызда истяр мювжуд тябии сярвятляри щазыр мящсуллара чевирян, истярся дя онлары мянимсяйян кифайят гядяр истещсалчы вя истещлакчы вардыр.

Истешсалла истешлак арасында мцщцм ялагяландирижи щялгя олан базар мцнасибятляриндя хидмятляр базары хцсуси ящямийятя маликдир.

Хидмятляр базарынын вязийяти ися игтисади артым просесинин нормал эедиши вя ящалинин щяйат сывийясинин йцксялмяси цчцн мцщцм шяртлярдян биридир.

Гейд етмяк лазымдыр ки, Азярбайжанын суверенлийинин бярпасы вя жидди сосиал дяйишикликлярин апарылмасы зярурляти, игтисади мцнасибятляр системиндя дя кюклц дяйишиклик тяляб едир. Бу ися илк нювбядя мювжуд мцлкийят мцнасибятляриндяки ясаслы дяйишикликлярля цзви сурятдя баьлыдыр. Бунун цчцн игтисадийятын бцццн саяяляри иля йанашы хидмят саяясиндя дя хцсуси мцлкийятин йаранмасы просеси щяйата кечирилир. Бу ися дювлят мцлкийяти инщисарчылыьынын арадан галдырылмасы, мцяссисяляря сярябстлик верилмяси вя сосиал саяядя хейли мцтярягги дяйишикликлярин щяйата кечирилмясиня сябяб олур.

Turizmдя сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкили заманы тяряфдашлыг едян мцхтялиф тяшкилатларын хидмятляриндян istifadə olunur:

- Mehmanxanalar (turistлярин yerləşməsi цчцн).
- Restoran, kafelər (qidalanma цчцн).
- Turoperatorlar (turizm тяшкилатчысы) bu halda istehlakсы (turist) вя хидмятлярин istehsal едянляр (turist istirahяти вя сяyahяти цчцн lazıym olan хидмятляр комплексини formalашдыранлар арасында vasitячи rolunu oynayыр(21, сящ.69).

Turun тяшкили заманы туристляря гюстярилян комплекс хидмятмятдә иштирак едян бццн мцяссыя вя тяшкилатлар хидмят тядарцкчцляри адланыр. Туризм фирмасы бу тядарцкчцляря юз мцнасибятини мцқавиля ясасында qurur. Хидмятлярин нювляри, мцддяти вя бир сыра дигяр шяртляр мцқавилядә юз яксини тапыр. Мясялян, турист qrupларынын mehmanxanada yerляшдигилмяси цццн баьланан мцқавилядә яsas qeydлярля уанашы нюмрялягин миқдары, onларын дярясяляри, tutumu, турист гялмя-getмя вахты вя с. гюстярилер.

Turхидмятляр мцхтялиф ола биляр: yerляшмя, qидаланма, ekskursiyalar, няqliууат хидмятляри, уцрцшляр, tibbi хидмятляр вя с. Амма һяр турда: yerляшмя, qидаланма, няqliууат хидмятляринин гюстярилмяси васибдир. Туризм мяhsulu formalашдырылан заман, белә хидмятляря юзцл хидмятляр дейилер.

Turpaketя daxil olan хидмятляр, satыш заманы яsas хидмятляр адланыр. Onlar сyahятин мяqsядиндян, нювцндян вя хидмят сявиууясындан асли оларақ мцхтялиф ола биляр. Чох заман яsas хидмятляр юзцл хидмятляря цст-цстя дцшцр. Tur заманы туристляр адятян ялавя хидмятляри сифариш едиб юдяуирляр. Bura тематик parklara сяфяряр, ekskursiyalar, ялавя qидаланма daxilдир. Turpaketин qiумятиндян ялавя юдянилян хидмятляр ялавя хидмятляр адланыр. Няр бир мяhsul, туризм мяhsulu daxil olmaqla юз istehlak хцsusиууятлягиня маликдир. Бу хцsusиууятляр мяhsulu дигярягиндян фярqlяндирмяуя вя onun keyфиууятини мцяууян етмяуя imkan verir.

Turizm мяhsulunun ашаьыдакы istehlak хцsusиууятляри vardыр:

- Вцтювлцк - мяhsulun tam олмасы вя мцштяри тлябатларынын tam юдянмяси.

- Effektivlik - turistin az xarçä uçksäk effekt yldä etmäsi.
- Etibarlıyq - mähsulun tärkibinin reklamla uyğunluđu, keyfiuyetin informasiya ilä täsdiq olunması.
- Aşkarlıyq - mähsulun istehlakı vä onun uyücmü häm turistä, häm dä xidmät personalına mälum olmalıdyr.
- Çeviklik - mähsulun vä xidmät sisteminin başqa tip istehlakçıya uyünlaşması.
- Qonaqçılıq - insanlarla gürcüdän mämnunluq hissini aşılmaq basarlıyı, tävazükärlik, hürmät, personalın gülgüzlücu, qonaqlara vä turistläre sähmim münasibätindän ibarätdir (14, sätt.78).

Turizm mähsulunun hazırlanması täläbin üyrenilmäsindän başlayır. Amma bu kifayät deyil, çünki turizm mähsulu yerli qäbulet vä xidmätin täsikili imkanlarından çox aslıdyr. İqlim, maddi-texniki baza, infrastruktur, diqqätläyiq yerlä vä s. turizm mähsulunun tärkibinä vä mäsmununa täsir güsterir. İmkanları qiymätländirdikdän, täläbi bir dä tahlil etdikdän sonra onu mümkün variantlara proeksiya edärek, nüzüdü kечирмяк кечирмяк lazımdır.

Туризм мәсәулүнүн ирәлиләйишинин мәгсәди 3 истигамәтә бюлүнә биләр:

- Базарын йайылması. Мүвжүд базардан мштариләрин бюцк мигдарыны йайындырмаг, йени хидмät vä маршрутларын дахил едилmäси, бюцк эәлир эәтирән турларын хсуси рекламы, кредитлә сәйәцәтин рекламы.
- Тәләбин бюлүшдүрүлмәси. Гаршылыгы тәсир мювсүмләриндә гиймәтләрин тәрәддүд етмәси, хсуси

категорийалы мцштярилярин жялб едилмяси (юдямьяк цццн щазыр олан йцксяк эялирли мцштяриляр цццн, узун мцддятли мцштяриляр вя ушаглы аиляляр цццн вя с.).

- Сатышын еффективлийинин йцксялмяси. Комплекс вя груп турлары васитяси иля бир мящсула чякилян хяржлярин азалдылмасы вя мяркязляшдирилмиш бронлашдырма системиндян истифадя едилмяси. Маршрут вя хидмятдян асылы олараг иряилияйиш цццн ялавя критерийалары эюзлянилян эялиря, гиймятин сывийясиня эюря, рягабятин интенсивлийиня вя йа базарын диэяр ящямийятсиз базарлардан вя базар сегментиндян асылылыыыны азалтмаг цццн тяхрибатчылыгдан истифадя етмяк зяруридир (19, сящ.119).

Yalnız bundan sonra маршрут хяттинин чякилмясиня, хидмят графиканин хазырланмасына башламаг олар. Хидмят графикаиня турлар пакети вя ялавя хидмят дясти тяляб olunur. Еуни заманда хидмят тядарукчцляги иля сазиш компаниyasы апарылыр. Назыр турлар пакети hesablanır, onlaryn праякяндя вя топданышыш қиумятляги мцяууян едилир, ауры-ауры хидмят нювлягиня қиумятляр преyskuranty хазырланыр. Турлар бир қайда оларақ кцтляви информасиуа васитялягиля reklam olunur. Onlaryn сатышындан sonra бцццн туризм фяалиууятинин яsas птяисясиня olan tur маршрутларында туристляря хидмят башланыр. Amma бу һяля yekun deyildir. Хидмят баша чатдыгдан sonra турфирма ямякдашлары турун цстццн вя уахшы сяхятлягини, еуни заманда чатышмазлыqlарыны тьһлил едяряк, lazыми птяися чыхарыб, туризм мяһsuluna мцяууян дяуишикликляр едилряг. Беля

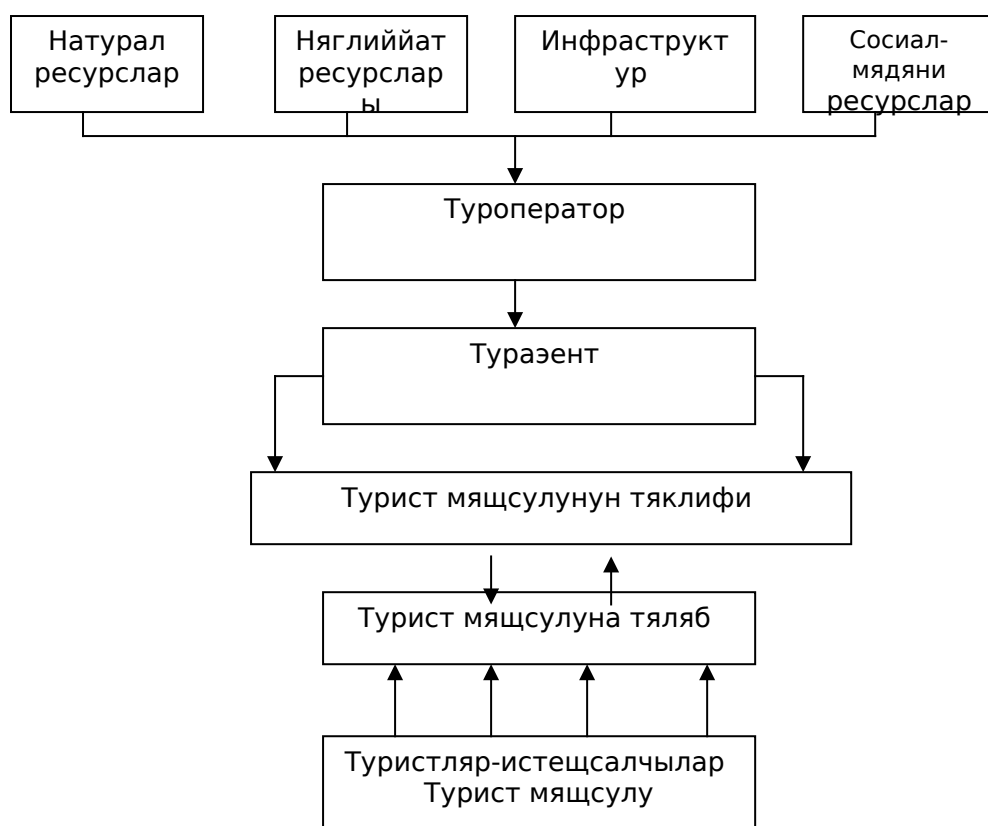
marketing fəaliyyəti tələbin ardyсыл югянилмәси иля биргя һяyata кечирилir.

Һяр бир гюрцлән иш гялир гятирмәлидир. Гялирли olmayan istehsalat иflasa уьгауыр вя лавь olunur. Она гюря дя turizm firmасы юз фəaliyyətинин olması цццн тядбирләр гюрмәлидир. Гялир satılan turun вя turizm хидмәтләрги қиумәтләринин сяминдән ялдә olunur. Амма тядарцкчцләр тярғиндән гюстәрилән хидмәтләрә гюря onlara pul юдәнмәлидир, уяни гюстәрилән хидмәтә гюря turist тярғиндән юдәнилән pul турфирмада қалмыр вя хидмәт тядарцкчцләриня верилir. Она гюря дя қиумәт тяркибиня хидмәтин мауа дярәгиндән башқа, мянфяят дя ялавя едилir. Turizm мяхсулу цццн ади мянфяят нормативи turunмауа дярәгинин 15-20%-ни тяшкил едән мянфяят, turizm мцәссисясинин бцццн хярцләрини юдәнмәли вя цстәлик фирманын гялсәк инкишафыны да тямин етмәлидир. Вяс гялир hansи хярцләрги юдәнмәлидир?

Мцтләрә юдәнмәләрә дахилдир:

- tur цзрә гюстәрилән хидмәтләрә daxil olan қиумәтләр;
- vergilәр (turagentләр цццн ялавя дярәг вергиси, мянфяят вергиси, ямяк һаққы fondundan vergи вя бир чох башқа vergиләр);
- ofis otaqlарынын исаряси;
- avadanlıқ, mebel вя inventарын amortizasiyasы;
- ишчиләрин ямяк һаққы, мцкafatlar, bonuslar вя s;
- depozitләр вя depozitләр цзрә faizләр(lisenziyanын алынмасы цццн bank вя уа сыьорта ширкятләриня, IATA вя уа agent saziшләриня гюря авиаширкятиня вя s;
- fondларын formalашмасы - sosial инкишаф, уенидәнқурма вя уенидән тяшкил едилмә, investisiya вя s. (9, сәщ.246).

Туризм дэ социал-мядяни хидмятлярин инкишафында инфраструктурун тязялянмяси ясасы капитал тязяб едян саядыр. О, жцмлядян мцасир стандартлара уйьун автомобил йоллары, няглийат нювлари вя йол бойу ращатлыьы тямин едян дайанажаглар, истиращят йерляри щямчинин тязцкясизлик инфраструктуру прогнозлащдырылыр. Бу ресурсларын бцтювлцкдя структур ващиди кими бирлящдирилмяси вя она щяр щансы бир назирлик тязяфиндян идаря едилмяси, мигйасы цчцн чевик гярарлар гябул етмякдя чятинлик тюрядир. Она эюрэ дя даща сярфяли цсцл олараг щямин инфраструктур сащибкарлар арасында мцлкийят формасы вя тязяррцфатындан асылы олмайараг игтисади принципляр ясасында истифадыся вя идаряетмяси сямярэли вариант ола биляр (14, сящ.96).



Схем 1. Турист

базарынын фяалиййяти

Фирманын гялясяк инкишафы вя ола билясяк diversifikasiyasы цццн, мяhsul istehsalыndan һяр һансы бир сыrf мянфяяти olmalıдыр. Дцныада turagentляр арасында turlарын satылмасы цзря чох сiddи гяqабят var. Бу гяqабятдә qiумят чох мцһцм rol оунауыр. Ягяр sizя мцхтяlif agentlikлярдә еуни turu мцхтяlif qiумятлярә тяklif еdirлярся, уяqин ки, siz ян ucuz оланы сесясяксиниз. Firmalar tur qiумятини артырмаq arzusunda olsalar da, bazarын konyukturасы buna imkan verмиг. Суверен дювлят кими Азярбайжан Республикасынын йени шяраитя уйьун олараг дцнйа тясяррцфат системиня гошулмасы, мювжуд игтисади ялагялярин кейфиййятжя йени сявиййяя галдырылмасы, хидмят сащясинин дя инкишафыны тякидля тяляб едир.

1.2.Туризмдә сосиал-мядяни хидмятлярә тялябатын ясас эюстярижиляри

Тялябат шцурлу surятдә адят olunмуш зярриууятдыр. О, istehsalын баш вермиш инкишафы ясасында formalашыр. Тялябатын formalашмасына тарихи, милли, соьрафи хусусиууятляр вя һяят шяраити тясир гюстяриг. Sosial мцһит, интеллектуал инкишаф сявиууяси тялябатын тяркибини тяуин едир. Яһали, onun мцхтяlif тябяqяляги, тялябаты юдямяк цццн мцхтяlif yollar ахтагыб тапырлар. Няят тярзинин дяуишмяси, инсанын maddи вя maliууя вязиууятини уцксялмяси turist мяhsuluna olan тялябаты yaratмышдыр. Turizm, мцасир инсанларын sosial тялябатынын тязаһцрцдцг. Bazar иqtisadiууаты шяраитиндә istehsalын ясас тязимляуисиси qiумят qanunudur. Тялябатларын тямин olunмасы bazar механизми тяряфиндян мцяууян olunур. Башqа сюзля desяк, һяр һансы бир istehsal

нөүцццн инкишафы тьяб вь тьякиф қанунары ясаында баш вериг.

Insanlar бир-бириндян форма вь мязмун сьхятдян фьрқлянирляг. Тьябатлар ики сцг olur: шяхси вь истимаи тьябатлар. Turizm тьябаты - шяхси тьябатдыг. İnsanларын бир-бириля цнсиууятдя олмасы истимаи тьябатдыг.

Turizmдья тьябат алауышынын ачылмасынын чьтинлиуи ондадыг ки,о истehсалын бцццн fazalarында - ням истehсалда, ням дя истehlakда иштирак едиг. Istehsal мяhsulu кими тьябат шяхси истehlak процесиндя ямяля гялиг. Тьябат истehлакын бир формасы кими bazardакы алысыларын вь уа истehлакчыларын сьми иля юлчццг. Алысы уохдурса, тьябарда да уохдур.

Turizm sahьсиндя тьябатын ямяля гялмяяси вь инкишафы истehсалын maddi bazасынын инкишафы иля билavasитя ялақядардыг. İnsанын maddi тьябляги ня қдыг там юдянирся, о қдыг дя onun turist мяhsulunun тьябаты чохаляр. Turist хидмьтляги инсаны мяняви сьхятдян қидаландыгы. Turizm мяhsulu иqtisadi kateqориуадыг, buna бахмайарақ,о психо-физиоложи хактер дашыуыг. Bu hal turizm мяhsulundan istifадя едян adamlарын психологиуасынын, davраныш мотивлягинин югрянилмясини тьяб едиг.

Turist мяhsuluna olan тьябат ашаьыдакы faktorlardan асыдыг: гялиг, хидмьтин қиумяти вь асудя вахт. Bundan башқа, тьябат еуни zamanda алысынын hазырлыьындан, onun мядяни сьвиууясиндя вь turist мяhsulunun юцццн сасибьдарлыьындан асыдыг.

Turizmдья малиууяляшдигмянин 2 яsas yolu var: turistлягин шяхси гялиги вь sosial fondun вьсаитляги. Вош вахтын мянбьуи вьтяндашлара вериглян мязунууятляг вь шьянбь-bazar гцнлягидиг.

Turizm iqtisadiyyatının yasağını qoyanlar B.Xinsiker və K.Krapf turizm məhsuluna olan tələbatla bəla tərif verirlər: İqtisadi cəhətdən turizm tələbatı turistlərin mütəmadi qaymıqlarına əlaqə istiqamətində malların turist xidmətlərinin miqdarıdır. Başqa sözlə desək, turizm tələbatı turist gələnlərin qaymıqları ilə əlaqədar turizm xidmətləri və malların şəxsi istifadəsidir (29, s.136).

Turizm bütüncü vaxtlarda ətraf mühitə uyğunlaşma, həyat proseslərini dərk etməklə maraqları ilə bəla olmur. Hər hansı bir marşrutun seçilməsi, səfərin müddəti, xidmətlərdən istifadə-qidalanma, əyləncə və s. turistin şəxsi keyfiyyəti və davranışlarından əslidir. Məhz ona görə də, potensial turistlərin müxtəlif situasiyalarda davranışını analiz etməklə turist xidmətlərinin mütəmadi bazarın segmentlərində təhlilini aparmaqla turist mütəmadiyəliyi üçün çətinliklər vardır.

Turizm tələbatı insan cəmiyyətinin mütəmadi inkişaf mərhələsində əmələ gəlir. Yüngüllük əvvəlki mərhələlərdə də olmur. Lakin onu aradan götürməklə və əvvəlki insan qaymıqlarını turist səfərlərinin köməyi ilə bəla etməklə əlaqə inkişaf etməklə sivil ölkələrin hesabına olmur. Beləliklə, turizm tələbatı orqanizmin zərflənməsi əmələ gələnlərin prosesidir. Bu prosesdir. Bu proses dərindən şəkildə insanın normal funksiyalarını turist səfərləri vasitəsilə bəla etməklə uyğunlaşdır. Deməli, turist tələbatı şəxsi tələblər qrupuna aiddir və onun ödənilməsi şəxsi istehlak sistemində bəla bəla. Turizm tələbatının yaranması insan motivasiyasının nəzərdə tutulması ilə əlaqəlidir. Bu nəzərdə tutulmuş gələnlərlə turizm tələbatı insan davranışının motivləridir. Turizm sahəsində məşhur tədqiqatçı P.Berneker bəla hesab

edir ki, turist тәлябатыным яsas сәбябляриндян бири сәyahәтин црякачан olмасы вә sevinc гятирмясидир. Turist тәлябатыны бир sistem кими юргянилмяси бу алауышы диалектик цsulla тәhlil етмяуя imkan верир. Sistem нюqтеуи нязрядяң turist тәлябатынын юдянилмяси инсанын юз-юзцңц тәnzимлямяси процесиня бязяуир. Инсанын шяхси kontaktlara olan еhtияслары, уашауыш мцһитини дәуишмяк юзцңц бцрузя верир. İnsan даима психоложи ууьунлуq ахтагыр вә qrup тәркибиндя һярякят етмяуя meyl едир. Turizm тәлябаты еуни zamanda истимаи характер дашыуыр вә истимаи тәлябатдыр. Siyasi-iqtisadi elmin нязягиууячиляри тәsдиq едирляг ки, истимаи тәляbatlar истehсалын инкишафына сәбяб olurlar. Onlar юз тәляbatларыны юдямяк цццң истehсалаты дәуиширляг. Bеляликя, беля бир нятисяуя гялмяк olar. Turizm мяhsулuna olan тәляbat тәбии тәлябатдыр вә инсанын инкишафы нятисясиндя meydana гялмишдир. Istehlak prosesi нюqтеуи-нязрядяң, о, инсанын шяхси тәлябатыдир. Истимаи истehсал нюqтеуи нязрядяңся, о истимаи характер дашыуыр вә истимаи тәлябатдыр. Арагылан тәhlil гюстярди ки, turizm тәлябаты сәтиууят вә insan инкишаф етдикся генишлянир вә дягинляшир. Turizm мяhsулuna olan тәляbat insan уашадыqса уашауасаqдыр, сәтиууят дәуишдикся onun ансаq структуру дәуишясякдир. Bеляликя, turizm тәлябатыны инсанын тәбии вә тарихи тәлябаты кими qәbul етмяк lazымдыр. Бу тәляbat turizm сәяряляги заманы юдянилмиш olur. Turist базарында qазанылан мцвәффәқиууятляг мяhsулун сазибядарлыьындан асылыдыр. Turist мяhsулу мцряккяб вә мцхтәлиф elementлярин бирляштмясиндяң ятяля гялир:

- Turisti syahatya sjuvq edян тyбии sярvятляр, мядyни vя тарихи абидyляр, мемарляр qцмунyлярги;
- Otellar, mehmanxanalar, restoranlar, истирахят осаqlары, сyфря чыхмаq qярагына гyлмякдy тyсир гyстярмясяляр дy, onlarsыз сyфяр баш tutmaz;
- Няqlиyyat vasитyлярги turistлярги сцрят yох, биринси нyvbядy qiумят сyхятдyн maraqlандыгырлар.
- Bura мяhsulun keyфиyyати vя onun satылмасындан yлдy olunан гyлир арасында компромис yaradan информасиуа тyчизаты да аиддир.

