

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

AZƏRBAYCANDA TURİZM SEKTORUNUN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI

İxtisas: 5312.01 – Sahə iqtisadiyyatı

Elm sahəsi: İqtisadi elmlər

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş

DİSSERTASIYA

İddiaçı: _____ **Ülkər İsgəndər qızı Məmmədova**

Elmi rəhbər: _____ iqtisad elmləri doktoru, professor
Rəna Polad qızı Sultanova

BAKI – 2024

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	3
I FƏSİL: TURİZM SEKTORUNUN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİNİN TƏDQIQININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI	10
1.1. Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti, formaları və iqtisadi mexanizmləri	10
1.2. Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin metodoloji əsasları.....	21
1.3. Turizmin dövlət tənzimlənməsinin dünya təcrübəsi.....	34
II FƏSİL: AZƏRBAYCANDA TURİZM SEKTORUNUN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ	45
2.1. Ölkədə turizm sənayesinin müasir vəziyyətinin təhlili	45
2.2. Azərbaycanda turizmin tələb funksiyasının tədqiqi.....	61
2.3. Ölkədə turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin riyazi-statistik qiymətləndirilməsi	74
III FƏSİL: TURİZM SEKTORUNDA DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ MEXANİZMİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ	86
3.1. Azərbaycanın Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeks üzrə mövqeyinin gücləndirilməsi	86
3.2. Turizm sektorunun rəqabətliyi "mühitin əlverişliliyi" və "səyahət və turizm siyasətinin əlverişliliyi" göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyinin yaxşılaşdırılması.....	97
3.3. Azərbaycanda turizm sektoruna dövlət dəstəyi mexanizminin gücləndirilməsi istiqamətləri.....	109
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	122
ƏDƏBİYYAT SIYAHISI	126

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. Son dövrdə qloballaşma prosesinin dərinləşməsi, ölkələrarası əlaqələrin genişlənməsi və dünya təsərrüfat sisteminin formalaşması, həmçinin elmi-texniki inkişaf və nəqliyyat xərclərinin azalması nəticəsində turizmin iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi genişlənməsinə təkan vermişdir. Turizmin inkişafına səbəb olan mühüm amillərdən biri də qlobal səviyyədə əmək məhsuldarlığının yüksəlməsi ilə əhalinin daha çox asudə vaxtının yaranmasıdır.

Hazırda turizm fəaliyyəti mühüm xidmət sahəsi kimi sürətlə inkişaf etməkdədir. Turizmdən əldə olan gəlirlər bəzi İEOÖ-in ÜDM həcmində əsas paya malikdir. Qeyd edək ki, Azərbaycan üçün bu rəqəm 5% ətrafındadır. Əlbəttə, turizm gəlirlərinin nisbi deyil, mütləq qiymətlərlə müqayisəsində Azərbaycan region ölkələrindən geri qalmır.

Artıq dünyanın bir çox ölkələri turizm sənayesinə strateji prioritet sahə kimi yanaşaraq, onun inkişaf etdirilməsi üçün uzunmüddətli proqramlar hazırlayır və bu sahənin rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinin stimullaşdırılması üçün müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edirlər. Turizmdə digər iqtisadi fəaliyyət sahələrindən fərqli olaraq, dövlət tənzimlənməsinə və dövlətlərarası razılaşmalara daha çox ehtiyac vardır. Çünki turizm fəaliyyətində müxtəlif cəmiyyətlərə, mədəniyyətlərə, adət-ənənələrə və sosial səviyyələrə malik insanların ünsiyyətdə olmasına ehtiyac duyulur. Belə görüşlərin qarşılıqlı hörmət və ehtiramla başa çatması və hər bir tərəfin iqtisadi mənfəətinin təmin edilməsi mühüm məsələ hesab olunur.

Turizm fəaliyyətini tənzimləməklə dövlət bir neçə məqsədə, o cümlədən, vətəndaşların istirahət hüququnun təmin edilməsi ilə bağlı vətəndaşların Konstitusiyaya hüququnu reallaşdırır. Lakin müasir iqtisadi nəzəriyyələr sübut edir ki, qloballaşma şəraitində ölkələrin iqtisadi inkişafında xarici investisiyalar mühüm rol oynayır. Turizm xarici vətəndaşların ölkəyə gəlişini və ölkədə xarici valyuta xərclərini təmin etdiyindən “investisiya mənbəyi” ola bilər. Elə buna görə də, ölkəyə daxil olma ilə bağlı turizm tədiyyə balansına müsbət, ölkədən getmə ilə bağlı turizm mənfə təsir edir. Bunu nəzərə alaraq, hər bir ölkə gedən turistlərin sayının azaldılması, gələn turistlərin sayının artması istiqamətində siyasət həyata keçirir. Məhz buna görə turizm

sektorunun inkişafını özünün strateji prioritet iqtisadi fəaliyyət sahəsi hesab edən hər bir dövlət ölkəyə gələn turistlərin sayının və turizmdən gələn gəlirlərin artmasında maraqlıdır.

Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin əsas mərhələsini bu sektorun inkişafı ilə bağlı qanunların, normativ və hüquqi aktların qəbul edilməsidir. Dövlət həmçinin turizm məhsullarının daxili və xarici bazarlara çıxarılmasına yardım edə bilər. Turizm fəaliyyəti üçün lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma, sertifikatların verilməsi siyasətinin mahiyyətindən asılı olaraq, dövlət turizm fəaliyyətinə müəyyən müdaxilələr edə bilər. Digər tərəfdən, xarici vətəndaşların ölkəyə girişi və çıxışı ilə bağlı qaydaları müəyyən etməklə dövlət turizm fəaliyyətinə ciddi şəkildə təsir göstərir. Dövlət turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrə vergi güzəştləri verməklə, onların investisiyalarının daha əlverişli yerləşdirilməsinə şərait yaratmaqla da turizmi dəstəkləyə bilər. Ölkəyə gələn turistlər üçün ölkə daxilində təhlükəsizlik, azad hərəkət mühüm əhəmiyyət daşıyır. Belə bir şəraitin yaradılması da dövlətin birbaşa funksiyalarına daxildir. Dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi ilə bağlı yuxarıda sadaladığımız və digər institusional tədbirlər ölkədən ölkəyə dəyişir. Bu tədbirlərin səmərəliliyindən asılı olaraq, turizm sektorunun inkişafı stimullaşır. Turizmin inkişafı üçün nəzərdə tutulan institusional tədbirlərin səmərəliliyinin artırılması isə ciddi elmi tədqiqatın aparılmasını tələb edir.

Bu günləri ölkədə dövlət turizmin inkişafını müxtəlif normativ-hüquqi aktlarla, qanunlar, dövlət proqramları və strategiyalarla tənzimləyir. Bu istiqamətdə “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair “Strateji Yol Xəritəsi”, “Azərbaycan 2030:sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”, “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair” Dövlət Proqramı, “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair” Dövlət Proqramı, “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı” Dövlət Proqramı və s. göstərmək olar.

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan biznes subyektlərinə əlverişli şəraitin yaradılması önəmlidir ki, bu da ilk növbədə dövlətin normativ aktları ilə tənzimlənməlidir. Lakin bütün müsbət tərəflərə baxmayaraq turizm sahəsində

problemlər hələ də qalmaqdadır və onların aradan qaldırılması, bütövlükdə, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının təmin olunmasına zəmin yaradacaq.

Belə ki, turizmin inkişafının ayrı-ayrı problemləri Azərbaycan alimlərinin tədqiqatlarında öz əksini tapmışdır ki, onlardan N.M.İmanov, Ş.M.Muradov, Ə.X.Nuriyev, T.N.Əliyev, R.S.Sultano-va, G.Z.Yüzbaşıyeva, P.F.Rəhmanov, M.Gülaliyev, L.Ə.Allahver-diyeva və başqalarını göstərmək olar.

Xarici alimlərdən Bull A., Ueierman K., Patmore J., Coccossis H., Tsartas P., Honey M., Lee C., Eadington W., Monge-González R., Tosun C., Ross G., Biagi B., Murphy P., Tang C., Croes R., Dupeyras A., Pablo-Romero M., Balaguer J. və başqaları turizm iqtisadiyyatının müxtəlif aspektlərini tədqiq ediblər.

Yuxarıda qeyd olunan alimlərin tədqiqatlarına nəzər salaraq və onların mahiyyətini vurğulayaraq qeyd etmək lazımdır ki, burada turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi problemi bir tədqiqat obyektinə olmamış və dissertasiya işi ilk dəfə olaraq tədqiq olunur.

Tədqiqatın obyektinə və predmetinə: Tədqiqatın obyektinə Azərbaycanda turizm sektoru təşkil edir. Predmetinə isə Azərbaycanda turizm sektoruna dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsidir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri: Dissertasiya işinin məqsədi- Azərbaycanda turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsini qiymətləndirərək, onun təkmilləşdirilməsinə dair təklif və tövsiyələrin işlənməsidir.

Bu məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulmuşdur:

- turizm sektorunda dövlət tənzimlənməsinin əsas determinantlarının müəyyən edilməsi;
- turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin qiymətləndirilməsi metodlarının seçilməsi;
- turizmdə dövlət tənzimlənməsinin dünya təcrübəsinin öyrənilməsi;
- ölkədə turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin vəziyyətinin araşdırılması;
- Azərbaycanda turizmin tələb funksiyasının sinxron tənliklər metodu əsasında hesablanması;

- Azərbaycanın Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksi üzrə “Mühitin Əlverişliliyi” və “Səyahət və Turizm Siyasətinin Əlverişliliyi” göstəriciləri üzrə mövqeyinin qiymətləndirilməsi;

- turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yaxşılaşdırılmasında müxtəlif sub-indekslər üzrə üstün və zəif mövqələrin göstərilməsi;

- Azərbaycanda turizm sektoruna dövlət dəstəyi mexanizminin istiqamətlərinin təyin edilməsi.

Tədqiqat metodları. Dissertasiya işində ekonometrik metodlardan, o cümlədən çoxdəyişənli reqresiya analizindən, iki səviyyəli ən kiçik kvadratlar üsulundan istifadə edilib. Panel analiz, sektorlararası analiz və zaman sırası analizlərindən istifadə etməklə turizmin iqtisadi artıma və bəzi makroiqtisadi göstəricilərə təsirləri kəmiyyətce qiymətləndirilmişdir. Qiymətləndirmələr zamanı digər ölkələrin timsalında aparılan tədqiqatların nəticələri ilə müqayisələr də aparılıb. Tədqiqat işində turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin kəmiyyətce qiymətləndirilməsi zamanı Səyahət və Turizm Rəqabətliyi İndeksindən istifadə edilib.

Müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar:

- Turizm sektoruna dövlət müdaxiləsi yalnız turizm bazarının uğursuz olduğu hallarda səmərəli ola bilər. Ona görə də dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi problemi turizm bazarının mümkün uğursuzluqlarının tədqiqindən başlanmalı və belə uğursuzluqların əsas səbəbləri öyrənilməlidir;
- Azərbaycana turizm səfərlərinin tələb funksiyası turistlərin öz ölkəsində gəlirlərin səviyyəsindən və Azərbaycanda qiymət səviyyəsindən asılı olaraq dəyişir;
- Turizm gəlirlərinin turizmin rəqabətliyiindən asılılığının müxtəlif ölkələrin timsalında empirik nəticələrinin müqayisəli analizi deməyə əsas verir ki, rəqabətlik artdıqca turizm gəlirləri də artır. Belə ki, çarpaz analizinə əsasən ölkələrin turizm gəlirlərinin loqarfmi ilə TTCİ kompozit indeksi arasında ciddi xətti əlaqə mövcuddur;
- “Təbiət və mədəniyyət” sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi qənaətbəxş deyil. TTCİ kompozit indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyinə ciddi təsir göstərən və

bu mövqeyi zəifləndirən alt-göstəricilərdən biri də “Təbii resurslar”-dır. Bunu nəzərə alaraq, onun indikatorlarının inkişaf etdirilməsinə ehtiyac duyulur;

- TTCİ rəqabətlik indeksinin “beynəlxalq açıqlıq” sub-indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyi digər sub-indekslərlə müqayisədə bir qədər zəifdir;
- “Hava nəqliyyat infrastrukturu”, “yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturu” və “quru və dəniz infrastrukturu” alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyinin yaxşılaşdırılmasına baxmayaraq, “turizm infrastrukturu” üzrə ölkəmizin mövqeyi müəyyən qədər zəifləyib;

Tədqiqatın elmi yeniliyini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- Azərbaycanın turizm sektorunda dövlət tənzimlənməsinin əsas determinantları müəyyən edilmişdir;

-turizm sektorunda dövlət tənzimlənməsinin qiymətləndirilməsi metodları göstərilmişdir;

- turizmdə dövlət tənzimlənməsi dünya təcrübəsi əsasında tədqiq edilmişdir;

- kompleks təhlil əsasında ölkədə turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin vəziyyəti təhlil edilmişdir;

- Azərbaycan Respublikasının turizm sektorunda tələb funksiyasının sinxron tənliklər metodu əsasında hesablanması verilmişdir;

- Azərbaycanın Səyahət və Turizmin Rəqabətliliyi İndeksi üzrə “Mühitin Əlverişliliyi” və “Səyahət və Turizm Siyasətinin Əlverişliliyi” göstəriciləri əsasında mövqeyi qiymətləndirilmişdir;

-turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yaxşılaşdırılmasında ayrı-ayrı sub-indekslər üzrə üstün və zəif mövqeləri aşkar edilmişdir;

- Azərbaycanın turizm sektorunda dövlət tənzimlənməsinin istiqamətləri əsaslandırılmışdır.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqatda əldə edilən nəticələrin nəzəri əhəmiyyəti dövlət tənzimlənməsi üzrə institusional islahatların turizmin tələb funksiyasına təsirinin elmi əsaslandırılmasından ibarətdir. Dissertasiya işində əldə edilən nəticələrdən Azərbaycanda turizm sektorunun rəqabətliliyinin artırılmasında və burada fəaliyyət göstərən müəssisələrin inkişafında istifadə etmək olar.

Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasını müxtəlif ölkələrin təmsalında turizm sektorunun fəaliyyətinə və onun idarəedilməsinə, həmçinin Azərbaycan Respublikasında turizm sektorunun inkişafına dair qəbul edilmiş qanunlar, Dövlət Proqramı, Strategiya, Nazirlər Kabinetinin, Milli Məclisin normativ-hüququ aktları və Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin materialları təşkil edir.

Aprobasiyası və tətbiqi. Dissertasiya işində əldə edilən empirik nəticələr, müdafiəyə təqdim edilən əsas müddəalar, nəzəri ümumiləşdirmələr, praktiki nəticələr və tövsiyələr müxtəlif elmi jurnallarda, o cümlədən SCOPUS bazasına daxil olan bir jurnalda, Respublika və 4 beynəlxalq konfransda keçirilmiş, onlardan ikisi RİNC məlumat bazasına daxil edilmişdir. Onlardan – AMEA İqtisadiyyat İnstitutunun 60 illik yubileyinə həsr olunmuş “İqtisadi artım və ictimai rifah” beynəlxalq elmi-praktik konfransın materialları (Bakı, 2018); Международная научно-практическая конференция на тему: «Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы» (Минск, Беларусь, 2019); WSEAS Transactions on business and economics SCOUPS (Greece, 2021); VII международная научно-практическая конференция на тему: «Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности» (Махачкала, Россия, 2022); Ümummilli lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 99-cü ildönümünə həsr olunmuş “İqtisadi inkişafda qlobal çağırışlar və perspektivlər” adlı respublika elmi konfransı (Bakı, Qərbi Kaspi Universiteti, 2022); VIII международная научно-практическая конференция на тему: «Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности» (Махачкала, Россия, 2023); Ümummilli lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100-cü ildönümünə həsr olunmuş “İqtisadi inkişafda qlobal çağırışlar və perspektivlər” adlı respublika elmi konfransı (Bakı, Qərbi Kaspi Universiteti, 2023) qeyd olunan tarixlərdə keçirilmiş respublika və beynəlxalq səviyyəli elmi-praktiki konfranslarda məruzə olunmuşdur.

Dissertasiya işinin nəticələri üzrə ümumi həcmi -145 s.v. olan 13 məqalə müxtəlif jurnallarda və konfrans materiallarında dərc edilib.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Azərbaycan Elm və Təhsil Nazirliyinin İqtisadiyyat İnstitutunun “Xidmət sferasının iqtisadiyyatı” şöbəsində yerinə yetirilib.

Tədqiqat işinin quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi 3 fəsil, 9 paragraf, giriş, nəticə və təkliflərdən ibarət olmaqla ümumilikdə 145 səhifədən və 17 cədvəldən, 2 şəkildən, 27 qrafikdən, nəticə və təklifdən, həmçinin 156 istifadə olunmuş mənbələrin siyahısından ibarətdir. Birinci fəsil 71766 işarə; ikinci fəsil 83108 işarə; üçüncü fəsil 71648 işarə olmaqla 263511 işarədən ibarətdir.

I FƏSİL

TURİZM SEKTORUNUN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİNİN NƏZƏRİ - METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti, formaları və iqtisadi mexanizmləri

Son 50 ildə elmi-texniki inkişaf və nəqliyyat xərclərinin azalması turizmin iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi genişlənməsinə təkan verdi. Turizmin inkişafına səbəb olan mühüm amillərdən biri də qlobal səviyyədə əmək məhsuldarlığının yüksəlməsi ilə əhalinin daha çox asudə vaxtının yaranmasıdır. Turizm sektoru iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin qarşılıqlı əlaqədə sistem olaraq inkişafını nəzərdə tutur. Turizmi sadəcə ölkədaxilində və ya ölkələrarası yerdəyişmə kimi xarakterizə etmək onun iqtisadi və mədəni mahiyyətini xeyli məhdudlaşdırmaq deməkdir. BMT-nin Dünya Turizm Təşkilatının verdiyi tərifə görə, “turizm istirahət, biznes və ya digər məqsədlərlə insanların adət etdikləri mühitdən digər yerlərə bir ildən çox olmamaq şərti ilə getməsi və orada qalması ilə bağlı olan fəaliyyətləri əhatə edir”. Turizm həm də səyahətdir. Lakin hər cür səyahət turizm deyil. Turizm fəaliyyətinin tarixi göstərir ki, hələ Roma imperiyası dövründə hərbi, ticarət və siyasi, həmçinin xəbərlərin çatdırılması məqsədləri üçün səyahətlər edilirdi. Orta əsrlərdə dini səbəblərə görə səyahətlər və müqəddəs dini yerlərə, məsələn, Məkkəyə və Yerusəlimə ziyarətlər öz mahiyyətinə görə turizm hesab edilə bilər. XVI-XVIII İngiltərədə sənayenin sürətli inkişafı ölkələrarası ticarətin həcmində də artırdı. XIX əsrin sonlarından turizmin sürətli inkişafı, daha çox nəqliyyat, kommunikasiya və təhlükəsizlik sistemlərinin inkişafı ilə bağlıdır.

Turizmin ölkədaxili və ya ölkələrarası səyahət kimi lap qədim tarixə malik olmasına baxmayaraq, onun iqtisadi fəaliyyət sahəsi olaraq xüsusilə, xarici valyuta mənbəyi kimi diqqəti cəlb etməsi XX əsrin axırlarına təsadüf edir. Belə ki, hətta XX əsrin ikinci yarısına qədər turizm bir qrup varlı təbəqənin qısa müddətli digər ölkələrə

dincəlmək üçün səyahətlərindən başqa bir şey deyildi və iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi formalaşmamışdı. Lakin keçən əsrin ikinci yarısından başlayaraq, turizm sahəsində yaradılan dəyər qlobal dəyərdə mühüm çəkiyə malik olmağa başladı. Bu sektorda iqtisadi artım (ildə orta hesabla 10%) digər sahələrdə olan orta artım tempindən xeyli çoxdur. İqtisadi ədəbiyyatda bunun əsas səbəbi kimi aşağıdakılar göstərilir: 1) əhalinin gəlirlərinin artması və bu gəlirlərdən sağlamlıq və istirahət üçün istifadə etmək imkanının yaranması [39], [154]; 2) istirahət üçün asudə vaxtın yaranması [121, s.224-248]; 3) nəqliyyat sisteminin inkişafı və daha əlçatan olması [43]; 4) telekommunikasiya sisteminin, xüsusilə internet sisteminin inkişafı və səfər etmək arzusunda olanların daha tez və dəqiq informasiya almaq imkanının artması [149, s.121-155]; 5) bəzi ölkələrdə ətraf mühitin çirklənməsi nəticəsində insanların qısamüddətli də olsa öz sağlamlıqlarını qorumaq üçün daha ekoloji təmiz ərazilərdə dincəlmək istəyi [79]; 6) bəzi ölkələrdə ucuz və yüksək keyfiyyətli turizm təkliflərinin artması, xüsusilə, ucuz hotellərin və xidmətlərin təklifi insanları səyahət etməyə sövq edir [95, s. 524-527].

Hazırda turizm fəaliyyəti mühüm xidmət sahəsi kimi sürətlə inkişaf etməkdədir. Dünya Bankının məlumatlarına əsasən son 30 ildə, bəzi illər istisna olmaqla, beynəlxalq turizm səfərləri üzrə xərclər davamlı olaraq artıb. Belə ki, 1995-ci ildə beynəlxalq turizm xərcləri 500 milyard ABŞ dollarından bir qədər çox olub. Lakin bu rəqəm 2019-cu ildə 1.44 trilyon ABŞ dollarına qədər artıb. Bəzi illərdə, məsələn, 2009-cu ildə (936 milyard ABŞ dolları) və 2015-ci ildə (1.18 trilyon) azalma baş verib. Lakin sonrakı illərdə artım sürəti yenidən bərpa olunub. COVID-19 pandemiyası turizm sənayesinə ciddi zərər vursa da 2022-2023-cü illərdə turizm sənayesi yenidən dirçəlməyə başlayıb. Beynəlxalq turizm xərcləri nəinki nominal dəyərdə artıb, həmçinin artma real dəyərdə də aşkar hiss edilir. Bunun əsas səbəbi heç şübhəsiz ki, dünya üzrə əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ilə, həmçinin texnoloji inkişafı, xüsusilə nəqliyyat və rabitə xərclərinin azalması ilə bağlıdır. Turizm iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi bütün ölkələrdə getdikcə prioritet xarakter alır. Xüsusilə, turizmin digər sahələri müxtəlif səbəblərdən zəifləsə də və ya ölkələr xarici valyutanın qorunması məqsədilə sərhədlərdən keçidə müəyyən məhdudiyyətlər tətbiq

etsə də, tibbi turizmin gələcəkdə zəifləməsi üçün səbəb yoxdur. Əksinə insanların həyat şəraiti yaxşılaşdıqca və maariflənmə səviyyəsi yüksəldikcə beynəlxalq səviyyədə tibbi turizm səviyyəsi həmişə artacaq. Elə buna görə də xarici iqtisadi fəaliyyətdə turizm mühüm çəkiyə malik olacaq. Bəzi ölkələrin, xüsusilə təbii sərvətlərlə zəngin ölkələrin və inkişaf etmiş ölkələrin xarici iqtisadi fəaliyyətində turizmin az çəkiyə malik olması heç də bu ölkələrdə turizm fəaliyyətinin zəif olması anlamına gətirmir. Belə ki, dünya üzrə emal sənayesi və hasilat sənayesi məhsullarının ixracı, xüsusilə aralıq malların ixrac həcmi kəskin artdığından turizm sənayesi üzrə ixrac həcmının çəkisi azalmış kimi görsənə bilər.

Qeyd edək ki, İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrdə (İEOÖ) turizmin inkişafına daha böyük önəm verilir. Çünki bu fəaliyyət sahəsi əhalinin daha geniş təbəqəsinin işlə təmin edilməsində və regionların inkişaf etdirilməsində əlverişli imkana malikdir. Digər tərəfdən, əksər turizm sahələrinin, inkişaf etdirilməsi üçün böyük həcmdə maliyyə tələb edən infrastrukturaya və yüksək ixtisaslı kadrlara ehtiyac olmur. Əlbəttə, və bəzi turizm sahələri istisnadır. Məsələn, tibbi turizm sahəsinin inkişafı üçün böyük həcmdə maliyyə tələb edən infrastrukturaya, o cümlədən yeni texnoloji tibbi avadanlıqlarla təchiz edilən klinikalara, yüksək ixtisaslı həkim personalına ehtiyac var. Elə buna görə də ÜDM həcmində turizmin yüksək paya malik olduğu əksər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə tibbi turizmin payı yüksək deyil. Məsələn, Maldiv və Palau ölkələrində turizm sənayesi yüksək səviyyədə inkişaf edib. Bu ölkələrdə turizm gəlirləri ÜDM həcminin, uyğun olaraq, 67% və 52%, təşkil edir. Çinin Macao SAR bölgəsində isə turizm gəlirləri bu bölkədə istehsal olunan cəmi ÜDM-in hətta 70%-ni təşkil edir. Lakin hər üç ölkədə tibbi turizmin səviyyəsi çox aşağıdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr olaraq, keçmiş Sovet Respublikaları da turizmin inkişafına strateji prioritet iqtisadi fəaliyyət sahələri kimi yanaşırlar. Bu ölkələrin, bir çoxu turizm sektorunun inkişafı üçün lazımlı tədbirlərin görülməsi, həmçinin viza sisteminin sadələşdirilməsi, infrastruktur layihələrinin maliyyələşməsinə həyata keçirirlər. Qloballaşma prosesinin dərinləşməsi və xarici ticarət rejimlərinin sadələşdirilməsi son dövrlərdə bu ölkələrdə turizm gəlirlərini xeyli artırıb. Cənubi Qafqaz respublikaları da turizm sektoruna strateji prioritet iqtisadi fəaliyyət sahəsi

kimi yanaşır. Lakin regionda Ermənistanın dağıdıcı fəaliyyəti bu proseslərə ciddi mane olur. Azərbaycanın 20% ərazisinin Ermənistan silahlı qüvvələri tərəfindən 30 il işğalda saxlanması və bu ərazilərdə nəinki infrastrukturun tamamilə məhv edilməsi hətta landşaftın dağıdılması Azərbaycanda turizmin və bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına mənfi təsir etmişdir. 2020-ci ildə 44 günlük müharibə nəticəsində Ali Baş Komandanın rəhbərliyi ilə Azərbaycan ordusunun ərazilərimizi işğaldan azad etməsi bu regionlarda turizmin inkişafı üçün böyük potensial yaradır. Hazırda işğaldan azad olunan ərazilərdə böyük quruluş həyata keçirilir. Yeni hava limanlarının tikilməsi, yolların tamamilə yenidən çəkilməsi, yeni yaşayış binalarının və infrastrukturun inşası yaxın gələcəkdə bu regionun turizm mərkəzinə çevrilməsinə tam əminlik yaradır.

2020-ci ilə qədər Azərbaycanın ixracında turizmin payı 8.5%, Gürcüstanın ixracında 37.2%, Ermənistanın ixracında isə 26.8% olub. Əlbətdə ki, Gürcüstanın turizm fəaliyyətindən gələn gəlirləri ÜDM-də ən yüksək paya malikdir. Azərbaycanın iqtisadiyyatında turizmin ÜDM-də payının az olmasının əsas səbəbi, ölkəmizin neft və qaz ixracının üstünlük təşkil etməsi və bu məhsulların ixracının yüksək olmasıdır. Azərbaycanın xarici ticarətində belə diversifikasiya turizmdən asılılığı da azaldır. Gəlirlərin mütləq qiymətləri üzrə müqayisədə 2020-ci ildə Azərbaycanın turizmdən gəlirləri Gürcüstandan az, Ermənistandan isə çox olub. Belə ki, 2019-cu ildə Azərbaycanın turizmdən gəlirləri təqribən 2 milyard ABŞ dolları, Gürcüstanın gəlirləri 3.5 milyard ABŞ dolları, Ermənistanın gəlirləri isə 1.5 milyard ABŞ dolları olub. Elə buna görə də COVID-19 pandemiyası turizm gəlirlərindən daha çox asılı olan ölkələrin gəlirlərinə mənfi təsir etdi. Həmin dövrdə iqtisadiyyatına ən az təsirlər olan ölkələrdən biri də Azərbaycan oldu. Dünya Bankının məlumatlarına əsasən Gürcüstanın ÜDM həcmində turizm gəlirlərinin payı 15% -dən çoxdur. Qeyd edək ki, Azərbaycanda digər iqtisadi sektorlar, xüsusilə hasilat sənayesi sektoru güclü inkişaf etdiyindən turizmdən gələn gəlirlər ÜDM-də 5% ətrafındadır. Azərbaycanın işğaldan azad olan ərazilərində sürətli quruculuq fəaliyyəti yaxın gələcəkdə bu rayonlarda mövcud iqtisadi potensialdan, xüsusilə turizm potensialından istifadə etməyə və turizm gəlirlərinin sürətlə artmasına imkan yaradacaq.

Artıq dünyanın bir çox ölkəsi turizm sənayesinə strateji prioritet sahə kimi yanaşaraq, onun inkişaf etdirilməsi üçün uzunmüddətli proqramlar hazırlayırlar. Hər bir dövlət öz ölkəsində turizm sənayesinin rəqabətliyini və inkişafını stimullaşdırmaq məqsədilə müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edir. Turizm digər iqtisadi fəaliyyət sahələrindən fərqli olaraq, dövlət tənzimlənməsinə və dövlətlərarası razılaşmalara daha çox ehtiyac duyur. Çünki turizm fəaliyyətində müxtəlif cəmiyyətlərə, mədəniyyətlərə, adət-ənənələrə və sosial səviyyələrə malik insanların görüşməsi ehtimalı var. Belə görüşlərin qarşılıqlı hörmət və ehtiramla başa çatması və hər tərəfin iqtisadi mənfəətinin təmin edilməsi əsas məqsəddir. Elə ona görə də 1989-cu ildə Haaqada keçirilən parlamentlərarası konfransda turizmlə bağlı qəbul edilən deklarasiyada bu sahənin inkişafında milli dövlətlərin məsuliyyəti xüsusilə diqqətə çatdırılır. Deklarasiyada qeyd edilir ki, turizm dövlət orqanları tərəfindən, həmçinin bu sahədə məşğul olan qurumlar tərəfindən planlaşdırılmalıdır. Bu zaman onun bütün aspektləri hərtərəfli nəzərə alınmalıdır. Deklarasiyada həmçinin elmi-texniki inkişafın sürətlə genişlənməsi ilə turizmin də sürətlə inkişaf edəcəyini nəzərə alaraq, ölkələrdə turizm sektoruna cavabdeh olan dövlət qurumlarının hüquq və vəzifələrinin genişləndirilməsi tövsiyyə edilir. Haaqa parlamentlərarası konfransın qəbul etdiyi bu deklarasiya turizm sektorunu hər bir ölkə üçün digər strateji prioritet sənaye sahələri ilə eyni səviyyəyə yüksəltdi.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi və tənzimlənməsi prosesi, ölkənin bu sektora strateji prioritet sahə hesab etməsindən irəli gəlir. Dövlətin əsas prinsipi 1) sektorunun fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaratması; 2) inkişafına dəstək verilməsi; 3) prioritet istiqamətlərini müəyyənləşdirilməsi; 4) beynəlxalq səviyyədə ölkənin turizm potensialını reklam etməsi; 5) ölkənin bu sahədə imicini yaratması; 6) turizmlə məşğul olan müəssisələri dəstəkləməsidir.

Turizm fəaliyyətini tənzimləməklə dövlət bir neçə məqsədə, o cümlədən, vətəndaşların istirahət hüququnun təmin edilməsinə, belə istirahət üçün şəraitin yaradılmasına, turizm sənayesinin inkişafına, mədəni və tarixi irsin qorunmasına və sair nail olmağa çalışır. Turizm sənayesini özünün strateji prioritet sahəsi hesab edən

hər bir dövlət ölkəyə gələn turistlərin sayının və turizmdən gələn gəlirlərin artmasında maraqlıdır [17].

Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin əsas mərhələsini bu sektorun inkişafı ilə bağlı qanunların, normativ və hüquqi aktların qəbul edilməsidir. Dövlət həmçinin turizm məhsullarının daxili və xarici bazarlara çıxarılmasına yardım edə bilər. Turizm fəaliyyəti üçün lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma, sertifikatların verilməsi siyasətinin mahiyyətindən asılı olaraq, dövlət turizm fəaliyyətinə müəyyən müdaxilələr edə bilər. Digər tərəfdən, xarici vətəndaşların ölkəyə girişi və çıxışı ilə bağlı qaydaları müəyyən etməklə dövlət turizm fəaliyyətinə ciddi şəkildə təsir göstərir. Dövlət turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrə vergi güzəştləri verməklə, onların investisiyalarının daha əlverişli yerləşdirilməsinə şərait yaratmaqla da turizmi dəstəkləyə bilər. Ölkəyə gələn turistlər üçün ölkə daxilində təhlükəsizlik, azad hərəkət mühüm əhəmiyyət daşıyır. Belə bir şəraitin yaradılması da dövlətin birbaşa funksiyalarına daxildir. Turizm sahəsində kadr potensialının gücləndirilməsi, bu istiqamətdə elmi tədqiqatların aparılması dövlətin dəstəyi olmadan mümkün deyil.