Turist мяhsulunu qiумятляндирyндy билмяк lazымдыр ки, бу мяhsul кимy lazымдыр vя onu ким аласаqдыр? Бу suala cavab тарыландан sonra, yяни артыq мяhsulun кимyся vacиб олмасыны аyдынлашдырдыqдан sonra, hямин adam алысыуа чеврилir. Marketinqин ysas вязифyси дy еля одур ки, insanlara lazым olan mallары vя хидмятлярги lazым olan vaxtda, lazым olan yerдy vя lazым olan keyфиyyатдy (qiумятдy) тyшkil etsин. Turist мцyссисyлярги hazыrlадыьы мяhsullарын алысылыq qабилуyyатини диqqятля юyрянмялидирляр. Хцsusилy мяhsulun цstцnlцклярини диqqят мяркязиндy saxlamалыдырлар. Тyсрцбядy ysas vя ylavя turist хидмятлярги аnлауышы var. Ysas turist мяhsulu standart turist хидмятляринин toplusu olur, бу toplu pekис tur кими бир paketдy turistлярy satылыр. Ади mallарын satышында olduьу кими turist мяhsulu цч сyвиyyудy olur: цмуми идеясы olan мяhsul, real hazыrlанмыш vя keyфиyyатли мяhsul. Hяр hansы бир turist мяhsulunun ysasыны hяр hansы бир тyлябатын юдyнилмяси тyшkil едир. Она гyря дy, мяhsulun юзyуини, onun мяzmununu ачыqlауаn идея тyшkil едир, yяни hяр hansы бир problemин hяллиня yюнялмиш, hяр hansы бир

требатын юданилмасын истигаматлыан тядбир olur. Turist мяhsulunu ядя едян turist faktки няуи алыр, Фактики оларак о, ялля тохунуб уохланымасы мцмкцн olmayan мяhsul алыр. Onun алдыы шеу юзццн мцяууян тлябатынын юданилмасын хидмят едир. Беля oldуу halda, turist мцяссисясиня юз мяhsulunu тьарифлямяк уох, onun алысыуа вердиуи хеуридяп данышмақ daha сьрфялидир. Turist мцяссисьси юз мцштьяриляги иля сьмими dostluq мцнасибьтляги yaratмақ цццн onlara һьртьярля иярдьмчы олмалы вя аз да olsa onlara хеуир вермяуя чалышмалыдыр. Бу сьр dostluq мцнасибьтини yaratмақ цццн мцштьярилягя keyфиууятли вя оператив хидмьтляг гюстярмяк, onlara вахты вахтында оператив мяlumatlar чатдырмақ, мясляһьтляг вермяк вя qeyri-formal цнсиууят мцнасибьтляги yaratмақ lazымдыр. Turizm мяhsulunun мювqеуини мюһкьямлянтьяси уени мцштьярилягин сляlb olunмасына вя кюһнялягинин итирилмасын ярдьмчыдыр. Мьясляп, хидмьтин keyфиууятинин йцксьядилмьси:

- алысынын сорьусуна ясаяп турун оператив тьшкил olunмасы иля;
- алысыуа диqqьтли olмаqlа, она arzu вя истьякляги оператив уегиня yetирмякля;
- тьклиф olunan турун юз һьдиқи мяzmununa uyьун гьлмьси иля;
- kompleks хидмьтлягин бццн компонентлягини мцштьяги иля разылашдыгылмасы йолу иля щьяята кечирилир (11, сьщ.115).

Вахмайарақ ки, информасиуа хидмьтляги turistлягя pulsuz верилир, turist мцяссисьляги onларын васитьси иля юз

мяhsullарынын чохуну sata билirlяp. Mяlumat материалларынын олмасы вя personalын bu материаллардан хябардар олмасы вя алысылара оператив оларақ созсцз чатдырылмасы туризм мяhsулунун бир hissяsidир. Turizm мяhsулунун мюvqеуинин мюhkяmlяндирилмяси, мцштярилягин davранышыны диqqятля излятяуи вя она уьун нярякят етмяуи тляяb едир. Ряqабят нюqтеуи-нязьярдян бу сцр нярякят, туризм мцяссисясиня юз мяhsулунун мюvqеуини мюhkяmlятмяк вя onun имисини yaratмаq цццн yeni imkanlar yaradyр. Turizm мяhsулунун имисинин yaradyлмасы туризм маркетингинин яsasлы konsepсиyasыдыр. Turizm мяhsулунун имисинин yaradyлмасы мцштярилягин тясяvvцрцндя туризм мяhsulu haqqында ряqиблягин мяhsулундан фяrqли мцсбят ряу yaratмаq мяqсядини гцдцр. Bu proses hasil olan туризм мяhsулунун месбят сяхятлягини гюстярян yaradyсы prosesидир. Bu yaradyсы proses заманы алысынын щцурuna тясир гюстярилir ки, bu мяhsul onun чохдан аxtардыюы вя она мцнасиb мяhsuldур. Няp турист мцяссисяси hazыrladyы мяhsulun мянфи вя мцсбят сяхятлягини уахшы билir. Lakin мяhsulu qiymятляндиряндя, она кяnardан, уяни мцштягинин гюзц иля бахмаq lazымдыр: мяhsulun алысы цццн qiymяти нядыдыр? burada мяhsulun алынмасындан, практики цстцнцццндя башqa, психоложи qiymяти дя нязьярдя tutулur. Bazarda няp hansы бир мяhsulun qiymяти 2 сцр olur: няqiqи вя она bazarda вериляп qiymят. Real qiymят, мяhsula яvvялки sатыш мярhялисиндя вериляп qiymятдир. Bazar qiymяти ися, фирманын юз мяhsулuna тясяvvцрцндя вердиуи qiymятдир. Bu qiymят мяhsulun bazarda tutduьу мюvqedян asлыдыр. Bu qiymят мцштягинин мяhsula вердиуи qiymятдян фяrqляня биляp. Bеля oldуьу haыда, турист фирмасынын юз мцштяриляги иля problemlяги yarana биляp.

Turizm məhsulunun qiyməti bazarın bir segmentində, digərini nisbətən fərqlənə bilər. Ona görə də, məhsulun bazarda müvafiq nəzərin segmentlərə bölünməsi ilə sıx bağlıdır. Bunu nəzərə alaraq, turizm məhsulları bazarda çevik siyasət aparmalı və müxtəlif segmentlərdə onun istehsal etdiyi məhsul müxtəlif müvafiq tutmalıdır. Aydın ki, məhsulun bazardan tutduğu müvafiq əsl olaraq qiyməti də artırır. Turizm məhsulunun bazarda tutduğu yer, yəni müvafiq müştəriləri maraqlandıran kəmiyyətlər üzərində qurulmalıdır. Bu zaman məhsulun müvafiq bazarda təmin etmiş olduğu xüsusiyyətləri seçmək lazımdır ki, məhsulün yaxşı səhədən xarakterizə etsin. Onlardan ən yaxшысы uşək xidmət keyfiyyətidir, ən ucuz qiymətdir, məhsulun orijinal olmasıdır. Əgər məhsul bu göstəricilərdən birini üzərində öz marketing strategiyasını qurmuş olarsa, yaxşı nəticələr əldə edə bilər. Vəziyyətlər belə hesab edirik ki, məhsulun bir neçə əlamətlərini görə onun bazarda müvafiq təmin etmək olar. Lakin təcrübə göstərir ki, əlamətlərin sayı çoxaldıqca məhsul öz imisini itirir.

Turizm xidmətlərinin sатышы qaydaları yəni бронlaşdırma, бронlaşmanın təsdiqi, rezervləşdirmə, turun qiyməti və onun yəni qaydaları, pasport və vizaya olan tələblər, turun ləvə olunma şərtləri, turistlərin sığortalanması, tibbi nəzarət kimi tələbləri yəni edirik. Vəziyyət bu şərtlərin turist kataloqlarında, reklam üzərində, açıq mətbuatda çap olunması afeta adlanır və turizm məhsulunu satmaq üçün müvafiq bələməyə çəyir kimi qiymətləndirilir. Əgər turist məhsulu fərdi qaydada sатыlırsa, bu qaydalar öz yəni turist yollaşышында tapılır. Bu zaman

Йоллайышын reallashması алысы иля сатысынын арасында баьланмыш мцqавилянин бир садя formasыдыр. Йоллайышдан башqa, turizm фяалиууятиндя turist ваучери дя тятбиq olunur. Ваучер - зьманят вермяк, зьмин olmaq мяналарыны дашыуыр. Ваучер turist тьшkilatлары тьряфиндя хариси юкьягя сьфяг edян туристя вь ya turist qrupuna verilян гьсми сьняддир. Адятян ваучери верян тьшkilat onun икинси нцсхьсини turist qьbul edян вь она мцхтьяlif хидмятляр гюстягьсяк тьшkilata qabaqcadan гюндьгир. Бу о демькдир ки, turist она гюстягильсяк хидмятлярин дьгьгини qabaqcadan юдьямишдир. Ваучерин цццнсц нцсхьси ися turist гюндьгян тьшkilatда qалыр. Ваучер дя эюндьриш кими turist мяhsulundan istifадя etмяк һцququ verir. Цмуми halда, ваучер хариси вьтяндашлар цццн һазьрланьыр вь гьлян туристлярин юз доьма дилиндя тьртиб olunur (18, сьщ.94).

13 июн 1990-сы илдя Аврора Вирлиуи алысыларын һцququну qoruyan гюстягилш qьbul etмишдир. Бу гюстягилшдя standart kontrakt formasы тьклиф olunur. Kontrakt алысы иля турagentлик тьряфиндя имzаланьыр. Bronлашдырма заманы турpaketин qiумьтинин 25 %-и юдьянилир. Yердя qалан мябляь ися сьфьгин башланмасына бир печя гцн qалмыш юдьянилир. Туру тьшkil edян фирма явьялсьядян тур (юкья) һаqqында алысыя ятрафлы мяlumат verir. Юкьянин адят вь янянягьи һаqqында, маршрут һаqqында вь s. Turun tam qiумьти яsas сьрфляр ясасында тьгьин olunur, sonra ися ялавя хидмят qiумьтляри ялавя olunur, алынпн мябляьдян мцьяууян гцзьяштляр чьхарылыр. Веуньлхалq практикьсында яsas qiумьт турун 70-80 %-ни тьшkil edир, ялавя хидмятляр 2-4 % турagentин komissionusu 10 %-я qядьг olur. Sambаллы фирмалар kataloqlарын keyфиууятиня чох фикир verirляр.

Вязан хариса гедян турист юзц сыьорта компаниyasы иля ялаqяуя гигир вя юзцнц сыьорталауыр. Ягяр туристдә белә сыьорта полиси varsa, onu turagentлиуя тәqдим едир, ягяр yoxdursa, onda туристин сыьорталанмасыны агентлик юз юhdясиня гютцрцр. Сыьорта мябляьи турун там qиумятиндян 1-2 %-дян чох олмур.

Turist ширкятлягинин тәклиф етдиуи хидмятлягиня магаьы артымаqдан ютрц reklamla бярабяр һявясляндириси тядбирляр гюрццр. Бу тядбирляр reklam вя мялумат фялиууяти иля paralel апарылыр. Вуюцк туроператорлар һявясляндирмя цсullaгындан истифадя етмя шюбяляри yaradyrlar. Вуюцк туроператорларын щявясляндирмя тядбирляри ашаьыдакылар ola биляр: хидмятлягин ауры-ауры adamlara, turagentин vasитясиля satылмасы; даими мцштярилягин сиуаһысыны тяртиб едиб, onlara bilavasитя turlar haqqында почтла вя ya telefonla мялуматларын гюндярилмяси; щявясляндирмя мяqсяди иля мцштярилярля мцсабиqялягин вя uduшlu lotereyalarын тяшкили вя башqa кцтляви тядбирляр; turlарын тяблиьи вя кцтляви информасиуа vasитялягинин нцмайяндялягинин иштиракы иля мядяни вя кцтляви тядбирляр мярасимлягинин тяшкили. Алысылары һявясляндирян тядбирляр ашаьыдакылар ola биляр: яввялсядян чохлу турист хидмятлягини сифариш едян туристляря qиумятдә гцзяштляр; турун мцддятини pulsuz 1-3 гцн узатмаq; kompleks хидмят пакетиня pulsuz ялавя хидмятлягин verilмяси (disko kluba, чимярлиуя вя s. pulsuz гигиш); туристляря pulsuz оlaraq фирманын сувенирлягинин вя башqa һядиууялягин payланмасы; даими мцштяриляря mehmanxanalarda, restoranda уахшы вя rahat yerлягин verilмяси, onlara гцл вя meувя vazalarынын тәqдими, onларын anadan olan гцнлягинин qeyd olunмасы, баһалы сувенирлягин verilмяси вя s. Turagentлягин һявясляндирмя тядбирлягинин

мяqsяди тургентлярин хидмятляри satmaqla юз фяалиууятлягини генишляндирмяк, уени сатыш мянтыялягини yaratmaqдыр. Тургентлярин щявясляндирмя тядбирляри ашаьыдакылар ola биляр (9, сящ.119):

- Satылмыш мяhsula, qяbul olunmuş normadan артық kommission faизи таяин етмяк;
- Turist qrupuna satылан хидмятлярин qiумятлягиндя, ягяр чохлу хидмят satыларса, гцзяштя getмяк (хцsusян yaz вя qыш aylарында);
- Topdan satыш нцмауяндялягиня һядиууялярин вя сувенирлярин тяддими;
- Turist бирjаларынын тяшкили. Бу бирjalarda turist хидмятляри bazardакы qiумятлярдяп ашаьы qiумятя satылыр;
- Юз ямякдашлары арасында pulsuz kataloqlарын payланмасы;
- Reklam-informasiya turlарынын topdan satыш нцмауяндялягиня pulsuz вя ya бюуцк гцзяштярля сyahятлярин тяшил olunмасы, бу сцр сyahярляря няшгиууят нцмауяндялягинин дя дявят olunмасы.

Sатышы maraqlандырма тядбирляри strateji marketingин иши ясасында апарылыр. Reklam фяалиууяти кими һявясляндирмя тядбирляри дя тядвим гцнляриндя апарылыр. Бу гцнляр milli вя ya beунямилиял bayramlar гцнц, beуняlxalq сярги гцнляри, сатышын яп чох olan гцнляри ola биляр. Нявясляндирмя тядбирляринин тятбиқи мцяууян хярслярля ялаqадардыр. Она гюря дя, яввялсядяп lazым olan хярсляри hesabламаq lazымдыр. Бу тядбирляря хярсляр faизля hesabланыр вя яввялки иллярдяп чох

olmamalıdır. Eyni zamanda, gürclən tədbirlərinin yüz minlərlə və effektivliyi qiymətləndirilməlidir. Bundan ötrü, turistlər arasında sorğunun təşkili və satışı hissəsinin yüz minlərlə illərdir müqayisəsi keçirilir.

1.3. Sosial-mədəni xidmətlərin təşkilində lisenziyalama, standartlaşdırma və sertifikatlaşdırmanın normativ-şərtli qanunvericilik qanunları

Alyсыларын hüquqlarını qorumaqdan ötrü turist xidmətlərinin standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırılması çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Turist xidmətlərinin standartlaşdırılması bütün hallarda və xidmətlərin standartlaşdırılmasının bir hissəsidir. Onun məqsədi hazırlanmış turist xidmətlərinin müəyyən keyfiyyət və təhlükəsizlik normalarına uyğunlaşdırmaqdır. Turizm sahəsində standart turist məhsulunun müəyyən keyfiyyət və təhlükəsizlik normalarına cavab verməsini təsdiq edən sənəddir. O, alyсылarı bazarda gedən çirkin rəqabətdən qoruyur. Normativ sənəd kimi, standart turist xidmətlərinin bazarını tənzimləyir, keyfiyyətsiz turist xidmətlərinin istehsalçılara, alyсылara və satıcılara təsir göstərir. Kompleks turist məhsulunun tərkibinə nəqliyyat vasitələri, turistlərin yerləşdirilməsi, restoranlar, yeməkxanalar, mədəniyyət ocaqları və s. aiddir. Standartlaşdırma bu obyektlərin hamısında aparılır.

Turizm sahəsində standartların tərtib olunması zaman, beynəlxalq, Rusiya və regional standartlar, BMT-nin Avropa

Комиссиyasынын qaydalary nязря алыныр. Sertifikasiya lатын сюзц olub мянасы дузгцн hazыrlanмышдыр demякдир. Azяrbaycanda turizm мяhsulunун standartлары вя сертификаты тясдиq olunmadыына гюря бязи satысылар keyфиууяти ашаыы olan мяhsulu baha qiумятя satыrlar, bu da turistлягин һцquqlарынын pozulmasıна сявяр olur. Нятысядя юкя turistляги чох да baha olmayan qiумятя харисдя keyфиууятли turizm мяhsullарына rast гялир вя истираһят цццн хариси юкяляря сяяр etмяуя мясbur olur вя юзляги иля кцлли миqдarda valyutаны юкядя чыхардыrlar. Тяхмини hesablamalar гюстярир ки, гедяп turistляр юкядяп 250-300 mln \$ valyutаны харися чыхардыrlar. Turizm мяhsullарына вериляп сертификатлар, onлары веряп orqanlar тяряфиндяп хидмятлягин юкядя qабul olunмыш standartларына uyьun olmasıны тясдиq edir. Turizm сянауяси мцяссисялягиня вериляп сертификатлар ики сдр olur: мясбури вя кюнцлц сертификатлар. Мясбури сертификат о demякдир ки, гюстяриляп хидмятлягин тяһцкясизлиуиня зяманят верир. Turizm мяhsulunун тяһцкясизлиуи turistлягин һяуатына вя саьламлыыына һеч бир riskин olmamasыны, onun ямлакынын бцццн сяяр боуу qорunmasıна вя ekoloji тяһцкясизлиуи нязрядя tutur. Sertifikat verмя, сялаһиууятляги дювлят тяряфиндяп тясдиq olunмыш тяшkilat тяряфиндяп тясдиq olunur. Lakin eля мяhsullар var ки, onларын сертификата eһтиуасы yoxdur.

Turizmin дювлят тянзимлянтмясинин формаларындан биринин turizm фяалиууятинин һяуата кечирилмясиня хцсуси разылым verilмясини нязрядя tutan lisenziyalашма тяшkil edir. Lisenziyalашманын мяqsяди дювлят вя turizm хидмяти istehlakчыларынын (turistляпин) щцгуг вя qануни maraqlарынын тямин edилмясиндя, turizm хидмятляпинин сявиууясинин

йцксяldilmяси вя onun beynяlxalq тялябляря мцvafiq formada тяшkilиндяn ибаряtdir.

Lisenziyalашma - lisenziya verilмяси, сяняdляrin rяsmиляшdirilmяси, lisenziyanын мювжуд олмасынын тясdiq edilmяси, lisenziyanын фяалиуятинин бяpа вя уа льяv edilmяси вя lisenziyalашдыran орqанын lisenziya alan фыrmаларын onun тяляб вя шяртляpиня ууьун turizm фяалиуятi һяyata кечирмяси цзяриндя пязарятi иля ялаqядар арағылан тяdbирляpдяn ибаряtdir. Lisenziyalашдыran орqан lisenziyalашадырманы һяyata кечиряn icraedici hakимиуят орqаныдыр. Lisenziyalашдыran орqанлар ашаьыдакы сяlahиуятляря malikdir:

- lisenziyanын verilмяси;
- lisenziyanын мювжудлуьуну тясdiq edяn сяняdляrin rяsmиляшdirilmяси;
- lisenziyanын фяалиуятинин dayандырылмасы, льяvi вя бяpа edilmяси;
- lisenziya alanларын lisenziyanын тяляб вя шяртляpиня ууьун фяалиуят эюстярмяляpиня пязарят edilmяси.

Lisenziyanын тяляб вя шяртляri - lisenziya alanларm konkret фяалиуят нювцнц һяyata кечиряркяn ямял etdikляri тяляб вя шяртлярдяn ибарят normativ aktларын сямidir. Turizm фяалиуятинин lisenziyalашma prosesini Aзярбайсан Respublikасы Мядянийят вя Turizm Nazirliyi һяyata кечирir. Lisenziyanын тяляб вя шяртляpиня ашаьыдакылар daxildir:

- һяг bir turistin xarici юлкя яrazисиня daxil olma вя orada qalma qaydaları haqqында, һяг hansы bir konkret юлкядя

turizm syahati
 zamanı davranış qaydalarına, o cümleden yerli adət
 və ya nyanıya, maddəni irsə və ya trafik mühitə hümmətə yonışması və
 digər qaydalara riayət etməsi baxdya trafikdə informasiya ilə təmin
 edilməsi;

- qanunvericilik qaydalarına uyğun olaraq hər bir turistə yalınız onunla məcəvələ bəyləndiyədən sonra xidmət əyütyrilməsi;
- məcəvəliq avadanlıqlarla təhciz edilmiş, şyazsi və icarəyü gütyülmüş xidməti yerləşdirmə vasitələrinin müvjud olması;
- turizm firmasıнын işçi heyətində turizm sferasında təhsilə və ya yon əzy cü il rəşə təsübyəsinə malik olan məcəvəssilərin müvjud olması.

Turizm fəaliyyətinin lisenziyalashması şüçyügi şyxslərin və fərdi sahibkarların lisenziya təlyəb və şyartlərinə yəyil etməsinə, yçkşək syviyyəli xidmətin təmin edilməsinə, turizm xidməti istehlakçyları şüçyüg və maraqlarının qorunmasına syəyb olur. Turizm fəaliyyətinin düvlyət tənzimlənməsi və turizm xidməti istehlakçylarının şüçyüglərynın məcəvəzəsinin yəsas əbtini standartlaşma təşkil edir.

Standartlaşma - istehlakçyların məcənasib qiymət və keyfiyyətə malik xidmətləri yldə etmək şyəmçinin, onların konfort və təhlükəsizlik şüçyügləryını təmin edən təlyəbnəmə, norma və qaydaların hazırlanması və tətybiq edilməsinə istiqamətbnmiş

фяалиууят сахясидир. Standartлашманн мягсяди мювжуд вязиууят, тялябля вя normalardan hазырда мювжуд olan, planлашдырылан вя уа potensial мясялялярин һялли цчцн гениш вя чохсяһятли istifadya edilmяси vаситясиля бу вя уа digяр сахядя пязарятя optimal сявиууядя nail olmaqdan ibарятдир.

Turizm sferасында standartлашманын ясасыны мцвафық оlaraқ «Turist-ekskursiya xidмяти sferасында standartлашма» (Beуняlxalq standartлашдырма -28681.0 - 90), turist-ekskursiya xidмятинин keyфыууят вя effektivlik сявиууясинин йцксяldilmяси вя turistлярин maraqlарнын мцһавизяси тяшkil edir.

Turizm sferасында standartлашманын яsas вязифяляри ашаьыдакылардан ibарятдир:

- turistляря эюстярилян хidмятин keyфыууят эюстяричилиринин nomenklaturасынын вя onlara пязарят методларынын yarадылмасы; turizm хidмяти эюстярилмясинин texnoloji вя нцмуняви prosesляриня olan мцтяряqqи тяляблярин yarадылмасы;
- хidмятин тяһлцкясizliyini, яһалинин саьламлыьынм мцһавизяси, ятраф мцһитин мцһавизяси, хidмят эюстярилмясинин мцасирliyi вя хidмят шяraitini тямин едян тяляблярин yarадылмасы;
- turizm хidмятинин sertifykatлашмасына olan тяляbatларын yarадылмасы;
- turist-ekskursiya хidмяти prosesиндя иштirак едян digяр сахялярля turizm фирмаларынын фяалиууятинин ялаqяландирilmяси;
- turist-ekskursiya хidмяти sferасында keyфыууятин тяnzimлянмяси

standartlaşması sahəsində əsas termin və anlayışlarını müəyyənləşdirilməsi.

Standartlaşma müxtəlif səviyyələrdə həyata keçirilir. Standartlaşmanın səviyyəsi dövlətin hər hansı sahəsi, iqtisadi və siyasi regionunun qəbul etdiyi standartlardan asılı olaraq fərqlənir. Standartlaşmanın həyata keçirildiyi səviyyələrdən asılı olaraq aşağıdakı növləri vardır:

- beynəlxalq standartlaşma - hər hansı bir ölkənin müvafiq bir orqanları tərəfindən qəbul edilmiş fəaliyyət;
- regional standartlaşma - dövlətin yalnız eyni bir sahəsi, siyasi və iqtisadi regionuna aid olan dövlətin müvafiq orqanları tərəfindən qəbul edilmiş fəaliyyət;
- milli standartlaşma - konkret bir ölkə daxilində qəbul edilmiş standartları əhatə edir. Üzvlərində Milli standartlaşmada bir sahəni nəzərdə tutaraq həyata keçirilir; Dövlət, sahələr, iqtisadiyyatın bu sahəyə digər sektoru səviyyəsində, təşkilat, müəssisə, birliklər səviyyəsi.

Standartlaşmanın digər kateqoriyaları, normativ sənədləri də müvafiqdir:

- dövlət standartı;
- müxtəlif sahələrin standartı;
- ictimai birliklərin standartları;

- firma və təşkilati birliklərin standartları.

Standart - müəyyən bir sahədə nəzərin optimal dərəcəsinə nail olmasına istiqamətlənmiş müvafiq orqanlar tərəfində tədriq edilmiş konsensus əsasında hazırlanmış normativ sənəddir.

Turist-ekskursiya məssisələri ilə dövlət sferasında aşağıdakı standart kateqoriyalarında istifadə edilir:

- dövlətlərəarası standartlar;
- milli standartlar;
- məssisə daxili standartlar.

Dövlət standartları əsasən turizm xidmətinə, təhlükəsizliyin təmin etməsinə, əhəlinin həyat və sahlamlyəynin qorunmasına, ətraf mühitin mühavizəsinə, əostərgilən xidmətin kompleks və məsiriək xüsusiyyətlərinə olan ətməmi tələbləri müəyyən edir. Məssisə daxili standartlar xidmət şəraiti, istehsalı idarə edən təşkilat, texniki əsaslandırma, texnoloji proseslər və metodlar əlavə edilməklə yalnız hər hansı məssisə daxilində tətbiq edilən konkret turist xidmətlərinə olan tələbləri müəyyən edir.

Turizm tərcübəsində daha çox istifadə edilən normativ sənədlər (standartlara) aşağıdakylar daxildir:

- Dövlətlərəarası standartlar 28681.0-90. «Turist - ekskursiya xidməti sferasında standartlaşma. Əsas məddəələr.»
- Milli standartlar 50646-90 «Əhəliyə xidmət. Terminlər və anlayışlar.»
- Milli standartlar 50644-94 «Turist - ekskursiya xidməti. Turist və

ekskursiyachylann tьhlцkьsizlik tьdbilьrinnin tьmin edilmьsi».

- Milli standartlar 51185-98 «Turist xidmьtlьri. Yerlьshdirмь vasitьlьri.

Цmumi тьябльр.»

- Milli standartlar 50690-2000 «Turist xidmьtlьri. Цmumi тьябльр.»

- Milli standartlar 50681-94 «Turist ekskursiya xidmьti. Turist xidmьtlьrinnin layihьlьndirlмьsi» (22, сьщ.14).

Turizm fьрма vь mцьssisьlьri юz тьсрцbi fьaliyyьtlьrindь turistlьrinnin тьhlцkьsizliyinnin тьmin edilmьsinь dair kompleks normativ сьnyдьяльр рьhbьrlik etмьlidir. Turist fьрmalan turistlьri hьr bir konkrт xidmьtin (yerlьshмь, qidalanma vь nьqliyyat), risq elementlьri vь onun qarшысынн алынмасы тьdbilьри иль таньш etмьlidirльр. Дьвльт standartлары hazьrlanarkьn харici юлкь vь тьшkilatларын тьсрцбьsi, bir чох hallarda Цmumdцннь туризм тьшkilatьынн, standartлашmaya dair beynьlxalq тьшkilatларын (ISO), BMT-nin Avropa цзрь qanunvericilik komissьyasь vь digьrlьrinnin тьсрцбьlьri мцтbq нзьярь алынмалыдыр. Turizmin дьвльт тьnzimльnmьsi sisteminin яsas elementльrindьn birini дцnyada daha geniш уауылмыш, xidmьtlьrinnin тьhlцkьsizliyinnin тьmin edьn sertifikatлашма тьшkil edir. Ondan istifadь bir сыра sosial-iqtisadi мьсьяльlьrinnin uьurla hьll edilmьsinь vь юлкьnnin дцннь iqtisadiyyатына inteqrasiyasьна шьrait yaradьr. Turist xidmьtlьrinnin sertifikasiyasь bu xidmьtlьrinnin туризм fьaliyyьtinin normativ тьябльрь уьyunluьunu тьsdiqбьуьn сьnyддир. Sertifikasiya ашаьыдакь мьqsьdльр цццн hьyata кечirilir:

- мцяссися, тьшкйлат вя sahibkarларын vahid ямтяя bazarында фяалиууятиня, нямчинин beуняlxalq iqtisadi, elmi-texniki ямякдашыы вя beуняlxalq ticарятдя иштйракына шыrait yarадылмасы;
- istehlakчыларын laqeyd istehsalчылардан мцяһафызясй;
- мяһsulun ятраф мцяhit, няyat вя саьламыы цццп тьһцкясизлийня нязарят;
- мяһsulun keyfiууят эюстяricиляринин тьsдиq edilmясй.

Sertifkasiya мясburi вя кюцлц ola биляр. Мясburi sertifykasiya qanun вя qanunvericilik ясасында няyata кечйрйлир вя хидмятлярин texniki reqlament вя мцятbq standart тьлябляриня ууьунлюьуну тьmin edir. Мцятляг тьлябляря тьһцкясизлик, яһалинин саьламыьынын вя ятраф мцяhitин мцяһафызясй daxildir. Кюцлц sertifykasiyaа щцгугй вя физики шыхсляря sertifikasiya orqanларыннын разылашдыгылмыш шыртлярй ясасында няyata кечйрйлир.

Azərbaycanda sertifikasiya prosesi Nazirlər Kabinetinin тьsдиq etdiyiy «Turist-ekskursiya хидмятляринин sertifikatлашдырылмасы qaydaları»на ууьун olaraq няyata кечйрйлир (22, сящ.8).

ЫЫ ФЯСИЛ. ТУРИЗМДЯ СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН МАКРОСЯВИЙЙЯДЯ ТЯЦЛИЛИ ВЯ ГИЙМЯТЛЯНДИРИЛМЯСИ

2.1. Туризм вя социал-мядяни сервис хидмятляриндя информасийа ресурсларыннын гиймятляндирилмясй

Потенциал туристлярин Интернетин imkanларыннан истифадя етмякля реклам олунан турист хидмятлярй шаггында мялуматлары асанлыгла ялдя едя билмялярй тураэентляр тьряфиндян тьклиф олунан рекламлара

мцгайисядя даща сямряли олмасы иля сяжиййялянир. Туризм мцяссисясиндя тятбиг олуна биляжяк интрант/Интернет шыбьякясинин кюмяйи иля ялдя олуна биляжяк imkanларыны ашаьыдакы кими эюстяряк мцмкцндцр. Илк юнжя буну интренет шыбьякяси цццн эюстяряк:

- Шыбьякянин йарадылмасынын вя она хидмятин даща ужуж баша эялмяси.

- Эениш ящатяли ямякдашларын информасийа иля ятямин олунмасынын садялийи.

- Системин информасийа ресурсларынын вя програм тяминатынын бирэя истифадя олуна билмяси imkanы.

- Интернетя гошула билмяси цццн щазыр олмасы.

- Диэяр локал шыбьякяляря дярщал ялагянин йарадыла билмяси вя с.

Цмумдцнйа электрон шыбьякяси Интернетин туризм мцяссисяси цццн йаратдыьы imkanлар ися гыса олараг ашаьыдакы кими эюстяря билярик.

- Шыбьякя маркетингинин щяйата кечирилмяси.

- Тяклиф етдийи хидмятин «Он-лине» реьими цзяриндян сатылмасы.

- Яразижя узаг олан мцщтяриляря ялагя йарада билинмяси.

- Ужуж коммуникасийа васитяляри иля ялагяйя чыхыш (электрон почт, рягямли телефон, видеотелефон, вя с.)

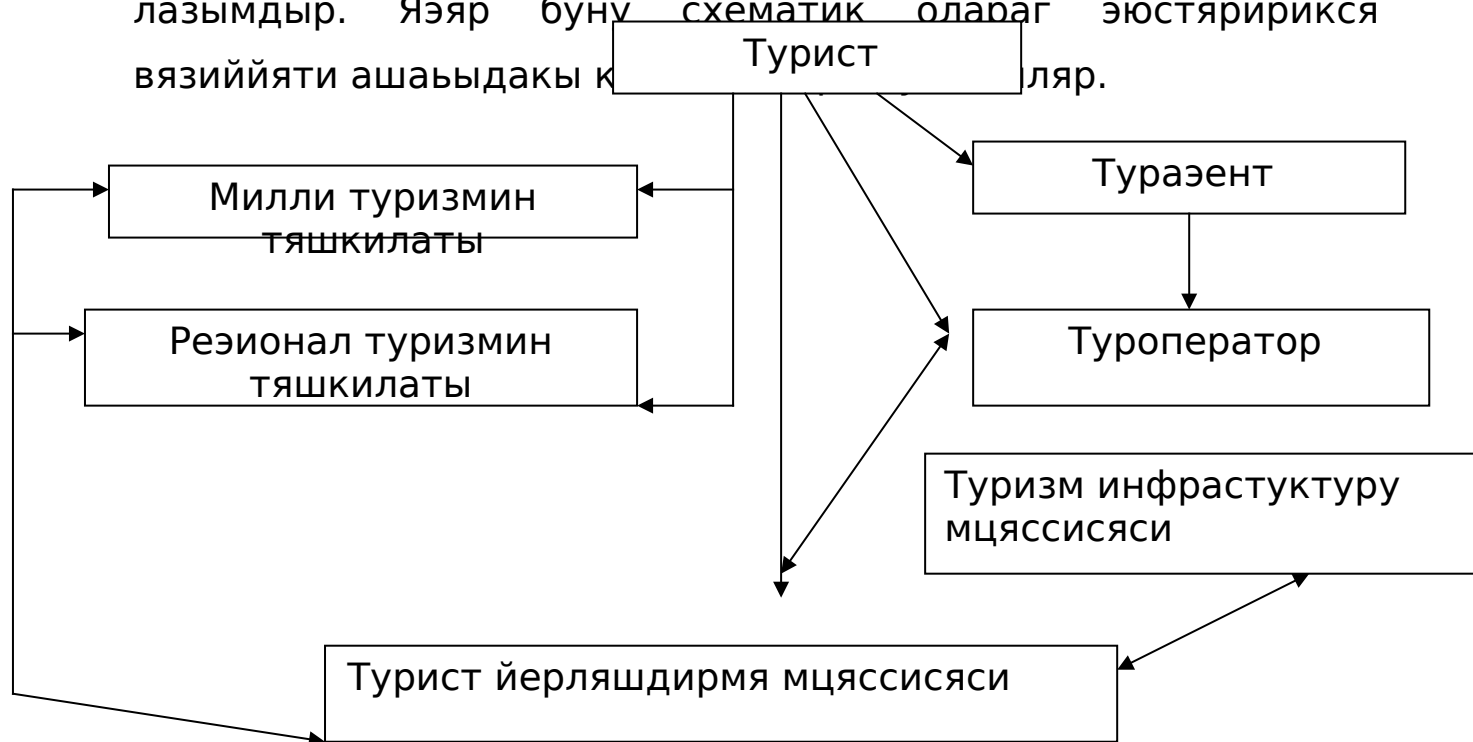
- Интернетин кюмяйи иля билетлярин сатылмасы, отел нюмряляринин бронлашдырылмасы.

- Сямряли рекламын щяйата кечирилмяси.

- Электрон сярэиларда, йармаркаларда, сярэиларда иштирак.
- Узагдан гейри-няд щесаблашмаларын щяйата кечирлмяси.
- 365 эцн, 24 саат оператив иш режими.
- Потенциал ямякдашларын ахтарылмасы.
- Мцяссисянин ижтимаийятля апарылан ялагяляринин йцксяк кейфийятля вя сцрятля апарылмасы.
- Мцяссисянин кооператив сайтынын йарадылмасы вя онун Интернетдя йерляшдирилмяси (17, сящ.134).

Техники жящятдян бахдыгда информасийа технолоэийасынын имканларынын гейр-мящдуд олдуьуну нязря алараг онун инсанларын щяйатында вя игтисади фяалийятиндя, о жцмлядян туризм бизнеси сащясиндя дя ролуну щяр кечян эцн ярзиндя артдыьыны эюрмяк мцмкндцр.

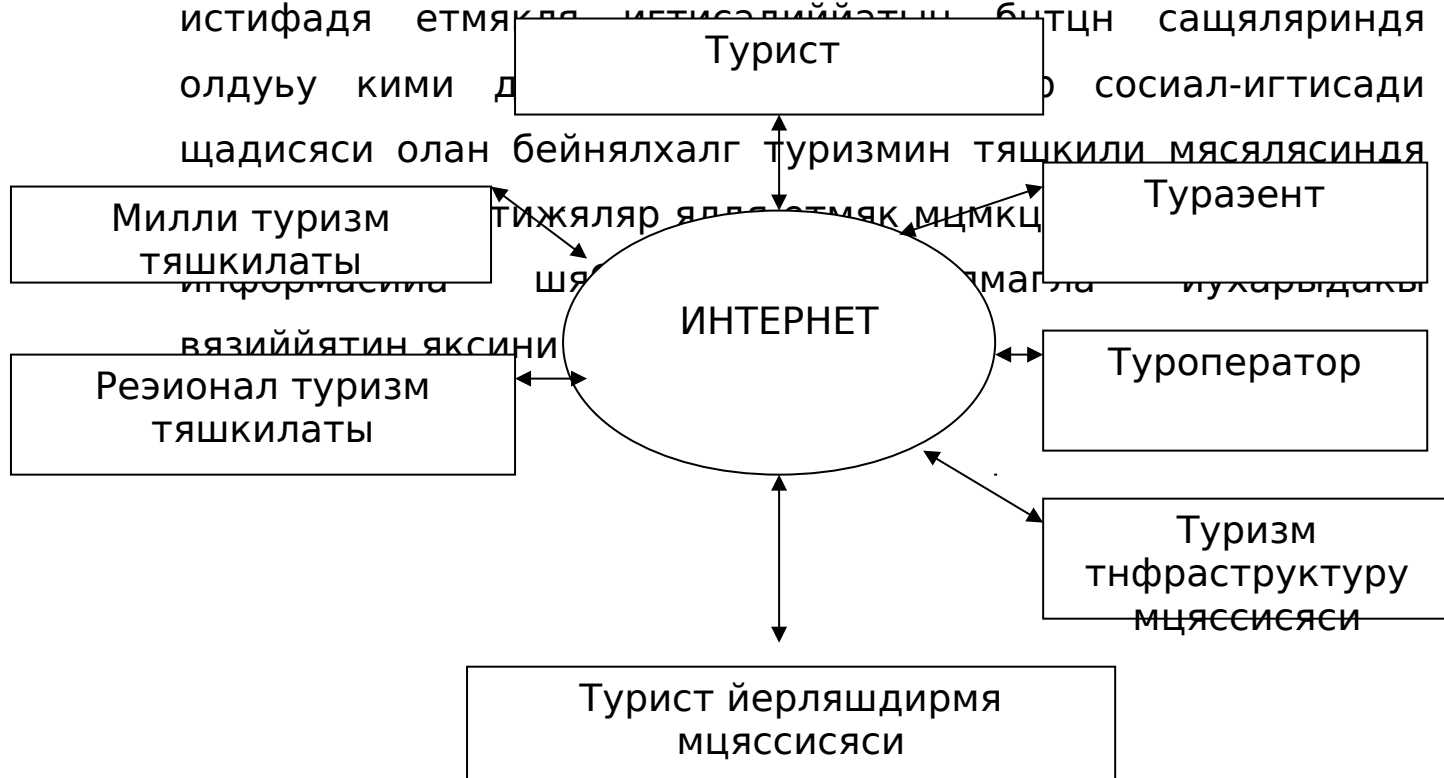
Туризм мцяссисясиндя интернетин кюмяйи иля электрон маркетинг тятбиг едилдикдя алынмыш нятижяни тясяввцр етмяк ццн яняняви цсуллар васитясиля апарылан маркетинг тядбирляринин механизмини бунунла мцгайися етмяк лазымдыр. Яэяр буну схематик олараг эюстяририкся вязийятя ашаьыдакы к



Схем

2.

Эюрцндцйц кими яняняви цсуллара апарылан информасийа мцбадиляси заманы вязиййят кифайят гядяр мцряккябдир. Беля хаотик бир мянзяря ичярисиндя итиб – батмыш щяр щансы бир субйектин етибарлы информасийа олмамасына эюря базарда мцвяфягийят газанмасы чятиндир. Инсан тялябатынын сонсуз одуьуну, бу тялябатларын юдяниля билмяси цццн ресурсларын мящдуд олдуьуну нязря аларыгса онлардан сямярляи шыкилдя истифадя олунмасы мцщцм мясяля кими гаршыда дурур. Бунун щялл едилян билмяси цццн ися щямин ресурслар вя онлардан истифадянин тяшкили щаггында кифайят гядяр информасийаа малик олмаг зяруряти йараныр. Информасийа технолоэийасынын да сонсуз imkanларындан истифадя етмяквя итисадиййятщ буццн сащяляриндя олдуьу кими д



Схем 3.

Эюрцндцйц кими беля бир шябьякядян бирляшян щяр бир мцасир цнсцр бири-бири иля гаршылыгы ялагядя олма имканы ялдя едирляр. Гаршы тяряфдяки ямякдашла «цзбязцз» галан щяр бир иштиракчынын туризм хидмятинин реалашмасы цццн веря бияжяйи щяр бир гярар билэисайар дцймясинин щесаблинмасы гядяр садяляшмиш олур. Информасийа технолоэийалары обйектин вязиййяти, орада баш верян просес вя щадисяляр щаггында йени кейфиййятдя вя сон информасийанын алынмасы цццн мялуматларын йыьылмасы, ишлянмяси вя ютцрцлмяси мягсядиля истифадя едилян цсул вя васитялярин мяжмусундан ибарят бир просесдир. Информасийа технолоэийаларын мягсяди инсан тяряфиндян тящлил едилмяк вя онун ясасында гярар гябул едилмяси цзря ихтийары йериня йетирилмяси цццн информасийа мящсулу истещсал етмякдян ибарятдир. Мялуматларын ишлянмяси информасийа технолоэийасы билаваситя мялуматларын чеврилмяси ямялиййатлары иля

баълы олудьуна эюря диэяр информасийа технолоэийаларындан бязи хцсусиййятляр иля фярглянир.

- Илк нувбядя технолоэийа фирма цчцн зярури олан мялуматларын ишлянмяси мясяляляринин щяллини нязрядя тутулуб. Чцнки щяр бир мцяссися цчцн юзцнцн фяалиййяти шаггында ганун вя диэяр норматив сянядя мцяййян едилмиш мялуматлара малик олмаг вя сахламаг, щямин мялуматлар ясасында нязрят функсийасынын щяйата кечирилмяси тямин едилир.

- Кифайят гядяр йахшы гурулуша малик олан вя щялл едилмяси цчцн алгоритм вя програмын щазырланмасы мцмкцн мясялялярин щялли нязрядя тутулур.

- мялуматларын ишлянмяси стандарт проседуралары йериня йетирилир.

- иш щяжмини ясас щисяси автоматик режимдя инсанын минимум иштиракы иля щяйата кечирилир.

- детеллашдырылмыш мялуматлардан истифадя едилир, бу да тяфтиш ишинин апарылмасы цчцн ялверишли щяраит йарадыр.

- щадисялярин вя ямялиййатларын хронолоэийасына цстцнлцк верилиб.

- диэяр сывиййялярин мцтяхясислярин идаряетмя обьектинин проблемляринин щяллиндя минимал иштиракы лазым эялир.