Turizm sektorunun strateji prioritet sahə hesab edildiyi bəzi ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, bu ölkələrdə dövlət turizm fəaliyyəti üçün vergi güzəştləri, dotasiyalar və subsidiyalar tətbiq edirlər. Məsələn, Almaniyada turizm fəaliyyətində əlavə dəyər vergisi 15%, Yunanıstanda hotel və restoranlarda ƏDV 8%, İspaniyada isə hotel xidmətlərinə 6%, avtomobil kirayəsinə isə 16% müəyyən edilib. Bu ölkələrdə turizmin inkişafını dəstəkləyən qanunlar və normativ aktlar qəbul edilib. Turistlərin daha asan və tez bir zamanda viza alması üçün şərait yaradılıb. Hətta əksər ölkələrdə turist səfərləri üçün viza rejimi ləğv edilib. Turistlərin təhlükəsizliyi, ətraf mühitin, mədəni və tarixi irsin qorunması üçün zəruri olan qanunvericlik aktları qəbul edilib və həyata keçirilir.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən planlaşdırılmasının mühüm əhəmiyyəti var. Turizmin genişlənməsi ətraf mühitə və sosial sahəyə törətdiyi mənfi təsirlərini dövlət qabaqcadan proqnozlaşdırmalıdır. Məsələn, turist obyektlərinin tikintisinin müasir standartlara və ekoloji tələblərə cavab verməsi dövlətin iştirakı olmadan mümkün deyil.

Müxtəlif ölkələrdə turizm sektorunun inkişaf səviyyəsi arasındakı fərqlər müxtəlif amillərlə yanaşı, həm də dövlətin bu sektorla bağlı siyasətindən çox asılıdır. Bunu turizm sektorunun rəqabətliliyi ilə bağlı ölkələrarası müqayisələr də sübut edir. Dünya İqtisadi Forumunun hazırladığı Səyahət və Turizm Rəqabətliliyi İndeksi (T&TCI) məhz müxtəlif ölkələrdə turizm sektorunu daha cəlbedici edən amilləri və dövlət siyasətini ölçməyi nəzərdə tutur. TTCI indeksi üç blokdan və onlara daxil olan 13 sub-indeksdən ibarət struktura malikdir. Birinci blok ticarət və turizmlə bağlı tənzimləyici hüquqi şəbəkəni əhatə edir. Bura 1) tənzimləyici qaydaları və siyasəti; 2) ətraf mühitin qorunmasını nəzərdə tutan tənzimləyici qaydaları; 3) təhlükəsizliyin təmin edilməsini nəzərdə tutan siyasəti; 4) sağlamlıq və gigiyena qaydalarını; 5) ticarət və turizmin prioritet olmasını təsdiq edən qaydaları əhatə edir. İkinci blok ticarət və turizm inkişafı üçün biznes mühitinin və infrastrukturun nə dərəcədə əlverişli olmasını əhatə edir. Bura 1) hava yolları infrastrukturunun olması; 2) yerüstü nəqliyyat sisteminin mövcudluğu; 3) turizm infrastrukturunun mövcudluğu; 4) informasiya kommunikasiya texnologiyaları infrastrukturunun mövcudluğu; 5) qiymətlərin rəqabətliliyi kimi sub-indekslər daxildir. Üçüncü blok ticarət və turizm üzrə insan, mədəni və təbii resursların mövcudluğu daxildir. Bura 1) insan kapitalı; 2) milli turizmin qavranılması; 3) təbii və mədəni resursların mövcudluğu sub-indeksləri daxildir.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi problemlərini öyrənən bəzi tədqiqatçılar belə dövlət müdaxiləsini birbaşa və ya dolay müdaxilələr kimi iki növə ayırırlar. Birbaşa müdaxilələr kimi 1) bu sahələrin dövlət mülkiyyətində olması; 2) bu sahələrə dövlət maliyyəsi vasitəsilə subsidiyaların və ya hər hansı maliyyə vəsaitlərinin ayrılması; 3) bu sahələr üzrə özəl sahibkarlıq fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması; 4) bu sahələrə hər hansı vergi güzəştlərinin verilməsi; 5) bu sahələrə güzəştli və ya dövlət zəmanətli kreditlərin cəlb edilməsi; 6) gömrük və viza rejimləri ola bilər. Dolay müdaxilələr kimi 1) dövlət maliyyəsinin səviyyəsini; 2) ölkədə ümumi vergi yükünün səviyyəsini; 2) ölkədə qiymətlərin tənzimlənməsini; 3) minimum əmək haqqı səviyyəsini; 4) məşğulluğun tənzimlənməsini göstərmək olar [11].

Turizm sektoruna dövlətin hər hansı bir müdaxiləsi, o cümlədən, qanunvericilik şəbəkəsinin hazırlanması, turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi və turizm fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsi nəticə etibarlı ilə, ya turizmin təklif funksiyasına, ya da tələb funksiyasına təsir ilə reallaşır. Məsələn, turistlərin cəlb edilməsində turizm infrastrukturunun gücləndirilməsi, ölkələrarası viza rejimlərinin sadələşdirilməsi və digər tədbirlər “təklif”-i stimullaşdırmaqla yanaşı, “tələb”in artması üçün cəmiyyətlərin mədəniyyətinin, folklorunun, kommunikasiya sistemlərinin və sair məsələlərin təbliği turizm xidmətlərində əhəmiyyətli təsir göstərə bilər.

İqtisadi ədəbiyyatda turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsi problemləri geniş tədqiq edilib. Digər iqtisadi fəaliyyət sahələrindən fərqli olaraq, turizmin sektoruna dövlət müdaxiləsinin vacibliyi, demək olar ki, bütün tədqiqatçılar tərəfindən etiraf edilir. Lakin əsas sual bu müdaxilənin hansı sahələrdə olması və miqyası ilə bağlıdır. Məsələn, Jeffries [81] dövlətin turizm sahəsinə müdaxiləsinin vacibliyini altı mühüm səbəblə əlaqələndirir: turizm fəaliyyətinin daha geniş məqsədlərinin olması, nəqliyyat siyasətinin vacibliyi, turizm fəaliyyətinin mürəkkəbliyi, bazar uğursuzluğu, əyləncəli xidmətlərin dövlət sektoru tərəfindən təmin edilməsi və münaqişənin həlli. O, “bazar uğursuzluğu” deyəndə bütün uğursuzluqları deyil, yalnız turizmin inkişafı nəticəsində ictimai nemətlərə dəyə bilən zərərləri nəzərdə tutur.

Böyük Britaniyanın Turizm və İrs Nazirliyinin Mədəniyyət, Media, İdman Departamenti (DCMS) tərəfindən hazırlanan məqalə, dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin vacibliyi vurğulayır. Bu müdaxilənin səbəbləri arasında 1) turizmin iqtisadi nöqtəyi-nəzərdən sürətlə inkişaf etməsi; 2) turizm fəaliyyətinin genişlənməsi iqtisadiyyatın, xüsusilə, sənayenin diversifikasiyasına stimulaşdırılması; 3) turizm davamlı inkişafın təmin etmənin əhəmiyyəti; 4) turizm inklyuziv cəmiyyətin formalaşmasına təşəbbüs etməsi; 5) turizm fəaliyyətinə olan tələb mövsümi olmasını göstərir. Bəzi iqtisadçılar, məsələn, Eadington, W. R. və M. Redman [60] belə hesab edirlər ki, sadalanan səbəblərin əksəriyyəti dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin tam əsaslandırılmır və turizm sektoru da digər iqtisadi

fəaliyyət sahələri kimi azad inkişaf edərsə, daha uğurlu nəticələr əldə etmək olar. Lakin onlar da turizm sektorunda çətinliklərin yarandığı halda dövlətin müdaxiləsinin vacib olduğu qənaətindədirlər. Başqa sözlə desək, turizm sektoruna dövlət müdaxiləsinin vacibliyi yalnız turizm bazarının uğursuz olduğu halda özünü doğruldur. Əgər turizm bazarı uğurla fəaliyyət göstərsə, bu bazara dövlətin müdaxiləsi yol verilməzdir. Elə buna görə də dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi turizm sektorunun inkişafı məqsədilə deyil, bazar uğursuzluğunu aradan qaldırmaq məqsədilə edilməlidir. Eadington, W. R. və M. Redman [60] hesab edirlər ki, turizmin iqtisadi inkişaf üçün üstünlüklərinin olduğunu iddia edənlər əslində reallığı xeyli şişirdirlər.

İqtisadi nəzəriyyə sübut edir ki, mütləq rəqabət şəraitində Pareto səmərəliliyinə nail olmaq üçün dövlət müdaxiləsinə ehtiyac yoxdur [107]. Başqa sözlə desək, real istehsal xərcləri sosial xərclərə bərabər olur. Əlbəttə, real iqtisadiyyatda mütləq rəqabəti təmin etmək mümkün olmur və belə iqtisadi şəraiti yalnız bəzi fərzlər vasitəsilə modelləşdirmək mümkündür. Belə fərzlərin reallaşa bilmədiyini şəraiti biz bazarın uğursuzluğu kimi xarakterizə edəcəyik və bu iqtisadiyyatda “bazarın uğursuzluğu nəzəriyyəsi” kimi öyrənilir. Stiglitz qeyd edir ki, reallıqda bazarın uğursuzluğunun mövcudluğu iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsinin əsas səbəbidir [135]. Belə ki, ictimai malların təklifi və sosial xərclərin istifadəsi dövlət tərəfindən daha səmərəli şəraitdə həyata keçirilir. Bəzi müəlliflər, məsələn, M.Ishvaran və C.Federica [80, s.16] belə hesab edirlər ki, bazar resursların paylanması ən yaxşı mexanizm olsa da bəzi hallarda resursların səmərəli paylanmasına hətta bazarla da nail olmaq mümkün olmur və iqtisadi səmərəliliyə yalnız müəyyən fərzlərlə nail olmaq mümkün olur. Belə ki, fərz edilir ki, bazar mütləq mənada rəqabətlidir və onun bütün agentləri tam informasiyalı şəraitdə qərar qəbul edirlər. Pareto səmərəliliyinə səbəb olmayan bazar uğursuzluğu isə dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsi üçün əsas verir.

Beləliklə, biz də öz tədqiqatımızda hesab edəcəyik ki, dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi yalnız turizm bazarının uğursuz olduğu hallarda səmərəli ola bilər. Ona görə də dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi problemləri turizm

bazarının mümkün uğursuzluqlarının tədqiqindən başlamalı və belə uğursuzluqların əsas səbəbləri öyrənilməlidir. İqtisadi ədəbiyyatda turizm bazarının uğursuzluğunu əsasən dörd amillə əlaqələndirirlər. Birincisi, ölkədə ictimai malların üstünlük təşkil etməsidir. İkincisi, turizmin yaratdığı xarici amillərin təsirlər ilə bazarın uğursuzluğu baş verə bilər. Üçüncüsü isə, turizm bazarında monopoliyanın mövcudluğudur. Dördüncüsü isə informasiyanın qeyri-simmetrikdir.

İqtisadi nəzəriyyədən məlumdur ki, ictimai mallar iki xüsusiyyətə malikdir: 1) ictimai mallar istehlak üçün rəqabətdən kənar mallardır. Yəni belə malların hər hansı fərd tərəfindən istehlakı digərləri tərəfindən istehlak olunmasına təsir göstərmir; 2) ictimai mallar cəmiyyətin bütün üzvləri tərəfindən istifadə üçün eyni dərəcədə əlçatandır. Digər tərəfdən, ictimai malların hər hansı istehlakçı tərəfindən istifadəsi digərləri tərəfindən onun istifadəsini istisna edə bilməz. Bir fərd üçün əlçatan olan ictimai mallar digərləri üçün də əlçatan olmalıdır [111]. Digər tərəfdən, əgər istehlakın marjinal sosial xərcləri istehlakın özəl marjinal xərclərindən çoxdursa, onda ictimai mallar üzərində “yüklənmə” mövcud olur. Belə olanda bazarın uğursuzluğu baş verə bilər. Belə ki, bazar tələbə uyğun təklifin təmin edilməsində çətinlik çəkir.

Xarici amillərin turizm bazarına, xüsusilə turistlərin gəldiyi ölkələrdə iqtisadiyyata, ətraf mühitə, sosial-iqtisadi sahələrə və insanların həyat tərzinə təsirləri ilə bağlı geniş tədqiqatlar aparılıb. Bu tədqiqatların ümumiləşdirilməsi deməyə əsas verir ki, turizmin xarici amil kimi təsirləri müsbət və mənfi ola bilər. Müsbət təsirlər arasında ətraf mühitin çirklənməsinin nəzarətdə saxlanılmasını, infrastrukturun inkişaf etdirilməsini, çimərliklərin təmizlənməsini, parkların genişlənməsini, təbii istirahət yerlərinin saxlanılması, tarixi abidələrin qorunması, mədəni və sağlamlıq tədbirlərinin genişlənməsi və sair təsirləri göstərmək olar. Mənfi təsirlər arasında turist səfərləri nəticəsində hərəkətin intensivləşməsini, səs-küyün artmasını, ətraf mühitin çirklənməsini, turizm məqsədləri ilə yeni-yeni binaların tikilməsini, təbii mühitdə dəyişikliklərin baş verməsini, içməli suyun daha çox istehlak olunmasını, landşaftın dəyişdirilməsini, cinayətkarlığın artmasını, mədəni resurslara mümkün təsirlərin artmasını göstərmək olar. Əksər hallarda,

müsbət təsirlər mümkün mənfi təsirlərin aradan qaldırılması üçün dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlərlə bağlıdır.

M.Meleddu [105] tərəfindən turizmin inkişafına təsir edən xarici amilləri təsnifləşdirilib. Bunlar: 1) iqtisadi; 2) ətraf mühit; 3) sosial-mədəni amillərdir. Bu amillərin nəzərdə tutulması, turizmin yerli iqtisadiyyatın məşğulluğunun artmasına [26], gəlirlərin və həyat keyfiyyətinin yüksəlməsinə [146], infrastruktur layihələrin genişləndirilməsinə, ictimai nəqliyyatın inkişafına, vergilərdən gəlirlərin həcmi artmasına, yerli marketlərdə satış həcmnin yüksəlməsinə səbəb olur. İqtisadi ədəbiyyatda turizm fəaliyyətinin törətdiyi neqativ iqtisadi xarici təsirlər kimi mal və xidmətlərin qiymətinin, həmçinin kirayə haqlarının artması və sair təsirlər göstərilir [128, s.13-17]. B.Biagi və C. Detotto [36] isə turizmin yaratdığı xarici təsirlər arasında cinayətkarlığın xüsusi yeri olduğunu qeyd edirlər.

İctimai malları istehsal etməyin mümkünsüzlüyünün turizm bazarının uğursuzluğunun bir nəticəsi kimi tədqiqinə iqtisadi ədəbiyyatda rast gəlinir. “İctimai mallar” anlayışı və turizm bir-biri ilə çox bağlıdır. Belə ki, turist səfərləri üçün hər hansı ölkənin və ya ərazinin seçilməsi bu ölkədə və ya ərazidə həyat səviyyəsindən çox asılıdır [110]. Turistlərin çoxu ictimai mülkiyyətdə olan obyektləri, o cümlədən, muzeylər, tarixi və mədəni abidələri, təbii istirahət yerləri və digər ərazilərə səfər edirlər. Ona görə də hər hansı bir ölkədə turizmin inkişafında ictimai malların rolu tədqiq edilməlidir. Məsələn, H.Müller [109, s.41-50] öz tədqiqatında cəmiyyətin mədəniyyətinin və ətraf mühitin turizm vasitəsilə kommersiyyalaşması məsələlərini tədqiq edir.

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlər əsasən öz bizneslərini reklam edirlər. Ölkənin bütünlükdə reklam edilməsinə az hallarda rast gəlinir. Belə reklam edən şirkətlər olarsa, onların bu fəaliyyətindən digər şirkətlər heç bir xərc çəkmədən faydalanmış olurlar. Lakin bütünlükdə ölkədə fəaliyyət göstərən turist şirkətləri öz biznesləri əvəzinə ölkəyə turistlərin cəlb edilməsinə çalışsalar bu fəaliyyətdən həm onların özü, həm də turizmin dolayısı ilə təsir göstərdiyi digər şirkətlər faydalanmış olurlar. Turizm bazarı da digər bazarlar kimi ictimai mal istehsal etmək gücündə deyil. Ona görə də bu fəaliyyəti dövlət öz üzərinə götürməli olur.

Beləliklə, turizm bazarı da digər bazarlar kimi bəzi səbəblərdən, o cümlədən, xarici təsirlər və ictimai mallar istehsal edə bilməmək səbəbindən uğursuz ola bilərlər. Bu halda turizm fəaliyyətinə dövlət müdaxiləsinin edilməsi vacibdir [14, 157-165].

1.2. Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin metodoloji əsasları

Keçən əsrin ikinci yarısından sonra bir neçə amil nəticəsində turizm sektoru sürətlə inkişaf etməyə başladı. Birincisi, ölkələrarası hərəkət liberallaşdı, ikincisi, texnoloji inkişaf nəticəsində nəqliyyat xərcəri ümumi xərclərdə daha az paya malik oldu. Üçüncüsü, insanların gəlirləri xeyli artdı. Dördüncüsü, əmək məhsuldarlığının artması nəticəsində, işçilərin asudə vaxtları çoxaldı. Turizm sənayesindən gələn gəlirlər artdıqca hər bir ölkə bu sahənin inkişafına xüsusi diqqət yetirməyə başladı. Turizm iqtisadi fəaliyyət sahələri arasında ən çox dövlət müdaxiləsinə ehtiyacı olan və ən çox özəl sahibkarlıqla bağlı olan sahələrdəndir. Belə ki, turizmin inkişafı üçün yuxarıda sadaladığımız amillərdən demək olar ki, hamısı dövlətin birbaşa müdaxiləsi ilə bağlı olan amillərdir. Ölkəyə səyahət üçün viza sisteminin sadələşməsi, nəqliyyat sisteminin, xüsusilə, hava nəqliyyatının təşkili, ölkədə yol, rabitə, elektrik enerjisi və sair infrastrukturun inkişafı, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması və sair məsələlər turizm sənayesinin inkişafına ciddi təsir göstərir. Digər tərəfdən, turizmin iqtisadi inkişafa təsirləri, xüsusilə, yeni iş yerlərinin yaradılmasında və ölkəyə valyuta axınında mühüm rol ölkələri bu sektorun inkişafına xüsusi diqqət yetirməyə vadar edir. Təsadüfi deyil ki, 2013-cü ildə Meksikada G20 sammitində ölkələr rəsmi olaraq elan etdilər ki, turizm yeni iş yerlərinin yaradılmasında, iqtisadi artımda və inkişafda mühüm rol oynayır [150]. Dövlətlərin turizm sənayesinin inkişafına belə cəlb edilməsinin əsasən iki səbəbi var: birincisi, məhz dövlətin müdaxiləsi və dəstəyi ilə turizm sənayesini rəqabətli edə bilən ətraf mühit yarana bilər [52, s.1253-1261]. Belə ki, turizm üçün zəruri olan qanunvericilik şəbəkəsinin, təhlükəsizliyin, siyasi sabitliyin təmin edilməsi, maliyyə institutlarının normal fəaliyyəti dövlət hakimiyyəti ilə bağlıdır [139, s. 553-558]. İkincisi, turizmin inkişafı ictimai hesab olunan infrastrukturaların, məsələn, yolların, çimərliklərin, parkların, muzeylərin, həmçinin təbii sərvət hesab olunan meşə və dağların, çay və göllərin və sair mövcudluğundan və istifadəyə yararlılığından çox asılıdır. Belə “ekzogen amillər” turizm sənayesinin mənfəətli və rəqabətli olmasında mühüm rol oynayır [45]. Hər bir ölkə turizmin inkişafında

digərlərindən fərqli üstünlüklərə malik olmağa çalışır ki, bu sahədə rəqabətliliyi təmin edə bilsin. Çünki məhz rəqabətlik nəticəsində ölkə turistlər üçün daha cəlbedici ola bilər [64, s.339-350].

“Turizm sektorunda rəqabətlik” anlayışı ilk baxışda aydın olsa da mahiyyətə xeyli mübahisəlidir. Belə ki, bəzi tədqiqatçılar, məsələn, Omerzel Gomezelj, D. [117] turizm sektorunda rəqabətliliyi turizmlə bağlı mal və xidmətlərin digər ölkələrlə müqayisədə daha yaxşı təqdim edilməsi kimi ifadə edirlər [117]. Lakin Crouch və Ritchie [75] hesab edirlər ki, rəqabətlik o halda yüksək olur ki, ölkəyə gələn turistlərin nəinki sayı çox olsun, həm də onlar məmnunluqla daha çox xərcləsinlər və ölkənin vətəndaşlarının rifah halı yaxşılaşsın, gələcək nəsillər üçün ölkənin təbii sərvətlərinə ziyan dəyməsin. Turizm sektorunda rəqabətliliyin artırılmasının əsas məqsədi ölkənin mövcud dəyərlərini həm maddi, həm də mənəvi dəyərlərinə ziyan vurmada insanların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırmaqdır. Yalnız belə yanaşma çərçivəsində rəqabətliliyin artırılması nəinki turistlər üçün ölkəni daha cəlbedici edəcəkdir, həm də ölkə əhalisinin maddi və mənəvi rifahını yüksəldə bilər.

Rəqabətlik isə müxtəlif amillərlə, o cümlədən, təbii, sosial, iqtisadi, mədəni, siyasi, coğrafi və sair amillərlə bağlı ola bilər. Rəqabətliliyin turizm sənayesi üçün mühümlüyü onun müqayisəli qiymətləndirilməsini vacib edir [59]. İqtisadi ədəbiyyatda rəqabətliliyin ölçülməsi üçün müxtəlif göstəricilərdən istifadə edilir. Bu göstəricilərin bəziləri xərclərə, bəziləri məhsula, digərləri isə mexanizmlərə aiddir [46, s.146-154]. Bu göstəricilərdən kəmiyyətə ölçülə bilənlərlə yanaşı (məsələn, gələn turistlərin sayı, ölkə daxilində turistlərin xərcləri, turizm sektorunda məşğulların sayı, bu sektorda yaradılan əlavə dəyərin həcmi və sair) elə göstəricilər də var ki, onlar ölkəni keyfiyyətə xarakterizə edir (məsələn, cəmiyyətdə oturuşmuş adət-ənənələr və mədəniyyət, turizm sektorunda xidmət səviyyəsi, təbii şərait, coğrafi mövqe və sair).

Turizm sektorunun rəqabətliliyi kəmiyyətə ölçülə bilən və ölçülə gətirilməsi çətin olan çoxlu sayda müxtəlif amillərdən asılıdır. Ona görə də onun qiymətləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi üçün zəif determinantların müəyyən

edilməsi çətin prosesdir. Buna baxmayaraq turizmin rəqabətliyi ölçülməsi üçün müxtəlif metodlar təklif edilir. Bu metodlarda ən geniş istifadə ediləni Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən “Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksi” (TTCİ) [147] və İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD) tərəfindən hazırlanan qiymətləndirmə metodudur.

Dünya İqtisadi Forumu 2007-ci ildən başlayaraq milli turizm rəqabətliyi göstəricilərini Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi Hesabatı kimi iki ildən bir dərc edir. Bu indeksin hazırlanması və dərc edilməsi üzrə çoxlu sayda təşkilat, o cümlədən, BMT-nin Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO), Dünya Səyahət və Turizm Şurası (WTTC), Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Assosiasiyası (IATA), Təbiətin Qorunması üzrə Beynəlxalq İttifaq (IUCN) və sair təşkilatlar əməkdaşlıq edir. Dünya İqtisadi Forumunun 2017-ci il üzrə Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi hesabatında deyilir ki, TTCİ indeksinin hazırlanmasında əsas məqsəd ayrı-ayrı ölkələrin davamlı inkişafına nail olmaq üçün turizm sektorunun inkişafına təsir göstərən əsas determinantların müəyyən edilməsi və kəmiyyətə qiymətləndirilməsindən ibarətdir (World Economic Forum [145]).

İstənilən ölkədə turizmin inkişafında elə amillər var ki, onların dövlət tərəfindən inkişaf etdirilməsinə və tənzimlənməsinə ehtiyac var. Bu amillərin çoxu Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksinin (TTCİ) hesablanmasında istifadə edilir. TTCİ indeksi dövr əsas sub-indeksdən və onların alt-indekslərindən ibarətdir. Qeyd edək ki, TTCİ indeksi 2021-ci ilin hesabatlarında bir qədər dəyişikliklərə məruz qalmış və indeksin adı dəyişdirilərək Səyahət və Turizmin İnkişafı İndeksi (TTDİ) adlandırılmışdır. Bu zaman sub-indekslərin hesablanması metodologiyasında da dəyişikliklər aparılmışdır.

TTDİ indeksin hesablanması zamanı istifadə edilən metodologiya daim təkmilləşdirilir. Hazırda TTDİ kompozit indeks olaraq 5 sub-indeks və 116 göstərici əsasında hesablanır. Sub-indekslərin hər biri müxtəlif sayda alt-indekslərdən ibarətdir. “Mühitin aktivləşdirilməsi” sub-indeksi 5 alt-indeksdən və 40 göstəricidən, “Səyahət və Turizm siyasətinin əlverişliliyi” sub-indeksi 3 alt-indeksdən və 14 göstəricidən, “İnfrastruktur” sub-indeksi 3 alt-indeksdən və 16

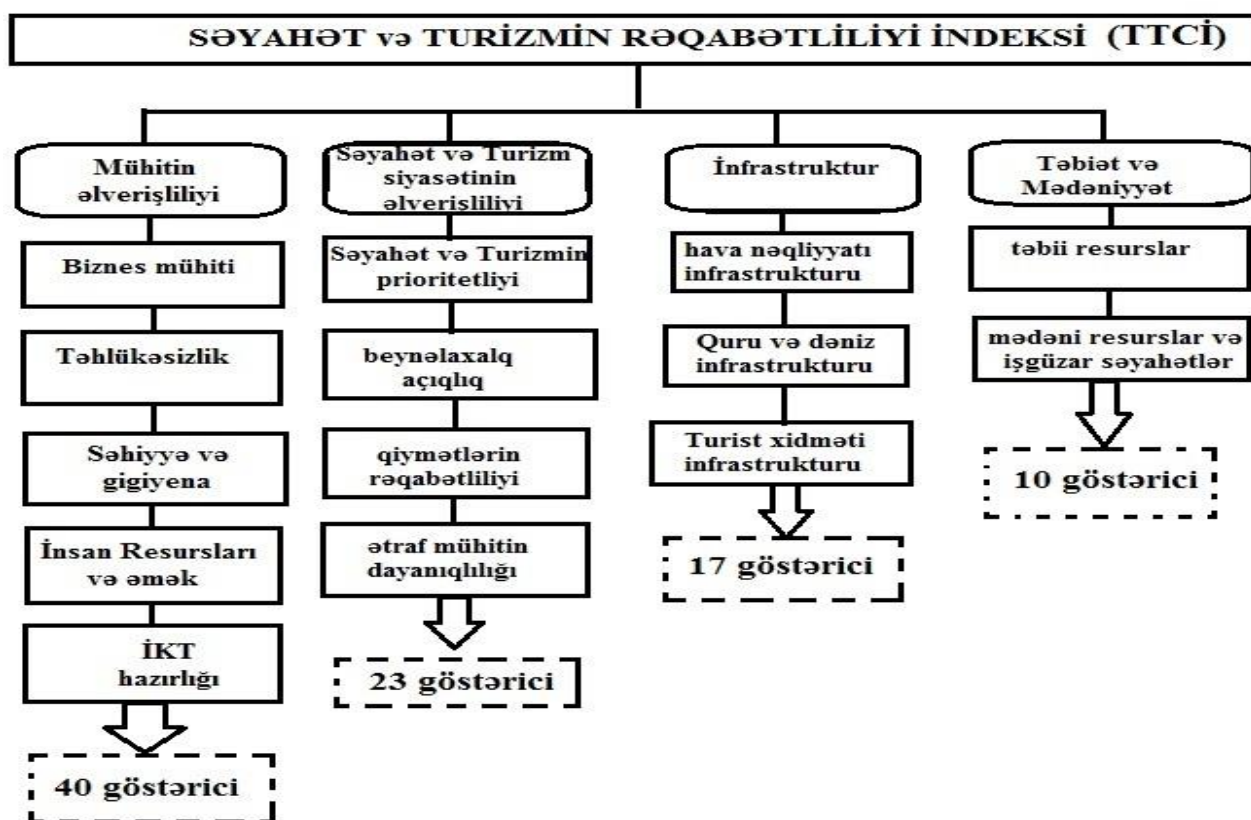
göstəricidən, “Səyahət və Turizmin tələbin idarəedilməsi” sub-indeksi 3 alt-indeksdən və 15 göstəricidən, “Səyahət və Turizmin davamlılığı” sub-indeksi 3 alt-indeksdən 31 göstəricidən ibarətdir. TTDİ-in hesablanmasında istifadə edilən 116 göstəricidən üçdə ikisi beynəlxalq təşkilatların informasiya bazasından əldə edilən statistik göstəricilərdir[147].

TTCİ indeksin [147] hesablanması zamanı istifadə edilən metodologiya daim təkmilləşdirilir. Hazırda TTCİ kompozit indeks olaraq 4 sub-indeks və 90 göstərici əsasında hesablanır. Sub-indekslərin hər biri müxtəlif sayda alt-indekslərdən ibarətdir (şəkil 1.2.1). “Mühitin əlverişliliyi” sub-indeksi 5 alt-indeksdən və 40 göstəricidən, “Səyahət və Turizm siyasətinin əlverişliliyi” sub-indeksi 4 alt-indeksdən və 23 göstəricidən, “infrastruktur” sub-indeksi 3 alt-indeksdən və 17 göstəricidən, “Təbiət və Mədəniyyət” sub-indeksi 2 alt-indeksdən və 10 göstəricidən ibarətdir. TTCİ-in hesablanmasında istifadə edilən 90 göstəricidən üçdə ikisi (60 göstərici) beynəlxalq təşkilatların informasiya bazasından əldə edilən statistik göstəricilərdir. Digər 30 göstərici isə Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən həyata keçirilən sorğular vasitəsilə hazırlanır. Sorğular kəmiyyətə hesablanması mümkün olmayan göstəricilərin kəmiyyət formasına gətirilməsi üçün aparılır. Belə sorğuların aparılmasına 15 mindən çox iş adamı və turizm xidmətlərindən istifadə edən insanlar cəlb edilir.

TTCİ indeksinin hesablanması metodologiyasına əsasən göstəricilər

$$6 * \frac{\text{ölkənin göstəricisi} - \text{ölkələr üzrə mümkün minimum}}{\text{ölkələr üzrə mümkün maksimum} - \text{ölkələr üzrə mümkün minimum}} + 1$$

düsturu indeksləşdirilərək 1-7 arası balla qiymətləndirilir. Bu aralıqda “1” - göstəricinin ifadə etdiyi fəaliyyətin ən aşağı, “7” isə ən yuxarı səviyyədə həyata keçirilməsini ifadə edir. Hər bir alt-indeks ona daxil olan göstəricilərin hesabı ortası kimi hesablanır. Sub-indekslər də ona daxil olan alt-indekslərin hesabı ortası kimi hesablanır. TTCİ indeksi də eyni metodologiya ilə, yəni ona daxil olan 4 sub-indeksin hesabı ortası kimi hesablanır [147].