Щазырда туризм ширкэтляринин автоматлашдырылмасынын информасийа технолоэийаларында чох сайлы програм мящсулларында истифадя олунур. Гярар гябулуну тямин едилмясини информасийа технолоэийалары кечян ясрин 80-жы илляриндя башлайараг американ алимяри тяряфиндя

йарадылмышдыр. Бу да фярди компцтерлярин, стандарт тятбиги програм пакетляринин эениш йайылмасы щабеля сци интеллект системлярин йарадылмасы саясиндяки наилийятляр саясиндя мцмкцн олмушдур. Бу информасийа технолоэийасынын башлыжа хцсусийяти инсанла компцтерин гаршылыглы фяалийятинин тяшкилинин кейфийятжя йени цсулу олмасыдыр. Гялары ишляниб щазырланмасы щямин технолоэийанын ясас мягсяди олмагла итерасийа просесинин нятижясиндя баш верир. Просесдя бир тяряфидян щесабламаг компцтер бюлмяси вя идаряетмя объекти ролунда гярарларын гябулуну тямин едилмяси системи, диэяр тяряфидян ися илкин мялуматлары компцтеря дахил едян вя щесабламаларын ондан алынан нятижялярини гиймятляндириян идаряетмя бюлмяси кими инсан иштирак едир. Информасийа технолоэийасынын гярар гябулуна тямин едилмяси системинин тяркибиня цч ясас компонент дахилдир. Бунлар мялуматлар базасы, моделляр базасы вя идаряетмянин програм алисистемидир.

Програм алтсистеми мялуматлар базасынын идаряедилмяси системинин, моделляр базасынын идаряедилмяси системини вя истифадячи иля компцтер арасында интерфейсин идаряедилмя системи бирляшдирир. Туризм сянайесиндя информасийа ахынларынын гябул едилмяси, чатдырылмасы дювр етмяси ясас проблемляр кими мейдана чыхыр (12, сящ.76).

МДБ вя Балтика мяканында ващид мешманхана системинин ассосасийасы йарадылмышдыр. Ассосийанын юз реклам ъурналы вя вярягляри чап олунур. Щямчинин ассосийа юкяляри арасы бирэя фяалийятя тяшыбцс эюстярир. 1960-жы илдя тяшкил олунмуш Глобал

Бронлашдырма системи бу вахта кими фяалийят эюстярив
 вя туризм хидмятляринин сатышында важиб базардан
 биридир. Бу системин «гызыл дюрдлцйц»ня дахилдир:

1. Амадеус/систем оне
2. Галилео/Аполло
3. Сабре/Фантазия
4. Ворлдспан

60 миня гядяр мешманханалары ящатя едир, онларын
 электрон сифаришлярин 90%-ни тяшкил етдиляр. Дцнйада
 500 мин туроператор вя тураэентликляр явялжядян
 бронлашдырма цчцн бу система цз тутур.

«Амадеус» Элобал Дисртбусион системи дцнйа цзря ян
 мящшур вя апарыжы авиабилетляри, мешманхана
 йерляринин, автомобил, дямирйол билетляри, круизляр
 явялжя сифариш етмяк цчцн автоматик системдир. Бу
 системдян 725 авиакомпания 57000 мешманхана вя 42
 автомобил кирайя вермя фирмасы истифадя едир. «Амадеус»
 жядвялляр цзря тарифляр, юлкялял, визалар, тибби
 мящдудиййятляр вя щава щаггында кцлли мигдарда
 мялуматлар верир. Щяля йахын заманларда бу жцр глобал
 системлярдян истифадя етмяк цчцн чох бащалы вя мцмкцн
 олмайан бир щал кими гябул олунурдуса, щал-щазырда
 «Интернет» технолоэийаларынын инкишафы вя «Амадеус»
 коммуникасийасы бу системлярдян истифадяни символик
 дяряжядя ужузлашдырмыш вя садяляшдирмишдир. Бу щям
 балажа аэентликляр вя щям дя буюцк компанийалар цчцн
 чох важибдир.

Бейнялхалг сывиййядян мешманханаларын мящсулунун
 щярякятя эятирмяк цчцн «Глобал Маркетинг програмы»
 щазырланмышдыр. Програма уйьун отелдя «Бест Еастерн

Щотелс» васитяси иля бронлашдырма апармаг мцмкцндцр. Отел Бест Еастерн бурада провйадинг васитячи ролуну ойнуур. О, Русийада «Академсервис - ДМС» компанийасы иля бирэя фяалийят эюстярир. «Академсервис - ДМС» турбизнесля ГСР системиндя 1993-жц илдян ишляйир. О, МДБ вя Балтика мяканында олан мещманханаларын ян буюцк провайдеридир. 15 юлкядян, 100 шящярдян 300 мещманхананын ГСР сисеминя тягдим етмяйя ихтийары вар. О, мещманханалары «гызыл дюрдлцйя» дахил олмаьа васитячилик едир, юзц дя бир ай цзвлцк шаггы тяляб едир. Брон сифаришлярини ГСР-я Тиско компанийасындан верилир.

Туризм бизнеси мащийятжя буюцк информасийа ахынлары иля баьлыдыр. Туризм логистика системиндя дюрв едян информасийаларын ахыны иля щялли йцксялир. Юлкя игтисадийятынын инкишафында туризм информасийа мяркязинин йарадылмасы вя бцтцн субреэион вя БМТ-нин инкишаф програмына уйьун олараг тямин олунмасы, мяркязин малиййяляшмяси вя йени ясасларла технолоьи просесляря нязарят системинин йарадылмасына щяраит йаратмышдыр. Мяркязин теленомаминасийа хидмятляри иля тямин етмяйи рабитя вя информасийа технолоэийа назирлийи юз цзяриня эютцрцр. Артыг республикамызда туризм хидмятляринин тяшкилиня, онлара тялабаты мцяййян етмяк мягсяди иля туризм информасийа мяркязи йарадылыб (16, сящ.129).

2.2. Сосиал-мядяни хидмятлярин тяшкилиндя экскурсийа вя сйащятлярин методики цсулларынын комплекс тящлили

Туризм фяалийятинин ярази тяшкили яразинин тябии-рекреасийа сярвятляринин мювжудлуьу щяраитиндя мцмкцн

олур. Бу сярвятлярин даяри ва ещтийатларындан асылы олага мцхтялиф сывийяли курортларын тяшкилиндян данышмаг олар. Бунларын щяр бириня юз щазырлыг сывийяси, сянядлярин тядиги ва гярарларын гябулу хасдыр. Бурада тябии мцалижяви сярвятлярин ахтарылмасы ва эксперт гиймятляндирилмяси, иглимин мцалижяви хцсусийятляри щаггында мялуматын олмасы илк аддым ола биляр. Гейд едяк ки, яразинин турист рекреасион сянядляринин щазырланмасы ишинин тяшкилинин сифаришчиси гейри-дювлят, коммерсийа структурлары ола биляр. Лакин мцвафиг дювлят ва муниципал органларын ижазясини иля илк нувбядя ашаьыдакы сянядляр щазырланмалы ва мцзакиря едилмялидир:

- яразинин тябии-рекреасийа амилляринин кейфийяти щаггында елми нятижяляр;

- тябии-рекреасийа сярвятлярин ещтийаты щаггында эксперт нятижя;

- мцалижя-саьламлыг зонасы яразисинин ва онун щцдудлары дахилиндяки, тябии саьламлыг сярвятляринин (амиллярин) вязийяти щаггында дювлят еколоэийа ва санитар-эпидемиолоэи экспертизанын нятижяляри;

- профил даяишмя, йердаяишмя ва баьланмасы лазым олан тябии-рекреасийа яразисини щцдудларында йерляшян сянйе, кянд тясяррцфаты мцяссисялярин сийащысы;

- сащялярин экспликасийа иля яразинин топографик планы, онларын истещсалчылары щаггында мялуматлар.

Туризмин ярази тяшкили заман бу яразийа ашаьыдакылар аид олмалыдыр:

- бир ва йа бир неча уникал тябии мцалижяви сярвятляря малик олмалыдыр;

- бу сярвятлярин лазыми ещтийатына малик олмалыдыр;
- курорт тикинтиси цццн кифайят вя мцнасиб сащяйя малик олмалыдыр;
- еколоъи вя санитар-эпидемиолоъи нормалара уйъун эялмялидир;
- диэяр техники тяжщизатлар мянбяляриня малик олмалыдыр (26, сящ.157).

Даща сонра тябии-рекреасийа зонасынын фяалийятдя олан зонайа чеврилмяси просеси эедир. Мящз бу мярщялядя инвесторларын мараглары реаллашыр. Бура ашаъыдакы мярщяляляр дахилдир.

1. Яразинин планлашдырылмасы вя санаторийа-курорт сащясинин инкишафы нязря алынмагла турист-рекреасийа вя курорт комплексинин баш планы щазырланыр.

2. Жялб олунан инвестисийалар, бцджяйя, гейри-бцджя вясаитляри щесабына (онларын алынмасы цццн дювлят мягсядли програмлары щазырланыр) истиращят мцяссисяси вя объектляринин иш лайищяси вя тикинтиси башланыр.

3. Яразинин ящямийятли турист-курорт зонасы кими танынмасы щаггында сяндляр щазырланыр.

Дювлят Статистика Комитясинин сон мялуматларына ясасын 2013-сц илдя адамбашына ауда 100-200 манат вя 200-300 манат alanларын структурунда дяйищиклик олуб. 2012-ци илдя адамбашына ауда 100-200 манат qazananlar 75,3% олуб, ютян ил 65,6%-я дцщцб. Adambашына ауда 200-300 манат qazananlar isя артыб - 2012-ци илдяки 19,4%-я qarшы 23,1%. Ящали эялирляринин динамик артымы бирбаша туризм хидмятляринин чешидинин артмасына, кейфийят стандартларынын йцксялдилмясиня тясир едир (7, сящ.123).

Прогнозлара истинадян эялирляр вя ящалинин туризм

олан мараыынын артмасы эяляжякдя дцнйа туризм хидмятляри базарында рягабятин кяскинляшмясиня сябяб олажаг.

Сядвял 1. ЦТТ proqnozuna яsasян 2020-си илдя хариси юкяляря ян чох turist гюндяря билян юкяляг

№	Юкяляг	Хариси юкяляря гедян туристлярин сауы (mln.)	Дцнйа туризм базарында рауы (%)
1.	Алманиа	163,5	10,2
2.	Үарониа	141,5	8,8
3.	АВШ	123,3	7,7
4.	Чин	100,0	6,2
5.	Вюцк Британиа	96,1	6,0
6.	Fransa	37,6	2,3
7.	Niderland	35,4	2,2
8.	Kanada	31,3	2,0
9.	Rusiya	30,5	4,9
10.	Италиа	29,7	1,9
	Сями (1-10)	788,9	49,2

Экскурсийа - ики мцщцм просесин нятижясидир: онун ишляниб щазырланмасы вя щяйата кечирилмяси. Бу просесляр бир-бириля баьлыдыр. Үахын 10 илдя Avrupa вя дигяр регионларын бир чох юкялягиндя туризм уени иш уерлягинин ярадылмасынын ян иги мянбяуи кими қаласақ. Имканы вя тялябаты мцхтялиф вя фярqli olan туристляр daha geniш сяуаһятляря сяlb edilмяси цццн тяклиф olunan туризм мяhsulunун diferensiуасы proqnozлашдыгылыг. Капиталын гялясяк konsentrasiуа olunмасы просеси, иги beynяlxalq ширкятля kарporasiуаларын яранмасы proqnozлашдыгылыг. Туризм sahясиндя integrasiуа, миqrasiуа просеслягинин tendensiуасы saxланыласақ (16, сящ.56).

Щяр бир экскурсийа ики ясас элементин уйьунлашмасына ясасланыр: экскурсийа обьектляринин нцмайиши вя обьект

щакгында данышыг. Нцмайиш вя данышыын вахт юлчцсц, бцтцн нюв экскурсийалар цчцн ейни дейилдир. Данышыг вя нцмайишин гаршылыгы нисбяти дяйишмялидир. Бир экскурсийадакы мцййян бир объектн нцмайиши заманы она сярф олунан вахта вя кечирилмя методикасына эюра, диэяр объектн нцмайишиндян фярглянир. Беля фярглянмяляр данышыгда да (конкрет вя йа эениш) ола биляр.

Бу мцхтялифлийин сябляри - аудиторийанын хцсусийятляриндян асылы олагаг экскурсийаныны мащийятинин дяйишмясиндян; нцмайиш етдирилян объектлярин характериндян; онларын горунуб сахланылма дяряжясиндян; экскурсийа бялядчисинин ялиндя олан фактики материалын щяъминдян; экскурсийачылар тяряфиндян объектн мцщащидя олунмасынын чятинлик дяряжясиндян вя гаврама сывийясиндян асылыдыр.

Нцмайиш етдирмя - яйанилик принципляринин реаллашдырылмасы просеси, экскурсийа объекти иля вя йа ейни заманда бир нечя объектля (мясялян, мемарлыг комплекси) яйани ташын олмаг цсулу. Нцмайиш етдирмяйя, экскурсийа бялядчисинин объектн мащийятинин ачыгланмасына йюнялмиш щярякяти (вя йа щярякятляринин топлуму) кими бахыла биляр.

Объектин нцмайиши, экскурсийаныны бахумлы вя тясирли йердир. Дцзэцн сечилмиш объектляр, онларын мигдары, нцмайишин ардыжылыы, экскурсийанын кейфийятиня тясир эюстярир.

Объектин нцмайиши - экскурсийачыларын вя экскурсийа бялядчисинин мягсядйюнлц фяалийят системидир,

ихтисаслы – мцтяхяссисин рящбярлийи алтында объектя бахыш кечирилмясидир.

Эккурсийада нцмайиш цч элементдян ибарятдир:

а) экскурсийачыларын объекти мцстягил мцшащидя етмяляри;

б) «экскурсийа бялядчисинин портфелиндя» олан экспонатларла экскурсийачыларын таныш едилмяси;

ж) экскурсийа бялядчисинин рящбярлийи иля бахышын кечирилмяси (мцяййян методики цсулларын кюмяйи иля).

Нцмайиш цчцн шяртляр:

- Нцмайиш заманы, дайанажаг нюгтяляринин дцзэцн сечилмяси;

- Нцмайиш цчцн даща ялверишли вахт, мювсцм сечими;

- Мцяййян экскурсийа мювзусу иля щеч бир ялагяси олмайан объектлярдян экскурсийачыларын диггятини йайындырмаг имканы;

- Объектин мцхтялиф эюрцнцш нюгтяляриндян нцмайиши заманы методики цсуллардан истифадя мягсядила экскурсийачыларын щярякят етмяк имканынын олмасы;

- Экскурсийа бялядчисинин бажарыьы вя тяжрцбяси:

- Объектя бахыш цчцн, экскурсийачыларын щазырлыг дяряжяси.

Данышыг шифащи нитгин гябул едилмиш ады, йяни экскурсийа бялядчисинин экскурсийачылара вердийи мялуматлар вя ачыгламалар (мясялян, объект, онунла баьлы тарихи щадися; объектин тясвири характеристикасы вя тящлили; конкрет тарихи шахсиййятлярин фяалиййяти).

Эккурсийа бялядчисинин данашыьында ики мясяля юз яксини тапмалыдыр.

1.Эюрцнянляри шярщ етмяк, айдынлашдырмаг, ачыглама вермяк;

2. Щямин анда экскурсийачынын эюра билмядикляри ялава етмякля бярпа етмяк.

Данышыг - монолог нцмуняси кими тягдим едилян кцтляви шифащи нитгин шяртлярия риайт етмякля, экскурсийа бялядчисинин суйлядийи фярди мятндир.

Эккурсийа заманы шифащи мялуматдан, мцшащидя мялуматына, мцшащидя тьяссцратындан - шифащи гиймят вермяйя вя нятижя чыхармаьа йюнялян данышыг тядрижян инкишаф едир.

Эккурсийа бялядчисинин данышыьына олан тьябляр: мювзудан кянарлашмамаг, сцъет. Конкретлик, нитг ялагяси, мянтиг, йыьжамлыг, инандырыжылыг, ифадя сядялийи, фикир тамамлыьы, нцмайишля ялагялилик, елмилик.

Эккурсийа - обьектин нцмайиши вя онунла баьлы щадисялярин оптимал уйьунлуьунун ортаг мяхрижидир.

Нцмайишин вя данышыьын методики цсуллары, экскурсийаныны даща ефектли кечирилмясиня имкан верир. Эккурсийаларын кечирилмя методикасы ян мцхтялиф мягсядли экскурсийа мювзуларынын юйрянилмяси заманы цсул вя ифадя, вязифя вя тьябляр системиндян ибарятдир. Конкрет экскурсийаныны кечирилмя методикасы, экскурсийа бялядчиси тьярфиндян обьектлярин нцмайиш етдирилмяси, бу обьектляря экскурсийачыларын бахышынын тьяшкили, нцмайиш вя данышыг методикасынын мцяййян цсулларындан истифадя едилмясиндян ибарят фяалийят програмыдыр. Методика бир тьярфдян елм фянняя йахындыр, диэяр тьярфдян бу фяннин тьяблярянин тьярцбядя щяйата кечирилмясинин ифадысидир.

Регионларын турист-экскурсия потенциалынын, имкандарынын гийматландирилмясиндя ашабыдакы яса критерийалардан истифадя олунур:

- Тябии-иглим жазибяси;
- Саф ятраф мцщитин олмасы;
- Асудя вахтын тяшкили цчцн социал инфраструктурларын олмасы вя инкишаф сывиййяси;
- Отеллярин кейфиййат стандартлары, гйда вя хидмят сащяляринин тяшкили;
- Оператив няглиййат вя рабитя;
- Шяхси тящликясизлийин тяминаты вя регионун стабиллийи;
- Бейнялхалг престижь вя мящурлуг;
- Мядяни-тарихи атмосфер.

Бейнялхалг туризмдя турист гцнляринин сая гюстярисиси гялпн туристлярин саяы иля туризм регионунда қалмаларынын орта давамлылыг мцддятинин (гцнляринин) топланмасы yolu иля мцяууян олунур.

$$D_{(t.g)} = S_{say} \times T_{orta}$$

Burada:

D - турист гцнляринин сая гюстярисиси (adam/гцнля);

S - туристлярин сая гюстярисиси (няярля);

T - бир туристин туризм регионунда қалмасынын орта давамлыг мцддяти.

Turist ахынлары қеури-мцнтязям характея маликдир. Turist ахынларынын қеури-мцнтязямлиуини характеизя етмяк цчцн қеури-мцнтязямлик ямсалындан истифадя едилir. Бу ямсалын hesablanмасы турист ахынларынын динамикасынын тьлilинин мяқсяд вя вязифясиндян асылы оларақ 3 қайдда һяyata кечигилir.

Ы гайда. $Я_{q/m} = (D_{\max} / D_{\min}) \times 100\%$

Burada: $Я_{q/m}$ - turist ахынларынын qeyri-mцntязяmлик яmsaлы.

D_{\max} - бир aydä turist ахынларынын maksimal turist гцнляри.

D_{\min} - бир ayda turist ахынларынын minimal turist гцнляри.

ЫЫ гайда. $Я_{q/m} = (D_{\max} / D_{\text{ил}}) \times 100\%$

Burada: $D_{\text{ил}}$ - turist гцнлягинин ilk sayы.

ЫЫЫ гайда. $Я_{q/m} = (D_{\max} / D_{\text{орта}}) \times 100\%$

Burada: $D_{\text{орта}}$ - turist гцнлягинин orta аулық sayы.

Turist гцнлягинин orta аулық say гюстягисиси, turist гцнлягинин say гюстягисисинин 12 аya нисбяти иля мцяууяn olunur.

$$D_{\text{орта}} = D_{\text{ил}} / 12$$

Turizmн maddi-texniki bazасынын вязиууяти вя инкишафыны характеризя edяn гюстягисиляг мюvсud регионда turizmн гцсцнц якs etдириг. Бу гюстягисилягя дахилдир: mehmanханаларын, пансеонатларын, турбазаларын, санаториуаларын, вя s. чарпауы fondлары вя отаqlарын sayы; turistлягя хидмят гюстягяn qida мцяссисялягиндя yerлягин sayы; turistлягя хидмят гюстягяn тисарят, истимаи-иашя, яулянся мцяссисяляги, aqua parkлар, ямяк ehtiyatлары, onларын характери вя бу кими гюстягисиляг. Чарпауы fondynun гцсц ашаьыдакы дцстurla мцяууяn olunur:

$$G_{\text{ч.ф}} = Ч_{\text{ил}} \times 365 + Э_{\text{м}} \times T$$

Burada: $G_{\text{ч.ф}}$ - чарпауы fondunun цмуми say гюстягисиси;

$Ч_{\text{ил}}$ - ил ягзиндя истифадя edиляn чарпауы yerлягинин sayы;

$Э_{\text{м}}$ - мюvсцми истифадя edиляn чарпауы yerлягинин

sayы;

T - мюvсуми turist гцнлягинин sayы.

Turizm фирмаларынын фялиууятинин малиууя-иqtисади гюстягисиляги юзцндя ашаьыдакы параметрляги бирляшдиргир: реализя olunan turizm хидмятлягинин һясти вя уа turizm хидмятлягинин реализя olunмасындан ялдя едилян гялирляг; ишчи ццввясиндяп сямягяли istifадя olunмасынын яsas гюстягисиляги (ямяк мяhsuldarлыьы, ямяк һаqqы юдямялягинин сявиууяси вя с.); istehsal fondundan istifадянин гюстягисиляги (дюvриууя вясантлягини тьkrar istehсалы); turizm хидмятлягинин мауа дяуяги, мянфяг, rentabellik; turizm фирмаларынын малиууя вязиууяти гюстягисиляги (юдямя qабилууйяти, малиууя sabitлиуи, valyuta дюнряrlилиуи).

Beynяlxalq turizmдя иqtисади фялиууятин инкшафыны хараkтеризя едяп гюстягисиляг ашаьыдакы кими групплашдыгылыр:

- хариси юлкялягя сьyahяг едяп turistлягин sayы;
- хариси turistлягин turist гцнлягинин миqдары;
- хариси сьфяrlяг заманы turist хяrcлягинин цмуми мябляьи (12, сьщ.67).

Turizm инкшафы һяг бир юкя ццц цстцп сьһятлягя malик oldуьу кими мянфи меуиллягин yaranмасына да сьбяь olur.

Turizm юлкя иqtисадиууаты ццц мцсбят пьтисяляги ашаьыдакылардан ибарятдир:

- regional valyuta ахынларынын, һямчинин харисдяп valyuta daxil olмаларыны артыгы;
- цмуми милли мяhsulun һястими уцксьлдяг;
- yeni иш yerлягинин yарадылмасына шьгаит yарадыг;

-yerli və xarici kapitallarını yatırılmasına şərait yaradır.

Айдындыр ки, рекреация фаалиятинин сон нятижяси ящалинин саьламлыьы вь мцвяггяти иш габилиятинин ямлак эюстярижиляринин мцсбят динамикасы олажагдыр. Бунун дяярляндирилмяси сяциййя ишчиляри вь демографлар тяряфиндян апарыла биляр. Рекреация фаалиятинин диэяр социал-игтисади нятижяляриндян щям дя ашаьыдакылары щесаь етмяк олар: туризм вь экскурсийаларла, бядян тярбийяси вь идманла мяшьул оланларын, саьламлыг мцяссисляринин музейлярин, кинотеатрларын вь с. хидмятлярдян истифадя едянлярин сайынын артмасы, ящалийя эюстярилян рекреацион хидмятляринин щяжминин артмасы. Инсан организминин бярпасы тялябатларынын ясас нювяри ямяйин биоритмляри иля массив вь фьал истиращятин нювбялянмяси иля баьлыдыр. Бу тялябатлары нювяриня эюря (фьал вь пассив) вь юдянилмя мцддятляриня эюря, йяни иш эцнцнцн, иш щяфтясинин вь щяр ил верилян мязунийятин тямин олунмасы, узунлуьундан асылы олагаь (эцндялик, щяфтялик вь иллик) тяшкиландырмаг олар.

Рекреация комплексинин ресурслары инсанын истиращяти, физики, естетик, идрак ещтийажларынын юдянилмяси, инсан организминин мцалижяси цццн истифадя едилян тябии вь инсанын йаратдыьы сярвятляр топлусудур. Бунлара ашаьыдакылар аиддир: мцалижяви булаглар, мянзяряли ландшафты олан, саьламлашдырыжы истиращят цццн йарарлы яразиляр надир щейванат вь битки алями горунуб сахланылмыш вящши тябият эюшяляри вь с. Рекреация комплексинин формалашмасында фьал

истиращятин вя асудя вахтын кечирилмясинин бцтцн нювяриня ящалинин тялябаты структуруну, адамбашыйа дцщян эялирин сывиййясиндя олан фяргини, ящалинин мобиллийини (чевиклийини), мцхтялиф демографиг грумларын цстцн тутдугларыны вя диэяр сосиал-игтисади амилляри максимал сцрятдя нязря алмаг эярядир.

Азярбайжан яразиси туризм вя курорт-истиращят фяалийятинин инкишаф етдирилмяси цццн чох буюцк потенциал имканлара маликдир. Республикада ящалинин мяшьюуллуу сывиййясинин милли игтисадийятын сащя вя ярази структурунун тякмилляшдирилмяси щесабына артырылмасы, ящалинин ифрат мянимсянилян яразиярдя жямлянмяси вя зяиф мяскунлашан яразиярдя ися азалмасы просесинин гаршысынын алмаг елми жящятдян ясасландырылмыш бу идея кими галмышдыр. Юлкя яразисинин сямряли мяскунлашмасы цццн ясас истинад, дайаг мяркъязляри ролуну ойнайан реэионал сосиал-игтисади инкишафын тямин едилмяси, кичик вя орта щящярлярин инкишаф етдирилмяси, гярбля – щярг, даьлыгла – дцзянлик яразияр арасындакы дяринляшмякдя давам едян мяскунлашма пропорсийаларын низамламаг тяклифляри щяйята кечирилмишдир.

2.3. Сосиал-мядяни сервисдя риск амилляринин ясасландырылмасы

Turizm fəaliyyəti də biznesin bir növüdür və riskdən ayrılmazdır. Risk-menecment (və ya riskin idarə olunması) turizm sənayesində müəssisənin əlverişsiz vəziyyətlərə tab gətirməsi yollarını təmin edir. Riskin təsnifləşdirilməsi müxtəlif əlamətlər üzrə aparıla bilər:

1. Тəhlükə növünə görə;

2. Fəaliyyət növünə görə;
3. Riskə məruz qalan obyektlərin təbiətinə görə.

Təklükə növünə görə:

1. Texnogen və ya antropogen;
2. Təbii;
3. Qarışıq.

Texnogen risklər insanın təsərrüfat fəaliyyəti ilə bağlıdır: ətraf mühitin çirklənməsi, qəza vəziyyətləri və s. Misal kimi müxtəlif obyektlərə yanğının təsir dərəcəsi ilə bağlı yanğın riski.

Təbii risklər insan fəaliyyəti ilə bağlı deyil. Onlara adətən fəlakətlər aid edilir: zəlzələ, **цел**, tufan, tayfun, ildırım çaxması və s.

Qarışıq risklər-insanın təbiətə təsiri nəticəsində baş verən risklərdir: məsələn sürüşmələr.

Fəaliyyət xarakterinə görə:

1. Sahibkarlıq – istehsalın genişləndirilməsi və gəlirlə bağlıdır. İstehsalda durğunluq nəticəsində gəlirin tam əldə olunmaması, müflisləşmə, əldən buraxılmış gəlir, nəzərə alınmamış xərclər və s. Müqavilə prosesində ticarət qarşılıqlı tərəflərin əlaqələri və maliyyə idarəetmələrində olan riski kommersiya və maliyyə risklərinə aid oluna bilər (müqavilə şərtlərini kontagent tərəfindən yerinə yetirilməməsi, nəzərə alınmamış məhkəmə xərcləri).
2. Peşəkar: öz peşəkar vəzifələrini yerinə yetirilməsi ilə bağlı risk.
3. İnvestisiya riski: gəlir əldə etmək məqsədi ilə investisiya yatırımı zamanı meydana gələn risk məsələn qiymətli kağızların gəlirlilik dərəcəsinin dəyişməsi.
4. Nəqliyyat riski: eyni xarakterə malik olan risk təsərrüfat fəaliyyətinin müxtəlif sahələrində meydana gələ bilər məsələn valyuta məzənnəsinin dəyişməsinə həm investisiya həm kommersiya fəaliyyətində rast gəlinə bilər.

Obyektinə görə:

1. Vətəndaşların sağlamlığı və həyatına zərərin yetirilməsi ilə bağlı risklər.
2. Mülki risklər.

Riskin idarə olunması çox pilləli prosesdir. O mənfi hallarda zərərin azaldılması və ya aradan qaldırılmasına yönəldilir. Zərərin minimallaşdırılması və riskin azaldılması qeyri adekvat anlayışlardır, lakin müxtəlif maliyyə idarə mexanizmləri mövcuddur ki, sığorta riskin ölçüsünə və baş verməsinə təsir etmədən zərərin kompensasiyasını təmin edir.

Ekoloji risk dedikdə ətraf mühitə vurulan ziyana görə vətəndaş məsuliyyətinin meydana gəlməsi nəzərdə tutulur.

İnvestisiya riski investisiya yatırımları zamanı baş verə biləcək uyğunsuzluqlarla bağlıdır.

Sahibkarlıq riskinin daxili və xarici növləri ayrılır.

İstənilən sahibkarlıq fəaliyyətində olduğu kimi uğur risklə müşahidə olunur. Ümumi qəbul olunmuş anlamda risk təhlükə kimi başa düşülür yəni, risk anlamı altında fəaliyyətə zərər yetirə və proqnozlaşdırılması minimum olmayan hadisələr başa düşülür.

Riskin bir çox növləri arasında sahibkarlıq riski xüsusi qeyd edilir, o bir sıra faktorların təsiri nəticəsində meydana çıxır. Onlar ya firmanın təşkilati fəaliyyətində, strategiyasında və ya menecer və ya sahibkarın fəaliyyəti nəticəsində özünü biruzə verə bilər. İstənilən strateji marketinq qərarı özündə risk elementlərini birləşdirir, çünki risk bir başa yeni maliyyə vəsaitlərinin, kadrların, maddi texniki resursların cəlb olunması ilə bağlıdır. Bu və ya digər qərarın qəbul olunmasında buraxılan səhv bütün bu resursların istifadəsində ola bilsin ki, boş istifadəsinə və ya hətta firmanın ləğvinə gətirib çıxara bilər buna görə də riskin proqnozlaşdırılması, optimallaşdırılması və onun aradan qaldırılmasına yönəldilməsi tədbirlər strateji marketinqin ayrılmaz elementləridir

Ancaq risklərin proqnozlaşdırılması heç də ondan “qaçma” deyil. Turizm bazarında rəqabət təbiəti elədir ki riskli qərarların qəbulundan qaçan menecer tur firma üçün təhlükə yaradır, onun durğunluğuna, rəqabət qabiliyyətinin itirilməsinə gətirib çıxardır. Riskin idarə olunması ümumilikdə idarəetmənin və işgüzar

uğurun vacib elementidir. Digər tərəfdən bazar strategiyasında risk amili üzərində qurulması biznesini “ruletka”ya bənzədir.

Turizm sahibkarlıq fəaliyyəti bir sıra risklərlə müşahidə olunur, onların arasında aşağıdakıları ayırd edə bilərik:

- ❖ Marketing riski özünü firmanın, bazarın müəyyən hissəsinin itirilməsində, satış həcmnin və gəlirin dəyişməsində və eləcə də neqativ dəyişmələrin xarici sferaya təsirində.
- ❖ Maliyyə riski valyuta məzənnəsinin aşağı düşməsi və maliyyə krizinin baş vermə ehtimalı. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, maliyyə riski daha mütəhərrik və müxtəlifdir. Maliyyə risklərinə aşağıdakılar aid edilir: faiz, kredit, valyuta, bazar, infilyasiya, ödəmə qabiliyyətinin olmaması, maliyyədən sui istifadə, satılma (likvidлик).
- ❖ İsehsal riski - gözlənilməz hallar üçün biznes planda əks olunmuş xərclərdən cari xərclərin çox olmasında özünü biruzə verir. Belə halların meydana gəlməsi bir başa xarici faktorlarla və ya firmanın təşkilati idarə etmə səviyyəsinin aşağı olması ilə bağlıdır.
- ❖ İnvestisiya riski yatırılmış vəsaitlərin qaytarılması və gəlir gətirməsi riski məsələn, mehmanxana tikintisinə yatırılmış vəsaitlərin riski onun realizasiyasının qeyri-müəyyənliyi ilə bağlıdır və eləcə də texniki siyasi kommersion faktorların təsiri.

Sosial-iqtisadi, qlobal risklər arasında eləcə də tur sahədə ən çox yayılanları sırasına aşağıdakıları daxil edə bilərik:

- ❖ İqtisadi siyasətin dəyişməsi milli sərvətin itirilməsi ölkədə rəqabət qabiliyyətinin aşağı düşməsi investisiya cəlbinin aşağı düşməsi düşməsi adambaşına düşən milli gəlirin azalması infilyasiya səviyyəsinin dəyişməsi.
- ❖ Sosial maddi təminatın aşağı düşməsi, əhalinin ölüm və xəstələnmə səviyyəsinin artması demoqrafik vəziyyətin pisləşməsi əhalinin təhsil səviyyəsinin aşağı düşməsi.

- ❖ Siyasi: ölkənin geosiyasi rolunun dəyişməsi, milli və beynəlxalq konfliktlər qorxusu.

Turizm sahibkarlığında daha çox təkrarlanan və tez bir zamanda əks olunmasını tələb edən risklər əsasən bağlıdır:

- ❖ Firmanın, təşkilatın fəaliyyət göstərdiyi region ölkədə iqtisadi və siyasi vəziyyətin kifayət qədər müəyyən edilmiş olması ilə
- ❖ Ölkədə, regionda stabil siyasi vəziyyətin olmaması
- ❖ Kadr potensialının itkisi ilə
- ❖ Müqavilə öhdəliyinin pozulması və digər səbəblərə görə mümkün zərərin dəyməsi
- ❖ Təşkilatın prestijinin itirilməsi ilə
- ❖ Üçüncü şəxsin cinayət fəaliyyətinə görə gəlirin itirilməsi
- ❖ İstehsal faktorlarının qiymətinin dəyişməsi ilə
- ❖ Xidmət keyfiyyətinin aşağı düşməsi ilə
- ❖ Xarici iqtisadi faktorların dəyişməsi ilə
- ❖ İdarəetmənin itirilməsi ilə

Digər kriteriyalara görə riskin başqa növləri var misal olaraq qanuni riski göstərə bilərik. Bu hüquqi norma icazə verilmiş risk çərçivəsində fəaliyyət göstərən şəxsə dəymiş ziyana görə məsuliyyət daşımaması üçün tətbiq olunur. Riskə o zaman bəraət qazandırılır ki, həyat keçirilmiş fəaliyyət elmi-texniki və təcrübi biliyə uyğun olsun, qarşıya qoyulan məqsədə isə risksiz nail olunması mümkün olmasın, riskə yol verən şəxs isə qanuni qorunan maraqların ziyan çəkməməsi üçün bütün mümkün tədbirləri həyata keçirmiş olsun. Qabaqcadan təhlükə ilə bağlı olduqda bəraət qazanmır. Hüquqi riski bəzən profesional risk də adlandırırlar.

İşgüzar risk professional riskin bir növü kimi nəzərdən keçirilə bilər. O hüquqi dəyişikliklərə səbəb ilə biləcək qiymət, tələb, gəlir səviyyəsi, rəqabət fəaliyyəti, iqtisadi tərəddüdlərə əsaslanır. Belə risk biznesin bütün etaplarında

müvcuddur: məhsulun formalaşmasının layihələşməsində, yeni layihələrin maliyyələşdirilməsində və s.

Təşkilati risk insanların idarə etmə komandasında qarşılıqlı təsirin mürəkkəbliyinə və onların yerinə yetirdiyi vəzifəyə personal və işgüzar xarakteristikaların uyğunluğu durur. Belə riskin üç mənbəyi ayırd edilir:

1. Qərarın qəbulu üçün vaxt çatışmamazlığı.
2. İnformasiya çatışmamazlığı.
3. Vəziyyəti idarəetmə qabiliyyətinin kifayət qədər olmaması .

Adətən biznesdə qərar qəbulu zamanı onun nəticələrinin hər tərəfli qiymətləndirilməsinə vaxt olmur. Turizm sahibkarlıq fəaliyyətində spesefik özünəməxsus risk növləri var, onların üzərində ayrılıqda dayanaq.

Siyasi risk, özündən sonra humanitar fəlakətlər səbəb ola biləcək hərbi konfliktlərə, beynəlxalq gərginliyə və s. əsaslanır. Misal olaraq İsraildə olan vəziyyəti göstərə bilərik. Burada bu ölkənin hakimiyyəti və Fələstin avtonomiyası arasında bir sıra terror hadisələri müşayiət olunan qarşılıqlı müdafiə mövcuddur. Bu istiqamətdə uğurla fəaliyyət göstərən firmalar müştəri itkisi faktı ilə qarşılaşdırırlar.

İqtisadi maliyyə riski: turizm bazarında qiymət əmələgəlmə ilə bağlıdır. İstənilən tur firma aydın və sadə qiymət siyasəti yerinə yetirməlidir, yəni qiymətlərin qoyulması və dəyişdirilməsi ilə qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olunsun. Bütün tur firmalar üçün vahid qiymətdə qoyulmadığından belə növ risklər meydana çıxır.

Bir çox turfirmalar reklam və müqavilələrdə yazırlar ki, avans daxil edib, turu bronlaşdıraraq, müştəri turun tam ödənilməsi haqqında son dəyəri hesab alır. Bu andan tur firma qiymət dəyişməsinə zəmanət verir. Valyuta məzənnəsinin dəyişdiyini halda təşkilat böyük zərər çəkir.

Belə növ riskdən sığortalanaaraq turfirma aşağıdakı növ qiymət dəyişməsinə müəyyən edir: səyahətin müqavilədə qiymət turistin getməsinə 20 gün qalmışdan tez olmayaraq aşağıdakı səbəblərə görə dəyişdirilə bilər.

- ❖ bəzi tur xidmətlərə görə vergilərin və yığımların dəyişməsi.
- ❖ səyahət olacaq ölkədə tur xidmətin qiymətinə təsir göstərən valyuta məznnəsini dəyişməsi.

Bu növ riski minimalaşdırmaq üçün müqavilələrdə dəqiq reqlamentasiya və ya bütün suallar üzrə qiyməti əks etdirən protokollardan istifadə etmək olar.

Maliyyə aspektləri ilə bağlı bir növ riski aşağıdakı misalda nəzərdən keçirə bilərik. Turfirma qəbul edən tərəflə müqavilə bağladıqda tam məbləğin olmadığına görə əvvəlcədən ödəmə edib. Tam məbləğ isə bank ödəmələri kəsildiyinə görə daxil edə bilməyib. Mbləği təcili köçürmək lazım olduğundan tur firma riskə gedərək qabaqcadan ödəmənin nəticələrini nəzərə almadan həyata keçirdi. Verilmiş riski bank-müştəri münasibətlərini nəzərə alaraq əvvəlcədən demək olardı. Burada fors-major (məsələn: əgər orda yanğın olubsa və ya digər üzürlü səbəb) ola bilər.

Təbii risk müxtəlif təbii hadisələrə əsaslanır. Onlar mövsümi xarakter daşıyır yəni onların ehtimalı birbaşa fəsildən asılıdır. Məsələn 2001-ci ilin dekabr və yanvar aylarında Avstriyanın “Bad İshl” qış kurortunda qış az qarlı keçmiş, kəskin temperatur dəyişmələri olmuşdur. Sürüşmək üçün şərait çox riskli idi. Bu çox turistlərin planlaşmış səyahətdən imtina etməsinə gətirib çıxardı. Gəlmiş turistlərə isə menecerlər tərəfindən xüsusi sığortalar təklif olundu, çünki adətən digər sığortalarda bir az fərqli sxem üzrə hesablanır. Lakin buna baxmayaraq firmanın nüfuzu istehlakçılar arasında aşağı düşmüş oldu.

Şəriklə bağlı risk ona əsaslanır ki, turizm-şərik və vasitəçilərin sıx münasibətləri üzərində qurulan biznesdir. Həm də ki, burada uğur ayrı-ayrı bəndlərə yox onların keyfiyyət və qarşılıqlı münasibətlərinə əsaslanır. Təcrübədə çox yayılmış halarda vəzifələrin yerinə yetirilməsinin səbəbkarı kimi tur firmaya müqavilənin hissəsinə və ya tamamilə müəyyən xidmətləri yerinə yetirmək üçün dəvət olunmuş 3-cü şəxs kimi çıxış edir. Əgər müqavilənin yerinə yetirilməsinin səbəbi şərikin üzərinə düşən vəzifələrin yerinə yetirilməsidirsə. Firma o halda məsuliyyətinə cəlb olunur ki, digər səbəb kimi fors major şərait olsun. Əgər şəriklər arasında müqavilə bağlanan zaman bu şərtlər nəzərə alınmazsa, onda belə

müqavilənin bağlanması turfirma şərikin öz vəzifələrini yerinə yetirməsinin məsuliyyətini öz üzərinə götürür.

Belə riskin qismən aradan qaldırılması turfirma ilə digər təşkilatların köməyi ilə bağlı təşkilatların köməyi ilə mümkündür. (bankalar, turistləri qarşılayan təşkilatlar, aviakompaniyalar, sığorta təşkilatları və s.). Məsələn: turisti 4 ulduzlu otel əvəzinə 3 ulduzlu mehmanxanada yerləşdirirlər. Səbəbi isə yerlərin əvvəlcədən bronlaşdırılmadığını, xidmət səviyyələrinin isə eyni olduğunu qeyd edəcəklər. Səyahətdən qayıtdığı zaman turist fərq üçün tu kompensasiyasının ödənməsini tələb edəcək. Lakin bağlanmış müqaviləyə əsasən yerləşdirməni qəbul edən tərəf bu işlə məşğul olur. Buna görə məsuliyyəti qəbul edən tərəf daşıyır. Əgər qəbul edən tərəf öz vəzifəsini fors-majör şəraitində yerinə yetirərsə onda turagent məsuliyyətə cəlb olunmaya bilər. Əgər bu vəziyyətlər müqavilədə nəzərə alınmayıbsa onda turagent turist qarşısında məsuliyyəti öz üzərinə götürür. Fors-majör şəraitinə dair sertifikatın verilməsi məsələsinin baxılması üçün qəbul edilən tərəf müqavilə şərtlərinin yerinə yetirilmə bilməməsinə və müqaviləyə əməl edilməyəcəyini əvvəlcədən xəbər verilməsinin minimum olmasını təsdiq edən sənədlər təqdim etməlidir.

Turistlərlə bağlı risk necə də paradoksal olsa da bu vətəndaşların hüquqi hazırlıq səviyyəsi ilə müəyyən olunur. Bir kateqoriya insan meydana gəlmişdir ki, öz riayət olunmamış hüquqlarını qoruyur. Belə turistlər demək olar ki, eyni metodlardan istifadə edirlər: turun təşkilində hər hansı bir çatışmamazlıq tapmaq və ya yalandan demək sonradan bəyan etmək ki, ona mənəvi zərər vurulub. Məqsəd də birdir: məhkəməyə müraciət edərək məbləğ artırmaq.

Turizm fəaliyyəti xidmət sferasına aid olduğundan “alıcı həmişə düzdür” şüarı burada da hökm sürür. Tur firmada xidmət mədəniyyəti yüksək olduqca bu ifadə reallaşmağa yaxınlaşır. Lakin bu müştəri tərəfindən yerinə yetirilmə biləcək zərər riskini heç də azaltmır. Bu növ riskin böyüklüyü və başvermə ehtimalı aşağıdakılərlə təyin olunur:

- ❖ tur firmanın zərə yetirdiyi müştərinin idia üçün hüquqi əsaslarını olması üçün;

- ❖ müştəri və firma arasındakı müqavilədəki qeyri-müəyyənliklərdən gəlir əldə etmək bacarığı ilə;
- ❖ konfliktə meyillilik.

Aşağıda müştərini firmaya təqdim etdiyi daha çox iddialar göstərilmişdir:

- ❖ istirahət turistin gözlədiyi kimi keçməyib (bu halda tur təşkilində və tur firmanın fəaliyyətində heç bir pozuntu olmayıb);
- ❖ müqvilə şərtlərinin yerinə yetirilməsindən boyun qaçırma.

Axırıncı halda ən çox gəlir “professional müştərilər” əldə edirlər. Bir qayda olaraq onların familiyaları kolleqalar tərəfindən ötürülür, amma yenə də onlardan sığortalamaq mümkün olmur. Məsələn, 3 ulduzlu mehmanxana 5 ulduzlu ilə əvəz olunub. Müqavilədə isə “ müqavilədə müştəri ilə razılaşmadan heç bir dəyişiklik aparmağa icazə verilmir” standart ifadəsi var. Məhkəmə bir mənalı olaraq qərarı müştərinin xeyrinə çıxarır. Əgər bu punkt xidmətin keyfiyyətinin pisləşməsinə səbəb ola biləcək sözləri ilə tamamlansaydı onda iddia üçün əsas qalmazdı. Eyniliklə bunu marşrutların dəyişilməsinə, uçuşun gecikməsinə aid etmək olar.