Şəkil 1.2.1 Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksinin tərkibi

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

TTCİ indeksində birbaşa dövlət tənzimləməsi ilə bağlı olan determinantlar demək olar ki, əksər sub-indekslərin tərkibinə daxildir. TTCİ-nin birinci sub-indeksi olan turizmin inkişafı üçün “*biznes mühitinin əlverişliliyi*” alt-indeksi 12 göstəricini əhatə edir. Bura 1) mülkiyyət hüququ; 2) birbaşa xarici investisiyaların idarəedilməsinin biznesə təsirləri; 3) mübahisələrin həllində hüquqi bazanın səmərəliliyi; 4) qeydiyyat məsələlərində hüquqi bazanın səmərəliliyi; 5) tikintiyə icazəalma üçün tələb olunan vaxt (gün); 6) tikintiyə icazənin alınması üçün xərclər (tikinti xərclərində %); 7) bazarda dominantlıq dərəcəsi; 8) biznesin başlaması üçün tələb olunan vaxt (gün); 9) biznesin başlanması üçün xərclər (ÜMG-də%); 10) vergitutmanın işə təşviq etməyə təsiri; 11) vergitutmanın investisiyaya təşviq etməyə təsiri; 12) cəmi vergi dərəcəsi (mənfəətdə %). Bu göstəricilərdən demək olar ki, hamısı bu və ya digər dərəcədə dövlət tənzimləməsi ilə bağlıdır [147].

TTCİ-nin ikinci - “*müdafiə və təhlükəsizlik*” sub-indeksi 5 göstərici əsasında hesablanır. Bunlar 1) cinayət və hüquqpozmalaraın biznesə təsiri; 2) polis

xidmətlərinin etibarlılığı; 3) terrorizmin biznesə təsiri; 4) terror hadisələrinin baş verməsi indeksi; 5) 100000 insana ölüm cinayəti halları. Bu göstəricilərdən hamısının dolayısı ilə dövlət idarəçiliyinə aidiyyəti olsa da, birbaşa turizm iqtisadiyyatına dövlət müdaxiləsi kimi qiymətləndirilə bilməz [147].

TTCİ-nin üçüncü –“*sağlamlıq və gigiyena*” alt-indeksinə 6 göstərici daxildir [147]. Bunlar 1) hər min nəfərə həkimlərin sayı; 2) Əhalinin təkmilləşdirilmiş sanitariya xidmətlərinə girişi olanların ümumi əhali sayında payı (%); 3) əhalinin inkişaf etmiş içməli su mənbələrinə girişi olanların ümumi əhali sayında payı (%); 4) hər 10000 nəfərə xəstəxana çarpayılarının sayı; 5) yaşlı əhali arasında immun çatışmazlığı virusuna yoluxanların payı (%); 6) 100000 nəfər əhali arasında malareya xəstələrinin sayı. Bu göstəricilərin də dolayısı ilə turizm fəaliyyətinə aidiyyəti çübhəsizdir. Lakin bu göstəricilərin dövlət tənzimləməsi siyasəti bütövlükdə turizm fəaliyyəti ilə bağlı deyil və cəmiyyətin sağlamlığı ilə bağlıdır.

TTCİ-nin dördüncü –“*insan resursları və əmək bazarı*” alt-indeksinə 9 göstərici daxildir. Bunlar 1) ibtidai təhsilə cəlb edilənlərin bu yaşda olanlar arasında payı (net %); 2) orta təhsilə cəlb edilənlərin bu yaşda olanlar arasında payı (gross %); 3) kadr hazırlığının həcmi; 4) müştəri yönümünün dərəcəsi; 5) işə qəbul və işdən azad etmə praktikası; 6) bacarıqlı işçilərin tapılmasının asanlıığı; 7) xarici işçilərin işə qəbulunun asanlıığı; 8) ödəniş və məhsuldarlıq; 9) işçi qüvvəsində qadınların iştirakı (kişilərin sayına nisbəti). Bu göstəricilər arasında da dövlətin turizm sektoruna yönəlik müdaxiləsi ilə birbaşa bağlı olan göstərici yoxdur. Lakin dolayısı ilə bu göstəricilərin hər birinin turizm iqtisadi fəaliyyət sahəsinə aidiyyəti şübhəsizdir.

TTCİ-nin beşinci - “*İKT hazırlığı*” alt-indeksinə 8 göstərici daxildir. Bunlar 1) İKT-dən biznes-biznes transaksiyalar üçün istifadə edilməsi; 2) internet xidmətlərindən biznes-istehlakçı transaksiyalar üçün istifadə edilməsi; 3) internet istifadəçilərinin əhalinin sayında payı (%); 4) Əhalinin hər 100 nəfərinə sabit genişzolaqlı internet abunəçilərinin sayı; 5) əhalinin hər 100 nəfərinə mobil telefon abunəçiləri; 6) əhalinin hər 100 nəfərinə mobil genişzolaqlı abunəçilərin sayı; 7) mobil şəbəkənin əhatə dairəsi (əhalinin sayında %); 8) elektrik enerjisi təchizatının keyfiyyəti [147]. Bu göstəricilərdən də heç biri birbaşa turizm iqtisadi fəaliyyət

sahələri üçün xarakterik deyil və bu sahədə dövlət tənzimləməsinin əsas məqsədi turizmin inkişafı ilə bağlı deyildir. Lakin buna baxmayaraq, bu göstəricilərdən hər birinin turizm sənayesinin inkişafına təsirləri vardır.

TTCİ-nin altıncı - *“səyahət və turizmin prioritetləşməsi”* alt-indeksi 6 göstəricidən ibarətdir: 1) hökumət üçün səyahət və turizm sənayesinin prioritetləşməsi; 2) səyahət və turizm üçün dövlət xərcləri (büdcədə %); 3) turistlərin cəlb edilməsi üçün marketinq və brendləşmənin səmərəliliyi; 4) səyahət və turizm məlumatlarının müvəssəlliyi (0-120 arası bal. 120 ən yaxşı); 5) aylıq və ya illik səyahət və turizm məlumatlarının vaxtında verilməsi (0-21 arası bal. 21 ən yaxşı); 6) ölkənin brend strategiyasının reytingi (1-10 arası bal. 10 ən yaxşı) [147]. Bu göstəricilərdən demək olar ki, hamısı dövlətin turizm sənayesi üzrə siyasəti ilə birbaşa bağlıdır və bu sahədə tənzimləmənin birbaşa məqsədi səyahət və turizm sənayesinin inkişafına yönəlidir.

TTCİ-nin yeddinci - *“beynəlxalq açıqlıq”* alt-indeksi 3 göstəricini əhatə edir: 1) viza verilməsi üzrə tələblər (1-100 arası bal. 100 ən yaxşı); 2) ikitərəfli Hava Nəqliyyatı Xidmətlərinin açıqlılıığı (0-38 arası bal. 38-ən yaxşı); 3) qüvvədə olan regional ticarət müqavilələrinin sayı [147]. Bu göstəricilər üzrə də dövlət tənzimləməsinin səyahət və turizm sənayesinin inkişafına birbaşa təsirləri var. Hətta sonuncu göstərici daha çox mal və digər xidmətlər ticarəti ilə bağlı ola bilsə də turizmin inkişafı üçün onun birbaşa təsirlər etdiyini qəti söyləmək mümkündür [72, s. 315-318].

TTCİ-nin səkkizinci – *“qiymətlərin rəqabətliliyi”* alt-indeksi 4 göstəricidən ibarətdir: 1) bilet vergiləri və hava limanında ödənişlər (0-100 arası bal. 100 ən yaxşı); 2) mehmanxanalarda qiymət indeksi (ABŞ dolları); 3) Alıcılıq qabiliyyəti pariteti; 4) yanacaqın qiymət səviyyəsi (ABŞ dolları/1 litr) [147]. Bu göstəricilər üzrə dövlətin müdaxiləsi daha çox məhdudlaşdırıcı xarakterli ola bilər. İlk iki göstərici üzrə müdaxilə turizm sənayesi ilə birbaşa bağlı olsa da liberallaşma siyasətinin əksinə yönəldiyindən turizmin inkişafına mənfi təsir göstərə bilər [58].

TTCİ-nin doqquzuncu – *“ətraf mühitin dayanıqlılığı”* alt-indeksi 10 göstəricidən ibarətdir. Bunlar 1) ekoloji normaların ciddiliyi; 2) ekoloji normalara əməl

edilməsinin təmini; 3) səyahət turizm sənayesinin inkişafının dayanıqlılığı; 4) bərk cisimlərin (2.5) konsentrasiyası (mq/m³); 5) ekoloji razılaşmaların ratifikasiyası (0-27 arası bal. 27 ən yaxşı); 6) əsas su çatışmazlığı (5-0 arası bal. 0-ən yaxşı); 7) təhlükə altında olan əsas təbii növlər (bütün növlərdə % payı); 8) meşə örtüklərinin dəyişməsi (%); 9) çirkab suların təmizlənməsi (%); 10) sahilboyu şelflərdə balıqçılığın dərəcəsi (ton/km²). Bu göstəricilərdən heç biri birbaşa turizm fəaliyyəti ilə bağlı deyil [147]. Bu göstəricilərin aid olduğu sahələr üzrə dövlət siyasəti bütünlükdə iqtisadiyyatın və cəmiyyətin davamlı inkişafını əsas məqsəd qoyaraq həyata keçirilir və dolayısı ilə turizm sənayesinə təsir edir. Lakin bu göstəricilərin turizm sektoruna şübhəsiz təsirləri vardır və bu təsirlərlə bağlı iqtisadi ədəbiyyatda çoxlu sayda tədqiqatlara rast gəlinir (məsələn, Emilda K. Joseph, [83, s.69-74]).

TTCİ-nin onuncu – *“hava nəqliyyatı infrastrukturunu”* alt-indeksi 6 göstəricidən ibarətdir: 1) hava nəqliyyatı infrastrukturunun keyfiyyəti; 2) yerli uçuşlarda əldə oluna bilən oturmaq*kilometrərin həcmi (milyon); 3) xarici uçuşlarda əldə oluna bilən oturmaq*kilometrərin həcmi (milyon); 4) 1000 nəfərə düşən təyyarə uçuşlarının sayı; 5) hava limanlarının sıxlığı (hava limanları/milyon nəfər); 6) fəaliyyətdə olan aviaxətlərin sayı. Bu göstəricilər də turizmin tələb funksiyasının artmasına birbaşa təsir göstərməyən göstəricilərdir. Onlar daha çox dolayısı ilə təklif funksiyasına təsir göstərir. Turizmin inkişaf etdirilməsi üçün dövlətin bu göstəriciləri inkişaf etdirməsi gələcəkdə özünü doğrultmayan xərclər yarada bilər. Ona görə də bu göstəricilərin inkişaf etdirilməsi turizmin tələb funksiyasının inkişafı ilə paralel aparılmalıdır.

TTCİ-nin on birinci – *“yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu”* alt-indeksi 7 göstəricidən ibarətdir: 1) yolların keyfiyyəti; 2) yolların sıxlığı (cəmi ərazidə %); 3) asfaltlaşdırılmış yolların sıxlığı (cəmi ərazidə %); 4) dəmiryolu infrastrukturunun keyfiyyəti; 5) dəmiryolunun sıxlığı (dəmir yolunun uzunluğu/torpaq sahəsinin sahəsi); 6) port infrastrukturunun keyfiyyəti; 7) yerüstü nəqliyyatın səmərəliliyi [147]. Turizmin sənayesinin tələb nə də təklif funksiyaları bu göstəricilərdən birbaşa asılı olmasa da bu göstəricilərin də hər birinin dolayısı ilə turizmin inkişafında mühüm əhəmiyyəti var [87].

TTCİ-nin on ikinci –“*turizm xidmətləri infrastrukturu*” alt-indeksi 4 göstəricidən ibarətdir: 1) əhalinin hər 100 nəfərinə düşən mehmanxana otaqlarının sayı; 2) turizm infrastrukturunun keyfiyyəti; 3) avtomobil icarəyə verən şirkətlərin mövcudluğu; 4) hər 1000 yaşlı adama düşən bankomatların sayı. Bu göstəricilərdən ilk ikisi turizm xidmətləri ilə birbaşa digər ikisi isə dolayısı ilə əlaqədardır. Lakin bu göstəricilərin hamısı turistlərin rahatlığı və məmnunluğuna ciddi təsir göstərir [37, s.85-93], [84].

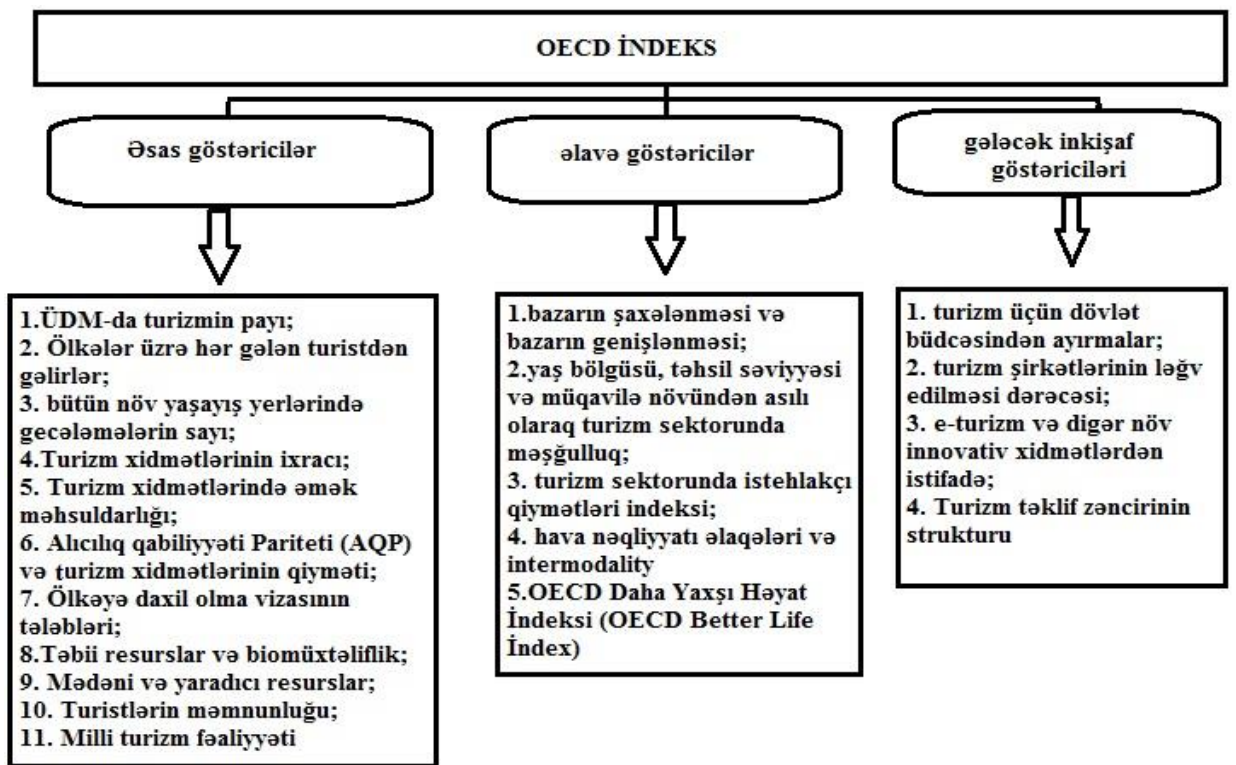
TTCİ-nin on üçüncü- “*təbii ehtiyatlar*” alt-indeksi 5 göstəricidən ibarətdir. Bunlar 1) Ümumdünya İrs təşkilatında qeydiyyatda alınan yerlərin sayı; 2) Ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı; 3) qorunan ərazilərin ümumi ərazilərin sahəsində payı (%); 4) təbii turizmin rəqəmsal tələbi (0-100 arası bal, 100 ən yaxşı); 5) təbii aktivlərin cəlbəedilənliyi [147]. Bu göstəricilərin dövlət tənzimləməsi ilə əlaqəsi digər göstəricilərlə müqayisədə daha azdır, lakin turizmin tələb funksiyasının inkişafında mühüm əhəmiyyətə malikdir [71].

TTCİ-nin on dördüncü –“*mədəni ehtiyatlar və biznes səfərləri*” alt-indeksi 5 göstəricidən ibarətdir. Bunlar 1) Ümumdünya İrs təşkilatının siyahısında olan mədəni abidələrin sayı; 2) şifahi və qeyri-maddi mədəni irs (ifadələrin sayı); 3) idman stadionlarının sayı (böyük stadionların sayı); 4) ümumdünya assosiasiyaların iclaslarının sayı (üç ildə orta); 5) mədəni və istirahət turizminin rəqəmsal tələbi (0-100 arası bal, 100 ən yaxşı) [147]. Bu göstəricilərdən 3, 4 və 5-ci daha çox dövlət tənzimləməsinin obyektinə ola bilər və dolayısı ilə turizmin inkişafına təsir göstərə bilər [65].

Turizmin rəqabətliyinin qiymətləndirilməsi üçün istifadə edilən digər metod İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (OECD İndeks) hazırladığı metoddur [57]. OECD indeksi ölkədə turizmin inkişafı üçün rəqabətliyinin qiymətləndirilməsinə imkan versə də TTCİ indeksindən mahiyyətə fərqlənir. Belə ki, bu indeks ölkələri müqayisəli qiymətləndirilməsi məqsədi daşımır və turizm fəaliyyəti üçün ölkənin həyata keçirdiyi siyasətin güclü və zəif tərəflərinin müəyyənələnməsinə və bütünlükdə turizm fəaliyyətinin rəqabətliyinin qiymətləndirilməsinə imkan verir. Bu indeksdə istifadə edilən göstəricilərin dinamikası əsasında turizm fəaliyyəti üçün ölkədə

mövcud olan risklərin mahiyyətini müəyyən etmək imkanı var. Belə qiymətləndirmələr turizmin inkişafına mane olan amillərin vaxtında müəyyən edilməsinə və dövlət tərəfindən zəruri tədbirlərin görülməsinə imkan verir.

OECD indeksi də yalnız statistik göstəricilərdən ibarət deyil və indeksin hesablanmasında turizm xidmətindən istifadə edən və ya bu sektorda fəaliyyət göstərən iş adamlarının münasibətindən də istifadə edilir. Bu indeksin hesablanmasında üç müxtəlif mahiyyətli göstəricilərdən istifadə edilir: 1) 11 əsas göstəricilər; 2) 5 əlavə göstəricilər; 3) 4 gələcək inkişaf göstəriciləri.



Şəkil 1.2.2 Turizm fəaliyyətinin rəqabətliliyi üçün OECD indeksinin tərkibi

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

TTCİ və OECD indekslərinin digər fərqləndirici cəhəti birincinin hesablanmasında 90 göstəricidən, ikincinin hesablanmasında isə 20 göstəricidən istifadə edilməsidir. Bu iki indeks arasındakı mühüm fərqlərdən biri də OECD indeksində iqtisadi nəticələrdən daha çox istifadə edilməsidir. Belə ki, turizmin ÜDM-da payı, ölkəyə gələn turistlərdən əldə edilən gəlirlərin mənşə ölkələr üzrə təsnifləndirilməsi, turizm xidmətlərinin ixracı, turizm sektorunda əmək məhsuldarlığı,

Alıcılıq Qabiliyyəti Pariteti (AQP) və sair göstəricilər iqtisadi fəaliyyətin nəticəsinə daha çox aiddir.

Turizm sektorunun inkişafında dövlət tənzimləməsinin əsas rolu var. Məhz müxtəlif ölkələrdə turizm sektorunun fərqli səviyyədə inkişafı digər amillərlə yanaşı bu sektora aid dövlət siyasətinin mahiyyətindən və nə dərəcədə həyata keçirilməsindən asılıdır. Turizm sektorunun rəqabətliliyi indekslərində bu sektora dövlət müdaxiləsinin səviyyəsi kəmiyyətə əks olunmuşdur. Elə buna görə də turizm sektorunda rəqabətliliyin təmin edilməsində dövlət tənzimləməsinin rolunu müəyyən etmək üçün biz, metodoloji olaraq, hər iki indeksin tərkibində birbaşa dövlət müdaxiləsini əks etdirən determinantları ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirəcəyik.

OECD İndeksində birbaşa dövlət tənzimləməsi ilə bağlı olan determinantlar bunlardır: 1) Alıcılıq qabiliyyəti pariteti; 2) ölkəyə daxil olma vizasının tələbləri; 3) hava nəqliyyatı əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi; 4) turizm üçün dövlət büdcəsindən ayırmalar. OECD İndeksində yer alan digər göstəricilər birbaşa dövlət müdaxiləsi ilə bağlı olmasalar da dolayısı ilə dövlət müdaxiləsinə məruz qalırlar. Lakin biz yalnız birbaşa dövlət müdaxiləsini əks etdirən determinantlar üzrə tədqiqatımızı davam etdirəcəyik.

Turizm sektorunun rəqabətliliyinin və davamlı inkişafının təmin edilməsi üçün ona təsir edən amillər arasında əlaqələrin səviyyəsinin analiz edilməsi zəruridir. TTCİ indeksi ilə onun tərkib hissəsi olan alt-indekslər, həmçinin alt-indekslərin öz arasında Pirson korrelyasiya analizi deməyə əsas verir ki, TTCİ-nin yalnız bir alt-indeks ilə “qiymətlərin rəqabətliliyi” ilə korrelyasiya əlaqəsi çox zəifdir, həmçinin bu əlaqənin trendi neqativdir. Digər bütün alt-indekslərlə TTCİ arasındakı Pirson korrelyasiya əmsalı kifayət qədər yüksəkdir.

TTCİ ilə ona daxil olan alt-indekslər və alt-indekslərin öz aralarında qarşılıqlı Pirson korrelyasiya əmsallarının analizi (2021)

Cədvəl 1.2.1

	TTCİ	biznes mühitinin əlverişliliyi	müdafiə və təhlükəsizlik	sağlamlıq və gigiyena	insan resursları və əmək bazarı	İKT hazırlığı	səyahət və turizmin prioritetləşməsi	beynəlxalq açıqlıq	qiymətlərin rəqabətliyi	ətraf mühitin dayanıqlılığı	hava nəqliyyatı infrastruktururu	yerüstü nəqliyyat və port infrastruktururu	turizm xidmətləri infrastruktururu	təbii ehtiyatlar	mədəni ehtiyatlar və
TTCİ	1														
biznes mühitinin əlverişliliyi	0.684668	1													
müdafiə və təhlükəsizlik	0.598923	0.608258	1												
sağlamlıq və gigiyena	0.761815	0.478545	0.581502	1											
insan resursları və əmək bazarı	0.82673	0.788158	0.636678	0.711982	1										
İKT hazırlığı	0.874931	0.72691	0.683523	0.859005	0.845841	1									
səyahət və turizmin prioritetləşməsi	0.720415	0.570332	0.519413	0.538511	0.638271	0.648019	1								
beynəlxalq açıqlıq	0.806849	0.562309	0.579038	0.589912	0.6907	0.708059	0.63556	1							
qiymətlərin rəqabətliyi	-0.38366	-0.323416	-0.264049	-0.156323	-0.351259	-0.325243	-0.271509	-0.354461	1						
ətraf	0.52103	0.447944	0.494292	0.383537	0.479491	0.530735	0.346774	0.486549	-0.57669	1					

mühitin dayanıqlılığı																
hava nəqliyyatı infrastruktur u	0.90418	0.722199	0.518242	0.647208	0.775067	0.806095	0.650627	0.706265	-0.42627	0.43366	1					
yerüstü nəqliyyat və port infrastruktur u	0.86132	0.756887	0.605848	0.665252	0.785171	0.81932	0.59613	0.697617	-0.44853	0.574042	0.7964	1				
turizm xidmətləri infrastruktur u	0.87140	0.592018	0.567788	0.755464	0.714935	0.858083	0.70514	0.708692	-0.41806	0.55417	0.7851	0.74928	1			
təbii ehtiyatlar	0.51351	0.100058	0.023309	0.079828	0.282318	0.170412	0.319897	0.405979	-0.23017	0.15041	0.3924	0.21979	0.291438	1		
mədəni ehtiyatlar və biznes səfərləri	0.74789	0.277761	0.187462	0.432813	0.431473	0.452444	0.326206	0.482235	-0.24355	0.20444	0.6418	0.55695	0.483181	0.60330	1	

Qeyd: müəllif tərəfindən hesablanıb.

“Biznes mühitinin əlverişliliyi” alt-indeksinin 5 digər alt-indeks ilə -*“müdafə və təhlükəsizlik”*, *“insan resursları və əmək bazarı”*, *“İKT hazırlığı”*, *“hava nəqliyyatı infrastrukturu”*, həmçinin *“yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturu”* alt-indeksi ilə korrelyasiya əlaqəsi yüksəkdir. Digər göstəricilərlə korrelyasiya əlaqəsi zəifdir. Xüsusilə, bu alt-indeksin *“qiymətlərin rəqabətliyi”*, *“təbii ehtiyatlar”*, həmçinin *“mədəni ehtiyatlar və biznes səfərləri”* alt-indekslərindən asılılığı demək olar ki, yoxdur [147].

“Müdafə və təhlükəsizlik” alt-indeksinin iki -*“insan resursları və əmək bazarı”* və *“İKT hazırlığı”* alt-indeksləri ilə korrelyasiya əlaqəsini də qənaətbəxş hesab etmək olar. Digər alt-indekslərlə əlaqə mövcud deyil və bu göstəricilər arasında H0 hipotezi özünü doğruldur. *“sağlamlıq və gigiyena”* alt-indeksinin dörd -*“insan resursları və əmək bazarı”*, *“İKT hazırlığı”*, yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturu, həmçinin *“turizm xidmətləri infrastrukturu”* alt-indeksləri ilə korrelyasiya əlaqəsi yüksəkdir [147].

“İnsan resursları və əmək bazarı” alt-indeksi ilə *“İKT hazırlığı”*, *“hava nəqliyyatı infrastrukturu”*, *“yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturu”*, turizm xidmətləri infrastrukturu” alt-indeksləri arasındakı korrelyasiya əlaqəsi də güclüdür. Lakin *“qiymətlərin rəqabətliyi”* və *“ətraf mühitin dayanıqlılığı”* alt-indeksi ilə əlaqə zəifdir.

Bu alt-indekslər arasındakı Pırson korrelyasiya əmsalları göstərir ki, turizmin rəqabətliyiinin ölçülməsində istifadə edilən və dövlət tənzimləməsi prosesində turizmlə birbaşa əlaqəsi olmayan, lakin dolayısı ilə turizm sənayesinə təsir göstərən dörd alt-indekslə- *“qiymətlərin rəqabətliyi”*, *“ətraf mühitin dayanıqlılığı”*, *“təbii ehtiyatlar”* və *“mədəni ehtiyatlar və biznes səfərləri”* digər alt-indekslərin korrelyasiya əlaqəsi zəifdir. [19, 271-279]

1.3. Turizmin dövlət tənzimlənməsinin dünya təcrübəsi

Dünya ölkələrinin bir çoxunun ümumdaxili məhsul həcmində turizm sektoru mühüm çəkiyə malikdir. Son bir neçə onillikdə, xüsusilə, qloballaşma prosesinin

genişlənməsi nəticəsində turizm sektoru da sürətlə inkişaf etdi. Ölkələrarası iqtisadi və siyasi əlaqələrin genişlənməsi, elmi-texniki inkişaf nəticəsində nəqliyyat sisteminin yaxşılaşması, həmçinin dünya əhalisinin ümumi rifah səviyyəsinin yüksəlməsi turizm iqtisadiyyatının inkişafına da təkan verdi. Hazırda beynəlxalq turizm böyük iqtisadi potensiala malikdir. Turizm həm gəlirlərin ölkələrarası yenidən paylanmasına, həm də yerli istehsalın inkişafı üçün stimula çevrilir. Hər bir ölkə öz valyuta ehtiyatlarını turizm xidmətlərinin ixracı vasitəsilə təmin etməyə, həmçinin turizm sektoru üçün vacib olan digər mal və xidmətlərin istehsalının daha da genişləndirilməsinə çalışırlar. Bu mənada turizm sektoru xidmət sektoru olmaqla yanaşı, həm də istehsal sektorunun, xüsusilə, emal sektorunun inkişafının hərəkətverici qüvvəsinə çevrilməkdədir. Bu mənada turizm sektoru həm də iqtisadi artıma təkan verən sektordur. Odur ki, hər bir dövlət çalışır ki, ölkəyə daxil olan turistlərin sayı artsın və daha çox gəlir əldə etmək mümkün olsun.

Beynəlxalq turizmin iqtisadi artıma təsirlərinə həsr edilən tədqiqatlar son 30-40 il ərzində sürətlə artmaqdadır. Turizm sektorunun iqtisadi artıma təsirləri müxtəlif kanallar vasitəsilə reallaşır. Bu sektorun iqtisadi artıma əsas təsiri ölkəyə xarici valyutanın daxil olması ilə şərtlənir. Ölkə iqtisadiyyatı üçün zəruri olan, lakin ölkədə istehsal edilməyən və ya kifayət qədər istehsal edilməyə malların əldə edilməsi üçün idxala həmişə ehtiyac duyulur. Heç bir ölkə iqtisadiyyat və ya istehlak üçün zəruri olan bütün mal və xidmətləri istehsal edə bilməz. Xüsusilə, kiçik ölkələrin bu problemi daha ciddidir. Ona görə də əksər nomenklaturaya daxil olan malların idxal edilməsi zəruridir. Lakin belə idxal prosesi xarici valyuta olmadan reallaşa bilməz. Xarici valyutanın əldə edilməsi isə mal və xidmətlərin ixracı vasitəsilə əldə edilir. Belə xidmət ixracından biri də turizmdir.

Turizmin digər xidmət ticarətindən fərqli cəhətlərindən biri ondan ibarətdir ki, turizm digər sahələrin, məsələn, emal sənayesinin, tikintinin, nəqliyyat sektorunun və sair iqtisadi fəaliyyət sahələrinin inkişafına da təkan verir. Turizm sektoru həm də yeni iş yerlərinin yaradılmasında, ölkəyə yeni texnologiyanın gətirilməsinə, menecment bacarıqlarının inkişaf etdirilməsinə səbəb olur. Hətta turizmə əsaslanan iqtisadi artım fərzləri (tourizm-led growth hipotesis-TLGH) ideyasının öyrənilməsinə

və əsaslandırılmasına aid çoxlu sayda tədqiqatlar mövcuddur. Məsələn, Pablo-Romero & Molina [119], Castro-Nuño et al. [40], Brida et al. [38, s. 394-430], Nunkoo et al. [114, s. 404-423] və sair tədqiqatlarda TLGH təsdiq edilir.

Covid-19 pandemiyası baş verənə qədər dünyada turizm sənayesi davamlı olaraq artmaqda idi və son 25 ildə, yəni 1995-ci ildən 2020-ci ilə qədərki dövrdə turistlərin illik sayı 532.953 milyon nəfərdən 1.461 milyard nəfərə qədər artmışdı [151]. Son 25 ildə turizm sektorunda yaradılan əlavə dəyər 460 milyard ABŞ dollarından 1.5 trilyon ABŞ dollarına qədər artıb. Bu, global ÜDM-in təqribən 3% deməkdir. Bu həm də turizm sektorunda fəaliyyət göstərən məşğulların sayının və bu sektora yönələn investisiyaların kəskin artması deməkdir [62]. İstirahət məqsədilə səfərlər turizm fəaliyyətində əsas yer tutur. Yaxınlarına və qohumlarına baş çəkmək, sağlamlıq və dini məqsədlərlə səyahətlər də turizm fəaliyyətində mühüm çəkiyə malikdir.

Turizm səfərləri digər amillərlə yanaşı, həm də insanların gəlirlərindən asılı olduğundan daha varlı ölkələrin əhalisi turizm səfərlərinə daha çox üstünlük verirlər. Məsələn, Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Dünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına əsasən [152] dünyada turistlərin 50%-ə yaxın hissəsini Avropa ölkələrindən olan turistlər, 25% qədərini Asiya ölkələri, 15% isə Amerika qitəsindən olan turistlər təşkil edir.

Turizm sektorunun iqtisadi inkişafda və iqtisadi artımda mühüm əhəmiyyət kəsb etməsi müxtəlif ölkələrin təmsalında tədqiq edilib. Baker [30, s. 58-67] iddia edir ki, turizm həm milli, həm də beynəlxalq miqyasda iqtisadi inkişaf və iqtisadi artım üçün hərəkətvericidir. Turizmin xarici valyutanın cəlb edilməsində rolu [54, s.11-119], müxtəlif iqtisadi sektorların fəaliyyətini, xüsusilə, emal sənayesinin və kənd təsərrüfatının inkişafını stimullaşdırıcı rolu, həmçinin yerli əhalinin gəlirlərinin artmasındakı rolu [31, s.877-884] müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən öyrənilib.

Lakin turizm sektorunun digər iqtisadi fəaliyyət sahələri ilə müqayisədə bəzi çatışmazlıqları da var. Belə çatışmazlıqların ortaya çıxarılmasında və daha əyani başa düşülməsində Covid-19 pandemiyası ciddi rol oynadı. Belə ki, turizm digər iqtisadi fəaliyyət sahələrinə nisbətən daxili və xarici şoklara daha həssasdır. Hər hansı ölkədə

terror təhlükəsinin və ya epidemiya təhlükəsinin olması ilə bağlı xəbərlər həmin ölkədə turizm sektorunu qısa zaman ərzində çökdürə bilər. Yaxud ölkəyə gələn turistlərin üstünlük təşkil etdiyi mənşə ölkəsi ilə hər hansı siyasi gərginlik turizmin tələbində ciddi dəyişikliyə səbəb ola bilər.

Turizmin tələb funksiyası müxtəlif hadisələrə, o cümlədən, təhlükəsizlik risklərinə, təbii hadisələrə, müharibələrə, ölkədəki siyasi qeyri-sabitliyə və sair hadisələrə çox həssasdır [130]. Ölkə haqqında hər hansı xəbər o ölkənin turizm sektoruna ya mənfə, ya da müsbət təsir göstərə bilər. Bəzi tədqiqatçılar, məsələn, Wang [153] belə hesab edirlər ki, son zamanlar turizm tələbinə təsir göstərən hadisələr çoxalsa da onların təsiri qısamüddətli, məsələn, 1-2 illik olur. Bütün hallarda ölkədəki siyasi qeyri-sabitlik, təbii fəlakətlər və sair turizmin tələbinə mənfə təsir edir. Bu problem turizmin inkişaf etdiyi Türkiyə təmsalında Gul və Cagatay [73, s. 33-48] tərəfindən tədqiq edilib.

İqtisadiyyatın digər sektorlarında olduğu kimi turizm sektoru da müxtəlif amillərdən asılıdır. Bu amillərin dəyişməsi turizm sektorunun inkişafına və ya tənəzzülünə səbəb olur. Məsələn, ölkənin yuxarıda qeyd etdiyimiz neqativ hadisələrlə, məsələn, təbii fəlakətlərlə, müharibələrlə, siyasi qeyri-sabitliklə, epidemiyalarla və sair hadisələrlə üzləşməsi həmin ölkəyə turist axınıni xeyli azaldır. Elə amillər var ki, onlar əksinə xarici turistlərin cəlb edilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, sərhədlərinin xarici qonaqlar üçün açıq olması, yerli əhalinin qonaqpərvərliyi, təhlükəsizlik təmin edilməsi, əlverişli təbii şərait, qiymətlərin səmərəliliyi və digər amillər xarici turistləri ölkəyə cəlb edir. Bu və ya digər çoxlu sayda amillər ola bilər ki, turizm tələbinə müsbət və ya mənfə təsir göstərsin [16, 92-95].

Turizm xidmətləri əmtəədir və bu əmtəənin alışı və satışı turizm xidmətləri bazarında baş verir. Turizm bazarının əsas göstəricisi isə digər bazarlarda olduğu kimi “tələb” və “təklif”-dir. Turizm xidmətlərinə olan tələb insanların belə xidmətlər üçün xərcləməyə hazır olmasıdır. Deməli, bu xidmətlər ucuz və keyfiyyətli olduqca, ona görə ödəməyə hazır olanların sayı da çox olacaq. Ona görə də hər bir ölkədə turizmin inkişafı dövlət tərəfindən diqqətdə saxlanılır və bu sahəyə dövlət müəyyən

mexanizmlərlə müdaxilə edir. Turizm sektoruna dövlətin müdaxiləsi “tələb”, həm də “təklif” komponentinə olan müdaxilə kimi özünün göstərir.

Turizm xidmətləri bazarı ilə bağlı çoxlu sayda tədqiqatların ümumiləşdirilməsi onun əsas determinantları kimi aşağıdakıları ayırmağa imkan verir:

- P_t -ölkədəki qiymət pariteti indeksidir. Qiymət pariteti indeksi əslində turistin daxil olduğu ölkədəki qiymətlərin turistin mənşə ölkəsindəki və ya onun turist kimi səfər edə biləcəyi digər ölkələrdəki qiymətlərlə nə dərəcədə müqayisə edilə biləcəyini bildirir. Əksər hallarda turist qiymət pariteti daha yüksək olan, yəni real qiymətlərin aşağı olduğu ölkələri seçməyə meyillidir. Xidmətin növü və keyfiyyəti təqribən eyni olduğu hallarda turist daha yüksək qiymət pariteti olan ölkəyə üstünlük verir. Adətən yüksək gəlirli ölkələrdə paritet indeksi aşağı gəlirli ölkələrlə müqayisədə aşağı olur.

- Turizm xidmətlərinin tələb funksiyasına təsir edən mühüm amillərdən biri də $S_{i,t}$ - ölkəyə turist səfərlərinin digər ölkələrə olan səfərlərlə əvəzlənməsi, turizm xidmətlərinin tələb funksiyasına təsir edən mühüm bir amildir. Ölkələr arasında qiymət və xidmət keyfiyyəti fərqlərinin olması, turistlərin səfər məqsədlərini əvəzlənməsinə səbəb ola bilər. Beləliklə, eyni təbii şəraitə malik olan digər ölkələr, məsələn, Gürcüstan və Türkiyə qiymət və xidmətin keyfiyyətindəki fərqlərlə bağlı olaraq, oxşar təbiətə malik olması, gedən turistlər məhz Azərbaycanı yox bu ölkələrə səfərlərləri ilə əvəz edirlər. Buna görə də, ölkələr turizm sektorunu daim inkişaf etdirməli və turistləri cəlb etməsi üçün qiymət və xidmət keyfiyyətinə diqqət yetirməlidir. Beləliklə $S_{i,t}$ - göstəricisi turizm xidmətləri üzrə rəqabətdə olan ölkələrə aiddir. Bu halda $S_{i,t}$ əvəzləyici ölkələrdəki turizm xərclərini ifadə edir. Adətən, bu ölkələrdə turizm xidmətlərinin qiyməti yüksəldikcə Azərbaycanda turizm xidmətlərinin tələb həcmi arta bilər.

- Tələbə təsir edən mühüm göstəricidən biri də C_t - bazarda qiymət indeksidir. Ölkədə yaşayış xərcləri və bazar qiymətləri artdıqca bu özünü turizmin tələb həcmində göstərir. İlkin mülahizəyə görə, inflyasiya tələbə mənfi təsir göstərir.

- Turizmin tələb funksiyasına təsir edən digər mühüm amillərdən biri də I_t - gəlirlərin həcmi ilə bağlıdır. Təbii ki, ölkədə orta gəlirlərin artması həm daxili həm də xarici turizmə müsbət təsir göstərir. İlkin olaraq, ölkədən gedənlərin sayının

artmasına pozitiv, ölkəyə gələn turistlətin sayına isə müəyyən səviyyəyə qədər pozitiv təsir göstərsə də, sonra isə neqativ ola bilər. Üstəlik, turistlər yüksək qiymətlərə baxmayaraq, çox vaxt İEÖ-lərə səyahət etməyi üstünlük tuturlar. Belə ölkələrdə isə qiymətlərin yüksək olması turist səfərləri üçün xərcləri artırır.

- V_t - viza prosedurların sərtliyi ilə əlaqəlidir. Vizanın asanlıığı və prosedurların sadələşdirilməsi ölkəyə gələn turistlərin sayının artmasına səbəb olur.

Beləliklə, turizm səfərlərinə olan tələb aşağıdakı funksiyası kimi ifadə edilə bilər [11].

$$D_t = F(P_t; S_{1,t}, S_{2,t} \dots S_{n,t}; C_t; I_t; V_t;) \quad (1.3.1)$$

Turizm xidmətlərinin tələb funksiyasının müəyyən edilməsi kifayət qədər ciddi tədqiqatların aparılmasını tələb edir. Bəzi tədqiqatlarda bu məqsədlə ən kiçik kvadratlar üsulundan (OLS), Johansen və Juselius kointeqrasiya metodundan, ARDL modelindən və panel analiz metodlarından istifadə edilir. Nonthapot və Lean [112, s. 279-285] turizm tələblə nisbi qiymət indeksi, gəlirlərin səviyyəsi və əvəzləyici ölkələrdə nisbi qiymət indeksi arasındakı əlaqəni qısa və uzun müddətli dövr üçün ARDL modeli ilə tədqiq edib. Bu tədqiqatda həmçinin Taylanda 2008-2010-cu illərdə baş verən siyasi böhranların Lao Xalq Demokratik Respublikasında turizm tələbinə təsirləri öyrənilib. Tədqiqatın əsas nəticəsi ondan ibarətdir ki, Taylanda əhalinin gəlirlərinin artması Laos XDR-nın turizm tələbinə müsbət təsir edir. Digər göstəricilərin təsiri isə hiss ediləcək dərəcədə deyil.

Bəzən turizm xidmətlərinə olan tələb, bu ölkədən uzaq məsafədə yerləşən regionlarda ciddi şəkildə dəyişə bilər. Məsələn, Asemota və Bala [29] müəyyən ediblər ki, Fars körfəzi müharibələrinin Almaniyadan Yaponiyaya turist səfərlərinə təsiri neqativdir. Burada tələbin göstəricisi olaraq, turistlərin sayı (TA_{ijt}) götürülüb. Tələbin asılı olduğu amillər kimi isə, 1) turistin mənşə ölkəsində gəlir səviyyəsi (Y_{jt}), 2) mənşə ölkəsi ilə turistin gəldiyi ölkə arasında ticarət dövriyyəsi (Tv_{ijt}), 3) turistin gəldiyi ölkədə qiymət səviyyəsi (P_{it}), 4) turistin gedə biləcəyi digər ölkələrdə (əvəzləyici ölkədə) qiymət indeksi (Ps_{kt}), 5) fiktiv dəyişənlər

($D_{1t}, D_{2t}, D_{3t}, D_{4t}, D_{5t}$). Burada D_{1t}, D_{2t} uyğun olaraq, 1973-1974 və 1979-1980-cı illərdəki neft böhranlarını ifadə edən fiktiv göstəricilərdir. Bu göstəricilər həmin illər üçün “1”, digər illər üçün “0” qiymətini alır. D_{3t}, D_{4t} isə iki böhranı, 1990-1991-ci ildə Körfez müharibəsini 1997-1998-ci illərdə isə Asiya maliyyə böhranını xarakterizə edən fiktiv göstəricilərdir. Bu illər üçün “1”, digər illər üçün “0” qiyməti alırlar. D_{5t} fiktiv göstəricisi isə 2001-2002-ci illərdə “1” digər illərdə isə “0” qiymətini alan və ABŞ-da baş verən terror hadisəsini xarakterizə edən fiktiv göstəricidir. Beləliklə, Asemota və Bala (2012) Yaponiyanın Almaniyadan olan turizm tələbi üçün ümumi funksiya

$$TA_{ijt} = f(Y_{jt}, Tv_{ijt}, P_{it}, Ps_{kt}, \text{dummy variables}, \varepsilon_{ijt}) \quad (1.3.2)$$

və loqarifmik formada isə

$$\begin{aligned} \ln(TA_{ijt}) = & \beta_0 + \beta_1 \times \ln(Y_{jt}) + \beta_2 \times \ln(Tv_{ijt}) + \beta_3 \times \ln(P_{it}) + \beta_4 \times \\ & \ln(Ps_{kt}) + \text{dummy variables} + \varepsilon_{ijt} \end{aligned} \quad (1.3.3)$$

Burada nisbi qiymətlər indeksi kimi turistin getdiyi ölkədə istehlakçı qiymətləri indeksinin nominal mübadilə kursuna olan nisbətinin mənşə ölkəsində həmin göstəriciyə olan nisbəti götürülüb.

$$P_{it} = \frac{CPI_i / EXC_i}{CPI_j / EXC_j} \quad (1.3.4)$$

Əvəzləyici ölkələrdə nisbi qiymətlər indeksini (Ps_{kt}) müəyyən etmək üçün

$$PS_{kt} = \frac{\sum_{k=1}^n \left(\frac{CPI_k}{EXC_k} \right) \times w_{kt}}{CPI_j / EXC_j} \quad (1.3.5)$$

Eyniliyindən istifadə edilib. Burada w_{kt} - əvəzləyici ölkələrdə mənşə ölkəsindən olan turistlərin çəkisidir və Song və digərləri [134, s. 57-64] tərəfindən müəyyən edilən düsturla hesablanıla bilər.

Salman [131, s.323-339] tərəfindən aparılan tədqiqatda İsveçə ABŞ-dan, Böyük Britaniyadan, Almaniyadan, Danimarkadan, Finlandiyadan və Norveçdən olan turistlərin sayı ilə bu ölkələrdəki gəlir səviyyəsi, turizm qiymətləri, mübadilə kursu və istehlak qiymətləri indeksi arasındakı uzummüddətli əlaqə qiymətləndirilib. Eyni zamanda, fiktiv dəyişən kimi 1986-cı ildəki Çernobıl hadisəsi və 1991-ci il Fars Körfəzindəki müharibə əlavə olunaraq, kointeqrasiya analizindən istifadə edilib. Tədqiqatın İsveç üçün turizmin tələb funksiyası iqtisadi göstəricilərinin asılı olduğunu, lakin qeyd edilən fiktiv göstəricilərinin asılı olmadığını göstərməsi ilə nəticələnib.

Tailandın təmsalında turizmin tələb funksiyası qısa və uzun müddətli dövr üçün Chaitip və Chaiboonsri [41] tərəfindən tədqiq edilib. Bu funksiyanın bəzi iqtisadi göstəricilərdən, məsələn, gəlirlərdən, mal və xidmətlərin qiymətlərindən, nəqliyyat xərclərindən, mübadilə kursundan və mübadilə kursunun riskindən asılılığı ilə yanaşı, həm də havanın temperaturundan asılılığı tədqiq edilib. Tədqiqatın əsas nəticəsi ondan ibarətdir ki, mənşə ölkəsində gəlirlərin artması Tailandın turizm tələb funksiyasına pozitiv, mübadilə kursu və mübadilə kursunun riski mənfi təsir edir. Tədqiqat zamanı ARDL yanaşmasından və kointeqrasiya analiz metodlarından istifadə edilib. Təqribən oxşar nəticələr Tunis təmsalında Ouerfelli [118, 127-137] tərəfindən aparılan tədqiqatda da əldə edilib. Tunis turizmin tələb funksiyasının Avropa ölkələrinin nisbi qiymət indeksindən asılı olmadığını göstərir. Bu turistlərin Tunisdə xərclərinin mənşə ölkələrindəki gəlirlərin həcmindən asılı olmadığını təsdiqləyir. Lakin Tunis ilə turizm xidmətləri sahəsində rəqabətdə olan ölkələrdə

turizm qiymətlərinin Tunisdə tələb funksiyasına təsiri neqativdir. Ouerfelli [118] regionda münaqişələrin Tunisdə turizmin tələb funksiyasına təsirini də fiktiv göstəricilərlə öyrənərək belə nəticəyə gəlir ki, fars Körfəzindəki 1991-ci il müharibəsinin Tunisdə tələb funksiyasına təsiri olub. Tədqiqatda uzunmüddətli dövr üçün turizmin tələb funksiyasının hesablanması və proqnozlaşdırılması üçün kointeqrasiya və xətlərin korreksiyası (ECM) metodlarından istifadə edilib. Əldə edilən əsas nəticə ondan ibarətdir ki, Avropa ölkələrindən olan turistlərin Tunis ilə bağlı davranışları fərqlidir.

Yuxarıda müzakirə etdiyimiz tədqiqatlardan fərqli olaraq turizmin tələb funksiyasının “Qravitasiya model” də geniş yayılmışdır. Bu modeldən istifadənin sadə məntiqi ondan ibarətdir ki, turistlər o ölkələrə səfər edirlər ki, orada digər ölkələrlə müqayisədə turistləri cəlb edən iqtisadi, sosial-iqtisadi və sair digər üstün cəhətlər vardır. Məsələn, Böyük Britaniyadan olan turistlər dincəlmək üçün İraqı deyil, Tailandı və ya Kipr adasını seçirlər. Çünki onlar bu ölkələri İraqa nisbətən daha təhlükəsiz hesab edirlər. Lakin yüz minlərlə İranlı turist hər il İraqa dini ziyarətlərə gedirlər. Birinciləri təhlükəsizlik və istirahət daha çox maraqlandırır, ikinciləri isə dini ziyarətlər. Lakin hər iki halda turistləri cəlb edən özünəməxsus amillər mövcuddur. Digər tərəfdən, qiymətlərin səyahət üçün uyğun olması, ölkələrarası məsafənin çox da böyük olmaması səyahət üçün mühüm amildir. Məsələn, Rusiya turistləri üçün Türkiyənin Antaliya və ya Bodrum turizm mərkəzlərində istirahət Cənubi Afrikada istirahətdən daha cəlbedicidir. Çünki Türkiyə nisbətən yaxındır və nisbi qiymətlər əlverişlidir. Belə cəlbedicilik bütün turistlər üçün eyni ola bilməz. Cəlbedicilik müxtəlif amillərdən asılı olduğundan mənşə ölkəsinin coğrafi mövqeyindən, gəlirlərinin həcmindən, həmçinin təyinat ölkəsində turizm qiymətlərinin səviyyəsindən və sair amillərdən asılı olaraq dəyişə bilər.

Turistlər üçün müxtəlif təyinat ölkəsinin cəlbedilənliyi fizika elmində cisimlər arasındakı qraviyasiya qanununa formal olaraq oxşadığından turizmin tələb funksiyasının müəyyən edilməsində “Qravitasiya” modelindən də istifadə edilir. Qeyd edək ki, “Qravitasiya” modelindən iqtisadi tədqiqatlarda ilk dəfə Tinbergen xarici ticarət əlaqələrinin öyrənilməsində istifadə edib. Qeyd edək ki, turizmin tələb

funksiyasının müəyyən edilməsində “qravitasiya” modelinin tətbiqinin fərqli xüsusiyyətlərindən biri ondan ibarətdir ki, burada bir istiqamətli turizm axınından deyil, iki istiqamətli turizm axını öyrənilir. Digər tərəfdən, hər iki ölkəyə xas olan iqtisadi göstəricilər modelə daxil edilir. Bu modeldə ölkələrarası məsafəyə və ölkələrin hər ikisində iqtisadi artım və gəlirlərin səviyyəsi nəzərə alınır.

Qravitasiya modeli turizmin tələb funksiyasının müəyyən edilməsi üçün Prideaux, Laws, & Faulkner [123], Archibald və Lacorbinière [28], Khadaroo & Seetanah [86], Zhang və Wang [156, s.411-420], Duc, Lavalleye, və Siroen [56] və başqaları tərəfindən aparılan tədqiqatda istifadə edilib. Bu modelə əsasən iki ölkə arasında turizm axını bu ölkələrin ÜDM-dən pozitiv, onlar arasındakı məsafədən neqativ asılıdır:

$$T_{i,j} = \alpha_0 \times \frac{GDP_i \times GDP_j}{D_{i,j}} \times u_{i,j}$$

Adətən “qravitasiya” modeli ilə tədqiqat aparılan zaman hər hansı konkret il üçün ölkələrarası məlumatlardan istifadə edilir. Bu model üçün panel məlumatlar da daha etibarlı nəticələrin əldə edilməsinə imkan verir.

Turizmin tələb funksiyasına təsir edən bu göstəricilərin əksəriyyəti üzrə dövlətin müdaxiləsi məhduddur. Dövlətin yalnız turizm sektorunu inkişaf etdirmək məqsədilə bu amillərə təsir etməsi məqsədəuyğun deyil. Məsələn, turizm sektorunun inkişafı naminə milli valyutanın alıcılıq qabiliyyəti paritetini artırılması və ya azaldılması üçün dövlət siyasətinin müəyyən edilməsi digər sektorların inkişafına mənfi təsir olar. Həmçinin inflyasiyanın azaldılması və müəyyən minimum səviyyədə saxlanması bütünlükdə makroiqtisadi tarazlıq üçün vacib olduğundan dolayı ilə turizm sektorunun inkişafına da stimül verə bilər. Lakin bəzi göstəricilər üzrə, məsələn, digər ölkələrlə müqayisədə rəqabətliyin təmin edilməsi üçün viza rejiminin sadələşdirilməsi, turistlərin nəqliyyat, yaşayışı, istirahət və sair xərclərinin mümkün qədər azaldılması üzrə dövlət siyasəti turizmin tələbinə müsbət təsir edə bilər.

Müxtəlif ölkələrin timsalında turizmin tələb funksiyasının bəzi iqtisadi amillərdən asılılığına həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatların müqayisəli analizi deməyə əsas verir ki, bəzi amillər dövlət institutlarına münasibətdə nisbətən obyektiv

mahiyyət daşıyır və onların dəyişdirilməsində dövlət müdaxiləsinin əhəmiyyəti yoxdur. Məsələn, regionda baş verən müharibələrin və ya iqlim dəyişmələrinin turizmin tələb funksiyasına pozitiv təsirlərinin artırılması və ya neqativ təsirlərinin yumşaldılması istiqamətində dövlət siyasətindən qısa müddətli dövrdə uğur gözləmək çətindir. Lakin elə göstəricilər var ki, turizmin tələb funksiyası üçün onların həm qısa, həm də uzunmüddətli dövr üçün əlverişli istiqamətdə dəyişdirilməsi dövlət müdaxiləsi ilə mümkündür. Məsələn, turizmin tələb funksiyasına təsirləri müxtəlif ölkələrin təmsalında sübut olunan “mübadilə kursu” və ya “məzənnə” göstəricisi və ya “nisbi qiymətlər səviyyəsi”. Turizm sektorunun mühüm çəkiyə malik olduğu ölkələrin əksəriyyətində “məzənnə” ya tamamilə “sabit məzənnə”, ya da “üzən məzənnə” olaraq Mərkəzi Bank tərəfindən nəzarətdə saxlanılır. Dövlət məzənnəyə müdaxilə etməklə turizmin tələb funksiyasına müdaxilə etmiş olur [19, 92-98; 102].

II FƏSİL

AZƏRBAYCANDA TURİZM SEKTORUNUN DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

2.1. Ölkədə turizm sənayesinin müasir vəziyyətinin təhlili.

Turizm iqtisadi fəaliyyət sahəsi olaraq, digər sahələrdən bəzi özəllikləri ilə fərqlənir. Əsas fərq ondan ibarətdir ki, bu iqtisadi prosesdə əksər hallarda bir ölkənin vətəndaşları digər ölkələrin vətəndaşları ilə iqtisadi münasibətlərdə olurlar. Bu prosesdə ölkəyə fərqli mədəniyyətə, adət-ənənəyə malik insanlar iştirak edir. Onlar ölkəyə digər ölkələrin valyutasını gətirir və ölkədən hər hansı mal apara bilərlər. Digər tərəfdən, turistlər böyük investorların ölkəyə gətirdikləri birbaşa xarici investisiyalara formaca oxşayan, lakin həcmi çox kiçik olan investisiyalar gətirirlər. Apardıqları isə belə investisiya müqabilində əldə etdikləri əlavə gəlirlər deyil, sadəcə xidmətlər və ixracına icazə verilən kiçik həcmdə mallardır. Həmçinin turistlərin ölkəyə gəlişi yerli istehsalı stimullaşdırır. Bu mənada turizm ölkə iqtisadiyyatına faydalıdır. Lakin turistlərin sayı müəyyən həddən çox olanda istehlak mallarının qiymətini artırma bilər. Turizmin mahiyyətində mikro səviyyədə “birbaşa xarici investisiya” və ya “ixrac fəaliyyəti” gizlənilir. Ölkəyə daxil olan hər bir turist istifadə etdiyi nəqliyyat xidmətinə, restoran və ya hotel xidmətlərinə görə ödəmələr edir və daxili istehsalı stimullaşdırır. Turizm fəaliyyəti ölkədə məcmu tələbin istehlak komponentinə pozitiv təsir göstərir. Turizm sayəsində istehlakın artması turizmin təklif funksiyasına və bununla da bu sektorda özəl investisiyaların artmasına təsir edə bilər. Beləliklə, turizmin ölkə iqtisadiyyatına müsbət və mənfi təsirləri, xüsusilə turizm sektorunun iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə stimullaşdırıcı təsirləri turizmlə bağlı dövlət siyasətinin formalaşmasına və bu fəaliyyətin dövlət tərəfindən tənzimlənməsinə zərurət yaradır.

XX əsrin sonlarından başlayaraq qloballaşma prosesinin dərinləşməsi, nəqliyyat və informasiya-kommunikasiya sisteminin inkişafı və qlobal maliyyə sisteminin

rəqəmsallaşması turizmin iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi sürətli inkişafını təmin etdi. Turizmin ümumdaxili məhsulda çəkisinin artması, həmçinin onunla bağlı olan istehsal sahələrinin inkişafına stimül verməsi bu sektorun inkişafı ilə bağlı dövlət siyasətinin formalaşmasına təkan verdi. Bu prosesdə qloballaşmanın rolu danılmazdır. Məhz qloballaşma prosesi hər bir ölkəni turistlər üçün liberallaşdırmağa vadar edir. Viza sisteminin sadələşdirilməsi, turistlərin sərhəd-keçid məntəqələrindən keçidinin və ölkə daxilində hərəkətinin asanlaşdırılması, onların yerli əhali ilə münasibətlərində tolerantlığın formalaşdırılması və sair proseslər dövlətin həll etməli olduğu birbaşa və ya dolayı problemlərdəndir. Bununla yanaşı, dövlət turizmlə bağlı olan və onun inkişafına təsir göstərə bilən digər iqtisadi problemlərin də həllinə kömək edə biləcək tədbirlərin, məsələn, turizmlə bağlı lisenziyalaşmanın, həmçinin bu fəaliyyət sahəsi ilə məşğul olan müəssisələrdən alınası vergi dərəcələrinin optimallaşdırılması problemlərini də həll etmək məcburiyyətindədir. Əksər ölkələrdə dövlət idarəetməsinin bütün səviyyələri turizmlə bağlı fəaliyyətin mütəmadi tənzimlənməsində iştirak edirlər [18].

Hazırda turizmin dövlət tənzimlənməsinin bütün ölkələrdə mövcudluğu və zəruriliyi sual doğurmur. Əsas sual belə tənzimlənmənin səmərəliliyi ilə bağlıdır. Şübhəsiz ki, tənzimlənmə elə sahələrdə və elə səviyyədə olmalıdır ki, onun makroiqtisadi nəticələri pozitiv olsun. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, turizmin ölkə iqtisadiyyatına təsirləri müsbət olmaqla yanaşı, həm də mənfi ola bilər. Ona görə də turizmin tənzimlənməsi üçün əsas meyar onun pozitiv təsirlərinin artırılmasından ibarət olmalıdır. Digər tərəfdən, ölkədə turizmin inkişafına təsir edən amillər də pozitiv və neqativ ola bilər. Dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin mahiyyətində mənfi təsirlərin minimumlaşdırılmasından ibarət ola bilər.

Turizm sektorunun inkişafına təsir edən pozitiv və neqativ amilləri Jenkins [82, s. 144-156] tərəfindən təsnifləşdirilib. O, belə hesab edir ki, turizmə təsir edən amilləri daxili və xarici amillər kimi iki qrupa ayırmaq lazımdır. Xarici amillər də müxtəlif ola bilər. O, xarici amillər sırasında ən mühüm amil kimi beynəlxalq tendensiyanı fərqləndirir. Bu tendensiyanın mahiyyətində istirahətə və gəzməyə meyilin artmasıdır. Doğrudan da son 70 ildə dünya əhalisi, xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrin əhalisi səyahətlərə və istirahətə xüsusi önəm verir. 2008-ci il maliyyə

böhranında turizm sənayesi müəyyən qədər zəifləsə də sonrakı illərdə bu sektorda inkişaf yenidən sürətləndi. 2020-ci ildə COVID-19 nəticəsində turizm sektoruna ciddi ziyan dəydi. Lakin son ildə turizm sektoru yenidən dirçəlməyə başlayıb. Jenkins [82] ikinci xarici pozitiv amil kimi nəqliyyat xərclərinin getdikcə azalmasını və nəqliyyat xidmətlərinin keyfiyyətinin yaxşılaşmasını göstərir. Üçüncü xarici amil viza sisteminin sadələşdirilməsidir. Qloballaşmanın genişlənməsi və turizm sənayesinin ölkə iqtisadiyyatına gətirdiyi əlavə gəlirləri nəzərə alaraq, ölkələr, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr viza sistemini getdikcə sadələşdirirlər. Hətta online viza və ya ölkəyə daxil olma zamanı vizanın alınması təcrübəsi getdikcə genişlənir.

Jenkins [82] xarici amillərin yaratdığı problemləri də təsnifləyərək onlardan ən mühümü rəqabəti göstərir. Beynəlxalq səviyyədə turizmin inkişafı potensial turistlər üçün məlumatlar əsasən ölkələrin turizm sahəsində rəqabətlik indeksinin hər il Qlobal İqtisadi Forum tərəfindən dərc edilməsi sayəsində seçim edirlər. Bu indeksin hesabına ölkələr turizm sahəsində rəqabətini gücləndirir. Əslində Jenkins [82] rəqabəti xarici mənfi təsir kimi xarakterizə etsə də belə rəqabət ölkədə turizm sənayesinin müasir standartlara uyğun qurulmasında hərəkətverici rol oynayır. Digər tərəfdən, yerli hökumətlər öz ölkəsində turizmin rəqabətliyini təmin etmək üçün zəruri tədbirlər həyata keçirməyə məcbur olurlar. Turizm sənayesinə mənfi təsir göstərən mühüm xarici amillər arasında siyasi qeyri-sabitliyi göstərmək olar. Turistlər üçün təyinat ölkəsinin təhlükəsizliyin təmin edilməsi vacib əhəmiyyət kəsb edir..

Turizm sektoruna mənfi təsir edən daxili və xarici amillərin aradan qaldırılmasında dövlətin müdaxiləsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Turizm sənayesinin iqtisadi inkişafda rolunu nəzərə alaraq, onun genişlənməsinə hər bir ölkə cəhd edir. Lakin turizm sənayesinin inkişafı da ölkədə turizmə olan tələblə və bu tələbi qarşılamaq gücündə olan təkliflə sıx bağlıdır. Ölkədə turizmə olan tələb digər amillərlə yanaşı həm də onun rəqabətliyindən çox asılıdır. Lakin rəqabətliyinin özünün inkişafı da çoxlu sayda amillərdən, o cümlədən, turizm sənayesinin dövlət tənzimlənməsindən asılıdır. Dövlətin turizm sənayesinin inkişafında rolu iqtisadi ədəbiyyatda getdikcə daha çox diqqəti cəlb edir. Məsələn, Cirstea [42] tərəfindən

aparılan tədqiqatda turizmin rəqabətliyi ilə ölkədə biznes mühiti və infrastruktur, həmçinin təbii və insan resursları arasındakı əlaqə ekonometrik olaraq analiz edilib. Tədqiqatda həmçinin turizmin rəqabətliyi ilə hüquqi-normativ baza arasındakı korrelyasiyanın olduğu müəyyən edilib. Tədqiqata 15 ölkə üzrə məlumatlar daxil edilib. Aparılan tədqiqatda belə nəticəyə gəlinib ki, turizmin rəqabətliyini əsasən biznes mühiti və infrastruktur, hüquqi çərçivə, təbii, mədəni və insan resursları dayaqlarının hər biri ilə turizmin normativ-hüquqi bazası arasında ciddi korrelyasiya əlaqəsi var [102].

Kubickova və digərləri [93, s.120-131] tərəfindən yerinə yetirilən tədqiqatda turizmin rəqabətliyi ilə həyat keyfiyyəti arasındakı əlaqə və bu əlaqədə insan amilinin rolu öyrənilib. Tədqiqatçılar üç mühüm nəticə əldə ediblər. Birincisi, turizmin rəqabətliyi ilə həyat keyfiyyəti arasındakı əlaqə iki-istiqamətlidir. İkincisi, əlaqə həm qısamüddətli dövrdə, həm də uzunmüddətli dövrdə müşahidə edilir. Üçüncüsü, insan fəaliyyəti bu əlaqənin mahiyyətinə təsir edir. Turizmin rəqabətliyi həyat keyfiyyətinə təsir etdiyi kimi, həyat keyfiyyəti də uzunmüddətli dövrdə turizmin rəqabətliyinə təsir göstərir. Bu təsir pozitivdir, yəni turizmin rəqabətliyi həyat keyfiyyətini yüksəldir. Turizm əlavə gəlir gətirir. Belə gəlirlər həm turizm xidmətlərinə görə bu xidmətləri göstərən şirkətlərə birbaşa ödənilir, həm də bu şirkətlərdən büdcəyə vergi olaraq ödənilir. Dövlət büdcəsinə daxil olan vergi ödəmələrin müəyyən hissəsi sosial xərclər kimi əhaliyə yenidən bölünür və əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətinə pozitiv təsir göstərir. Bu tədqiqatda da turizmin inkişafında dövlətin rolunun mühüm təsirləri öz əksini tapıb.