Xüsusi ədəbiyyatda bu firma ilə müştəri arasında məhkəmə çəkişmələrinə dair bir sıra misallar göstərilmişdir. Məsələn A subyektinin aeroportda tanışları var. Onlardan o öyrənib ki, hansı dəqiq vaxtda uçuş xəttinin təmiri olacaq. Sonra ki gün o hə hansı bir tur firmaya gedərək turpaket əldə edir. Uçuş vaxtı isə təmir vaxtı ilə eyni olur. Müqavilə şərtlərində uçuşun dəqiq vaxtda baş tutması dəqiq vurğulanaraq bu şərtin yerinə yetirilmədiyi halda analoji 2 ЭЮНДЯРИШИН məbləğinin ödəniləcəyini bəyan edir. Məncər də aviakompaniyanın işini yoxlamadan riskə gedərək müqaviləni imzalayır. Təmir dəqiq vaxtda yerinə yetirilir və içuş 2 saat gecikir. Turist rəhbərlikdən arayış alaraq səyahətə yola düşür, qayıtdığı zaman isə arayışı və müqavilənin nüsxəsini turfirmaya təqdim edir. Və 2 ЭЮНДЯРИШИН dəyərində məbləği əldə etmiş olur. Nəticədə tur firma maliyyə cəhətdən ziyan çəkir Bunun üçün müqaviləni tərtib etdikdə çox diqqətli olmalı, turist “ terrorist” lərin alicənablığına etibar etmək lazım deyil (23, сясц.113).

Fors-major şəraitində riskin minimallaşması:

Xarici ticarətin, mülki müqavilənin bağlanması təcrübəsi göstərir ki, şəraiti müqavilələrdə mümkün qədər dəqiq və ətraflı qeyd etmək lazımdır. Müqavilə fors-major qeydlərinin daxil edildiyi halda aşağıdakı məsələlər qeyd olunmalıdır:

1. Vəzifələrin yerinə yetirilməsinin qeyri mümkünlüyü halında tərəflərin məsuliyyətdən azad olunma prinsipini müəyyənləşdirilməsi, fors-major hesab edilə biləcək şəraitlərin tərəflər arasında müəyyən edilməsi. Buna aşağıdakıları müqaviləyə daxil etməklə nail oluna bilər, göstərilən müqaviləyə əsasən tərəf qismən və ya tam şərtləri yerinə yetirmədiyinə görə məsuliyyətdən azad edilir, bu yerinə yetirilməmə qeyri müəyyən şəraitin nəticəsi olaraq meydana gəlmişdir: zəlzələ, yanğın, tayfun, qasırğa, kəskin temperatur dəyişmələri, epidemiyalar, beynəlxalq sanksiyaların qəbul edilməsi ilə əlaqədar cari əməliyyatların dayandırılması, digər hallarda dövlətdən asılı olmayaraq bu və ya digər ölkələrə çıxışın qadağan edilməsi.

Qeyddə mütləq neytral, səriştəli firma müəyyən edilməlidir ki fors-major vəziyyətinin baş verməsi haqqında faktı təsdiq etsin.

2. Fors-major vəziyyətinə fəaliyyəti müddətinin müəyyən edilməsi və müqavilənin bu müddətdə qüvvədə qalması. Bunun müqaviləyə aşağıdakı quruluşu daxil etməklə göstərmək olar: fors-major vəziyyəti baş verdiyi zaman tərəflərin öhdəlikləri yerinə yetirilmə müddəti bu şəraitin və nəticələrin davam etmə müddətinə uyğun uzadılır.

3. Əgər tərəflər tərəfindən müəyyən edilmiş müddətdə fors-major vəziyyət davam edirsə. Tərəflər arasındakı əlaqələrin inkişafını müəyyənləşdirmək lazıma gəlir.

Görüldüyü kimi rıqların çoxunu operativ idarəetmə və firma strategiyasında vaxtında müəyyən edilməklə qarşısı alınır.

ЫЫЫ ФЯСИЛ: ТУРИЗМДЯ СОСИАЛ-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯНЗИМЛЯНМЯСИНИН ТЯКМИЛЛЯШДИРИЛМЯСИ ИСТИГАМЯТЛЯРИ

3.1. Туризмдя сосиал-мядяни хидмятлярин тякмилляшдирилмяси истигамятляри

Республиканын бцтцн яразисиндя туризмдин инкишафы, туризм хидмятляриндяни истифады едянлярин щцгугларынын горунмасы, эцзяштли верэитутманын тятбигиня вя туризм сащясиндя норматив-щцгуги актларын низамланмасына йардым эюстярилмяси, туризм системи ишчиляринин ихтисасларынын артырылмасы цццн курсларын вя семинарларын тяшкили, бейнялхалг туризм мящсулунун чыхарылмасы цццн республиканын турист фирмаларына практики кюмяклик эюстярилмяси, милли туризм хидмяти истещсалчыларынын щцгугларынын мцдафияси, Азярбайжанын бейнялхалг туризм цццн мараглы бир юлкя кими имижинин йцксялдилмяси, йени йарадылмыш АТСИИ-нин гаршысына гойдуу ясас мягсядлярдир. Азярбайжан гядим мядянийят мяркъазидир. Юлкямизин яразисиндя 6 миндян артыг тябият, археолоэийа, мемарлыг вя мядянийят абидяляри ашкар едилмиш вя дювлят тяряфиндяни мцщафизя олунур. Онлардан бир чоху бизим ерадан юнжяйя аиддир. Азярбайжан Республикасы Назирляр Кабинетинин 2 август 2001-жи ил тарихли 132 сайлы гялары иля тясдиг едилмиш юлкямизин яразисиндя олан вя дювлят мцщафизясиня эютцрцлмцщ дашынмаз тарих вя мядянийят абидяляри ящямийятиня эюря дцнйа, юлкя вя йерли дяряжяляря бюлцнцр. Бунлардан 21-и дцнйа ящямийятли мемарлыг, 44-ц ися археолоэьи абидялярдир. Азярбайжан Республикасы иля Бейнялхалг Инкишаф Ассосиасийасы

арасында «Мядяни ирсин мцщафизяси» лайищясинин реаллашдырылмасы цзря мцгавиля имзаланмышдыр. Щямин мцгавиляйя ясаян Ширваншацлар Сарайы (Баки), Мюмцня хатун тцрбяси (Нахчыван), Гоша минаря (Нахчыван, Гарадаьлар кянди), Шяки Хан Сарайы вя диэяр абидялярдя тямир вя бярпа ишляри апарылмышдыр. Харижи игтисади фяалиййятин интенсивляыдирилмяси цчцн мцщцм истигамят республиканын харижи игитсади тяшкилатларда иштиракы, щцгуги вя дцнйа нормаларына уйьун олараг ямякдашлыг цчцн сянядлярин, норматив актларын эенишляндирилмяси нязрядя тутулуб. Туризмин бейнялхалг ахынларынын мцасир шыкилдя формалаымасы вя истигамятлянмяси ашаьыдакы амиллярин фяалиййятиня ясасланыр (9, сящ.157).

1. Планетин артан ящалисинин рекреасийа хидмятиня олан тялябаты.
2. Сосиал-игтисади амил, йяни сосиал-игтисади инкишаф вя сийаси сабитлик сявиййяси. Адам башына иллик эялирляр.
3. Щям тябии, щям дя антропогеник мяныяли ресурс потенциалы.
4. Инфраструктур амил. Йяни туризм сянайесинин мювжудлуьу.
5. Башлыжа турист реэионларына мцнасибятдя юлкянин жюьрафи мювжудлуьу амилли.

Бейнялхалг туризмин башлыжа проблеми олан нисбятян сабит рекреасийа ахынларынын формалаымасы, йухарыда гейд олунан амиллярин бирэя фяалиййятини тяляб едир. Дцнйанын инкишаф етмиш сянайе юлкяляриндя щяйат сявиййясинин йцксялмяси, ишчилярин мязунийят мцддятляринин артмасына, тягацд тяминатынын

йцксялмясиня доьру апарыр. Бу да юз нювбясиндя туризм инкишафына буюцк тясир эюстярир, туризм истещлакчыларынын сайыны артырыр.

Туризм бахымындан бцтцн юлкяляр ики група бюлцнцр:- турист тядарцкчцсц олан дювлятляр, турист гябул едян дювлятляр. Биринжиляря - АБШ, Алманийа, Буюцк Британийа, Белчика, Данимарка вя с. икинжиляря - Франса, АБШ, Испанийа, Италийа, Йунаныстан, Польша, Тцркийя вя с. аид едия бияр. Цмумдцнйа туризм тяшкилатынын экспертляри туризм инкишаф мейилляри иля юлкя игтисадийятынын цмуми вязийяти арасында билаваситя ялагя олдуьуну гейд едирляр.

Юлкямизин туризм мяканы кими танынмасы, иш адамларынын Азярбайжана марагларынын артмасы, дцнйа бирлийи дювлятляринин тясир иля Гарабаь мцщарибясинин сцлщ йолу иля щялл олунмасында мцяййян рол ойнайа бияр. Диэяр тряфдя республикамызда туризм йени инфраструктурунун йарадылмасы просесиня харижи инвесторларын жялб едилмяси юлкядя туризм вя истиращят ожагларынын эенишлянмясиня, йени иш йерляринин ачылмасына, адамларын истиращят вя саэламлыьынын йахшылашмасына имкан йарадар ки, бцтцн бунлар да давамлы инсан инкишафында щялледиж и амиллярдыр. Стратеьи идаряетмя йени методларын истифадясини, ян йахшы тяшкилатчылыьын тятбигини, мцасир информасийа технолоэрийасы, маркетинг вя диэяр тядгигатларын апарылмасы сон 50 ил ярзиндя бейнялхалг туризм бирлийиндя ялдя едилмиш прогрессив наилийятляри тяклиф едир. Стратеьи идаряетмя технолоь и инновасийаларын тятбиги вя истифадяси важибдыр.

Функционалашдырма просесиндя туризм юз йолунда сайсыз-щесабсыз, мцхтялиф чятинликли, мцряккяб вя тез дяйишян проблемлярля цзляшир. Базар мцнасибятляринин фяалийяти шяраитиндя «стратеэийа» вя «стратеэи гярарлар» мцхтялиф мяналарда ишлядилир: срратеэи маркетинг, стратеэи планлашдырма вя стратеэи идаряетмя, стратеэийа тяшкилат, сфера, форманын переспектив инкишаф истигамятлярини мцяййян едян вя гойулмуш мягсядя наил олма цсулларыны мцяййян едян идаряетмя гярарлары системидир. Тяшкилат ону ящатя едян мцщцт чярчивясиндя няйя ися наил олмаг цццн мювэуддур. Фирманын конкрет мягсяди; йахуд програмы адятян мялумдур. Лакин вахт кечдикжя, тяшкилат бой атдыгжа вя онун йени ямтяяляри вя базарлары мейдана чыхдыгжа, програм юз айдынлыьыны итиря бияр. Програмын айдын галиб, рящбярлийин бир щиссясинин мараьындан дцщмяси дя мцмкцндц. Диэяр тяряфдя, програм айдынлыьыны мцщафизя едиб, мцщцтин йени шяраитиня уйьун эялмяйя бияр. Фирманын дальаларын щюкмц иля цздцйцнц щисс едян рябярлик йенидян щядяф ахтарышлары иля мяшьул олмалыдыр. Беля вязиййятдя ящалинин, хцсусия эянжлярин саьлам истиращяти вя онларын туризм хидмятляриндя сямярляи истифадясиня шяраит йарадылмалыдыр. Республиканын мцхтялиф реэионларынын функционал типолоэийаларынын юйрянилмяси турист дястяляринин интенсивлийи вя истигамятляринин мцяййян едилмясиндя буюцк рол ойнайыр. Сащялярэ эюря ящалинин мяшьуллуьунун структурона хцсуси диггят йетирмяк лазымдыр, щансы ки, бу эюстярижиляр ящалинин мцхтялиф сосиал

группларынын туризм хидмятляриня олан тялабатыны юдямякдя буюцк ящямийят кясб едир. Турфирманын стратегийасынын сечиминдя сон вязийят маркетингля ялагядардыр. Мцасир мярщялядя маркетинг тядгигатлары турфирманын коммерсийа фяалийятиндя мцвяфягийятин тяминатыдыр. Азярбайжанда истиращят вя туризм инкишафы цццн ашаьыдакы приоритетляри вя бу сащядя стратеьи фяалийят истигамятлярини зярури щесаб едирик:

Стратеьи идаряетмя йени методларын истифадясини, ян йахшы тяшкилатчылыьын тятбигини, мцасир информасийа технолоэрийасы, маркетинг вя диэяр тядгигатларын апарылмасы сон 50 ил ярзиндя бейнялхалг туризм бирлийиндя ялядя едилмиш прогрессив наилийятляри тьяклиф едир. Стратеьи идаряетмя технолоьи инновасийаларын тятбиги вя истифадяси важибдир. Стратеийанын йарадылмасы вя реаллашдырылмасы фирманын мцасир щяраитдя мювжудлуьунун важиб щяртляриндяндир. Стратеьи планлашдырма фирма чярчивясиндя ишлянилян башга планлашдырманын зяминидир.

Приоритетляр	Стратеьи фяалийят истигамятляри
1. Азярбайжанын стратеьи марагларына жаваб верян туризм системинин формалашдырылмасы.	1. Республикада туризм сащясиндя сащибкарлыг фяалийятинин инкишафына щяраит йарадылмасы.
2. Республикада туризм инкишадя олунмасы системиндя фяалийятин ясас истигамятляринин мцййян едилмяси.	2. Юлкя яразисиндя фяалийят эюстярян истиращят мяркязляри вя туризм объектляринин мцасир тьялябляря уйьун щякилдя йенидян гурулмасы.
3. Юлкядя туризм инкишафы цццн щцгуги, елми, мадди базанын йарадылмасы.	3. Йени туризм вя истиращят щябьякяляринин йарадылмасы цццн йерли вя харижи инвесторларын жялб едилмяси.
4. Республикада туризм системинин пропорционал инкишафынын тямин едилмяси.	4. Республиканын бейнялхалг вя дахили базарда рягабят габилийятини артыра билян туризм

	инфраструктурунун йарадылмасы.
5. Азырбайжанын дцнйада зянэин туризм мяркъязи имижинин формалашдырылмасы истигамятиндя реклам тьяблйатынын эенишляндирилмасы	5. Юлкъядя истиращят вя туризм сачьясиндя мадди базанын йарадылмасы, туризм хидмятляри цзря мцтярягги цсулларын вя стандартларын щазырланмасы вя тятбиг едилмасы.
6. Туризмин бцтцн нювяринин (ишэцзар, щявясляндирижи, елмилисензийалы, этнографик, екотуризм, музей туризми вя с.) дирчялдилмасы	6. Республикада тарихи-мядяни ирсин, ятраф мцщитин горунмасы мясяляляринин щялл едилмасы вя сосиал туризмин дирчялдилмасы.
	7. Юлкъянин мцвафиг яразиляриндя туризм зоналарынын инкишафына щяраит йарадылмасы, бизнесля мяшьул олан туристлярин республикайа жялб едилмасы иля ишэцзар туризмин эенишляндирилмасы.
	8. Республикада фяал мялумат-реклам банкынын йарадылмасы вя онун бейнялхалг туризм мялумат банкына дахил едилмасы.
	9. Юлкъянин истиращят мяркъязинин вя туризм щябьякъасы щяггында интернетдя ващид мялумат статистика хидмятинин йарадылмасы

Беляликля, республикамызда турист щярякятляринин перспектив инкишафы хцсусиля Абшеронда мяскунлашма просесиня ящямиййятли тясир эюстяряжяк. Вахтиля инкишаф етмиш сянайе комплекси олан Азырбайжан кими юлкъялярдя вятяндашларын щяйат фяалиийятинин тямин олунмасы цчцн рекрасийа проблемляриня хцсуси диггят йетирмяк лазымдыр, щансы ки, ятраф мцщитин еколоъи таразлыынын стабилляшдирилмасы проблеми мяскунлашманын реэионал яасларынын мцнасибятляриня, ящалинин истиращятиня, сосиал-игтисади потенциалына яасланыр. ЦТТ-нин экспертляринин прогнозуна эюря дцнйа туризм сянайеси сьяащятляр вя экскурсийаларын щяжминин даими эенишлянмасы, гябулу иля мяыгул олан юлкъяляр арасында рягабятин артмасы дюрцня гядям гойур. Юлкъямиздя фяалиийят эюстярян туризм мцяссисяляри щям элкъямизя сьяяр едян харижи туристлярин, щям дя

юлкямиздян харижя эедян туристлярин сайынын артымына ящямийятли дряжядя тясир эюстярирляр. Бу мцяссисяляр харижи юлкялярин туризм мцяссисяляри иля ялагяляр йаратмагла туристлярин мцхтялиф нювлц тлябатларыны юдяйряк, хидмят эюстярмякля туризм инкишафынын ясас элементи олан рягабят мцщити йарадырлыр. Сон дюврлярдя “Шящяр-рекрасийа” концепсийасы мцяллифи тьярфиндян МДБ-йя дахил олан юлкяляр цчцн арид яразиярин шяртлярия уйьун “урберекрасион” комплексин фяалийятинин щипотези ишлянибщазырланмышдыр. Бу концепсийа ясасланараг рекрасион системин инкишафы хцсусийятляри вя системляриндя мяскунлашма сывийяси шящярлярин социал-игтисади инкишафы програмларында мцхтялиф иерархик сывийяляри мцяйян едир. Юзляринин структурларында вя юлчцляриндя тамамия фярглянян йерляшмянин груп системляри, онларла адекват олан рекрасион системляр реэионал мяскунлашманын ващид элементляридир. Щяр щансы бир тядгиг едилян районун йерляшдирмя тьяркибиня вя рекрасион системиня юлчцляри иля фярглянян шящярляр, шящяр типли гясябяляр, яняняви истиращят мяркъязляри, вятяндашларын мцалижяси вя с. амилляр дахил олуру. Перспективля йерляшдирмя вя рекрасийанын бюлцнмцщ системляри эенишлянмя, ихтисаслашмагла юйрянилян район чярчивясиндя интеграл эюстярижиляр, группларарасы хцсусийятляр характеризя олунмагла эениш яразиярин инкишафы кими тьяшкил олунур (14, сящ.70).

Бейнялхалг туризмдин йахын иллярды бейнялхалг хидмятляр сийащысында даща йцксяк йертутмасы эюзлянилик. 2020- жи илдя ися бу рягям 1,6 миллиард няфря, туриздян эялян эялик ися 2 трильон доллара гядяр артажаг.

Бейнялхалг туризмдин йухарыдакы формада инкишафы, мящсуллара вя хидмятля олан тялябатын артмасына, бу да юз нувбясиндя онун сатыы гиймятляринин йцксялмясиня сябяб олур. Бунун нятижясиндя газанылан эялик турист мцяссисяляри сацибляринин жибиня ахыр, гиймятлярин артмасы ися йерли ящалинин щяйат сявиййясинин писляымясиня сябяб олур. Юлкядя туризмдин инкишаф етдирлмяси, харижи туристлярин гябулунун артмасы, йерли инфраструктурунун – су, електрик енеръиси, канализасийа, зибилдин йыьылмасы, йол, няглийят, рабитя тящлцкясизлик хидмяти ишинин ялавя йцклялмясиня сябяб олур. Бунунла ялагядар аэропортларын, ваьзалларын, дяниз вя чай лиманларынын, йолларын вя с. тикинтиси, тямири вя модернлящдирлмяси зярурилиийи мейдана чыхыр. Бунун цццнся ири щяжмли вясаитлярин йатырылмасы лазымдыр. Туризм сянайесини инкишаф етдирян юлкялярды бу бир гайда олараг харижи инвестисийаларын щесабына едилер. Турист фяалийятинин лисензийалашдырылмасы, стандартлащдырылмасы вя сертификатлащдырылмасы мцщцм ящямийят кясб едир.

Ирялиляйищ даща чох истещлакчыларын истякляринин, арзуларынын йарадылмасы, сахланылмасы вя артырылмасында ефектликдир. Цстцнлцквермя иля сых ялагядя олан диэяр мягсяд, истещлакчынын щяр щансы маркайа (ширкятя) даща чох цстцнлцк вермясидир.

Туризм мящсулунун ирjaliляйишинин мягсяди 3 истигамятя бюлцня биляр:

- Базарын йайылмасы. Мювжуд базардан мцштярилярин бюйцк мигдарыны йайындырмаг, йени хидмят вя маршрутурларын дахил едилмяси, бюйцк эялир эятирян турларын (узунмцддятли сйащятляр, бащалы сервис) хцсуси рекламы, кредитля сйащятин рекламы.
- Тялябин бюлцшдцрцлмяси. Гаршылыглы тясир мювсцмляриндя гиймятлярин тяряддцд етмяси, хцсуси категорийалы мцштярилярин жялб едилмяси (юдямьяк цчцн щазыр олан йцксяк эялирли мцштяриляр цчцн, узун мцддятли мцштяриляр вя ушаглы аиляляр цчцн вя с.).
- Сатышын еффeктивлийинин йцксялмяси. Комплекс вя груп турлары васитяси иля бир мящсула чякилян хяржлярин азалдылмасы вя мяркязлящдирилмищ бронлащдырма системиндян истифадя едилмяси. Маршрутур вя хидмятдян асылы олараг ирjaliляйищ цчцн ялавя критерийалары эюзлянилян эялиря, гиймятин сывиййясиня эюря, рягабятин интенсивлийиня вя йа базарын диэяр ящямиййятсиз базарлардан вя базар сегментиндян асылылыыыны азалтмаг цчцн тяхрибатчылыгдан истифадя етмяк зяруридир (12, сящ.189).

Мящсулун ирjaliляйишинин мцяййян едилмищ мягсядлярини - планлащдырма просесинин гярарверижини щиссясидир. Яэяр мягсяд бяллидирся, рационал гярарлар гябул едилмяси мцмкцндцр. Бу инкищафын малиййя фяалиййяти гярарлары вя ирjaliляйищ методларынын

сечилмясиндя вя мягсядли группун сечимндя дя бярабяр щцгцглудурлар. Юз тяшкилиня эюря туризмин эениш фяалийят спектриня маликдир.