Tewal və digərləri [140] tərəfindən aparılan tədqiqatın nəticələri göstərir ki, İndoneziyada turizmin inkişafında yerli və ya regional dövlət idarəetmə orqanlarının rolu böyükdür. 2011-2015-ci illərarası dövrdə Ternate şəhərində turizm sektorunun inkişafı ilə Şimalı Molukku əyalətində turizm sektorunun inkişafını müqayisə edərək, tədqiqatçılar belə nəticəyə gəlirlər ki, Ternate şəhərində turistlərin cəlb edilməsi üçün 1) tuoperatorların istifadəsinin çoxalması; 2) turistlərin ölkəyə və təyinat yerinə çatmalarının asanlaşdırılması; 3) elmi və mədəni turizmin kəmiyyət və keyfiyyətinin artırılması; 4) informasiya texnologiyalarından geniş istifadəsi; 5) turistlərin cəlb

edilməsində 6) qonşu regionlarla əməkdaşlıq sisteminin yaradılması; 7) yerli və mərkəzi hakimiyyət orqanları ilə sıx əlaqələrin qurulması kimi amillər mühüm təsir göstərib [18].

Kubickova və Li [94] öz tədqiqatlarında turizmin rəqabətliliyinin artırılmasında dövlətin rolunun müəyyən edilməsi üçün Turist Zonasının Həyat Tskili modelindən (TALC model) istifadə ediblər. Bu modelə əsasən turizm yerləri, məsələn, kurortlar da digər mal və xidmətlər kimi özünün həyat tsiklinə malikdir. İstehsal edilən malların həyat tsiklində olduğu kimi, kurortların da inkişafında a) ilkin mərhələni; b) cəlb edilmə mərhələsini; c) inkişaf mərhələsini; d) konsolidasiya mərhələsini; e) durğunluq mərhələsini; f) zəifləmə mərhələsini fərqləndirmək lazımdır. İstehsal edilən mallara xas olan h) cavanlaşma mərhələsi də turizm üçün yararlıdır. Kubickova və Li [94] TALS modelindən istifadə edərək, belə nəticəyə gəliblər ki, turizmin rəqabətliliyi nəinki hökumətin qərarlarına, həm də ölkədə turizmin inkişafının mərhələlərinə təsir edir. Hansı ölkə turizmdən gələn gəlirlərdən daha çox asılıdırsa, o ölkədə hökumət turizm sektoruna daha çox müdaxilə edir.

Kubickova [92, s.73-92] iddia edir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hökumət son illər turizm sənayesində idarəetməyə daha çox müdaxilə edirlər. Əsas problem belə müdaxilələrin optimal səviyyəsinin müəyyən edilməsidir. Tədqiqatda panel analizdən istifadə edərək, tədqiqatçı Mərkəzi Amerika regionunda olan ölkələrdə turizmin rəqabətliliyində hökumətlərin rolunu müəyyən etməyə çalışmışdır. Alınan nəticələr göstərir ki, bu ölkələrdə hökumət turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. Bu tədqiqatda əldə edilən nəticələrə baxmayaraq, Kubickova [91] iddia edir ki, rəqabətli turizmin inkişafında dövlətin rolu hələ də lazım olan səviyyədə tədqiq edilməmişdir.

Turizm sənayesinin dövlət tənzimlənməsinin tədqiqinə həsr edilən elmi araşdırmalara iqtisadi ədəbiyyatda tez-tez rast gəlinir. Məsələn, Martín-Martín [104] öz tədqiqatında turizm sənayesi üçün klassik iqtisadi nəzəriyyənin məhdud olduğu iddiasındadır. Belə ki, onun iddiasına görə turizmin müasir inkişaf mərhələsində onun idarəedilməsinin müxtəlif formaları, xüsusilə onlayn forması klassik iqtisadi nəzəriyyənin tarazlıq şərtlərinə uyğun gəlmir. Tədqiqatçı hesab edir ki, turizm elə

iqtisadi fəaliyyət sahəsidir ki, orada klassik nəzəriyyənin tələb etdiyi liberallığı tətbiq etmək mümkün deyil və onun tənzimlənməsinə ehtiyac var. Turizm sənayesində dövlət tənzimlənməsinin olmaması nəinki bu sektorun mənfi sosial-iqtisadi təsirlərini artırır, hətta turizmin iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi mövcudluğunu sual altına ala bilər. Əslində Martín-Martín [104] tərəfində irəli sürülən narahatçılıqlar bir çox tədqiqatçılar tərəfindən, məsələn Germann [69, s.210-230] tərəfindən dəstəklənir. Belə ki, bu tədqiqatda turizmin inkişafında dövlət tənzimlənməsinin deyil, sosial şəbəkələrdən istifadə daha çox təbliğ edilir. Belə bir mövqedə Su et al. [136] də dayanırlar. Onlar da turizm sektorunda “mənəvi iqtisadiyyatın” inkişaf etdirilməsini və bu sektorun inkişafında daha çox sosial məsuliyyətin rol oynadığı qənaətinə gəlirlər. Heo [78] isə internetin sürətli inkişafını nəzərə alaraq turizm sektoruna “birgə istehlak iqtisadiyyatının” özəlliklərinin tətbiq edilməsini təklif edir. Burada da turizm sektorunun dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin vacibliyi arxa plana keçir.

Dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin zəruriliyi müxtəlif ölkələrin təmsalında bu və ya digər dərəcədə tədqiq edilib. Məsələn, Ribokene və Flerov [127, s.86-90] öz tədqiqatlarında Rusiyada turizm sektoruna dövlət müdaxiləsinin vacibliyini əsaslandıraraq, belə müdaxilənin yerli və federal hökumət orqanları arasında dəqiq paylaşdırılmasını təklif edirlər. Onlar belə hesab edirlər ki, yerli hökumət orqanları turizmin idarəedilməsini, federal orqanlar isə nəzarəti həyata keçirməlidirlər. Yerli hökumət orqanlarının turizmin tənzimlənməsində əsasən 1) turizm üçün ərazilərin seçilməsi və istifadəsi; 2) turizm sahəsində elmi-texniki siyasətin həyata keçirilməsi; 3) turizmin inkişafının praqnozlaşdırılması və koordinasiyası; d) turizm sektorunun inkişaf etdiyi ərazilərdə təhlükəsizliyin təmin edilməsi; e) informasiya məlumatları və sair kimi funksiyalar fərqləndirilir.

Aparılan çoxsaylı tədqiqatlar sübut edir ki, turizmin inkişafında hökumətin rolunun universal deyil. Hər bir ölkədə iqtisadiyyatın və milli təhlükəsizliyin xarakterindən, xüsusilə turizmin iqtisadiyyat üçün nə dərəcədə vacib olmasından asılı olaraq, hökumətin bu sektora müdaxiləsi nəzərdə tutulur. Lakin belə müdaxilələr heç də həmişə müsbət nəticələr vermir. Daha doğrusu müdaxilə optimal həddə

yaxınlaşanda nəticələrin pozitiv olmasının ehtimalı daha da yüksəlir. Belə müdaxilələr optimal həddən uzaqlaşdıqca neqativ təsirlər çoxlir. Ayrı-ayrı ölkələrin timsalında hökumətin turizm sektoruna müdaxiləsi deməyə əsas verir ki, belə müdaxilələr arasında ümumi mahiyyətli müdaxilələr çoxdur. Məsələn, ölkənin turizm sektorunun rəqabətliyinin artırılmasının stimullaşdırılması, beynəlxalq standartların ölkənin turizm sektorunda istifadəsinin dəstəklənməsi, turizmlə bağlı iqtisadi fəaliyyət sahələrinin də mütənasib inkişafına dəstək verilməsi, turizm infrastrukturunun inkişafı üçün şəraitin yaradılması, turizm sənayesinin inkişafı üçün hüquqi çərçivənin qəbul edilməsi, turizm sektorunda biznesin inkişafı üçün zəruri mühitin yaradılması, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün lisenziyalaşma və sertifikatlaşma prosedurlarının asanlaşdırılması, turizm sektorunda kiçik və orta biznesin inkişafı üçün kreditləşmənin stimullaşdırılması və sair.

Aydın ki, mahiyyətə turizmin inkişafına stimullaşdırıcı təsir göstərə bilən yuxarıda qeyd etdiyimiz belə tədbirlərin konkret həyata keçirilməsi zamanı hökumətin fəaliyyəti ölkədən ölkəyə dəyişir. Bu tədbirlərin hər biri üçün müəyyən universal səviyyə yoxdur və bu tədbirlərin səmərəli olması heç də həmişə təmin olunmur. Başqa sözlə desək, dünyada elə bir ölkə yoxdur ki, turizmin inkişafında maraqlı olmasın və yuxarıda sadaladığımız tədbirləri bu və ya digər səviyyədə həyata keçirməsin. Hər bir ölkədə turizmin inkişafı üçün bu və ya digər oxşar tədbirlər hökumət tərəfindən həyata keçirilir. Lakin belə tədbirlərin konkret nəticələri və əldə edilən səmərəlilik fərqlidir. Məsələn, Lipkova və digərləri [99] Qazaxıstan timsalında, Svetlana Ogneva və Svetlana Nisht [116] Rusiya timsalındanda turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin turizmin rəqabətliyinin artırılmasında rolunu tədqiq ediblər. Svetlana Ogneva və Svetlana Nisht [116] tərəfindən aparılan tədqiqatda turizmin tənzimlənməsinin nəzəri və praktiki əsasları işlənmiş, belə tənzimlənmənin əsas funksiyaları təsnifləşdirilmiş, onun forma və metodlarının bazar münasibətlərinin tələbləri nəzərə alınmaqla dəyişdirilməsinin zəruriliyi əsaslandırılmışdır. Tədqiqatda turizm sektorunun rəqabətliyinin artırılması məqsədilə turistlərin təhlükəsizliyinin qorunmasının vacibliyi və bu sahədə milli təhlükəsizlik sisteminin yaradılması təklif edilir. Dövlətin turizm sektorunda yükünün

azaldılması məqsədilə dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının genişləndirilməsi təklif edilir. Tədqiqatın əsas ideyası ondan ibarətdir ki, turizmin rəqabətliyini artırmaq üçün dövlət tənzimlənməsi zəruri olsa da onun bu sahədə yükünün azaldılması və dövlət-özəl əməkdaşlığına üstünlük vermək zəruridir.

Qalasyuk [21] öz tədqiqatında müxtəlif ölkələrdə dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsi səviyyəsini müqayisə edərək, əsasən dörd səviyyəni bir-birindən fərqləndirib. Birinci səviyyədə olan ölkələr turizmin hər bir aspektini nəzarətdə saxlayaraq, onun avtoritar idarəedilməsini həyata keçirirlər. Bu zaman turizmin bütün aspektlərini idarə edən müstəqil nazirlik formalaşdırılır. Bu model daha çox “latinamerika” modeli kimi tanınır. Çünki bu model üzrə turizmin inkişaf etdirən ölkələr əsasən latın amerika ölkələridir.

İkinci səviyyədə olan dövlət müdaxiləsinin əsas xüsusiyyəti bir nazirlik səviyyəsində turizm sektorunun digər təsərrüfat sahələri ilə əlaqəsinin genişləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman turizm sektoruna ya maddi istehsal sahələri ilə, məsələn, sənaye, energetika, ticarət, nəqliyyat və sair sahələrlə, ya da qeyri-maddi istehsal sahələri ilə, məsələn, idman, informasiya, ətraf mühitin qorunması və sair sahələrlə birləşdirən nazirliklər nəzarət edir. Qeyd edək ki, Azərbaycanada da bu model tətbiq edilib. Lakin Azərbaycanada ayrıca nazirlik olmasa da nazirlik səviyyəsində Dövlət Turizm Agentliyi fəaliyyət göstərir. Əvvəllər Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi kimi fəaliyyət göstərən zaman turizm fəaliyyəti qeyri-maddi fəaliyyət sahəsi ilə, yəni mədəniyyət sahəsi ilə birgə həyata keçirilirdi [18].

Turizm sektoruna üçüncü səviyyədə olan müdaxilə daha yumşaq müdaxilə hesab edilir. Bu halda turizm sektoru ayrıca nazirlik səviyyəsində idarə edilmir və hər hansı nazirliyin tərkibində milli turizm idarəsi tərəfindən turizm fəaliyyətinin yalnız koordinasiyası həyata keçirilir. Bu model avropa ölkələrində daha çox tətbiq edilir.

Dördüncü səviyyə ölkədə dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin mərkəzi hakimiyyət tərəfindən olmaması ilə xarakterizə olunur. Hazırda bu model 14 ölkə tərəfindən tətbiq edilir. Məsələn, Belçika və Qırğızıstan bu modeli tətbiq edirlər. Bu

modeldə turizm sektoru daha müstəqildir. Turizmin idarə edilməsi əsasən yerli səviyyədə və ya bazar münasibətləri əsasında idarə olunur.

Lewis [98, s.203-206] inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm sektorunun inkişafında dövlətin rolunun cari vəziyyətini və perspektivdə necə olacağını tədqiq edib. O iddia edir ki, turizmə olan tələbatın qlobal səviyyədə davamlı olaraq artacağını demək çətindir. Məsələn, COVID-19 pandemiyası qısamüddətli olsa da tələb həcmi kəskin azaldı. Son illərdə qlobal miqyasda baş verən hadisələr turizmə olan tələbin davamlı olaraq bütün regionlarda və ya qlobal miqyasda artacağına zəmanət vermir. Hazırda qlobal miqyasda turizmə olan tələb ildə 4% artır. Lakin Lewis [98] hesab edir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hökumətlər tələbin daim artmasında müəyyən məhdudiyətlərə gedəcəklər. O, 1950-ci ildən başlayaraq, ildə 4% artımı olan turizmin 2020-2095-ci illər arası dövrdə inkişaf perspektivini tələbin maksimumlaşdırılmasından optimallaşdırılmasında keçilməsində görür. Bu, turizm sektorunda dövlət-özəl əməkdaşlığının genişlənməsini tələb edir. Belə ki, turizm sektorunun belə sürətli tempə inkişafı təyinat ölkələrində sosial və ekoloji problemlərin də kəskinləşməsinə təkan verir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı bu sektorun inkişafı ilə bağlı digər ölkələrin təcrübəsinə əsaslanan nəzəri və praktiki nəticələrə tam uyğundur. Belə ki, ölkədə siyasi sabitliyin və dayanıqlı təhlükəsizliyin təmin edilməsi, turizm üçün vacib olan infrastrukturun yaradılması, əhalinin rifah halının yüksəlməsi ölkədə həm daxili turizmin, həm də xarici turizmin inkişafına təkan verdi. Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün qanunvericilik şəbəkəsi müasir tələblərə cavab verir. Bu iqtisadi fəaliyyət sahəsinin inkişafını nəzərdə tutan çoxlu sayda dövlət proqramları həyata keçirilib. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası Azərbaycan vətəndaşlarına istirahət hüququnu təsbit etməklə həm daxili, həm də xarici turizmin inkişafı üçün qanunvericilik bazası formalaşdırır. Milli Məclis tərəfindən qəbul edilən çoxlu sayda qanunlar, xüsusilə “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu ölkəmizdə turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Turizmin inkişafı ilə bağlı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin çoxlu sayda Sərəncamları, o cümlədən, “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı

əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 2295 nömrəli Sərəncamı [5], turizmin inkişafında mühüm rol oynayan dövlət siyasətini müəyyən edirdi. 2016-cı ilin dekabrında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilən “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” [8] ölkəmizdə turizmin inkişafının strateji prioritet iqtisadi fəaliyyət sahəsi olduğunu bir daha təsdiqlədi. “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı bir sıra tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 27 dekabr tarixli 1179 nömrəli Fərmanında dəyişiklik edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı [4], həmçinin “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 229527 nömrəli Fərmanı [5], “Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 20 aprel tarixli 4 nömrəli Sərəncamı [3], Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanları, o cümlədən “Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 21 sentyabr tarixli 278 nömrəli Fərmanı [2] turizm sahəsində dövlət tənzimləməsinin əsaslarını təşkil edir.

Ölkəmizdə turizm sənayesinin inkişafı və tənzimlənməsi ilə bağlı qəbul edilən hüquqi sənədlərdə diqqəti cəlb edən mühüm cəhət bu iqtisadi fəaliyyət sahəsinin inkişafında üç istiqamətin paralel aparılmasıdır. Birinci istiqamət ölkədə turizmin inkişafı üçün infrastrukturun daim inkişafı, yenilənməsi və innovativ texnologiyaların tətbiqidir. İkinci istiqamət turizm sektorunun daha yüksək ixtisaslı kadrlarla təmin edilməsinə şəraitin yaradılmasıdır. Üçüncü istiqamət isə turizm sənayesinin inkişafı və ölkədə turizmin tələb funksiyasının asılı olduğu determinantların inkişaf etdirilməsidir. Belə determinantlar arasında əsas diqqət ölkənin qloballaşma prosesinə daha aktiv qoşulması və dünya təsərrüfat sistemində inteqrasiyanın sürətlənməsidir. Üçüncü istiqamət birinci və ikinci istiqamətlərin inkişafını da stimullaşdırır. Azərbaycanın iqtisadi, siyasi və maliyyə strukturlarının daha da liberallaşması, ölkənin dünya üçün daha açıq olmasına şərait yaradır. Azərbaycanda turizmin strateji

prioritet sahə olmasını nəzərə alaraq, bu sahənin dövlət tərəfindən daim dəstəklənməsi üçün 2018-ci ilə qədər Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi fəaliyyət göstərib. Lakin 2018-ci ilin 20 aprel tarixində bu qurumun fəaliyyətinin daha da aktivləşməsi məqsədilə ölkə Prezidenti müvafiq sərəncam imzalamış və nazirlik Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi kimi fəaliyyətini davam etdirməyə başlamışdır [9]. Agentliyin fəaliyyət sahəsi çox genişdir. Ölkəmizdə daxili və xarici turizm fəaliyyətinin əsas tənzimləyici dövlət orqanı olaraq, Dövlət Turizm Agentliyi həm də tarixi və mədəni abidələrin qorunmasını təmin edir.

“Turizm haqqında” xüsusi qanunun ölkəmizdə turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi üçün, Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyində [9] qəbulu mühüm hadisədir. Bu qanun 27 dekabr 2021-ci ildə qəbul edilib [9]. Bu qanun turizm fəaliyyətinin bütün sahələrini əhatə edir. Qanunun iyirmi iki maddəsi var. Qanunun 2-ci maddəsinə əsasən turizm fəaliyyəti turistlərin hərəkət istiqamətinə əsasən “daxili turizm”, “gəlmə turizm” və “getmə turizm” kimi üç növə ayrılıb. Qanunda turizm səyahətlərinin məqsədlərə görə də bölgüsü aparılıb. Belə ki, mədəni turizm, kənd (icma) turizmi, macəra turizmi, ekoloji turizm, sağlamlıq turizmi, gastronomiya turizmi, işgüzar turizm, sahil və su turizmi, dağ turizmi, idman turizmi bir-birindən fərqləndirilib [9]. ARDSK, həmçinin Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi bu növ turizm fəaliyyəti ilə bağlı statistik məlumatlar toplayır. Əksər hallarda sağlamlıq turizmi tibbi turizm kimi də qeyd edilir. Əlbəttə elmi ədəbiyyatda “sağlamlıq turizmi” anlayışı “tibbi turizm” anlayışından daha geniş anlayış kimi qəbul edilir.

“Turizm haqqında” Qanunda ölkəmizdə turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi üçün dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri (maddə 5) müəyyən edilib [9]. Bu istiqamətlər geniş spektri, o cümlədən effektiv idarəetmə sisteminin təşkilini, Rəsmi statistikanın təqdim edilməsini, müasirtexnologiyaların və innovasiyaların tətbiqini, Normativ hüquqi bazanın formalaşdırılmasını, turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsini, keyfiyyətli turizm xidmətlərinin təklif edilməsini, Turizm sahəsinə investisiya qoyuluşunun təşviqini, Dövlət-özəl sektor əməkdaşlığını, Turizm sahəsində marketinq strategiyasının hazırlanmasını və sair əhatə edir [9]. Qanunun 5-

ci maddədə müəyyən edilən əsas istiqamətlər üzrə dövlətin vəzifələri Qanunun 6-cı maddəsində, bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün zəruri mexanizmlər isə Qanunun 7-ci maddəsində təsbit olunub.

Qeyd edilən istiqamətlərdə yönələn dövlət siyasətinə uyğun olaraq, dövlətin turizm sahəsində vəzifələri müəyyən edilib. Bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün zəruri mexanizmlər Qanunun 7-17-ci maddələrində təsbit olunub. Bu maddələrlə turizm xidmətlərinə və məhsullarına aid dövlət standartlarının uyğun hazırlanması, sertifikatının verilməsi [9], turoperator və turagentlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi, turistlərin yerləşdirilməsi üçün yerləşmə vasitələri və turizm bələdçiləri üzərinə qoyulan tələblər, etik davranış kodeksləri və sair tənzimlənilir.

Turizm sektoru digər dövlətlərin qanunvericiliyində olduğu kimi Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” qanunun müqayisəli analiz deməyə əsas verir ki [9], bu qanunda əsasən insan hüquqlarının müdafiəsi və Azərbaycanın qloballaşma prosesinə inteqrasiyası ilə yanaşı, həm də Azərbaycanda biznes mühitinin əlverişliliyinin artırılması istiqamətində dövlətin uzunmüddətli strategiyasına tam uyğundur.

Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına aid “SYX” [8] adlı əsas sənəddə orta və uzunmüddətli dövr üçün ölkəmizdə turizmin inkişaf üçün perspektivli istiqamətlər müəyyən edilib. Bu hədəflərə çatmaq üçün qanunvericilik çərçivəsi zəruridir. Nəzərə almaq lazımdır ki, Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün qanunvericilik çərçivəsi təklif funksiyasına daxil olan mühüm determinantlardan yalnız biridir. İnfrastrukturun inkişafı və təkmilləşdirilməsi, turizm xidmətlərini müasir tələblərdə qurmağa qadir olan kadr potensialının hazırlanması, ölkədə təhlükəsizlik şəraitinin təmin edilməsi, biznes mühitinin əlverişliliyinin yüksəldilməsi və sair determinantlar da turizmin təklif funksiyasına təsir edən amillərdəndir. Digər tərəfdən, nəzərə almaq lazımdır ki, turizm fəaliyyəti də digər xidmətlər kimi təkcə təklif həcmindən asılı deyil, həm də tələb həcmi müəyyən edən çoxlu sayda determinantdan asılıdır. Bu determinantların inkişafı ölkəmizin turizm xidmətləri sahəsində rəqabətliliyinə təsir edir. Turizm xidmətləri digər xidmətlərdən fərqli olaraq, daha çox rəqabətli bazara malikdir. Bu fəaliyyət sahəsində

rəqabətliyi həm də onunla bağlıdır ki, təyinat ölkəsinin seçimi ayrıca götürülən fərddən-turistin özündən asılı olur. Təyinat ölkəsinin turistin seçiminə birbaşa təsir imkanı zəifdir. Azərbaycan regionda üç mühüm ölkə ilə turizm sahəsində rəqabətdədir. Bunlardan biri, yəni Türkiyə uzun müddətdir ki, dünyada turizm sənayesində aparıcı mövqeyə malikdir. Bu ölkədə turizm xidmətləri göstərən bir neçə nəsil ənənəsi formalaşmışdır. Bu ölkədə turizmin təklifi üçün infrastruktur onillərlə yaradılıb və inkişaf edib. Turizm xidmətlərini yüksək səviyyədə həyata keçirən institutlar formalaşmışdır. Yüksək ixtisaslı kadr potensialı var. Türkiyə ilə müqayisədə Azərbaycanın turizm sənayesi çox gəncdir və təcrübəsizdir. Buna baxmayaraq, qardaş Türkiyənin və turizm sahəsində inkişaf etmiş digər ölkələrin təcrübəsindən yararlanaraq, Azərbaycanın turizm sənayesi də sürətlə inkişaf edir.

Son illər Gürcüstan regionda turizm təyinat ölkəsi kimi sürətlə inkişaf edir. Gürcüstan iqtisadiyyatı Azərbaycan iqtisadiyyatı ilə müqayisədə xeyli zəifdir. Gürcüstanda xidmət sektoru sürətlə inkişaf edir. Ölkədə biznes mühitinin əlverişliliyi bu ölkədə turizm sənayesinin də inkişafına təkan verib. Turizm sahəsində Gürcüstan Azərbaycana ciddi rəqibdir. Ona görə də turistlərin təyinat ölkəsi kimi Türkiyəni və ya Gürcüstanı deyil, Azərbaycanı seçilməsi təklif funksiyasına daxil olan determinantların inkişafında rəqabətə dözümlü siyasətin hazırlanmasını Azərbaycan turizm sənayesindən daha da inkişaf etdirilməsini tələb edir.

Beynəlxalq turizm xidmətlərində, o cümlədən regionda rəqabətin yüksək səviyyədə olduğunu nəzərə alaraq, buna adekvat siyasətin həyata keçirilməsi üçün qəbul edilən turizm siyasəti “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” [8] (SYX) sənədində öz əksini tapıb. SYX ölkəmizdə turizmin bazarının inkişafı üçün həm tələb, həm də təklif komponentinin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı prioritetləri, vəzifələri və hədəfləri konkretləşdirib. Əsas məqsəd isə ölkəmizdə turizm fəaliyyətinin elə səviyyəyə çatdırılmasıdır ki, bu sahədə Türkiyə və Gürcüstanla sağlam rəqabət aparmaq mümkün olsun [8, 20]. SYX-də nəzərdə tutulur ki, turizmin davamlı inkişafı üçün ölkənin bütün regionlarında zəruri infrastruktur qurulmalıdır. Lakin hazırda belə fəaliyyət üçün ən cəlbedici ölkə paytaxtı olduğundan Bakı şəhərində turistlərin

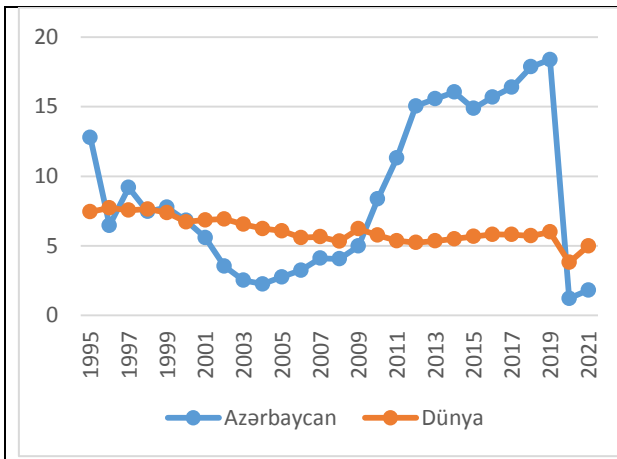
sayının artırılması daha real görünür. Odur ki, ölkədə turizm gəlirlərinin qısamüddətli dövrdə sürətli artırılması üçün Bakı şəhərində mövcud infrastrukturdan istifadə daha yüksək səmərə verə bilər. Bunu nəzərə alaraq, SYX-də Bakı şəhərində turizmin inkişafı hədəf kimi qoyulub. Bu hədəfə çatmaq üçün isə SYX dörd prioritet müəyyən edib. Digər mühüm və strateji hədəf ölkədə mövcud resursların əlverişli şəkildə formalaşdırılması və ölkənin bütün regionlarında infrastruktur təminatının həyata keçirilməsidir. Bu hədəf 2020-ci ilin sentyabr-noyabr aylarında 44 günlük müharibə zamanı Azərbaycanın işğal altında olan torpaqlarının azad edilməsindən sonra daha da aktualdır. Belə ki, işğaldan azad olan rayonlarda turizmin inkişafı üçün daha əlverişli təbii və ekoloji şərait var. Bu ərazilərin landşaftı, təbii suları, meşə massivləri, dağlıq əraziləri turizmin müxtəlif növlərinin, xüsusilə, sağlamlıq turizminin inkişafı üçün əlverişlidir. İşğaldan azad olunduqdan dərhal sonra yenidənqurma işlərinin həyata keçirilməsi bu rayonlarda yaxın zamanlarda turizmin inkişaf edəcəyinə əsas verir.

SYX-nin üçüncü strateji hədəfi ölkənin turizm bazarına xarici investisiyaların cəlb edilməsidir. Digər iqtisadi fəaliyyət sahələrində olduğu kimi turizm sahəsində də xarici investisiyaların cəlbi turizm sənayesinin inkişafı ilə iki-istiqamətli əlaqəyə malikdir. Belə ki, investisiya adətən inkişaf perspektivi olan sahələrə yönəldilir. İnvestisiya onun yönəldiyi sahəni inkişaf etdirir, həmçinin bu sahə inkişaf etdikcə yeni investisiya cəlb etmək imkanı artır [8]. Bu mənada işğaldan azad olunan rayonlarda turizm potensialının yüksək olması və regionda sabitliyin getdikcə təmin edilməsi investisiyaların cəlbi üçün əlverişli şərait yaradacaq. Azərbaycan dövlətinin investisiya siyasəti bu rayonlara investisiya qoyuluşu üçün daha əlverişli şərait yaradır. Odur ki, bu hədəfə nail olmaq üçün zəruri institusional çərçivə yaradılmaqdadır.

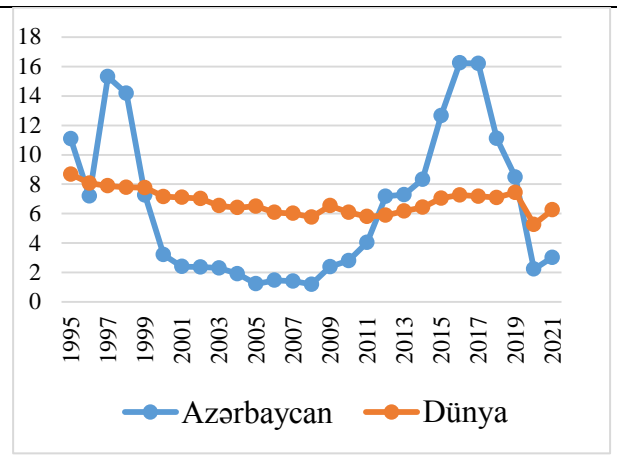
Dördüncü strateji hədəf turistlərin məmnunluğu üçün zəruri standartların tətbiqini, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün sertifikatlaşma sisteminin təkmilləşdirilməsini, həmçinin bu fəaliyyətlə məşğul olanların bilik və bacarıqlarının artırılmasını, turizm sənayesi üzrə maarifləndirilmənin genişləndirilməsini, yüksək ixtisaslı kadrların hazırlanmasını nəzərdə tutur. Turizm digər xidmət sahələrindən,

məsələn, səhiyyə və ya təhsil sahələrindən fərqli olaraq, daha çox yaş qrupunu, regionları, əraziləri, gəlir qruplarını və sair əhatə etdiyindən onun inkişaf etdirilməsi üçün yüksək səviyyəli və ixtisaslaşmış infraqurultura ehtiyac olmur. İctimai istifadə üçün zəruri olan infraqurulturdan elə turistlər də istifadə edə bilər. Məsələn, hava limanları turizmin inkişafı üçün zəruri olsa da onu turizm üçün ixtisaslaşmış infraqurultura hesab etmək olmaz. Buna hotellər də, avtomobil yolları da daxildir.

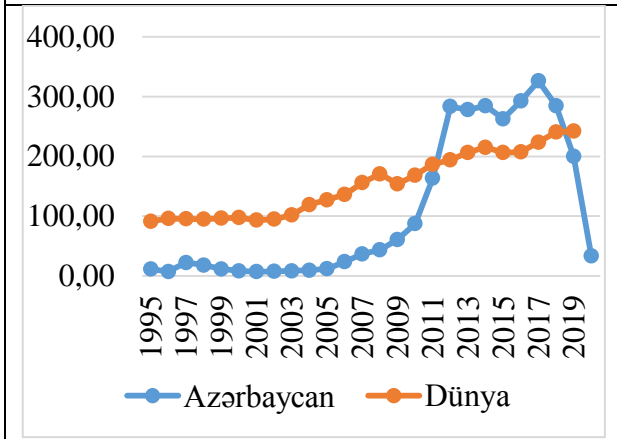
Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra digər iqtisadi fəaliyyət sahələrində olduğu kimi turizm sahəsində də müstəqil siyasət formalaşmağa başladı. Dünyada bu sahənin artıq oturuşmuş və rəqabətə dözümlü ölkələri ilə rəqabət aparmaq, şübhəsiz ki, çətin olur. Buna baxmayaraq, Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafı üçün zəruri olan qanunvericilik çərçivəsinin formalaşması, ictimai istifadə üçün geniş infraqurulturanın yaradılması, Azərbaycanın qloballaşma prosesinə qoşularaq, dünyanın əksər ölkəsində səfirliklərin açılması və viza sisteminin asanlaşdırılması və sair tədbirlər turizmin inkişafını stimullaşdırır. Buna baxmayaraq, son 10 ildə Azərbaycanda turizmə çəkilən xərclər orta dünya göstəricilərindən bir qədər çoxdur (qrafik 2.1.1). Bu, digər ölkələrə xarici valyuta axını olduğundan ölkə iqtisadiyyatı üçün neqativ hal hesab edilə bilər. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, son 20 ildə əhalinin real gəlirlərinin sürətlə artması və əhalinin dünyaya çıxışının asanlaşması getmə turizminin, xüsusilə tibbi turizmin inkişafını stimullaşdırıb. Turizm xərclərinin idxalda payının artması özü-özlüyündə mənfi hal kimi dəyərləndirilməməlidir. Lakin təyinat ölkəsində turist xərcləri ölkənin gəlirlərini artırır (Lee və digərləri [95]). Əsas problem turizm gəlirləri ilə xərcləri arasındakı fərqin müsbət olmasıdır. Qeyd edək ki, son 10 ildə turizm gəlirlərinin ixracda payı da artmaqdadır. Azərbaycanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlər 2012-2020-ci illər ərzində ixrac gəlirlərinin 7-18% arasında dəyişib (qrafik 2.1.2).



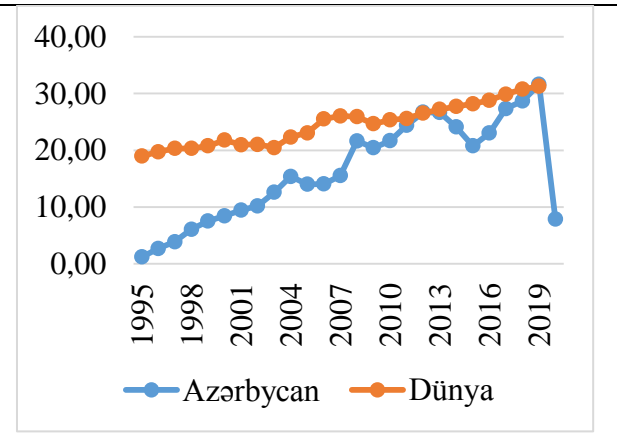
Qrafik 2.1.1 Turizm xərclərinin idxalda payı (%)



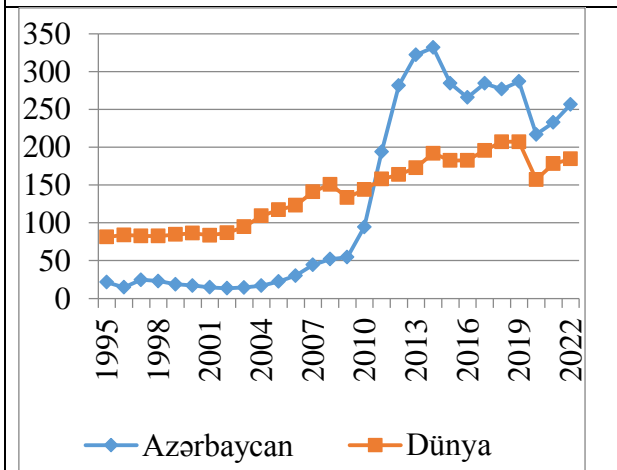
Qrafik 2.1.2 Turizm gəlirlərinin ixracda payı (%)



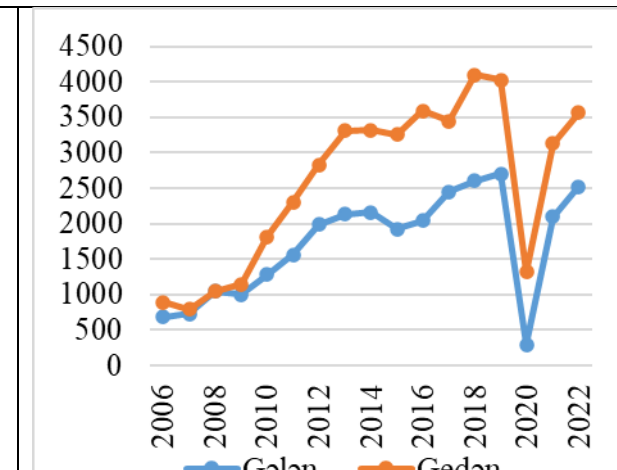
Qrafik 2.1.3 Adambaşına turizm gəlirləri (ABŞ dolları)



Qrafik 2.1.4 Ölkəyə gələn turistlərin sayının əhali sayında payı (%)



Qrafik 2.1.5 A.b.turizm xərcləri (ABŞ dolları)



Qrafik 2.1.6 Azərbaycanından gedən və gələn turistlərin sayı (nəfər)

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Azərbaycanda turizmin inkişafı ilə bağlı qəbul edilən qanunvericilik çərçivəsi, Strateji Yol Xəritəsi, həmçinin həyata keçirilən həyata keçirilən çoxlu sayda digər tədbirlər son 10 ildə öz bəhrəsini verməkdədir. Belə ki, 2009-cu ildən başlayaraq 2019-cu ilə qədərki dövrdə (COVID-19 pandemiyasına qədər) Azərbaycanda turizm sektoru sürətlə inkişaf etmişdir. Bu dövrdə həm Azərbaycandan digər ölkələrə gedən turistlərin, həm də ölkəyə gələn turistlərin sayında kəskin artım baş verib. Azərbaycanla orta dünya göstəricilərinin müqayisəsi deməyə əsas verir ki, hər iki göstərici üzrə Azərbaycan 2011-ci ildən sonra orta dünya göstəricilərini üstələyib (qrafik 2.1.1-2.1.6) [17, 112-118; 18, 56-67]. Lakin ölkəyə turizimdən gələn gəlir turistlərin sayından və ölkə daxilində xərclərindən daha çox asılı olduğu üçün bu istiqamətdə diqqət artırılmalıdır. Gələn turistlərin sayı isə digər ölkələrdə turist səfərlərinə meyilli olan insanların təyinat ölkəsi kimi Azərbaycanı seçməsi istiqamətində zəruri addımlar. Əvvəlki paraqrafda qeyd etdiyimiz kimi, turizmin tələb funksiyası müxtəlif göstəricilərdən, o cümlədən ölkədəki qiymət səviyyəsindən, həmçinin xidmətlərin keyfiyyətindən asılıdır. Müxtəlif ölkələrin timsalında turizm tələb funksiyası empirik olaraq, qiymətləndirilib. Belə qiymətləndirilmənin aparılması turizmin inkişafı üçün zəruri olan siyasətin hazırlanması zamanı əlaqədar qurumlara elmi cəhətdən əsaslandırılmış məlumatların çatdırılmasına kömək edir. Qeyd edək ki, təyinat ölkəsində qiymət indeksinin səviyyəsi turizmin tələb funksiyasının müəyyən edilməsi üçün çox az məlumat verir. Buna baxmayaraq, tədqiqatlar göstərir ki, təyinat ölkəsindəki qiymətlərin turizm səyahətləri üçün seçimdə əsas motivlərindəndir [47]. Burada təyinat ölkəsinə qədər olan məsafə, mədəni və dil yaxınlığı, təbii şərait, ölkədə inkişaf səviyyəsi və sair amillər təsir edir. Məsələn, Azərbaycandan gedən turistlərin mühüm hissəsi turizm səyahətləri üçün Türkiyə və Gürcüstanı seçir. Əksər Afrika ölkəsində qiymətlər Türkiyəyə nisbətən çox aşağıdır, lakin təyinat ölkəsi kimi Türkiyənin seçilməsi digər amillərdən, məsələn, hava və quru nəqliyyatın daha ucuz başa gəlməsi, orada səyahətlə yanaşı, həm də ticarət etmək imkanının olması, cəmiyyətin mədəni və dil yaxınlığı, xüsusilə turizm xidmətlərinin yüksək səviyyədə olması turistin seçim davranışına müsbət təsir edir. Eyni vəziyyət Azərbaycanın təyinat ölkəsi kimi seçilməsi zamanı mövcuddur. Məsələn, Ərəb ölkələrindən gələn turistlər

Azərbaycanı təyinat ölkəsi kimi seçməsinin əsas səbəbi qiymətlərin münasib olması, cəmiyyətin onlara tolerant yanaşması, təhlükəsizliliyinin təmin edilməsi, iqlimin mülayimliyi və digər amillər təsir edir. Ona görə də, Ərəb ölkəsindən gedən turistlər isti Afrika ölkəsinin təyinat ölkəsi kimi seçilməsi əvəzinə üstünlüyü nisbətən sərinc, lakin onların həyat şəraitinə uyğun ölkələrə verirlər. Bu halda qiymət fərqi nisbətən az rol oynayır.

2.2. Azərbaycanda turizmin tələb funksiyasının tədqiqi.

Covid-19 pandemiyası bütün dünyada turizm sənayesinə ciddi zərbə vurdu. Ölkələr arasında quru sərhədlərin bağlanması, nəqliyyat əlaqələrinin kəsilməsi həm gələn, həm də gedən turistlərin sayında azalmaya səbəb oldu. Tibbi turizm istisna olmaqla digər növ turizm sahələri böyük itkilərlə üzləşdi. Tibbi turizm sahəsində də azalma bütün dünya üzrə müşahidə edildi. COVID-19 pandemiyası sona çatdıqdan sonra turizm sektoru yenidən sürətlə inkişaf etməyə başladı. Turizm sektorunun post-pandemiya dövründə sürətli inkişafı deməyə əsas verir ki, turizm artıq elə bir iqtisadi fəaliyyət sahəsidir ki, onun qarşısının alınması və hər hansı inzibati qərarla onun dayandırılması mümkün deyil. Bu müasir iqtisadi fəaliyyətə xas olan fenomendir. İnsanlar müalicə üçün mütləq daha əlverişli ölkələrə üz tutacaq, daha yaxşı təhsil almaq üçün digər ölkələrə səfərlər edənlər getdikcə artacaq, əhalinin gəlirləri artdıqca və elmi-texniki yeniliklər sürətləndikcə “dünya kiçilməkdə” davam edəcək. Nəqliyyat xərcləri getdikcə azalacaq və bir ölkədən digər ölkəyə səyahət üçün uçuş müddətləri və ya yerüstü nəqliyyatla gediş müddəti azalacaq. Ölkələrarası əlaqələr liberallaşmaqda davam edəcək. Bütün bunlar turizmin iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi inkişaf edəcəyindən xəbər verir. Turizmin gələcək inkişaf perspektivlərini nəzərə alaraq, hər bir ölkə onu özünün strateji prioritet sahəsi kimi ön plana çəkir. Hələ keçən əsrin doxsanıncı illərindən başlayaraq turizmin tələb funksiyası, turizmin iqtisadi artıma təsirləri (De Vita və Kyaw [50], Brida və digərləri [38], Tang və Tan [138]), turizmin məzənnəyə təsirləri (De Vita [49]), turizmin yoxsulluğa, gəlir bərabərsizliyinə və məşğulluğa təsirləri müxtəlif ölkələrin təmsalında tədqiqat obyektinə olaraq öyrənilmişdir.

Azərbaycanda son 20 ildə qəbul edilən iqtisadi siyasət və dövlət proqramları da turizmi strateji prioritet sahə hesab edir. Bunu nəzərə alaraq, Azərbaycanda turizmin tələb funksiyasının müxtəlif regionlar üçün empirik qiymətləndirilməsinə ehtiyac var.

Turizm fəaliyyətində digər iqtisadi fəaliyyət növlərində olduğu kimi tələb və təklif komponentləri əsas rol oynayır. Digər tərəfdən, istənilən iqtisadi fəaliyyətdə dövlətin bu və ya digər dərəcədə müdaxiləsi mümkündür. Hətta bəzi hallarda dövlətin iqtisadi sahəyə müdaxiləsi vacib olur. Turizm fəaliyyətində təklif komponentinə dövlət müdaxiləsi daha qabarıq hiss edilir. Turizmin inkişafı üçün vacib olan böyük infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi, yaxud viza rejiminin sadələşdirilməsi dövlətin birbaşa müdaxiləsi ilə mümkündür. Odur ki, dövlətin turizm fəaliyyətinə müdaxiləsi məsələsi tədqiqatçılar tərəfindən geniş tədqiq edilir. Məsələn, Balli və digərləri [32], De Vita [49], Lee və digərləri [96] və başqaları tərəfindən aparılan tədqiqatlarda turizmin inkişafında dövlətin rolu qiymətləndirilib. Turizm sənayesinin inkişafına dövlətin müdaxiləsi həm də bu fəaliyyətlə bağlı biznes mühitinin əlverişliliyinin artırılmasına yönəlir. Sadaladığımı və çoxlu sayda oxşar tədqiqatlar sübut edir ki, ölkədəki iqtisadi konyuktura, institusional şərait, həyat şəraiti, biznes mühitinin əlverişliliyi, xarici ticarətin liberallaşması, ölkədəki siyasi sabitlik turizmin tələb funksiyasına təsir edir. Bu determinantlar həm “itələyici” (“push factor”), həm də “cəlbedici” (pull factor”) amil kimi çıxış edir. Belə ki, əgər ölkədə səhiyyə sisteminin vəziyyəti xəstələri təmin etmirsə, tibbi xidmətlərin qiyməti yüksəkdirsə, bu amillər “itələyici” amil rolunu oynayır. Əksinə, əgər ölkədə səhiyyə xidmətləri və ya digər xidmətlər nisbətən ucuzdursa, onda bu amillər “cəlbedici” amil ola bilər. Turizm inkişafına ölkədə mövcud iqtisadi şərait ciddi təsir edir (Papatheodorou və digərləri [120]). Məzənnə, yaşayış xərcləri, nəqliyyat xərcləri və turist növündən asılı olaraq, xidmət xərcləri və xidmətlərin keyfiyyəti turistlərin təyinat ölkəsini seçməndə mühüm rol oynayır. Məsələn, tibbi turizmdə nəqliyyat xərcləri, yaşayış xərcləri ilə yanaşı tibbi xidmətlərin keyfiyyəti və qiyməti də aparıcı rol oynayır.

Turizmin inkişaf tarixi deməyə əsas verir ki, iqtisadi böhranlarla yanaşı təbii fəlakətlər, siyasi qeyri-sabitlik də turizm fəaliyyətinə mənfi təsir edir. Məsələn, 2008-ci il maliyyə böhranı, həmçinin Fukushima nüvə stasiyasındakı problemlər

Yaponiyada turizm sənayesinə mənfi təsir etdi. Bu problem müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən, o cümlədən, Fukuda [67], Economist, [143], Japan National Tourism Organization (JNTO), [148] və sair tədqiqatlarda geniş araşdırılmışdır.

Turizm hər bir ölkə üçün gəlir mənbəyidir. Bu fəaliyyət ölkəyə xarici valyuta axınını təmin edir. Bu vəsaitlər ölkədə yeni iş yerlərinin yaranmasına və çoxlu sayda insanın rifah səviyyəsinin yüksəlməsinə səbəb olur. Turizm bir çox ölkə üçün iqtisadi artımın əsas drayverlərindəndir. Elə buna görə də Dogru və Bulut [53, s.425-434] hesab edirlər ki, 2008-ci il maliyyə böhranından sonra iqtisadiyyatın dirçəlməsində turizm müstəsna rol oynayıb.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin aspektləri arasında tələb və təklif aspektlərinə olan təsirlər aparıcıdır. Bu təsirlər həm də turizmin məhdudlaşdırılması ilə bağlıdır. Belə ki, turizm ölkəyə xarici valyutanın axını olsa da həm də insan axınıdır. Bu insanlar müxtəlif mədəniyyətə, adət-ənənələrə və davranışlara malikdir. Digər tərəfdən, onlar ictimai infraqurudan istifadə edərək yerli əhali üçün müəyyən problemlər yarada bilər. Bu problemlərdən biri də qiymətlərin artması ilə bağlıdır. Turist axını onların çox olduğu yerlərdə qidanın, nəqliyyatın və yaşayış evlərinin qiymətlərində artma ilə məşaiyyət olunur. Bəzi hallarda bu yerli əhali ilə turistlər arasında narazılıqlara səbəb olur. Bu problemlər həmişə dövlətin müvafiq orqanlarının diqqət mərkəzində olmalıdır. İndoneziya timsalında turizmin mənfi nəticələri ilə bağlı tədqiqatlar (məsələn, Mahadevan və digərləri [101], Kinseng və digərləri [90]) göstərir ki, turizm fəaliyyəti heç də həmişə gəlir bərabərsizliyinin azalmasına deyil, həm də artmasına səbəb olur. Həmçinin bu tədqiqatlarda iddia edilir ki, turizm fəaliyyəti ətraf mühitin çirklənməsinə və yerli əhali ilə mədəniyyət zəminində narazılıqların yaranmasına səbəb ola bilər. Əlbəttə bu problemlər təkcə İndoneziyaya deyil, turizmin inkişaf etdiyi digər ölkələrə də xas olan problemlərdir.

Əvvəlki paraqraflarda qeyd etdiyimiz kimi, turizmin tələb funksiyası müxtəlif determinantlardan asılıdır. Bu determinantların təsiri ölkədən ölkəyə dəyişir. Bəzi ölkələrin təyinat ölkəsi kimi seçilməsində ölkələrarası məsafə, bəzilərinde vizanın asanlıqı və ya olmaması, bəzi ölkələrdə siyasi sabitlik və sair əsas determinant rolunu oynaya bilər. Turizmin tələb funksiyasına təsir edən determinantlar turizmin

növündən də asılı olaraq dəyişir. Məsələn, dini turizmdə dini müqəddəs yerlərin mövcudluğu əsas rol oynadığı halda, tibbi turizmdə tibbi xidmətlərin keyfiyyəti və ya ucuzluğu aparıcı determinant ola bilər. Hətta turizmin hər hansı konkret növü üçün də tələb funksiyasının determinantları ölkədən ölkəyə dəyişə bilər. Məsələn, bəzi ölkədə tibbi turizm üçün tələb funksiyasında tibbi xidmətlərin keyfiyyəti, bəzi ölkələrdə isə tibbi xidmətlərin qiyməti mühüm determinant kimi çıxış edə bilər. Bütün bu problemlər müxtəlif ölkələrin təmsalında geniş tədqiq edilib. Məsələn, Habibi [74] iddia edir ki, turizmin tələb funksiyası təkcə iqtisadi determinantlardan deyil, həm də qeyri-iqtisadi determinantlardan asılıdır. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, doğrudan da turistlərin təyinat seçimində qiymət amili (iqtisadi amil) müəyyən rol oynasa da, ölkədəki siyasi sabitlik, təhlükəsizlik amilləri daha ciddi təsirlər göstərir. Bunu nəzərə alaraq, Habibi [74] iqtisadi və qeyri-iqtisadi amillərin bir-birindən fərqləndirilməsini təklif edir.

Gallego və digərləri [68], Kim və digərləri [89], Liu və digərləri [100], Wray [155], və başqa tədqiqatçılar dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinə daha çox diqqət ayırırlar. Turizm sektoruna dövlət müdaxiləsi daha çox turizmin təklif funksiyasına təsir edir. Lakin turizm elə iqtisadi fəaliyyət növüdür ki, təklif müəyyən dərəcədə tələbin həcminə də təsir edir. Bu mənada dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsini də tələb funksiyasına təsir edən determinantlar siyahısına daxil etmək olar. Dövlət tərəfindən turizm infrastrukturlarının inkişaf etdirilməsi, viza rejiminin sadələşdirilməsi, milli valyutanın məzənnəsinin nəzarətdə saxlanması və ən əsası ölkədə siyasi sabitliyin formalaşması turizmin tələb funksiyasına təsir edir. Turist üçün yaradılan əlverişli istirahətin nəticələri növbəti səfərlərində həm onun seçiminə, həm də onunla təmasda olan çoxlu sayda potensial turistə təsir edir.

Ölkədə turizm sektorunun inkişafını gələn turistlərlə, onların sayı və xərcləri ilə, həmçinin turist gəlirlərinin ixracdakı payı ilə qiymətləndirmək daha doğru yanaşmadır. Ölkədən gedən turistlərin say dinamikası ölkədə əhalinin rifah halı ilə əlaqədar olsa da belə turizm fəaliyyətini inkişaf göstəricisi kimi qəbul etmək doğru deyil. Əksinə, ölkədən gedən turistlərin daha çox ölkədaxili turizmə yönəldilməsi vacibdir. Belə transformasiya ölkədən valyuta axınının qarşısını almaqla yanaşı, həm

də ölkə daxilində turizm sənayesinin inkişafına təkan verə bilər. Gedən turistlərin, xüsusilə tibbi turistlərin (əksər ölkədə belə turistlər cəmi turistlərin 20%) təşkil edir digər ölkələri təyinat ölkəsi kimi seçməsi ölkənin səhiyyə sistemində də ziyan vurur. Beləliklə, dövlətin turizm sektorunu tənzimləməsi iki istiqamətlidir. Birincisi, ölkədə turizm sektorunun inkişafına təkan verən determinantları inkişaf etdirməklə turizm tələbinin həcmində artırılması, ikincisi isə gedən turistlərin sayının azaldılması istiqamətində zəruri tədbirlərin görülməsi. Birinci tip tədbirlər ölkədə valyuta ehtiyatlarını artırır, yeni iş yerlərinin yaradılmasına, iqtisadi artıma, yoxsulluğun azaldılmasına kömək edir. İkinci tip tədbirlər isə ölkədən valyuta axını məhdudlaşdırır və potensial yerli turistləri daxili turizm xidmətlərindən istifadəyə cəlb edir. Əlbəttə ölkədən gedən turistlərin seçiminə birbaşa təsir etmək və onların səfərlərinə maneələr yaratmaq liberal ölkələr üçün xeyli çətinidir. Ona görə də adətən belə tədbirlər yalnız təyinat ölkəsinin seçimə təsirlər bağlıdır. Belə təsirlər daxili turizmin inkişafı ilə reallaşdırılsa daha yaxşı olar.

Dövlətin turizm sektoruna həm birinci, həm də ikinci istiqamətdə təsirləri və belə təsirlərin qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Çünki belə qiymətləndirmələr turizm sahəsində əlaqədar qurumların qərar qəbulu prosesinə və daha səmərəli qərarlar qəbul etməsinə, xüsusilə turizm sahəsində rəqabətliliyin gücləndirilməsinə şərait yaradır.

Dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin əsas məqsədi bu iqtisadi fəaliyyət sahəsinin rəqabətliliyinin artırılmasıdır. Rəqabətliliyin qiymətləndirilməsi üçün isə vahid və birmənalı qəbul edilən metodologiya yoxdur. Belə metodologiyalardan biri də İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı tərəfindən hazırlanmışdır. Bu metodologiyaya əsasən turizmin rəqabətliliyi dörd qrup göstərici ilə müəyyən edilir: 1) Turizmin fəaliyyətinin yerinə yetirilməsi və onun təsirləri; 2) Turizm ərazilərində keyfiyyətli və rəqabətli xidmətlərin göstərilməsi; 3) Turizm yerlərinin cəlbediciliyi; 4) Turizmlə bağlı siyasətin və iqtisadi imkanların olması. Hər göstəricinin özünəməxsus alt-göstəricidən ibarətdir. Birinci qrup “turizm sektorunda yaradılan əlavə dəyər”, “hər gələn turistə düşən gəlir”, “turistlərin ölkədə gecələmələrinin sayı” və “turizm gəlirlərinin ixracdakı payı” kimi alt-göstəricilər yer alır. Bu göstəricilərin

hər birinin artması, turizm gəlirlərinin artmasına və bu sektorun inkişafına səbəb ola bilər.

İkinci qrup “Turizim ərazilərində keyfiyyətli və rəqabətli xidmətlərin göstərilməsi” 3 göstərici kəmiyyətə qiymətləndirilir. Bunlar a) ölkədə AQP; b) turizm sektorunda əmək məhsuldarlığı, c) viza rejiminin asanlıığı hesab edilir. Sonuncu göstərici daha çox keyfiyyət göstəricisidir. Lakin vizanın alınması üçün prosedurların sayı və ya ödəmələr, həmçinin tələb olunan müddət viza rejimi üzrə ölkələri bir-birindən fərqləndirməyə imkan verir.

Üçüncü qrupa adətən turizm səyahətləri ciddi motivasiya yaradan faktorlarını təmin edir. Bu qrupda a) ölkədə mövcud təbii ehtiyatlar və biomüxtəliflik; b) mədəni və yaradıcılıq irsi; və c) turistlərin məmnunluğu alt-göstəriciləri yer alır. Hər üçüdə keyfiyyət göstəriciləri olaraq qiymətləndirilir, amma bu göstəricilərin müqayisəli qiymətləndirilməsi ölkələr arasında müqayisələrin verilməsinə imkan verən müəyyən metodologiyalar tələb edir. Dördüncü qrup milli turizm fəaliyyət planı olan “*Turizmlə bağlı siyasətin və iqtisadi imkanların*” ilə xarakteriz olunur. Nəzərdən keçirdiyimiz dörd qrup göstəricilərin əksəriyyətinin keyfiyyət göstəricisi olması və bu göstəricilərin daha çox dövlət siyasətindən asılılığı deməyə əsas verir ki, turizm sektorunun inkişafı digər iqtisadi sektorlardan fərqli olaraq, dövlətin müdaxiləsindən daha çox asılıdır. Lakin dövlət müdaxiləsi turizmin rəqabətliliyi üçün zəruri olsa da kafi deyil. Belə ki, digər növ xidmət sahələrindən fərqli olaraq, turizm həm də xarici amillərdən asılıdır. Ölkə daxilində turizm üçün nə qədər yüksək imkanlar yaradılsa da xarici amillər uyğun olmasa, turizm sektoru inkişaf edə bilməz. Məsələn, Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı üçün qanunvericilik şəbəkəsi, zəruri infrastruktur və sair imkanlar yüksək səviyyədə olsa da Rusiya-Ukrayna müharibəsi bu ölkələrdən Azərbaycana turist səfərlərini kəskin azaldıb. Həmçinin turizm sənayesi ən yüksək səviyyədə inkişaf edən ölkələrdə COVID-19 pandemiyası turizm sektorunu 2020-2021-ci illərdə çökdürdü. Ölkə daxilində müharibələr, siyasi qeyri-stabillik və ya təbii fəlakətlər turizm sektoruna təsir etdiyi kimi potensial turist ölkələrindəki qeyri-müəyyənlik də təyinat ölkəsində turizm gəlirlərinə ciddi təsir edir.

Azərbaycana gələn turistlərin mühüm hissəsi Yaxın Şərqlə ölkələrindəndir. Bu ölkələrdə baş verən hər hansı hadisə turistlərin sayına təsir edir. Odur ki, Azərbaycanda turizmin tələb funksiyası hesablanarkən ona təsir edən amillər qiymətləndirilməli və mümkün olduğu qədər bu amillərin pozitiv təsirlərinin artırılması dövlət müdaxiləsi vasitəsilə təmin edilməlidir.

Azərbaycana Yaxın Şərqlə ölkələrindən gələn turist səfərləri ilə bağlı tələb funksiyasının hesablanması Güllalıyev və digərləri [102] tərəfindən aparılan tədqiqatda yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatda 2SLS ekonometrik metodundan istifadə etməklə, Azərbaycanda istehlakçı qiymət indeksi, burada adambaşına düşən ÜDM həcmi, üzərindəki təsirin ölçən əsas amillər kimi qəbul edilir və tələbin həcminə təsir edir. Çünki istehlak qiymətləri indeksi istehlak malların dəyərini ölçür və ümumiyyətlə, turistlərin nə qədər xərcləməyə hazır olduğunu müəyyən edir. İstehlak qiymətləri indeksin artması çox vaxt turizm sektorunda tələbin azalacağını və ya artacağını işarə edir. Təklif həcminə təsir edən əsas amil kimi isə iki göstərici götürülüb, ilk olaraq, ölkədə qiymət indeksi və digəri Azərbaycanın regionda turizm sənayesinə rəqib olan ölkələrdən birinin, yəni Gürcüstanın istehlakçı qiymət indeksidir. Gürcüstanda istehlakçı qiymət indeksin artması, təklifin həcmi yüksəldəcək.

Beləliklə, həm tələb, həm də təklif funksiyası bir sistem tənlik olaraq aşağıdakı kimi birləşdirilib :

$$\text{Tələb: } TD_{it} = a + b_1 \times PPP_{it} + b_2 \times GDPPC_{it} + e_d \quad (2.2.1)$$

$$\text{Təklif: } TS_{it} = c + d_1 \times PPP_{it} + d_2 \times SUBPPP_{it} + e_s \quad (2.2.2)$$

Burada “gələn turist ölkəsində adambaşına düşən real ÜDM” göstəricisi ($GDPPC_{it}$), Azərbaycandakı turizmi əvəzləyici ölkədə, yəni Gürcüstanda istehlakçı qiymət indeksi ($SUBPPP_{it}$) kimi qəbul edilib. PPP_{it} isə hər iki funksiya üçün endogen göstəricidir [14, 22, 15]. İqtisadi nəzəriyyəyə uyğun olaraq, $b_1 < 0$; $d_1 > 0$

qəbul edəcəyik. e_d və e_s isə təsadüfi xətalardır və onlar üçün aşağıdakı məhdudiyyətlər qəbul edilir:

- 1) $E(e_d) = 0; \text{var}(e_d) = \sigma_d^2$
- 2) $E(e_s) = 0; \text{var}(e_s) = \sigma_s^2$
- 3) $\text{Cov}(e_d, e_s) = 0$

“Simultaneous equation model”-dən istifadə edərək, P üçün göstərmək olar ki,

$$PPP_{it} = \frac{a-c}{d_1-b_1} + \frac{b_2}{d_1-b_1} \times GDP_{PC_{it}} - \frac{d_2}{d_1-b_1} \times SUBPPP_{it} + \frac{e_d - e_s}{d_1-b_1} \quad (2.2.3)$$

və ya

$$PPP_{it} = \pi_{11} + \pi_{12} \times GDP_{PC_{it}} + \pi_{13} \times SUBPPP_{it} + \varepsilon_p \quad (2.2.4)$$

Q-nun isə

$$Q = \frac{a*d_1 - b_1*c}{d_1 - b_1} + \frac{b_2*d_1}{d_1 - b_1} \times GDP_{PC_{it}} - \frac{b_1*d_2}{d_1 - b_1} \times SUBPPP_{it} + \frac{d_1 e_d - b_1 e_s}{d_1 - b_1} \quad (2.2.5)$$

və ya

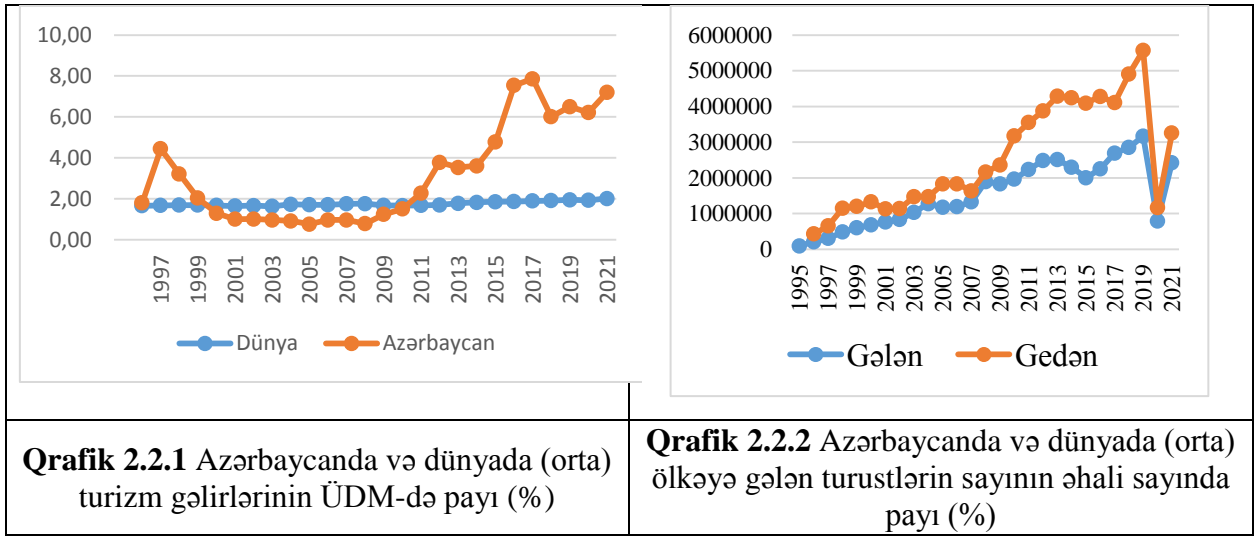
$$Q = \pi_{21} + \pi_{22} * GDP_{PC_{it}} + \pi_{23} * SUBPPP_{it} + \varepsilon_q \quad (2.2.6)$$

“Sinxron tənlik modeli” -ə əsaslanaraq, iki səviyyəli ən kiçik kvadratlar üsulundan istifadə edəcəyik (2SLS) [14, 22, 15].