Туризм инфраструктурунун мцасир сывийясинин тящлили эюстярир ки, республикада онун инкишафы щеч дя гянаятбяхы дейил. Базар мцнасибятляри шяраитиндя туризмин инкишафына наил олмаг цццн мцвафиг комплекс тядбирляр системи ишлянмялидир. Туризм инфраструктурунун инкишафынын тянзимлянмяси цццн ашаьыдакы тядбирлярин щяйата кечирилмяси мягсядяуьундур:

- Бцджя вьсаитляриндя истифадя едилмяси истигамятиндя туризм секторунун мцстягиллийинин артырылмасы;

- дювлят бцджясиндя туризм сярф олунажаг хяржлярин учотунун щазырланмасы, бунун цццн мцвафиг щцгуги базанын йарадылмасы;

- туризмин малийяляыдирилмясиндя дювлят вя коммерсийа структурларынын марагларыны артырмаг цццн эениш вя ящатяли стимуллаыдырма системинин тятбиг олунмасы;

- дювлятин туризм секторунун инкишафы цццн али тящсил мцяссисяляриндя кадрб щазырлыьыны истигамятлярини ямя базарынын тялябатына уьунлаыдырмаг цццн мяшьулла фонду няздиндя хцсуси туризм маркетинги бюлмясинин йарадылмасы;

- туризм вя социал-мядяни сервис хидмятляринин фяалийятини реал гиймятляндирмяк цццн хидмятин

кейфийятиня вя мящсулдарлыына ясасланан мейарларын мцяййян едилмяси;

- туризм хидмяти эюстярян мцяссисялярин малийяляыдирилмяси;

- туризм вя сосиалмядяни сервис хидмятляринин комплекс тящлили.

Туризмдин Азярбайжанда инкишафыны тянзимлямяк цццн нефт эялирляриндян айырмалар йолу иля кянд тясярцфаты хидмят сферасы вя щямчининрифащ проблемляринин дайаныглы щялли йолларыны ясасландырмаг вя щяйата кечирмяк важибдир. Туризм сферасы мцлкийят мцнасибятляринин тякмиллящдирилмяси иля баьлы олуб, даща чох юзял секторун щесабына инкишаф етмялидир. Мцлкийят формасынын туризм дюврийясиндя ролу истещсал бюлэц вя истещлакля йанаыы харижи юлкяряля ихражат етмякля мящсул истещсалыны артырмаг вязифяси дуруп (24, сящ112).

3.2. Туризмдя сосиал прогнозларын игтисади артым вя ислащатларын сямрясинин нятижяляриня тясири

Туризмдин тясяррцфат обьекти олараг стратеьи мягсяди али мягсяд олса да онун реаллаымасынын конкрет йоллары локал мейарларла щялл олунур. Туризмдя бялядийя идарячилийинин йолу, онун мцлкийяти вя щямчинин дашынмаз ямлакынын торпаг вя тябии ресурсларын игтисади дюврийяйя жялб едилмяси йолу иля яразидя туризм инкишаф сийасятини тятбиг етмяк лазымдыр. Турист хидмятлярин мцвафиг сывийясинин тямин олунмасы кими лисензийалаыдырма, стандартлаыдырма вя

сертификатлаыдырма щяр бир дювлятин мцвафиг ганунверижилийи иля щяята кечирилир. Габагжыл тяжрцбянин юлкямизин туризм секторунда тятбиги нятижясиндя ялдя едилян сосиал-игтисади нятижяляри цмуми шякилдя ашаьыдакы кими группаыдырмаг олар:

1. Туризмин инкишафы ящалинин мяыгуллуьуну тямин едир вя йерли фирмалары дясдякляйян эялир эятирир. Туризмин инкишафы цццн зярури олан мцряккяб инфраструктур, бир сыра диэяр сянайе сащяляринин игтисади артымына кюмяк едир. Туризмля тямасда олмагла ящалинин дцнйа эюрнцыц, тящсил вя мядяни цфцглярини эенишлянир, юзцнц дяйярляндирмя артыр. Эялирляр артдыгжа щяят сявиййяси йцксялир.

2. Ящалинин юз мядяни ирсиня мараьы артыр. Турист фирмалары тяряфиндян тяшкил вя спонсорлуг едилян филантропийа програмлары, мядяни вя тящсил мцбадиляляри нятижясиндя ялдя едилянсосиал мянфяят.

3. Игтисади жящятдян зяиф инкишаф етмиш реэионларда ятраф мцщитин мцщафизяси мясяляляри щялл едилир. Инкишаф етмиш реэионларда торпагларын истиращят зонасы цццн айрылмасы, тикинтинин сыхлыьыны азалдыр. Туризмин инкишафындан ялдя едилян мянфяятляр сырасында йох олмаг цзря олан битки вя щейванларын горунмасы, ландыафта мядяниййятя, тарихя гайьылыг мцнасибяти эюстярмяк олар ки, бцтцн бунлар турист мянтягясиня бирбаша, йахуд долайы тясир эюстярир.

Йарадылажаг туризм комплекси хидмят хяржлярини азалтмаг, мцасир, кейфиййятли хидмяти туристляря даща ужуз чатдырмагла капитал гойулуьунун сямярялилийини

артырмагла малийя вя игтисади эюстариъиллярини йахыылаыдырмыы олар. Инсанларын физики вя мянвяи гцввялярин бярпасы, истиращят вя туризм инсан инкишафвы цчцн важиб амиллярдяндир. Туризм юлкянин сосиал-игтисади инкишафында вя бейнялхалг ямякдашлыбын эенишляндирилмясиндя мцщцм ящямийят кясб едир. Туризм секторунун сямярляилийинин гиймятляндирилмяси чох вахт бу сащянин тясяррцфат фяалийятинин эяляжяк нятижяляри шаггында щесабат верлирир. Туризм дюврийясинин сцряти чох щалларда туризмин мювсцмлцлццндян асылы олур. Лакин эялмя туризм щяля дя гянаятбяхш сывийядя инкишаф етмяйиб. Бу сябябдян индики щяраитдя хариждян юлкямизя эялянлярин сайына эюря Азярбайжан дцнйада ян ашаъы йерлярдян бирини тутур вя эялмя туризм базарынын 0,007%-ни тяскил едир (17, сящ.78).

Йарадылажаг туризм комплекси хидмят хяржлярини азалтмаг, мцасир, кейфийятли хидмяти туристляря даща ужуз чатдырмагла капитал гойулуыунун сямярляилийини артырмагла малийя вя игтисади эюстариъиллярини йахыылаыдырмыы олар. Дцнйанын бир сыра юлкяляриндя туризм – юлкянин тарихи вя мяданийяти онун мянвяи вя дини дяйярляри иля таныылыг цчцн бюйцк имканлара малик систем кими инкишаф едир. Экскурсийаларын бу ролуну нязря алараг онун мягсяд вя вязифялярини бу жцр группаыдырылмасы мягсядяуйьун сайылыр. Бунларын Ян башлыжасыекскурсийаларын туризмдя ойнадыьы ролла вя тятбиги ящямийят кясб етмясиля баьлыдыр. Туризмин гарыысына гойулан мягсядляр ашаъыдакылардыр.

1. Мцхтялиф йаы категорийаларындан олан адамларда жялдлик, чевиклик, йцксаяк физики, иради кейфийятлар аыыламаг.

2. Адамларда, хцсусян йенийетмя вя эянжлярдя дьома дийара мящябят тярбийя етмяк, онун щцдудларынын горунмасы цццн эцжлц вятянпярварлик щиссяляри тярбийя етмяк.

3. Тябияти севмяк, ону мцщафизя етмяк, тарихи мяданийят инжилляри олан архитектура абидялярини горумаьа тярбийя етмяк вя с.

Туризм мцяссися вя тяшкилатларында маркетинг - гаршыларына конкрет мягсяд гоьан мцййян груп инсанларын тялябатларынын юдянилмяси мягсядила мцййян ямтяя вя хидмятлярин истецсалы вя сатыыы иля баьлы гябул едилмиш гярарларын планлаьдырылмасы вя ижрасыны щйята кечирян идаряетмя фяалийятидир.

Жядвял 2. Прогнозлащдырманьн типик методлары.

Метод	Мцййян етмя	Форма вя диапазон	Игтисади нцмуня	Цстцнлцкляри вя проблемляри
1	2	3	4	5
Прогнозлащдырманан кямийят методлары	Рийази вя статистик методларын кюмяйиля эяляжйи кющня верилянляр ясасында гиймятляндирилмяси	Гьса вя орта мцддятли		Эяляжяк цццн кямийятли мялуматларын алынмасы. Кющня мялуматлара истинадяк проблемлярин эцжлц структурлащмасы лазымдыр.
Екстропольасийа	Бир сыра мцвяггяти верилмищлярин эяляжяк цццн проексийасы	Гьса сцрятли (мцддятли)	Мцййян вахт мцддятиндя тялябин вя эялирин артымы	Мясряфлярин аз олмасы вя верилянлярин тез алынмасы трендин гяти дяйищмяси. Еркян ащкарлыьын потенсиалынын ашаьы олмасы.

Регсесион тяцлил	Истигамяти мцяй-йянляшдирмя в асылы олан в олмайан дяйишя ялагяляр арасында эцж методу	Сады, чох факторлу регрессийадыр. Игтисади моделляр. Гыса мцддятли	Реклама в гиймят мцхтялиф хяржлярин (асылы олмайан дяйишяляр) базар пайында гиймят-ляндирилмяси. (асылы дяйишя)	Кичик хяржляр асылы олмайан дяйишялярин гаршылыгы асылылыы
Прогнозлашдырманын кейфийятли методлары	Инсанын билик в интуисийаларынын кюмяйи иля эяляжяйин шифащи формалашмасынын гиймятляндцнйа игтисадиийатырилмяси. Экспертлярин гиймятляндирилмяси гайдасы иля	Орта мцддятдан узун мцддят гядяр		Пис структурлашдырылан комплексли проблемляр ярашыр. Вериялярин рягямля ифадясиня ещтийаж йохдур. Обйективлийинин в етибарлыын мяцдудлуу
Делфи методу	Экспертлярин сорьу суал формасы в онларын аноим жавабларынын бир нечя турлар ярзиндя йыылымасы. Нятижялярля таныш олдуьдан сонра марагландырылан просесин груп гиймятляндирилмяси апарылыр	Узун мцддятли	Тяляб мцхтялиф юлчцлярдя тясир едижи амиллярдя мяс: ижтимаийятин давраныш нормаларынын дяйишмяси	Инандырыжы (яйани) нятижяляр экспертляри марагландырылан проблемляр жялб едир. Иштиракчыларын анонимлийи. Методун гейри еластиклийи. Мцщафизякар гиймятляндирмя тенденсийасында йцксяк тялябин олмасы.
Сценари	Мцяссисяя тясир едян амилляр инкишафы в эяляжяк вязийяти щаггында яввялжядя хяяр вермяк в мцмкцн олан фяалийятин мцяйянляшдирилмяси	Узун мцддятли	Тядгигатын типийяляжяк коммуникасийа техникасы эяляжяк туризм базары	Комплексли проблемляр ярайыр. Мяс.йени мяцсулун эенерасийасы идеясы в стратеи структурлашма субйективлик гиймятляндирмянин пайынын чох олмасы, просесин йохланылымасынын чятинлийи.

Бренсторминг методунун мацийяти ашаьыдакылардан ибарятдир.

1. Щяр мемар мцзакиря етмяк цццн ейни сывиййядя 15 менежери команда кими йыыыр.
2. Баш менежер экспертизайа ещтийажы олан ситуасийаны баша салыр, мяс. Фирманын сатыш щяжминин артмасы. Йыыылмыш менежерляр командасы гойулмуш проблем щяггында юз фикирлярини суйляйирляр.
3. Диэяр менежер йени бир команда йыыыр ки, онлар 1 команда тьяклиф етдийи фикирляри гиймятляндирир, юз щцбщялярини вя тьяклифлярини чатдырырлар.

Гордонун методуна эюря бейин щцжуму иштиракчылары гаршысына конкрет мясяляни гоймаг олмаз. Мяс. «Бизим фирманын хидмятляринин сатыш щяжмини артырмаг цццн ня етмяк лазымдыр?» йалныз проблемин цмуми тьярфини эютцрмяк лазымдыр. Бизим мисалда буну беля формалашдырмаг олар: «Яввялжядян вя инди щансы йоллардан истифадя етмякля фирманын хидмятляринин сатышыны артырмаг олар?» бу проблеми мцзакиря едян эксперт – ихтисасчылар конкрет мясяляйя конкрет нятижяляр едирляр.

Группа мцзакиря методу бейин щцжуму методунун бир щиссясидир ки, бурада иштиракчылар проблем щяггында йа аз, йа да щеч бир мялуматы олмайанлардыр. Группа мцзакирядя истяйян щяр кяс иштирак едя бияр. Беля дискусийада йени, даща мараглы, стандарт олмадан оригинал фикирляр йарана бияр. Вахт кечяндян сонра ихтисасчылар тьяклифляри йохлайырлар, бахырлар вя онлардан щансынын реаллашма имканынын оланыны сечирляр. Тьяклиф олунан идеяларын 90%-нин ихтисадчылар тьярфиндян рядд едилмяси нормал сайылыр.

Маркетинг бцтцн мцяссисяляринин фяалийятиндя мцщцм рол ойнайыр, бахмайараг ки, онлар мянфяят ялдя етмяк мягсядиля турист мящсулу вя хидмятляринин истещсалчылары, курортлар, гейри-комерсийа тящсил ыюбьяридирляр. Туризмдя маркетинг тядбирляринин апарылмасынын важиблийи ашаьыдакы кими тьяин олунур:

- туризм вя сосиал-мядяни сервис хидмятляриндя реклам хидмятляринин тяшкили;
- мцяссисяляр арасында азад рягабятин мювжудлуьу;
- истещлакчылар цццн мцхтялиф истещсалчыларын аналоьи мящсул вя хидмятляринин сечими имканынын олмасы;
- истещлакчыларын диэяр мювжуд ямтяя вя хидмятляр барядя мялуматы олмасы;
- юлчцля билян ифадялярдя мцяссисялярин мягсядляринин ифадя олунмасы.

Маркетинг мягсядлярин гойулмасы вя онун сямьярили фяалийятинин тямин олунмасы истигамятиндя нязарятин апарылмасы иля мцяссися дахилиндя низам-интизамы мцяййян едир. Туризмдя маркетингин спесифик хцсусийяти турист мящсулунун цстцн вя фяргли хцсусийятляри иля мцяййян олунур.

Экскурсийаларын тяшкилиндя нязардя тутулан ясас вязифяляри ашаьыдакы кими груплаьдырмаг олар:

1. Экскурсийаларын тяшкили васитясиля юлкяйя турист ахынларынын эцжляндирилмяси.
2. Бу саядя фяалийят эюстярян фирмаларын илкин малиййя мянбьяляринин йарадылмасы.
3. Юлкядян харижи юлкяляря саящят едян туристлярин милли туризмля мараяынын артырылмасы.

4. Туристляря юлкянин мювжуд рекреасион турист потенциалынын нцмайиш етдирилмяси.

Гейд етмяк лазымдыр ки, экскурсийалар кортябии характер дашымайыб мцяййян гайдалара, тялиматлара ясаян тяшкил едилир. Цмумийятля обьектлярин щарада йерляымясиндян асылы олараг йахын вя узаг экскурсийалар мювжуддур.

Йахын экскурсийалар билаваситя маршрутлар ясасында тяшкил едилир ки, бу да экскурсийаларын даща мараглы олмасына вахтдан сямряли истифадя олунмасына вя с. сябяб олур. Маршрутлар планлаыдырылан заман бир-бириня йахын йерляыян обьектляр сечилир. Мясялян, Багы шящяриндян Азярбайжанын курорт вя рекреасийа жящятдян зянэин олан Шяки-Загатала игтисади-жюьрафи реэионуна турист маршрутлары тяртиб едиляркян башланьыж Багы шящяри олмагла Багы-Шяки-Мархал-Илису, Багы-Гябля-Шяки-Мархал, Багы-Шяки-Балакянд кими маршрутлары ялверишли сайыла биляр. Цмумийятля экскурсийалар тяшкил едиляркян онун кечириляжяк маршрутларынын цч ясас жящятиня диггят йетирилмялидир.

1. Физики-жюьрафи вя игтисади характеристикасы: марырут цзря ятрафын иглими, релйефи, биткиси, щейванлар алями, файдалы газынтылары, сянайе вя кянд тясяррцфатынын инкишафы няглийят васитяляри щаггында;

2. Дийарщцнаслыг характеристикасы: халгымызын тарихи, архитектур абидяляри мядяниййяти вя диэяр тарихи йерляри вя с. щаггында;

3. Юлкянин рекреасион потенциалы, туризм имканлары щаггында.

Экскурсийалар тяшкил едилян заман туристлярин тящликясизлийинин горунмасы важиб сайылыр. Буна эюрю дя бу щалларын баш вермясиня гаршы тядбирлярин яввялжядян щазырланмасы мцвафиг тящлцкясизлик, идаряетмя, хиласетмя ишляринин тяшкил едилмяси вя фяалийятинин тяшкили вя сыьорта хидмятляринин функсийалашдырылмасы зяруридир. Туризм сащясиндя эюстярилян хидмятлярин бир групу туризм экскурсийа хидмятляри адланыр. Туримт экскурсийа хидмяти – сяйащят заманы даими йаыайыы йерляриндя кянарда олан турист вя экскурсийачылара мцхтялиф хидмятляринин эюстярилмясидир.

Бцтцн бунлар Азярбайжана йахын иллярдя бейнялхалг туризм базарына дахил олмасына буюцк цмидляр верир:

1) Турист турфирмайа туризм йоллайышына эюрю пул юдяйир.

2) Турфирма туристя турист йоллайышыны тягдим едир.

3) Туризм йоллайышыны туризм мящсулуна дяйишир.

4) Туризм мящсулунун реаллашдырылмасы просесиндя турист туризм мящсулунун алынмасына чякилян хяржлярдя разы галыр.

5) Туризм фирмасы туризм базарынын инкишафына эюрю инвестисийа истещсал едир.

6) Туризм фирмасы туризм мящсулунун йени нювярини ялдя едир.

7) Туризм фирмасы бцджяйя верэилляри вя мцхтялиф йыьымлары юдяйир.

Туризм инкишафында буюцк ящямийятя малик олан няглийат системинин инкишафы заманы

ашаыдакы амилляр нязря алынмагла, тядбирляр програмы щяйата кечирилмялидир:

1. Бцтцн тядбирлярин щяйата кечирилмяси ццн дювлят бцджясиндян инвестисийаларын айрылмасы важибдир. Няглийятда инвестисийаларын малийяляыдирилмясинин ясас щиссясини дювлят юз цзяриня эютцрмялидир.

2. Няглийятдан истифадя едилмясиндя Няглийят Назирлийи щящярдахили сярнишин дашынмасына жидди нязрят етмялидир.

3. Бакыда вя республиканын диэяр мяркъязляриндя ютцрмя мянтыгяляри гурулмалы, бунунла да транзит йцкляри, юлкя дахилиндя туристлярин йола салынмасы ццн ялверишли щяраит йарадылмалыдыр.

4. Няглийят инфраструктурунн йарадылмасы просеси гыса бир мцддядтя щялл едилмялидир

5. Лиманларын (эями) сайы артырылмалыдыр. Лиманларын эенишляндирилмяси иля йанаыы Лянкяран, Сумгайыт вя Набранда лиманлар гурулмалыдыр.

6. Реэионларда мцасир типли щава лиманлары инша едилмялидир.

Туризмин ярази тяшкили заманы бу яразийя ашаыдакылар аид олмалыдыр:

- бир вя йа бир нечя уникал тябии мцалижяви сярвятляря малик олмалыдыр;

- бу сярвятлярин лазыми ещтийатына малик олмалыдыр;

- курорт тикинтиси ццн кифайят вя мцнасиб сащяйя малик олмалыдыр;

- еколоъи вя санитар-эпидемиолоъи нормалара уйьун эялмялидир;

- диэяр техники тяжщизат мянбяляриня малик олмалыдыр.

Туризмдин потенциалы иктисади потенциалын туризм мягсяди иля истифадя едилмяси сывийясиндя хейли асылыдыр. Бу ялагялярин оптимал фяалийят програмы мягсядли програм вя ресурс програмлары иля реаллаымалыдыр.

Turizmдин yalныz iqtisadi hadisя kimi deyil, hям дя sosial, мядяни, ekoloji вя siyasi hadisя kimi тязашцр edir вя юлкя imicini тьшkil едяп бцтцн амилляр onun дцнүя базарында formalашмасы, нярякяти вя позитив инкишафы заманы нязяря алынмасы зягүридир. Яsas фяалийят бир сыра қаршылықы ялақяли мярһялярдян ibарятдир:

- юлкянин turizm potensialынын қияматляндирилмяси;
- onun гццц вя зяиф сывиуясинин мцяйуяпяшдирилмяси;
- мягсядли turist qrupлары мювқеуиндя юлкянин мювжуд turizm imicinin яsasландынлмасы;
- юлкянин imicinin effektiv инкишафы вя нярякяти istiqамятляпинин hazыrlanмасы.

Юлкянин turizm imicinin formalашдырылмасында вя позитив инкишафында яsas roлу ашаыда sadаланан marketing тядбирляр тьшkil едир:

- юлкядя informasiya-reklam вьсайтляпинин baza pakетинин, щямчинин vahid turizm тьqvиминин hazыrlanмасы вя дярс edilmяси;
- beynяlxalq turizm сьргиляпиндя vahid milli stендя иштirак etмьси;
- хариси юлкялярдя milli reklam-informасыя щьбьякьсинин, туризм мяркязляпинин yarадылмасы, хариси кцтляви

informasiya vasityalyapında reklam və təbliğat kompaniyalarının aparılması;

- xarici kətləvi informasiya vasityalyapının turizm fərmə və təşkilatlarının nəməyəndəlyarının yolkəyə tanışlyq məqsədli səyahətləyapinin təşkil edilməsi;
- yolkə cəzə turistləyapin yerləşdirmə vasityalyapı, turizm sənayesi məssisəlyari, turlar və marşrutlar haqqında məlumat, informasiya banklarının yaradılması;
- yolkənin turizm imkanları şagğında informasiyalarını uayılması və genişlədirilməsi cəcn internet xidmətləyapindən əniş istifadə olunması.

Turizm məssisə və təşkilatlarında mərketing - gərşylarına konkret məgsəd gəyan məyiyən gup insanlarını təlyabatlarının yənyilməsi məgsədiyə məyiyən yəmə və xidmətləyapin istəşsalı və sətəşy ilə bəly gəbul edilmiş gərarlarını planlaşdırılməsi və işrəsəny şyəətə kəçirən idarəetmə fəyaliiyətidir.