Tədqiqat üçün zəruri məlumatlar ADSK [7] və Dünya Bankının rəsmi internet saytından əldə edilib [15].

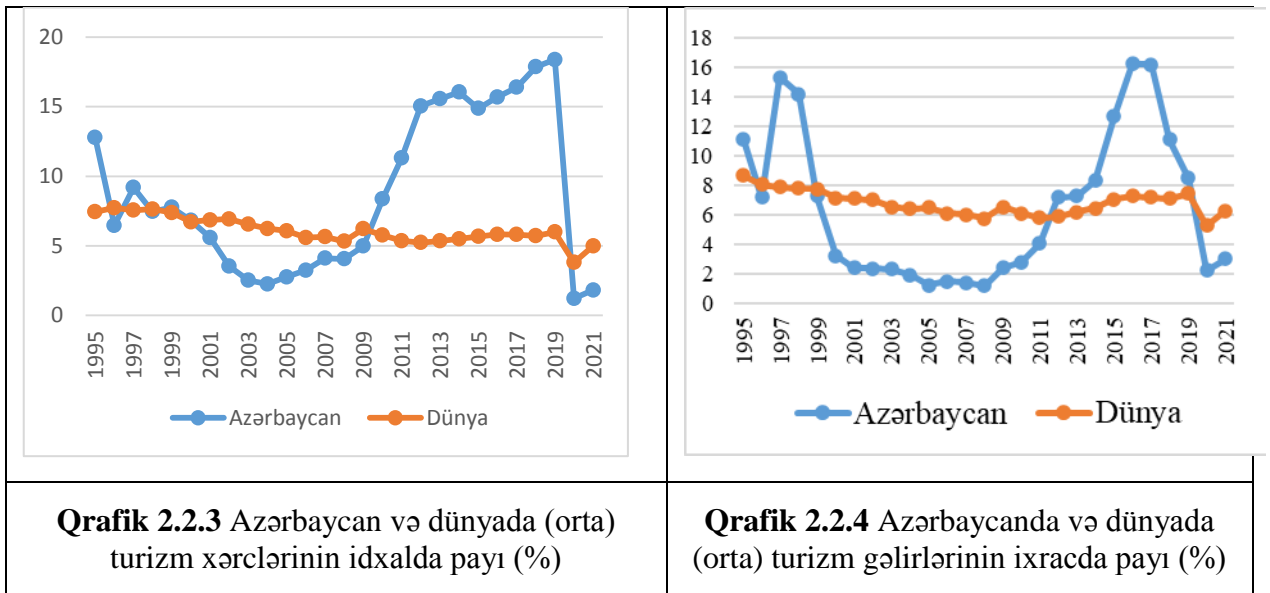
Qeyd edək ki, COVID-19 pandemiyası turizm sektorunu 2020-2021-ci illərdə çökdürdüyü üçün tədqiqat işində ondan öncəki illərin statistik məlumatların əsasında hesablamalar olunub. Azərbaycanda turizm gəlirlərinin ÜDM-də payı 2018-ci ildə 1.4 %, 2019-cü ildə isə 2.4 % ətrafında olub. Əlbəttə, turizm gəlirlərinin nisbi deyil, mütləq qiymətlərlə müqayisəsində Azərbaycan Gürcüstandan o qədər də geridə qalmır. Belə ki, Dünya Bankının 2019-cü il üzrə məlumatlarına əsasən, Gürcüstanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlərin həcmi 3.5 milyard ABŞ dolları, Azərbaycanın əldə etdiyi gəlirlər isə 1.9 milyard ABŞ dolları olub. Lakin Azərbaycanın digər iqtisadi

fəaliyyət sahələrindən əldə etdiyi gəlirlərin Gürcüstandan xeyli yüksək olması səbəbindən turizm gəlirlərinin ÜDM həcmindəki payı az görünür [14, 22, 15].



Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Azərbaycanda turizmin inkişafında əsas dönüş 2012-cu ildən başlayıb. Bu dövrə qədər Azərbaycanda turizmin inkişafı ilə bağlı əsas göstəricilər üzrə orta dünya göstəricisindən geri qalırdı. 2012-ci ildən başlayaraq, ölkəyə gələn turistlərin sayında və turizmdən gələn gəlirlərin və xərclərin həcmində kəskin artmalar müşahidə edilir. Turizmə aid bəzi məsələ, Azərbaycanda “turizm xərclərinin idxalda payı” və “turizm xərclərinin ixracda payı”, “turizmdən gələn gəlirlərin ÜDM-dəki payı”, “ölkəyə gələn turistlərin sayının əhalinin sayındakı payı” göstəriciləri üzrə Azərbaycan 2012-ci ilə qədərki dövrdə orta dünya göstəricilərindən geri qalırdı. (qrafik 2.2.1-2.2.4) [14, 22, 15].



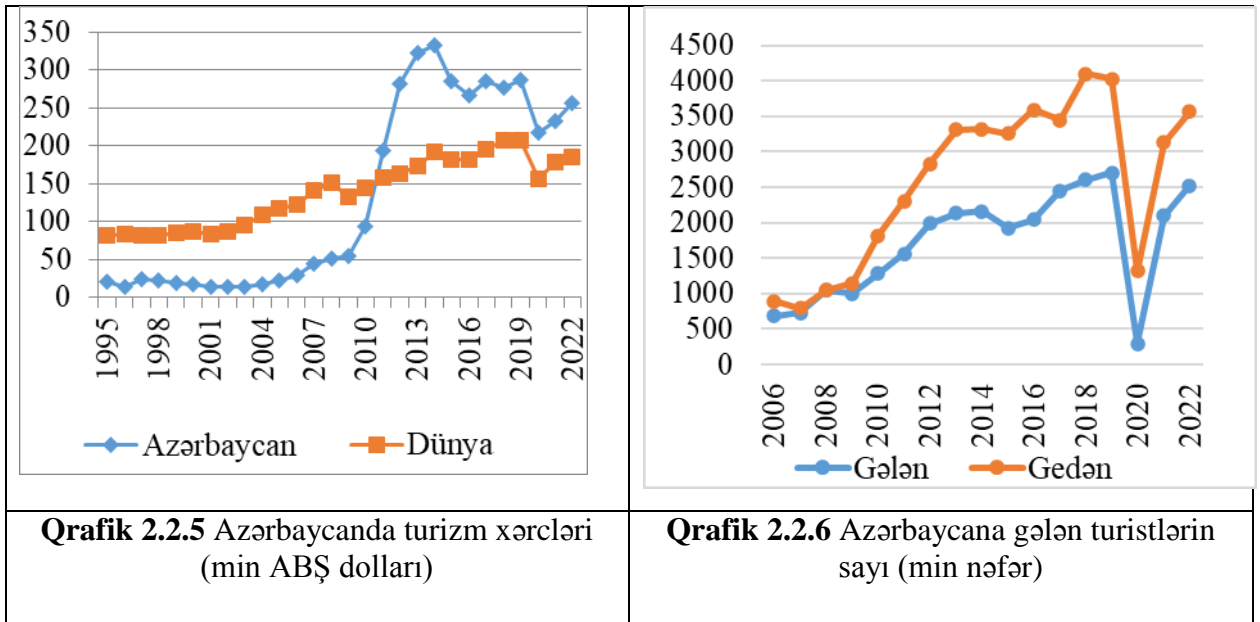
Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Azərbaycanda turizm sənayesi son illər sürətlə inkişaf etdi, buna baxmayaraq, bu xidmətləri təklif edən səyahət agentlikləri və turoperatorları şirkətləri hələ də çox azdır. Belə müəssisələrin sayı 2006-cı ildə 96, lakin sonrakı illərdə davamlı olaraq onların sayı artmış və 2019-cu ildə 432-yə çatmışdır. COVID-19 pandemiyası sona çatdıqdan sonra səyahət agentlikləri və turoperatorları şirkətlərin sayında xeyli azalma müşahidə olunub. Məsələn, 2021-ci ildə 150, 2022-ci ildə 240-a çatıb. Lakin turizm sənayesi geniş inkişaf edən ölkələrlə müqayisədə bu olduqca azdır. Onlardan yalnız ikisi dövlət mülkiyyətindədir. Qalan müəssisələr isə özəldir. Azərbaycanda səyahət agentlikləri və turoperatorları şirkətlərinin sayının az olmasının müxtəlif səbəbləri var. Lakin əsas səbəb kimi əlbəttə onların fəaliyyətinə tələbin az olmasını göstərmək olar. Əslində ölkəyə gələn turistlərin sayı ilə belə müəssisələrin sayı arasında ciddi qeyri-proporsionallıq var. Ölkəyə gələn və daxili turistlərin çox az hissəsi səyahət agentliklərinin və turoperatorları şirkətlərinin xidmətindən istifadə edirlər.

Göründüyü kimi, xarici ölkələrə gedənlərin içərisində turizm və istirahət məqsədilə səyahət edənlərin sayında çoxluq təşkil edir. Məsələn, turoperatorların və turizm agentliklərinin vasitəsilə Gürcüstana gedənlərin sayı, ümumiyyətlə, sərbəst səyahət edən turistlərin sayından azdır.

Eyni halları biz müxtəlif məqsədlər üçün Azərbaycana ziyarət edənlərin arasında da ciddi fərq görürük. Bu iki cüt göstərici 2019-cı ilə qədər artım, sonrakı illərdə isə azalma tendensiyası göstərir. Bu onu göstərir ki, Azərbaycan turizm sənayesi müəyyən dövrlərdə problemlərlə üzləşib və bu sektorda dəyişən tələblərin və tendensiyaların təsirini əks etdirə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, son 20 ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı, ölkəmizdən gedən turistlərin sayından daha az olması, turizm sektorunda mənfi saldo yaradır (qrafik 2.2.6) və Azərbaycanın turizm xərclərini ilbəl artırır. Bu mənfi saldo, turizm sektorunun inkişafı üçün çətinlik yarada bilər və ölkənin turizm strategiyasının yenidən qiymətləndirilməsini tələb edə bilər (qrafik 2.2.5).



Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Baxmayaraq ki, tədqiq edilən dövrdə (yəni 2007-2022-ci illər) ölkəyə müxtəlif məqsədlərlə gələn xarici vətəndaşların sayı ilə turoperatorlar tərəfindən qəbul edilən və yerləşdirilən turistlərin sayı eyni trend olmuşdur. Bu, turizm sahəsindəki tələbin global həcmi ilə bağlı məlumatları təhlil etmək əhəmiyyətlidir. Turistlərin sayının ümumilikdə ölçülməsi, sərbəst turistlər daxil olmaqla, ölkəyə gələn turistlərin hər hansı bir məqsədlə səyahət etməsinin dəqiqi bilmək düzgündür. Bu, turizm sektorunun və tələbinin daha ətraflı bir təhlilinə imkan verir. ARDSK-nın məlumatlarına əsasən, 2022-ci ildə Azərbaycana səfər edən turistlərin mühüm hissəsi

Rusiya (5434 nəfər), BƏƏ (3929 nəfər), Səudiyyə Ərəbistanı (3890 nəfər), Qazaxıstan (3227 nəfər), İsrail (2937 nəfər) və digər vətəndaşlarıdır. İlk beşlikdə Gürcüstan, Türkiyə və İran vətəndaşların olmamasının əsas səbəbi 3 ildir ki, qonşu ölkələrlə quru sərhədlərin bağlı olmasıdır. Bu ölkələrdən gələn turistlər müxtəlif məqsədlər üçün gələn vətəndaşlardır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu ölkələrdən, məsələn, Rusiya, Türkiyə, Gürcüstan, İran və Ukraynadan gələn insanlar üçün kommunikasiya problemi olmadığından onlar əksər hallarda turoperatorların xidmətindən istifadə etmirlər və sərbəst səyahət etməyə üstünlük verirlər. İEÖ-dən və daha uzaq məsafədən gələn turistlərin sayı çox azdır.

Seçdiyimiz metodologiyaya uyğun olaraq, Azərbaycanda turizmin tələb funksiyasının əsas determinantları kimi biz orta dünya a.b real ÜDM həcmi ($GDPPC_{it}$), Azərbaycanda alıcılıq qabiliyyəti pariteti indeksini (və turizm sahəsində Azərbaycanla rəqabətdə olan Gürcüstanda alıcılıq qabiliyyəti pariteti indeksini ($SUBPPP_{it}$) götürəcəyik [14, 22, 15].

Azərbaycan üçün (2.2.1) və (2.2.2) tənlikləri əsasında “Sinxron tənlik” modelinin tətbiqi nəticəsində turizm bazarında qiymət üçün azaldılmış forma cədvəl 2.2.1-də olduğu kimi alınmışdır [14, 22, 15].

Cədvəl 2.2.1

Ərəb ölkələrindən Azərbaycana gələn turistlərin sayının “Azaldılmış Forma”-sı

variable	Coefficient	Standart error	t-statistics	probability
c	-12474.69	1506.983	-8.277925	0.0000
$GDPPC_{it}$	1.295044	0.118056	10.96978	0.0000
$SUBPPP_{it}$	3205.671	1156.674	2.771457	0.0182
$R^2 = 0.931414$				
F-statistic=74.69167				

Qeyd: müəllif tərəfindən EViews proqram paketi vasitəsilə hesablanmışdır.

2.2.1-ci cədvəldə alınmış nəticələrə əsasən əmsalların qiyməti statistik əhəmiyyətlidir və beləliklə, biz hesab edə bilərik ki, ekzogen dəyişənlər kimi $GDPPC_{it}$ və $SUBPPP_{it}$ Azərbaycana ərəb ölkələrindən gələn turistlərin sayına təsir göstərir. 2-ci cədvəldə alınmış nəticələrə əsasən, $R^2 = 0.931414$ və F-statistikası 74.69167 bərabərdir, p-ehtimalın qiyməti isə 0.05-dən xeyli kiçikdir [14, 22, 15].

2.2.2-cü cədvəldə Azərbaycanla turist göndərən ölkələrin daxili qiymətləri arasındakı nisbətə ekzogen dəyişənlər kimi $GDPPC_{it}$ və $SUBPPP_{it}$ göstəricilərindən asılılığı verilmişdir. Bu nəticələrə əsasən, panel reqresiya asılılığının sərbəst əmsali statistik əhəmiyyətlidir. Bu reqresiya asılılığı üçün də $R^2 = 0.889979$, və p-əhəmiyyətlilik 0.05-dən kiçikdir [14, 22, 15].

Cədvəl 2.2.2

Azərbaycan və ərəb ölkələrinin adambaşına PPP GNI göstəricisinin nisbəti üçün azaldılmış forma

variable	Coefficient	Standart error	t-statistics	probability
c	1.454291	0.158780	9.159155	0.0000
$OGDPPC_{it}$	6.56E-05	1.62E-05	4.050985	0.0019
$SUBPPP_{it}$	1.454291	0.158780	9.159155	0.0000
$R^2 = 0.889979$				
F-statistics = 44.49043				

Qeyd: müəllif tərəfindən Eviews program paketi vasitəsilə hesablanmışdır.

(4) eyniliyinə əsasən \widehat{PPP}_{it} AQP

$$\widehat{PPP}_{it} = 1.454291 + 6.56E - 05 * GDPPC_{it} + 1.454291 * SUBPPP_{it} \quad (2.2.7)$$

Beləliklə, (2.2.7) eyniliyindən \widehat{PPP}_{it} aqp alınan qiymətləri (2.2.1) eyniliyində istifadə etməklə, biz ərəb ölkələrindən Azərbaycana gələn turistlər AQP tələb funksiyasını tapa bilərik [14, 22, 15].

2SLS modelinə əsasən Azərbaycan üçün ərəb ölkələrindən turizmin tələb funksiyası

variable	Coefficient	Standart error	t-statistics	probability
c	-10605.47	1055.420	-10.04858	0.0000
\widehat{PPP}_{it}	2204.271	795.3474	2.771457	0.0182
$OGDP_{it}$	1.150444	0.094135	12.22118	0.0000
$R^2 = 0.931414$				
$F = 74.69167$				

Qeyd: müəllif tərəfindən Eviews proqram paketindən istifadə etməklə hesablanıb.

$$TD_{it} = -10605.47 + b_1 * PPP_{it} + b_2 * GDP_{it} + e_d \quad (2.2.8)$$

Tədqiqat zamanı əldə edilən nəticələr sübut edir ki, Azərbaycana turizm səfərlərinin tələb funksiyası mənşə ölkəsindəki gəlir səviyyəsindən və Azərbaycandakı qiymət səviyyəsindən asılı olaraq dəyişir.

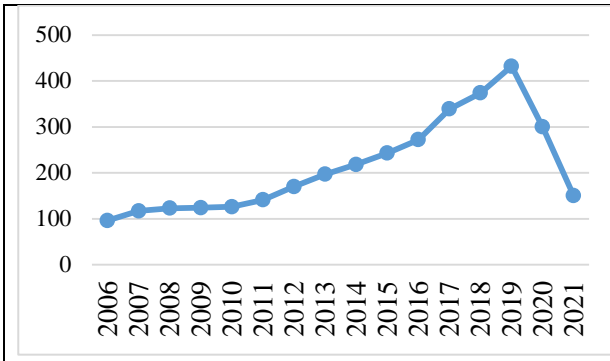
2.3. Ölkədə turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsinin riyazi-statistik qiymətləndirilməsi

İqtisadi inkişafda institutların, o cümlədən dövlət idarəetmə institutlarının rolu tədqiqatçılar arasında həmişə diskussiya mövzusu olub. Klassiklərin “görünməyən əl” prinsipinin əsaslandığı azad iqtisadiyyat modelindən tutmuş marksistlərin əsaslandığı totalitar nəzarət modelinə qədər mümkün müdaxilə variantlarının bütün ölkələr üçün universal olmadığı artıq məlumdur. Lakin dövlətin iqtisadiyyata, o cümlədən turizm sektoruna müdaxiləsinin nə dərəcədə olması məsələsi sual olaraq, qalır.

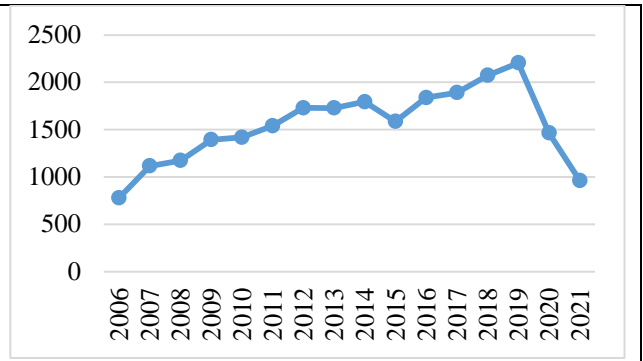
Dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsi formaları və metodları müxtəlifdir. Elə müdaxilə metodları var ki, onlar iqtisadiyyatın bütün sahələrinə və aspektlərinə bu və ya digər dərəcədə təsir edir. Məsələn, qiymətlərin tənzimlənməsi, minimum əmək haqqı səviyyəsinin müəyyən edilməsi, məşğulluğun tənzimlənməsi, vergilər və sair. Bəzi iqtisadi fəaliyyət sahələrinə tətbiq edilən lisenziyalaşma və sertifikatlaşma

tədbirləri də dövlətin həmin iqtisadi fəaliyyət sahələrinə müdaxiləsidir. Elə ölkə yoxdur ki, orada dövlət iqtisadiyyata müdaxilə etməsin. Lakin bəzi ölkələrdə müdaxilə səviyyəsi digərləri ilə müqayisədə zəifdir. Dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsi səviyyəsinin kəmiyyətə qiymətləndirilməsi çətindir. Buna baxmayaraq, müxtəlif fərzlər və metodlarla bəzi tədqiqat mərkəzləri bu problemi müəyyən səviyyədə müqayisəli qiymətləndirirlər. Məsələn, Doing Business Tədqiqat Qrupu 2005-ci ildən başlayaraq, 190-dan çox ölkədə biznes mühitinin əlverişliliyini kəmiyyətə müqayisəli qiymətləndirir. Belə qiymətləndirmələr zamanı biznesin inkişafına təsir edə bilən bu və ya digər məsələ ilə bağlı rəsmi qaydaların və qanunların mövcudluğu, prosedurların sayı, yerinə yetirilmə müddəti, tətbiq edilən rüsumlar və sair nəzərə alınır.

Doing Business Tədqiqat Qrupunun qiymətləndirdiyi müdaxilə sahələrində belə müdaxilələr nə qədər az olarsa, bir o qədər ölkədə biznes mühitinin əlverişliliyi yüksək hesab edilir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, ölkələr üçün təkcə biznes mühitinin əlverişliliyinin artırılması deyil, həm də muzzdlu işçilərin sosial müdafiəsinin qorunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu iki problem arasında həm vəhdət, həm də ziddiyyət iqtisadi siyasətin optimallaşdırılmasını zəruri edir. Belə ki, biznes mühiti inkişaf etdikcə yeni iş yerlərinin və əlavə dəyərin yaranması təmin edilir. Biznes mühitinin əlverişliliyi nəticəsində büdcəyə vergilər vasitəsilə daxil olan məbləğ də artır. Büdcə gəlirlərinin çox olması hökumətə öz sosial proqramlarını həyata keçirmək üçün daha yaxşı imkanlar yaradır. Lakin belə üzvü əlaqə ilə yanaşı qısamüddətli dövrdə biznes mühitinin əlverişliliyinin muzzdlu işçilərin sosial müdafiəsinə zidd olduğunu da unutmaq olmaz. Belə ki, qısamüddətli dövrdə biznes mühiti nə qədər əlverişli olarsa, sosial müdafiə bir o qədər zəifləyir. Məsələn, biznes mühitini yaxşılaşdırmaq məqsədilə vergilərin müəyyən həddən daha çox azaldılması büdcə gəlirlərinin də azalmasına səbəb olur. Yaxud minimum əmək haqqının azaldılması biznes mühitinin əlverişliliyini artırsa da az ixtisaslı işçilərin əmək haqlarının azalmasına səbəb olur. İşə götürmə və ya işdən azad etmə prosedurlarının sadələşdirilməsi biznes mühitinə müsbət təsir etsə də muzzdlu işçilərin sosial müdafiəsini zəiflədir.



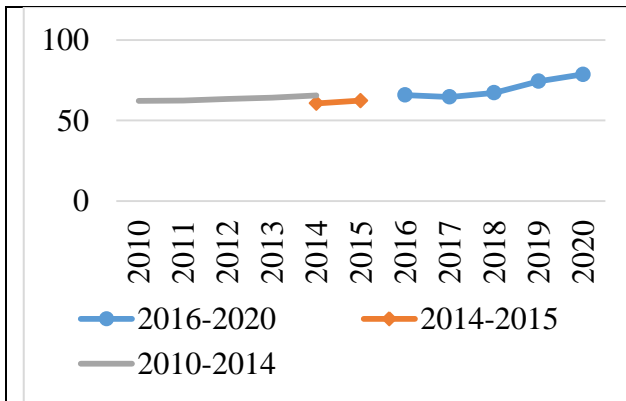
Qrafik 2.3.1 Azərbaycanda turagent və turoperatorların sayı (vahid)



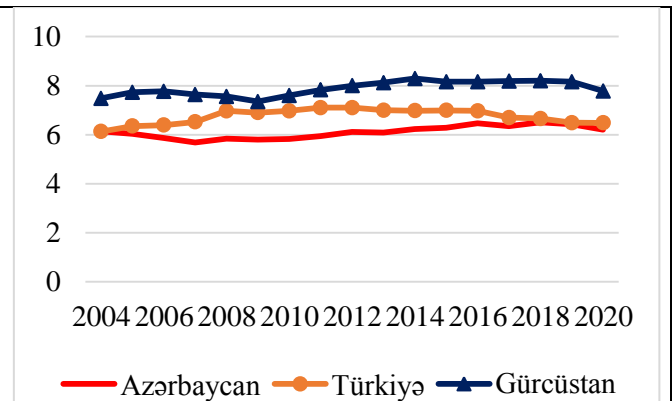
Qrafik 2.3.2 Azərbaycanda turagent və turoperatorlarda işçilərin sayı (nəfər)

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Bu Doing Business Tədqiqat Qrupunun fəaliyyət göstərdiyi biznes mühitinin əlverişliliyi ilə bağlı müsbət qiymətləndirmələri turizm sektorunda müəssisələrə də aiddir. Turizm sektorunda biznes mühitinin əlverişliliyi inkişaf etdikcə son 20 ildə müəssisələrin və turoperatorların sayı xeyli artıb (qrafik 2.3.1). Lakin 2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası digər ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da turizm sektoruna ciddi ziyan vurdu. Müəssisələrin fəaliyyəti zəiflədi və ya tamamilə dayandırıldı. Çoxlu sayda işçi turizm sektorunu tərk etdi. Bu sektorda çalışanların sayı 2019-cu ildə 2000 nəfərdən çox olduğu halda, 2020 və 2021-ci ildə kəskin azalaraq 1000 nəfərdən də az olmuşdur (qrafik 2.3.2).



Qrafik 2.3.3 “Biznes mühitinin əlverişliliyi” kompozit indeksi üzrə Azərbaycanın göstəricilərinin dinamikası
Mənbə: Doing Business [63]



Qrafik 2.3.4 “İqtisadi azadlıq” kompozit indeksi üzrə Azərbaycanın və Gürcüstanın göstəricilərinin dinamikası
Mənbə: Fraser İnstitutu [61]

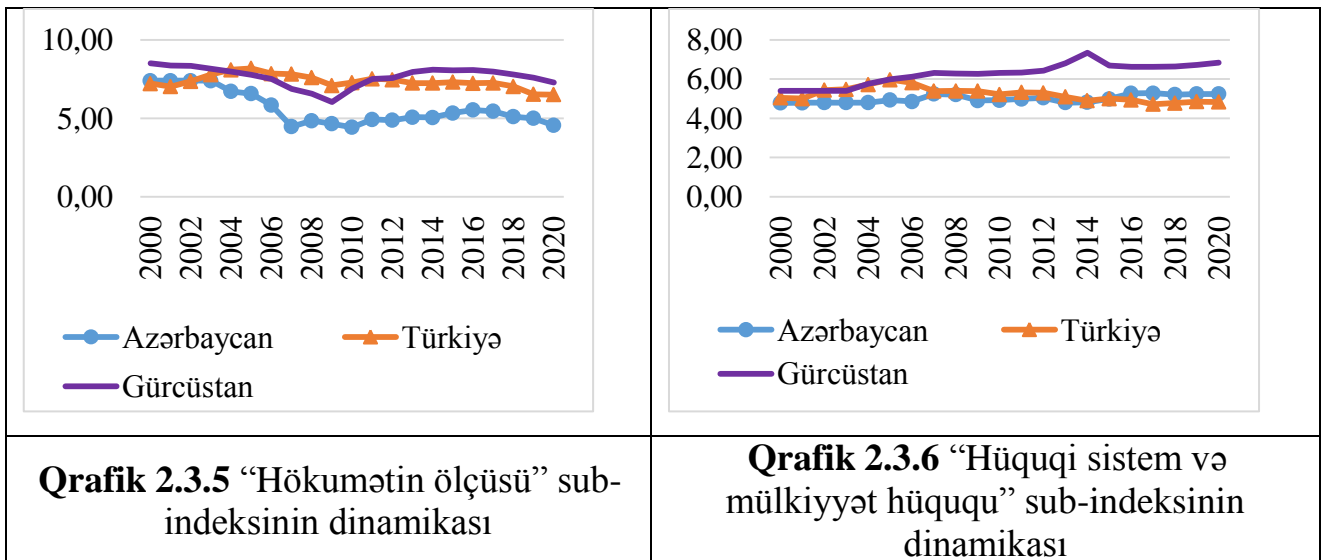
Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Azərbaycan biznes mühitinin əlverişliliyi reytingində o qədər də pis mövqedə deyil. Əksinə son 10 ildə Azərbaycanın göstəriciləri durmadan yaxşılaşır. 2.3.3-cü qrafikdən görünür ki, Azərbaycanın Doing Business tərəfindən müəyyən edilən müqayisəli mövqeyi davamlı olaraq, yaxşılaşıb. Qrafikdə DB üzrə hesablamaların üç metodologiya üzrə nəticələri verilib. Hər üç metodologiya üzrə Azərbaycanın göstəriciləri ilbəil yaxşılaşıb. 2020-ci ilin hesabatına əsasən Azərbaycan “biznesə başlamağın asanlığı” göstəricisi üzrə 9-cu, “tikintiyə icazənin alınması” göstəricisi üzrə 59-cu, “elektrik şəbəkəsinə qoşulma” göstəricisi üzrə 80-ci, “mülkiyyətin qeydiyyatına alınması” göstəricisi üzrə 44-cü, “kreditin alınması” göstəricisi üzrə 1-ci, “kiçik investorların qorunması” göstəricisi üzrə 105-ci, “vergi yükü” göstəricisi üzrə 40-cı, “sərhədlərdə ticarət” göstəricisi üzrə 83-cü, “müqavilələrin yerinə yetirilməsi” göstəricisi üzrə 28-ci, “müflisləşmənin həll edilməsi” göstəricisi üzrə 47-ci mövqedədir. Bu göstəricilər əsasında hesablanan “biznes mühitinin əlverişliliyi” kompozit göstərici üzrə Azərbaycan 76.7 balla 34-cü mövqedə yerləşmişdi [63]. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, Doing Business Tədqiqat Qrupunun hazırladığı “biznes mühitinin əlverişliliyi” kompozit indeksi və müqayisəli qiymətləndirmə, təbii ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrini əhatə etmir. Ölkələr üzrə dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin bəzi aspektlərinin müqayisəli hesablanması Fraser İnstitutu [141] və Heritage Fondu [142] tərəfindən də aparılır. Fraser İnstitutu öz qiymətləndirməsini “iqtisadi azadlıq” indeksi kimi xarakterizə edir. “İqtisadi azadlıq” dedikdə, hər hansı ölkənin iqtisadiyyatının hökumətin müdaxiləsindən azadlığı nəzərdə tutulur. Bu indeks iqtisadiyyatın daha çox aspektini əhatə etdiyindən dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin qiymətləndirilməsi üçün istifadə edilə bilər. Turizm sektorunun inkişafında dövlətin rolunu və ya dövlət tənzimlənməsinin rolunu qiymətləndirən bir neçə tədqiqat işində, məsələn, Kubickova [92] məhz Fraser İnstitutunun hazırladığı “iqtisadi azadlıq” indeksindən istifadə edilib.

Fraser İnstitutunun hazırladığı “iqtisadi azadlıq” kompozit indeksi “hökumətin ölçüsü”, “hüquqi sistem və mülkiyyət hüququ”, “pulun möhkəmliyi”, “beynəlxalq ticarətin azadlığı” və “tənzimləmə” sub-indeksləri əsasında hesablanır. Bu sub-indekslərin ala biləcəyi ən yüksək bal “10” baldır. Qeyd edək ki, Fraser İnstitutu

tərəfindən təqdim edilən “iqtisadi azadlıq” indeksi 1970-ci ildən başlayaraq hesablanır. İlk hesabatlar 84 ölkə üzrə aparılırdı. Sonrakı illərdə ölkələrin sayı artaraq 2020-ci ildə 165-ə çatdırılıb. Azərbaycan üzrə hesablamalar 2004-cü ildən başlayaraq hesablanır. 2.3.4-cü qrafikdə Azərbaycanın “iqtisadi azadlıq” indeksinin dinamikası verilmişdir. Qrafikdən görünür ki, son 16 il ərzində Azərbaycanda “iqtisadi azadlıq” kompozit indeksi və onun sub-indeksləri, bəzi illər istisna olmaqla, əsasən artıb və Azərbaycanda iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsi bir qədər azalıb. Lakin bütünlükdə Azərbaycanda “iqtisadi azadlıq” indeksi nəinki inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə, hətta qonşu Gürcüstanla müqayisədə bir qədər geridədir. 2015-ci ildə Azərbaycan 91-ci yerdə, 2019-cü il 60-cü yerdə, 2020-ci ildə isə 38-ci yerdə qərarlaşıb.