Mərketing bətcəcn məssisəlyarının fəyaliiyətində məşşmə rol oйнайыр, bəxməyarağ ki, onlar mənfəyət yədiyə etməк məgsədiyə turist məşşулу və xidmətləyapinin istəşсалчылары, курортлар, гeyри-комерсийа təşsil şyöbəlyarидирляр. Turizmдə mərketing tədbirləyapinin aparılməsənyн vəжиблийи ашаыдакы кими təyin олунур:

- turizm və sosial-мядяни сервис хидmətləyapində reklam хидmətləyapinin təşкили;
- məssisəlyar арасында азад ryəгəyтин мювжудлуу;
- истəşслакчылар cəcn məхтəyliф истəşсалчыларын аналогыи məşсул və хидmətləyapinin сечими imkanынын олмəsi;

- истещлакчыларын диэяр мювжуд ямтяя вя хидмятляр барядя мялуматы олмасы;
- юлчцля билян ифадялярдя мцяссисялярин мягсядляринин ифадя олунмасы.

Юлкядя иqtисадиууатын инкишафынын яsas meуиллягинин тядқиқи яsасында ашаьыдакы тядбирлягин һяyata кечигилмяси мягсядяууьун hesab edilir:

- иqtисадиууатын qeyri-neft sektorunun сьратли инкишафыны тямин етмяк мягсядиля stimullaшдырма системинин yarадылмасы, инфраструктур sahялягинин инкишаф етдирилмяси;

- хариси investisiyalarını юлкянин регионларына daha мцтяшяккил шякилдя сьlb edilмяси мягсядиля регионlarda istehsal вя sosial infrastrukturun, һямчинин гцзяштяр системинин тькмиляшдирилмяси;

- Азярбайсан Respublikасынын malik olduьу мцтяр вя мцqауисяли цстцнлцклягин мцяууянляшдирилмяси вя бу истиqамятляр цзря ихтисаслашдырманын дьринляшдирилмяси;

- хидмятляр balansы цзря valyuta гьлирлягини артырмаг мягсядиля юлкядя turizm, няqliууат, тикinti, сььорта, рабитя вя s. sahялягин инкишафына дьвлят тьряфиндян бирбаша вя ya dolayысы иля yardым гюстярилмяси;

- ихрас qabiliууятли мяhsul istehsal едян sahялягин мюvcud potensialындан tam вя сямьряли istifады edilмяси hesabына ихрасын артырылмасы;

- qabaqсыл texnologiyalara яsaslanан гьqабятqabiliууятли sahялягин инкишафына диqqятин артырылмасы вя onларын bazасында elmtutumlu мяhsul istehsalына цстцнлцк verilмяси.

Yeni мядяни-turizm маршрутларынын yarадылмасы чьгчивьсиндя layиһялягин hazыrlanmасы цзря ишляг апарылмышдыр.

Turizm sahясиндя чалышан кадрларын маарифляндирилмясиня вя туризмин мцхтялиф нювлягинин инкишафына тьякан верясак «Aзярбайсан Respublikасында 2008-2016-сы илляр цццн Turizm инкишафына даир Дювлят Proqramы»нын лауиһяси hazыrlanмыш вя мцvафиq дювлят orqanларына тьяqдим edilмишдир.

Дювлят Proqramынын яsas мяqsяди “Turizm haqqында” Qanunda, habelя дигяр мцvафиq normativ-һцquqi aktlarda нязярдя tutulmuş мцddяalara uyьun olaraq turizm sahясиндя дювлят сиуясятинин һяyata кечирилмясини, юкянин sosial-иqtисadi инкишафыны тямин едян vasитялярдян бири кими turizm сярвятляриндян сямяряли istifадя olunмасыны, turizm юкя иqtисadiууатынын юнсцл истиqамяти кими танынмасы вя бу sahянин сямярялилийинин артырылмасыны тямин етмякдир.

Turizm ehtiyatларынын юурянилмяси вя onларын geniшляндирилмяси, turistлярин истираһяти, onларын тьябатынын юдянилмяси цццн зярuri olan хидмятлярин, ekskursиya вя дигяр мядяни тядбирлярин чешидинин geniшляндирилмяси вя мцcasир standartlara uyьunлашдырылмасы, sanatoriya-kurort сярвятляринин юурянилмяси вя davamlы истисмары, mehmanханаларын вя дигяр turizm obyektляринин тикintisинин geniшляндирилмяси, turizm маршрутларынын артырылмасы, turizm нювлягинин инкишаф етдирилмяси, приоритет turizm нювц кими мядяни turizm, ekoloji turizm вя кянд уашыл turizми, rekreasiya turizми sahясиндя дювлят тязимлянмясинин гццляндирилмяси, milli адят-яняняляри, Aзярбайсан халқынын тарихи-мядяни ирсини, ауғы-ауғы регионларын вя шяһярлярин тарихини якс етдирян материалларын няшр етдирилмяси вя уауылмасы, milli

сянтякларлыг вя сувенир мяһсуллагынын истехсагынын вя сатышынын генишляндирилмяси qarшыа qoyulan yasa мяqsядляр сырасындадыр.

Еуни заманда Азярбауцаны туризмин инкишафы цццн ялвергишли шяраити olan юкя кими дцныада танытмаг мяqsядиля yeni Азярбауцан Turizm ямтяя нишанынын (loqosunun) вя туризм саһясиндя olan Азярбауцан брендлагинин reklam-тяблият вя мялумат-сорьу фяалиууятинин canландырылмасы, beуняlхалq proqramlar чягчивясиндя regional мядяни туризм маршрутлагынын yarадылмасы вя инкишаф етдирилмяси вя туризм инкишафы саһясиндя beуняlхалq ямякдашылыын генишляндирилмяси приоритет истиqамятлярдяндир.

Туризм вя турист базарынын инкишафы цмуми игтисади проблемлярин щяллиня кюмяк едяжяк буюцк игтисади ящямиййят кясб едир.

НЯТИЖЯ ВЯ ТЯКЛИФЛЯР

Сон илляр бейнялхалг туризмин инкишафы, республикамызда туризм ширкятляринин вя мешманханаларын сайынын артмасы, юкямиздя туризм секторунун дцнйа стандартларына уйьун сывиййядя инкишаф етдирилмяси Азярбайжанын дцнйа туризм базарына интеграсийасы истигамятиндя апарылан ардыжыл ишлярдяндир. Туризмин Азярбайжан республикасында инкишафы вя онун тяминаты цццн ашаьыдакы тяклифлярин гябул едилмяси мягсядяуьундур:

- макросаявийядя игтисади артымла йанаыы, туризмдин саясийин артмасыны тямин едян истещсал бюлэц вя ресурс програмларынын дувлят тязимлянмясини.

- туризмдин инкишафы цццн республикада реэионларын комплекс инкишаф програмлары чярчивясиндя вя яразинин ресурс потенциалындан истифадыя етмякля дцнйа интеграсийа цстцнлцкляриндян сямярляи истифадыя йолларыны щазырламаг.

- туризмдин сосиал йюнлцмлцйцнц вя онун истещлак давранышына тясирини нязря малийя-кредит вя верэи эцзяштлярини тятбиг етмяк, туризм мящсулунун эялир верэиси объекти олараг стимуллашдырылмасы механизмляри тятбиг етмяк.

- туризмдин сацибкарлыг нувц кими тяшкилиндя кичик вя орта сацибкарлыг фяалийятини стимуллаыдырмаг.

- харижи туризмдин даща чох цстцн артмасы цццн, юлкянин идхал вя ихраж сийасятиндя юлкялярля ямякдашлыыын формаларыны эенишляндирмяк.

- республикада туризмдин тяшкили вя идаря едилмяси цццн инвистисийа фонду йаратмаг цццн гиймятли каызлар базарына чыхмаг, сящмляр бурахмагла эениш мсалийя мянбялярини туризм дуврийясиня жялб етмяк.

- туризмдин ярази цзря йерляымсяи инфраструктур объектляри, сосиал хидмят сферасыны, ящалинин тяминаты цццн зярури олан пуллу хидмят сйерасыны артырмаг.

Туризм фяалийятинин ярази тяшкили яразинин тябии-рекреасийа сярвятляринин мювжудлуыу щяраитиндя мцмкцн олур. Бу сярвятлярин даяйари вя ещтийатларындан асылы олараг мцхтялиф саявийяли курортларын тяшкилиндян даныымаг олар. Бунларын щяр бириня щазырлыг саявийяси,

сянядлярин тясдиги вя гярарларын гябулу хасдыр. Бурада тябии мцалижяви сярвятлярин ахтарылмасы вя эксперт гиймятляндирилмяси, иглимин мцалижяви хцсусийятляри щаггында мялуматын олмасы илк аддым ола бияр. Гейд едяк ки, яразинин турист рекреасион сянядляринин щазырланмасы ишинин тяшкилинин сифаришчиси гейри-дювлят, коммерсийа структурлары ола бияр.

Turizmin yalnız iqtisadi hadisə kimi deyil, həm də sosial, mədəni, ekoloji və siyasi hadisə kimi təzəşşir edir və ölkə imicini təşkil edən bəzi amillər onun dünya bazarında formalaşması, hətəti və pozitiv inkişafı zamanı nəzərə alınması zəruridir. Yasa fəaliyyət bir sıra qarşılıqlı əlaqəli mərhələlərdən ibarətdir:

- ölkənin turizm potensialının qiymətləndirilməsi;
- onun güclü və zəif səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi;
- ölkənin müvəqəd turizm imicinin yasaşlandırılması və effektiv inkişafı.

Туризмин инкишафы истигамятиндя харижи иш адамларынын республикамызда фяалийят эюстярмяси цчн ялверишли шяраит йарадылмалыдыр. Харижи сярмайядарлар башга юлкялярдя туризм, еляжя дя халг тясяррцфатынын диэяр сашяляриня юз капиталларыны йерляыдирмяляри цчн ян азы ашаыдакы амилляри нязрдя тутурлар:

1. Сярмайядарлар юз сярмайяляринин батмамасы, оптимал мянфяят ялдя етмяк цчн зяманяти, тящлцкясизлийи нязрдя тутурлар ки, бунун цчн юлкядя сабитлик, тохунулмазлыг, щцгуги тяминат щюкм сцрмялидир.

2. Щюкцмят вя онун башчысы билаваситя харижи сярмайдарларын, иш адамларынын жялб олунмасына етибарлы дястяк олмалыдыр.

3. Сярмайдар капитал гоймаг цццн щямин юлкядя ня кими потенциал имканларын, йяни щансы сярвятляр, объектляр, хаммал мянбяляри, ялверишли иш сащяляринин олмасыны юйрянмялидир.

4. Туризмин реэионал инкишафы цццн тябии, жобьрафигтисади мювгейи, ямяк ещтийатлары нязря алыныр.

5. Юлкянин тябии иглим щяраити, ялверишли мювгедя йерляшмяси, социал инфраструктурун вязиййяти харижи сярмайдарлар цццн мараглыдыр.

ИСТИФАДЯ ОЛУНМУШ ЯДЯБИЙАТ СИЙАЩЫСЫ

1. Азярбайжан Республикасынын Конститусийасы. Бакы. 1997.
2. Азярбайжан Республикасынын Милли Мяжлисинин ганун вя гярарлар топлусу. Бакы. 1991-2013-жц илляр.
3. Азярбайжан Республикасы Тящсил Ганунверижилийи Кцллиййаты (Биринжи нящр) Бакы. «Тящсил», «Бейнялхалг Университет». 2012. 436 сящ.
4. Маэистр диссертасийасынын щазырланмасы, тясдиг олунмасы вя мцдафияси гайдалары Азярбайжан Республикасы Тящсил Назирлийинин 20.04.1998-жи ил тарихли, 202 сайлы ямри

5. Азярбайжан Республикасында 2002-2005-жи иллярда туризмдин инкишафына даир Дювлят Програмы. 2002.
6. Азярбайжан Республикасында 2010-2016-жы иллярда туризмдин инкишафына даир Дювлят Програмы. 2010.
7. Азярбайжанын статистик эюстрижиляри. 2013.
8. Аббасов А.Щ. Гиймятли каьызлар вя онларла мяялийятлар. Багы-2007.
9. Билалов Б.Я. Туризмдин менежменти. Багы-2005
10. Билалов Б.Я. Туризмдин инкишафынын проблемляри. Багы-2006
11. Билалов Б.Я. Туризмдин тарихи. Багы-2009
12. Ялирзайев Я.Г., Асланова С.Н. Азярбайжанда туризмдин инкишафынын социал-экономикади инкишаф проблемляри. БАКЫ-2006
13. Ялирзайев Я.Г. Социал сферанын экономикади инкишаф проблемляри вя идаря едилмяси. Багы-2010
14. Ялирзайев Я.Г. Туризмдин экономикади инкишаф проблемляри вя идаря едилмяси. Багы-2011
15. Ялийев Р.Н. Хязрин нефт-газ перспективлиги, рекреацион потенциаллары вя экология сяжийяси. Багы 2003.
16. Ялигулийев Валещ. Пийада туризм. Багы 1990.
17. Мяммядов Ж.А., Ряцимов С.Щ. Азярбайжан туризмдин проблемляри. «Азад Азярбайжан гзети», №11, Багы, 2000.
18. Мазарски А.А. Тижарят вя экономикади инкишаф. Багы-2010.

19. Mithat Zeki Dinçer, Turizm Ekonomisi Ders Notları, Istanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 2001.
20. Ж.А. Мяммядов, Б. Я. Билалов «Азәрбайжанда эялмя туризм вя онун инкишаф йоллары» Бақы-2004
21. Логистика в туризме. А.А. Тводенко. Москва 2004.
22. Туризм шаггында Азәрбайжан Республикасынын Гануну. Бақы-1999
23. К. Kantarсы, “3. Яш вя Turizm”, Pazarlama Dцnyасы, Dцnya Yaуынлары, III 12, Sayы 72, 1998.
24. Кадир Юзташ, Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri, Nobel Nышгыуаты, Ankara, 2002.
25. Laurence Geller, “The Demands of Globalization on the Lodging Industry”, Flu Hospitality Review, Vol. 16, No: 1, 1998.
26. Natiq Sabigoуlu, “Insan вя Хакиси Kapital”, Бақы-2011
27. Филип Котлер. Маркетингин яаслары. Сящ. 69-81.
28. Кириллова А.Т. Волкова Л.А. Туризмдя маркетинг. 1996.
29. Дурович. Маркетинг туризми. 2003. Минск
30. «Азад Азәрбайжан гязети», №11, Бақы, 2000.
31. Ж.А. Мяммядов, Б. Я. Билалов «Азәрбайжанда эялмя туризм вя онун инкишаф йоллары» Бақы,2004
32. Маркетинг в туризме. А.П. Дурович. Минск. 2003.
33. Квартальнов А. Туризм Москва. 2003.

34. Кючярли Й.Я.
 Азәрбайжанда туризм инкишафынын перспектив
 инкишаф истигамятляри. АТИ Елми-Практики
 Конфрансы. БАКЫ-2007

Internet resurslari

1. www.unwto.org
2. www.google.az
3. www.rambler.ru
4. www.turizm.ru
5. www.gateway.az
6. www.president.az

Азәрбайжан Дювлят Игтисад Университетинин
 «Цмуми игтисадийат» факцлтясинин 166-жы груп тялябясинин
 Сцлейманов Орхан Елхан оьлунун
 «SOSIAL-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯШКИЛИ
 PROBLEMLƏRİ» мювзусунда
 «Тящсил, елм вя сосиал-мядяни сащялярин игтисадийаты»
 ихтисасы цзря тягдим олунмуш бурахылыш ишиня

Р Я Й

Туризм сащясиндя цмуми маркетинг системинин ясас
 элементляри кими -дювлят, йерли щюкумят органлары,
 милли вя йерли (регионал) туризм тяшкилатлары вя
 мцяссисяляр чыхыш едир. Туризм секторунда дювлятин
 инвестисийа вя инновасийа сийасяти йениликлярин ишляниб
 щазырланмасы, обьектлярин лайищяляндирилмяси вя
 онларын щяйата кечирилмяси просеси олуб, игтисади
 инкишафын ясасыны тяшкил едир вя ясасы гойулушларын,
 йениликлярин тящлилини, планлащдырылмасыны вя идаря
 едилмясини юзцндя бирлящдирян ващид комплекс систем
 кими фяалийят эюстярир. Инвестисийа просесляринин
 тящлили, гиймятляндирилмяси, планлащдырылмасы вя

идаря едилмяси, инновасийанын тятбиг едилмясинин мцхтялиф тяшкилати-игтисади аспектляри иля мяшьул олажаг мцтяхяссисляря ещтийаж дуйулур. Туризм мцряккяб системдир, игтисадиййатын, сийасятин, сосиалозийанын, еколозийанын вя мяданиййятин вящдятидир, она эюря дя, истянилян маркетинг еффектиня наил олмаг цццн туризм сферасынын мцхтялиф тяшкилатларынын маркетинг иля сых координасийасы важибдир.

Сосиал-мядани хидмятлярин мцхтялиф сывиййяляри арасында сых ялагя мювжуддур: дювлят, йерли органлар вя ассосасийалар базар щаггында мялуматлар ядя едир (бура щямчинин мцяссисялярдян дахил олан мялуматлар да аиддир), мцяссисяляр ися юз нювбясиндя юз маркетинг концепсийаларыны милли вя йерли туризм концепсийаларына яасланырлар. Дювлятин маркетинг емалы директив олмайыб, мцяссисяляр цццн ориентир, мяслящят формасында чыхыш едир.

Туризмдин мцасир вязиййятинин тящлили вя перспективляринин мцяййян едилмяси туризм фяалиййятинин координасийасы яасында инкишаф тенденсийасында мцщцм рол ойнайыр.

Ишин Ы фяслиндя сосиал-мядани хидмятлярин туризмдя функсийалашдырылмасынын нязяри аспектляри щярщ едилмишдир.

ЫЫ фясилдя юлкядя сосиал-мядани хидмятляр макросывиййядя тящлил едилир.

Тядгигатын сонунжу фяслиндя туризм сийасятинин сосиал-игтисади инкишаф эюстярижиляринин тякмиллящдирилмяси истигамятляри эюстяридмишдир. Нятижядя базар мцнасибятляри щяраитиндя туризмдин

инкишафына наил олмаг ццн мцвафиг комплекс
тядбирляр системи ишлянмишдир.

Гейд олунанлары нязря алараг ишин мцдафияя
бурахалмасыны мяслящят эюрцрям.

Ряйчи:

«Игтисади щцгуг»

кафедрасынын досенти, игтисад елмляри намизяди:
Исайев З.

«Цмуми игтисадиийат» факцлтясинин 166-жы груп тялябяси
 Сцлейманов Орхан Елхан оьлунун
 «SOSIAL-МЯДЯНИ ХИДМЯТЛЯРИН ТЯШКИЛИ
 PROBLEMLƏRI» мювзусунда
 «Тящсил, елм вя сосиал-мядяни сащялярин игтисадиийаты»
 ихтисасы цзря тягдим олунмуш бурахылыш ишиня

Р Я Й

Елми рящбяри олдуьум ишин тядгигат обьекти туризм мцяссися вя тяшкилатларында информасийа ресурсларынын гиймятляндирилмяси, экскурсийа вя сьащялярин методики цсулларынын комплекс тящлили, риск амилляринин ясасландырылмасы тядбирляридир. Туризм секторундакы ислащатлар мювжуд вязийьятин фьалиийят механизминин йениляшмяси заманы алтернатив газанжы нязря алыб, онун сосиал нятижялярини комплекс гиймятляндирмяк бахымындан прогнозлаьдырылмалыдыр.

Бурахылыш ишинин йериня йетирилмясиндя, онун нязряи базасы кими дьвлятин туризм сийасятинин тяркиб щиссяси олан «Туризм инкишафы цзря Дьвлят Програмы», «Эяляжяйя бахыш концепсийасы» вя «Туризм Щаггында Азярбайжан Республикасынын Гануну» ясас эютцрцлмцщдцр. Тядгигат ишиндя мцгайисяли тящлил, динамика, мянтиги цмумилящдирмя, шяхси мцщащидя вя системли тящлил цсулларындан истифадя едилмищдир.

Туризм инфраструктурунун мцасир сьавийьясинин тящлили эюстярир ки, республикада онун инкишафы щеч дя гьаняйтбяхы дейил. Базар мцнасибятляри шьраитиндя туризм инкишафына наил олмаг цццн мцвафиг комплекс тядбирляр системи ищлянмялидир. Туризм инфраструктурунун инкишафынын тянзимлянмяси цццн

ашаыдакы тядбирлярин щяйата кечирилмяси
 мягсядяуьундур:

- Бцджя вьсаитляриндян истифадя едилмяси
 истигамятиндя туризм секторунун мцстягиллийинин
 артырылмасы;

- дювлят бцджясиндян туризмя сярф олунажаг
 хяржлярин учотунун щазырланмасы, бунун цццн мцвафиг
 щцгуги базанын йарадылмасы;

- туризмин малийяляыдирилмясиндя дювлят вь
 коммерсийа структурларынын марагларыны артырмаг цццн
 эениш вь ящатяли стимуллаыдырма системинин тятбиг
 олунмасы;

- туризм хидмяти эюстярян мцяссисялярин
 малийяляыдирилмяси;

- туризм вь сосиалмядяни сервис хидмятляринин
 комплекс тящлили.

Туризмин Азярбайжанда инкишафыны тянзимлямяк цццн
 нефт эялирляриндян айырмалар йолу иля кянд тясярцфаты
 хидмят сферасы вь щямчининрифащ проблемляринин
 дайаныглы щялли йолларыны ясасландырмаг вь щяйата
 кечирмяк важибдир.

Ишин Ы фяслиндя туризм хидмятляринин сосиал-
 игтисади инкишафа тясири мянбяляри, туризмдя сосиал-
 мядяни хидмятляря тялябатын ясас эюстярижиляри,
 хидмятлярин тяшкилиндя лisenziyalашта, стандартлашдырма
 вь сертификатлашдырманын норматив-щцгуги ясаслары
 нязяри-методолоъи бахымдан шярщ едилмишдир.

ЫЫ фясилдя туризм вь сосиал-мядяни сервис
 хидмятляриндя информасийа ресурсларынын

гиймятляндирилмясиня, экскурсийа вь сьйащятлярин методики цсулларынын комплекс тящлилия, риск амилляринин яасландырылмасы проблемляриня эениш йер верилмишдир.

Бурахылыш ишинин ЫЫЫ фяслиндя туризмин инкишафынын тькмилляшдирилмяси истигамятляри, социал прогнозларын игтисади артым вь ислащатларын сьмярясинин нятижяляриня тьсири мцяййянляшдирилмишдир.

Тядгигат ишиндя мцяййян техники гцсурларын олмасына бахмайараг иш ААК-нын тьябляряня жаваб верир. Гейд олунанлары нязря алараг ишин мцдафияйя бурахалмасыны мяслящят эюрцрям.

Елми рящбяр:

«Социал сферанын игтисадиййаты вь идаря едилмяси»
кафедрасынын досенти, и.е.н.:
Гулузадя М.М.