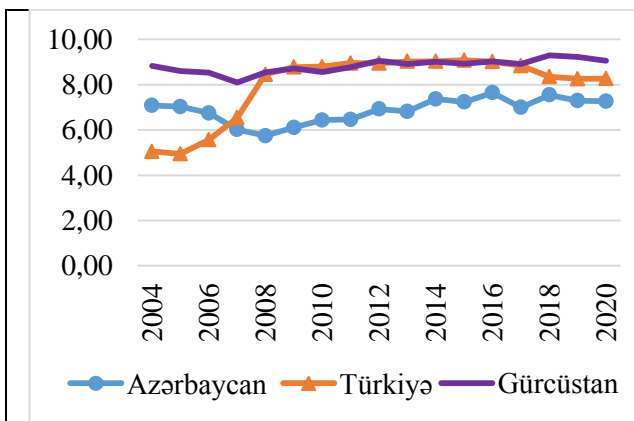
Turizm sahəsində Azərbaycan regionda Gürcüstan və Türkiyə ilə rəqabətdədir. Hər iki ölkə Azərbaycanın daxili turizminin potensial istehlakçılarını cəlb edərək, ölkədən böyük həcmdə xarici valyutanın çıxmasına səbəb olur. Həmdə, istər Türkiyə, istərsə də Gürcüstan Azərbaycan üçün xarici turizm potensialını da özlərinə cəlb edirlər. Gürcüstan xüsusilə, ərəb ölkələrindən gələn turistlər üçün alternativ təyinat ölkəsi rolunu oynaya bilər. Bu,Elə buna görə də biz Azərbaycanın iqtisadi azadlıq göstəricilərini Türkiyə və Gürcüstanın göstəriciləri ilə müqayisədə təhlil edəcəyik. Daha sonra isə bu göstəricilərin turizm sektoruna təsirlərini panel analiz vasitəsilə qiymətləndirmək üçün hər üç ölkənin göstəricilərindən istifadə edəcəyik.



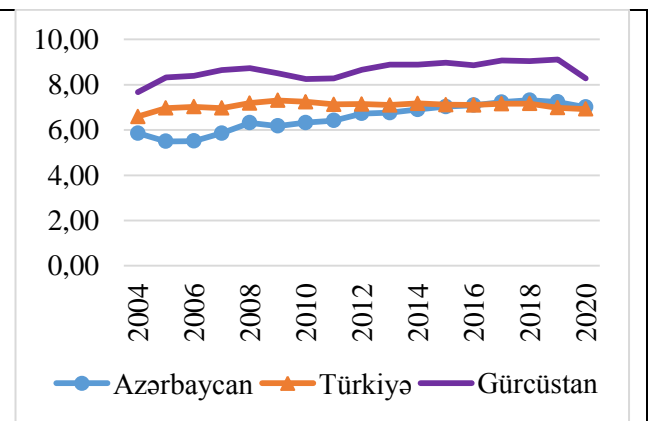
Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Fraser İnstitutunun “iqtisadi asadlıq” kompozit indeksi ilə bağlı istifadə etdiyi metodologiyaya uyğun olaraq, hər bir sub-indeks bir neçə alt-göstəricilərdən ibarətdir. Məsələn, “hökumətin ölçüsü” sub-indeksi beş alt-göstəricidən, yəni a) hökumətin istehlakı; b) transferlər və subsidiyalar; c) dövlət sahibkarlığı və investisiyaları; d) əsas marjinal vergi dərəcələri; e) aktivlər üzrə dövlət mülkiyyəti alt-göstəricilərindən ibarətdir. Bu sub-indeks üzrə Gürcüstan son 10 ildə həm Türkiyədən, həm də Azərbaycandan daha yüksək göstəriciyə malikdir (qrafik 2.3.5).

“Hüquqi sistem və mülkiyyət hüquq” sub-indeksi 10 alt-göstəricidən ibarətdir: a) məhkəmələrin müstəqilliyi; b) məhkəmələrin qərəzsizliyi; c) mülkiyyət hüququnun qorunması; d) qanunun aliliyinə və siyasətə hərbi müdaxilə; e) hüquqi sistemin bütövlüyü; f) müqavilələrin qanuni icrası; g) daşınmaz əmlakın satışının tənzimləyici xərcləri; h) polisə etibarlılıq; i) cinayətin biznes xərcləri; j) gender bərabərsizliyinin tənzimlənməsi. Bu alt-göstəricilərin əksəriyyəti birbaşa və ya dolayısı ilə turizm sektoru ilə bağlıdır. Turizmin təklifinə təsir göstərən müxtəlif infrastrukturlara, məsələn, hotel və kurortların tikintisinə investisiyaların qoyulması mülkiyyət hüququnun qorunmasından, hüquqi sistemin bütövlüyündən çox asılıdır. Ölkəyə gələn turistlərin, həmçinin onların əmlakının təhlükəsizliyi ölkədə polis sistemində olan etibardan və məhkəmələrin müstəqilliyindən çox asılıdır. Bu sub-indeks üzrə də Azərbaycan son 20 ildə Gürcüstandan geri qalır (qrafik 2.3.6). Bu sub-indeks üzrə Türkiyənin də göstəriciləri yüksək deyil. Lakin son illərdə Türkiyənin göstəriciləri Azərbaycanın göstəricilərindən bir qədər yüksəkdir.



Qrafik 2.3.7 “Pulun möhkəmliyi” sub-indeksinin dinamikası



Qrafik 2.3.8 “Beynəlxalq ticarət azadlığı” sub-indeksinin dinamikası

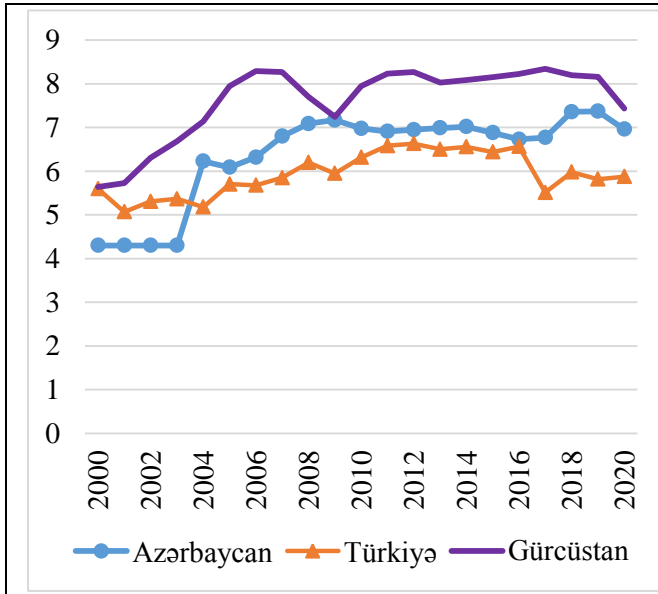
Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

“İqtisadi azadlıq” kompozit indeksinin “pulun möhkəmliyi” sub-indeksi dörd alt-göstərisi vasitəsilə hesablanır. Bunlar a) pulun artımı; b) inflyasiyanın standart kənarlaşması; c) ən son ildə inflyasiya; d) xarici valyutada bank hesablarına sahib olmaq azadlığı alt-göstəriciləridir. Əvvəlki paraqrafda göstərdiyimiz kimi turizmin tələb funksiyası ölkədə inflyasiya səviyyəsindən çox asılıdır. Bu sub-indeks üzrə də Gürcüstanın və Türkiyənin göstəriciləri Azərbaycanın göstəricilərindən bir qədər yüksəkdir (qrafik 2.3.7). Lakin qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın göstəriciləri 2008-ci ildən başlayaraq, davamlı olaraq artıb. 2017-ci ildə bir qədər azalma müşahidə edilsə də sonrakı illərdə artım davam edib.

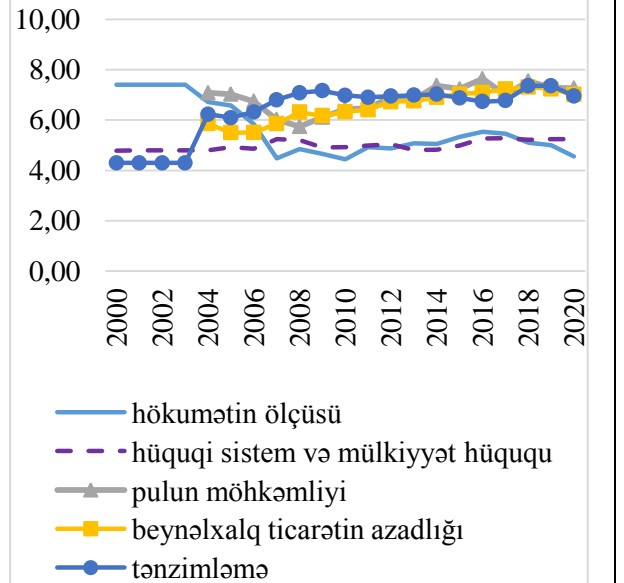
Turizm ölkənin beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin tərkib hissəsidir. Bu mənada xarici ticarət fəaliyyətinin azadlığı turizm sahəsində də canlanmaya təsir göstərir. Belə ki, turizm fəaliyyəti, bəzi hallarda, ticarət fəaliyyəti ilə birləşdirilir. Odur ki, xarici ticarət azadlığı özünün təsirlərini turizmə olan tələbdə də göstərir. “İqtisadi azadlıq” kompozit indeksinin “Beynəlxalq ticarət azadlığı” sub-indeksi dörd alt-göstəricidən ibarətdir: a) tariflər. Qeyd edək ki, tariflər üzrə alt-göstərici hesablanan zaman “ticarət vergilərindən gələn gəlirlər”, “orta tarif dərəcəsi”, “tarif dərəcələrinin standart kənarlaşması” göstəricilərindən istifadə edilir; b) tənzimləyici ticarət maneələri. Bu alt-göstərici “qeyri-tarif maneələri”, həmçinin “idxal və ixrac üçün uyğunluq xərcləri” göstəriciləri vasitəsilə hesablanır; c) mübadilə kursunun qara bazarı; d) kapitalın və insanların hərəkətinə nəzarət. Bu alt-göstərici “xarici sahibkarlığa və ya investisiyaya məhdudiyətlər”, “kapitala nəzarət” və “xaricilərin ölkəyə gəliş azadlığı” kimi göstəricilər əsasında hesablanır. Bu sub-indeksin alt-göstəricilərinin, demək olar ki, hamısı turizmin tələb funksiyasına bu və ya digər dərəcədə təsir edən amillərdir.

“Beynəlxalq ticarət azadlığı” sub-indeksinin Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstan üzrə dinamikasının (qrafik 2.3.8) müqayisəsi göstərir ki, Gürcüstanda bu göstərici həm Azərbaycan, həm də Türkiyə üzrə olan göstəricini üstələyir. Lakin hər üç ölkə üçün ümumi cəhət bu sub-indeksin ilbəil yüksəlməsidir.

“İqtisadi azadlıq” kompozit indeksinin “tənzimləmə” sub-indeksi üç alt-göstərici əsasında, yəni a) kredit bazarının tənzimlənməsi; b) əmək bazarının tənzimlənməsi; c) biznesin tənzimlənməsi alt-göstəriciləri əsasında hesablanır. “Kredit bazarının tənzimlənməsi” alt göstəricisi isə “banklara sahiblik”, “özəl sektora kreditlərin ayrılması”, “faiz dərəcələrinə nəzarət və ya neqativ real faiz dərəcələri” göstəriciləri əsasında hesablanır. “Əmək bazarının tənzimlənməsi” alt-göstəricinin hesablanması zamanı “işə götürmənin tənzimlənməsi və minimum əmək haqqı”, “işəgötürmə və işdən azad etmənin tənzimlənməsi”, “mərkəzləşdirilmiş kollektiv müqavilə”, “iş vaxtının tənzimlənməsi”, “işçinin işdən azad edilməsi zamanı icbari ödəmələr”, “hərbi xidmətə çağırış” kimi göstəricilərdən istifadə edilir. “Biznesin tənzimlənməsi” alt-göstəricinin hesablanması zamanı isə “inzibati tələblər”, “bütokratik xərclər”, “biznesin başlaması”, “əlavə ödənişlər və ya rüşvət”, “lisenziyalaşma məhdudiyyətləri”, “vergiyə uyğunluq xərcləri” kimi göstəricilərdən istifadə edilir.



Qrafik 2.3.9 “Tənzimləmə” sub-indeksinin dinamikası



Qrafik 2.3.10 Azərbaycanın “İqtisadi azadlıq” kompozit indeksinin sub-indekslərinin dinamikası

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Yuxarıda sadaladığımız alt-göstəricilər əsasında hesablanan “tənzimləmə” sub-indeksi üzrə Gürcüstanın və Azərbaycanın göstəriciləri Türkiyənin göstəricilərindən bir qədər üstündür. Hər üç ölkə üzrə bu göstəricilər əsasən artan dinamikaya malikdir.

Bu göstəricilərin də turizm sektorunun inkişafına təsirləri ciddidir. Belə ki, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin yaradılmasının asanlıığı, onlar üçün kreditlərin əlçatanlıığı və biznes mühitinin əlverişliliyinin təmin edilməsi turizmin təklifi üçün mühüm amildir.

Beləliklə, Fraser İnstitutu tərəfindən Azərbaycanın “iqtisadi azadlıq” kompozit indeksinin sub-indekslərinin dinamikası (2.3.10-cu qrafik) deməyə əsas verir ki, üç sub-indeks üzrə Azərbaycanın göstəriciləri inkişaf etmiş ölkələrin göstəricilərinə yaxındır. Bunlar “beynəlxalq ticarət azadlığı”, “pulun möhkəmliyi” və “tənzimləmə” sub-indeksləridir. 2020-ci ilin hesabatına əsasən, bu sub-indekslər üzrə 165 ölkə arasında ən yüksək göstərici, uyğun olaraq, Honk Konq (8.73), İordaniya (9.88), Honk Konq (8.84) ölkəsinə məxsusdur.

Digər iki sub-indeks üzrə, yəni “hüquqi sistem və mülkiyyət hüququ”, həmçinin “hökumətin ölçüsü” sub-indeksləri üzrə isə Azərbaycanın göstəriciləri inkişaf etmiş ölkələrin göstəricisindən xeyli geri qalır. Belə ki, 2020-ci ilin hesabatına əsasən bu sub-indekslər üzrə ən yüksək göstərici, uyğun olaraq, İsveçrəyə (8.74) və Qvetamalaya (9.19) məxsusdur.

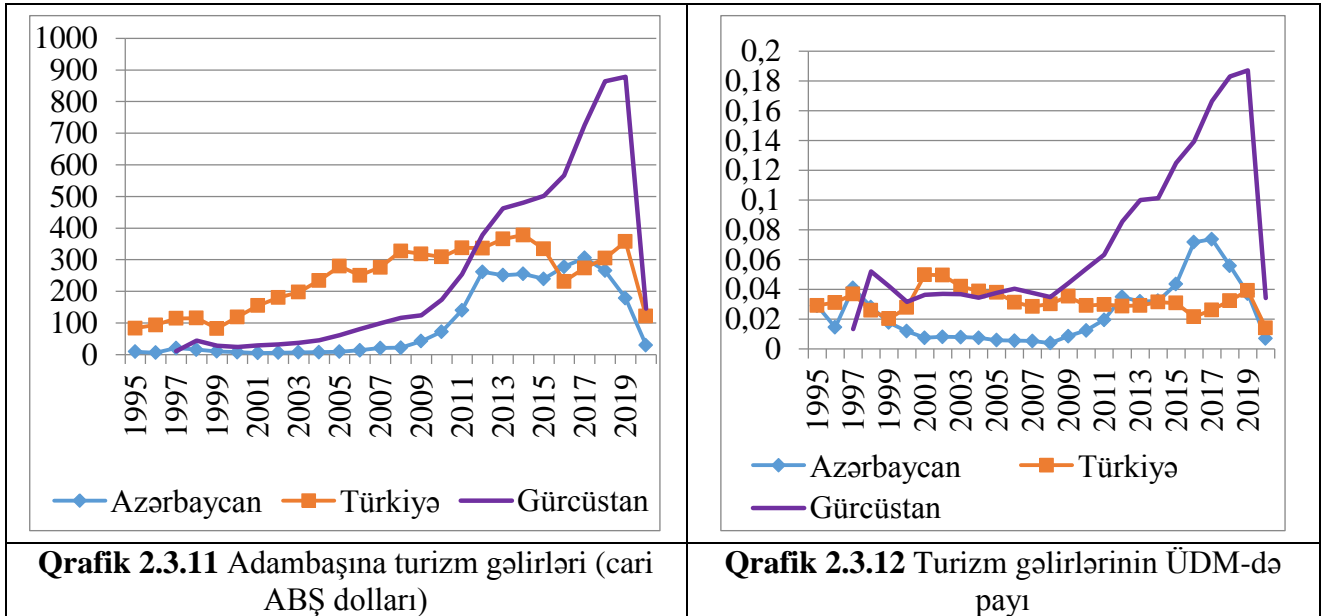
Beləliklə, turizm sektorunda dövlətin rolunun və ya dövlət tənzimlənməsinin rolunun müəyyən edilməsi üçün əsas göstərici olaraq, “iqtisadi azadlıq indeksi və ya onun hər hansı sub-indeksi götürülə bilər. Bizim tədqiqatımızda “iqtisadi azadlıq indeksinin” beş sub-indeksinin hər biri ayrı-ayrı müstəqil dəyişən olaraq, modelə daxil olacaq.

Turizmin inkişaf göstəricisi olaraq, Croes [44] tərəfindən işlənmiş “Turizmin Rəqabətliliyi indeksindən” istifadə ediləcək. Lakin qeyd edək ki, Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən işlənmiş “Səyahət və Turizmin rəqabətliliyi” indeksindən də asılı dəyişən olaraq istifadə etmək olar.

Croes [44] tərəfindən işlənmiş “Turizmin Rəqabətliliyi indeksi” 1) adambaşına turizmdən gələn gəlirlər; 2) turizm gəlirlərinin artım tempi; 3) turizm gəlirlərinin ÜDM-də payı göstəriciləri əsasında normallaşdırılmış qiymət olaraq, müəyyən edilir. Bu göstəricilərin hər biri üzrə Dünya Bankının rəsmi statistik informasiya bazasında məlumatlar yer alıb. Tədqiqat zamanı biz əvvəlcə bu göstəricilərin hər birini turizm

fəaliyyətinin göstəricisi kimi qəbul edərək, onların “iqtisadi azadlıq” indeksinin sub-indeksləri ilə asılılığına baxacağıq.

2012-ci ilə qədər, Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstan arasında turizm fəaliyyətindən adambaşına gələn gəlirlərin müqayisəsindən görünür ki, bu dövr ərzində Türkiyədə göstərici Azərbaycan və Gürcüstanla müqayisədə daha yüksək idi. Lakin 2012-ci ildən 2019-cu ilə qədərki dövrdə Gürcüstanda bu göstərici Türkiyədən çox olub. 2016-cı və 2017-ci ildə Türkiyənin turizm fəaliyyətindən adambaşına gələn gəlirləri hətta Azərbaycanla müqayisədə az olub. 2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar olaraq, hər üç ölkədə gəlirlərək kəskin azalıb.



Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Beləliklə, ölkədə turizm fəaliyyətinin əsas göstəriciləri olaraq, biz iki göstəricidən istifadə edəcəyik: 1) adambaşına turizm gəlirləri; 2) turizm gəlirlərinin ÜDM-də payı. Bu göstəricilərin iqtisadi azadlıq indeksindən və onun komponentlərindən asılılığı bizə turizm sənayesinin inkişafında dövlətin rolu haqqında müəyyən təsəvvürlər verə bilər.

Turizm fəaliyyətinin “İqtisadi azadlıq” indeksindən asılılığını üç ölkənin göstəriciləri əsasında panel analizlə qiymətləndirə bilərik. Bu zaman 2004-2020-ci illərarası dövrdə hər iki göstəriciyə aid məlumatları Dünya Bankının rəsmi statistik

məlumatlar bazasından əldə edilə bilər. Panel analizin nəticələri 2.3.1-ci cədvəldə verilmişdir. Cədvəldən görünür ki, adambaşına turizm gəlirləri “iqtisadi azadlıq” indeksindən pozitiv asılıdır. Başqa sözlə desək, ölkədə iqtisadi azadlıq səviyyəsi artdıqca, bu ölkənin turizm fəaliyyətindən əldə etdiyi gəlirlər də artır.

Cədvəl 2.3.1

Sample: 2004 2020
 Periods included: 17
 Cross-sections included: 3
 Total panel (balanced) observations: 51

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
EF	148.6835	28.74068	5.173277	0.0000
C	-765.1676	199.9333	-3.827115	0.0004
R-squared	0.353245	Mean dependent var		262.5270
Adjusted R-squared	0.340046	S.D. dependent var		198.4702
S.E. of regression	161.2324	Akaike info criterion		13.04200
Sum squared resid	1273799.	Schwarz criterion		13.11775
Log likelihood	-330.5709	Hannan-Quinn criter.		13.07095
F-statistic	26.76280	Durbin-Watson stat		0.535697
Prob(F-statistic)	0.000004			

Qeyd: Müəllif tərəfindən Eviews proqram paketi vasitəsilə hesablanmışdır.

“İqtisadi azadlıq” indeksinin Azərbaycanda, Türkiyə və Gürcüstanda adambaşına turizm gəlirlərinə təsirinin modelini zaman sırası analizi metodundan istifadə edərək qura bilərik. Bu zaman cüt reqresiya tənliklərindən istifadə edəcəyik:

$$TR_{it} = \beta_1 + \beta_2 \times EF_{it} + v_{it} \quad (2.3.1)$$

Burada TR_{it} -i-ci ölkədə turizm fəaliyyətindən adambaşına gəlirlər, EF_{it} -i-ci ölkədə “iqtisadi azadlıq indeksi”, β_{i1} və β_{i2} i-ci ölkəyə aid modelin əmsalları, v_{it} -i-ci ölkənin modelinə aid təsadüfi səhvlərdir. Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstan üçün (2.3.1) reqresiya tənliyinin həllinin nəticələri 2.3.2-ci cədvəldə verilmişdir.

Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstan üçün turizm fəaliyyətindən adambaşına gəlirlərin (TR_{it}) “iqtisadi azadlıq” indeksindən (EF_{it}) asılılığı

	Azərbaycan	Türkiyə	Gürcüstan
R^2	0.510226	0.312237	0.722357
Müşahidələrin sayı	17	17	17
β_1			
əmsal	-1863.062	-489.8414	-6066.645
Standart xəta	507.3329	301.5061	1027.913
t-statistika	-3.672268	-1.624648	-5.901904
p-qiymət	0.0023	0.1251	0.0000
β_1			
əmsal	328.2164	116.5036	814.0028
Standart xəta	83.02935	44.64484	130.3011
t-statistika	3.953017	2.609565	6.247089
p-qiymət	0.0013	0.0197	0.0000
Durbin-Watson əmsalı	0.414050	1.900769	1.057728

Qeyd: müəllif tərəfindən Eviews proqram paketi vasitəsilə hesablanıb

2.3.2-ci cədvəldə turizm gəlirlərinin “iqtisadi azadlıq” indeksindən asılılığının nəticələri göstərir ki, hər üç ölkədə bu göstəricilər arasında pozitiv əlaqə var. Adətən modeldə avtokorrelyasiya olduqda, yəni Durbin-Uatson əmsalı 2 ətrafında olmayanda avtokorrelyasiyanın aradan qaldırılmasına ehtiyac olur. Bizi əsasən ümumi trend maraqlandırdığından avtokorrelyasiyanın aradan qaldırıldığı modelin üzərində dayanmayacağıq. Gürcüstanda bu iki göstərici arasındakı model daha adekvatdır və əlaqə daha güclüdür. Bütün hallarda, bu iki göstərici arasındakı pozitiv əlaqənin mövcudluğu bir daha təsdiq edir ki, ölkədə turizm fəaliyyətindən gələn gəlirlərin artırılması üçün iqtisadi azadlıq səviyyəsinin yüksəldilməsinə ehtiyac var. Əlbəttə turizm gəlirləri yalnız iqtisadi azadlıq səviyyəsindən asılı deyil və bu göstəriciyə çoxlu sayda digər amillər təsir edir. Lakin alınan nəticələr sübut edir ki, turizm gəlirlərinin artmasında iqtisadi azadlığın da səviyyəsinin mühüm təsiri var. [18, 56-63; 102]

III FƏSİL

TURİZM SEKTORUNDA DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ MEXANİZMİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Azərbaycanın Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeks üzrə mövqeyinin gücləndirilməsi

İstənilən ölkədə turizmin inkişafında elə amillər var ki, onların dövlət tərəfindən inkişaf etdirilməsinə və tənzimlənməsinə ehtiyac var. Bu amillərin çoxu Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksinin (TTCİ) hesablanmasında istifadə edilir. Əvvəlki paragrafda qeyd etmişdik ki, TTCİ indeksi dövr əsas sub-indeksdən və onların alt-indekslərindən ibarətdir. Qeyd edək ki, TTCİ indeksi 2021-ci ilin hesabatlarında bir qədər dəyişikliklərə məruz qalmış və indeksin adı dəyişdirilərək Səyahət və Turizmin İnkişafı İndeksi (TTDİ) adlandırılmışdır. Bu zaman sub-indekslərin hesablanması metodologiyasında da dəyişikliklər aparılmışdır. 2020-ci və 2021-ci ilin ortalarına qədər COVID-19 pandemiyasının turizmə ciddi təsirini nəzərə alaraq, biz tədqiqatımızda əsasən TTCİ indeksindən istifadə edəcəyik. Ciddi hesablamalar [147] göstərir ki, TTCİ və TTDİ indekslərinin göstəriciləri bir-biri ilə ciddi korrelyasiyadadır. Odur ki, turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsi problemlərini TTCİ indeksinə daxil edilən göstəricilər əsasında müqayisəli təhlil etməyə cəhd edəcəyik.

TTCİ indeksi iqtisadiyyatın və cəmiyyətin müxtəlif aspektlərini əhatə edən böyük miqyasda göstəricilər əsasında formalaşan kompozit göstəricidir. Bu göstərici əslində ölkənin turizmlə bağlı nə dərəcədə cəlbedici olduğunu ifadə edir və birbaşa turizm tələbini formalaşdırır. Bu indeksin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, turizmin tələb funksiyasına təsir edən çoxlu sayda amillər arasında TTCİ-nin müəyyən etdiyi amillər təyinat ölkəsindəki təklifin əsasında dayanır və daha çox təyinat ölkəsindəki hökumətin fəaliyyəti ilə bağlıdır. Ona görə də dövlətin turizm fəaliyyətini tənzimləməsinin əsasında bu indekslərə aidiyyəti olan sahələrdə dövlət idarəçiliyinin

keyfiyyətinin artırılması zəruridir. TTDİ indeksi üzrə ölkələrin saralanması deməyə əsas verir ki, bu indeks elə inkişaf etmiş ölkələrdə inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müqayisədə daha yüksəkdir. Məsələn, 2021-ci il üzrə sıralamada ilk 30-lıqda yüksək gəlirli ölkələr mütləq üstünlük təşkil edir. Bizim regionda turizmin inkişaf etdiyi ölkələr, məsələn, Türkiyə və Gürcüstan, təəssüf ki, ilk 30-lıqda yer almayıb.

Cədvəl 3.1.1

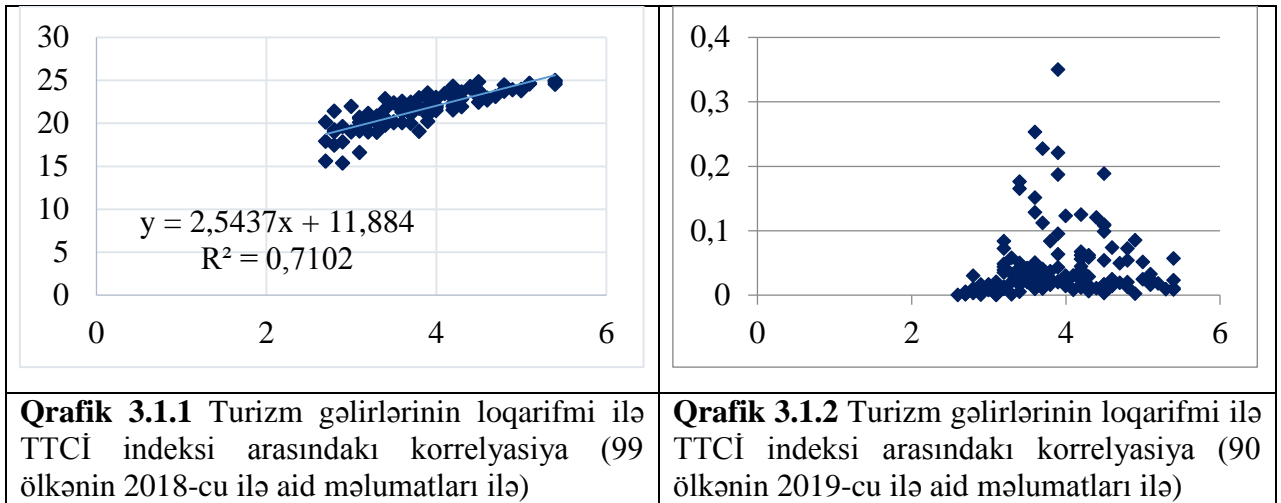
TTDİ indeksi üzrə ilk 30-lıqda olan ölkələr (2021)

Ölkələr	mövqe	bal	Ölkələr	mövqe	bal	Ölkələr	mövqe	bal
Yaponiya	1	5,2	Austriya	11	4,9	Lüksemburq	21	4,6
ABŞ	2	5,2	Çin	12	4,9	Belçika	22	4,6
İspaniya	3	5,2	Kanada	13	4,9	İslandiya	23	4,5
Fransa	4	5,1	Niderland	14	4,9	İrlandiya	24	4,5
Almaniya	5	5,1	Koreya	15	4,8	BƏƏ	25	4,5
İsveçrə	6	5,0	Portuqaliya	16	4,8	Çexiya	26	4,5
Avstraliya	7	5,0	Danimarka	21	4,7	Y. Zelandiya	27	4,5
B.Britan	8	5,0	Finlandiya	18	4,7	Yunanistan	28	4,5
Sinqapur	9	5,0	Hong Konq	19	4,6	Estoniya	29	4,4
İtaliya	10	4,9	İsveç	20	4,6	Polşa	30	4,4

Mənbə: Dünya İqtisadi Forumu (WEF, 2021)

TTCİ indeksi üzrə reyting sıralamasının digər sıralamalardan, məsələn Doing Business və ya Fraser İnstitutunun sıralamalarından əsas fərqi ondadır ki, bu kompozit indeksin sub-indeksləri və ya alt-göstəriciləri arasında iki qütblü göstəricilər azdır və ya yoxdur. İki qütblü göstərici üzrə reytinglərin hazırlanması zamanı ortaya çıxan əsas problem bu və ya digər ölkə üçün optimal göstəricinin seçilməsi ilə bağlı olur. Məsələn, minimum əmək haqqı və ya hökumətin ölçüsü iki qütblü göstəricilərdir. Bu göstəricilərin iqtisadi artıma və ya rifah halına təsirləri ölkələrin iqtisadi vəziyyətindən və digər çoxlu sayda amillərdən asılı olur. Bu halda hər bir ölkə üçün optimal variantın seçilməsinə ehtiyac olur. Lakin TTCİ kompozit indeksinə daxil olan əksər sub-indekslər və alt-göstəricilərin iki qütblü olmaması bu göstəricinin iqtisadi artıma, turizm sektorunda gəlirlərə və sair digər makroiqtisadi göstəricilərə təsirləri xətti asılılıq kimi analiz edilə bilər. İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan 99 ölkə üzrə TTCİ indeksinin turizm gəlirlərinə və 90 ölkədə turizm

gəlirlərinin ÜDM-də payına olan təsirləri turizm sektoruna mahiyyətə institusional təsirləri xarakterizə edir.



Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Turizm gəlirlərinin turizmin rəqabətliyiindən asılılığının müxtəlif ölkələrin timsalında empirik nəticələrinin müqayisəli analizi deməyə əsas verir ki, rəqabətlik artdıqca turizm gəlirləri də artır. 99 ölkənin məlumatları əsasında çarpaz analiz də göstərir ki, bu ölkələrin turizm gəlirlərinin loqarifmi ilə TTCİ kompozit indeksi arasında ciddi xətti əlaqə mövcuddur (qrafik 3.1.1) və bu əlaqənin modelini

$$\log TR_i = 11.88445 + 2.543709 \times TTCI_i \quad (3.1.1)$$

(0.644096) (0.164994) (2018)

Kimi ifadə edə bilərik. Burada $\log TR_i$ i-ci ölkədə turizm gəlirinin loqarifmi, $TTCI_i$ i-nin ölkənin Səyahət və Turizm Rəqabətliyi İndeksidir. 3.1.1-ci model adekvatdır. Belə ki, modeldə avtokorrelyasiya yoxdur (D-W əmsalı təqribən 2-yə bərabərdir) və determinasiya əmsalı $R^2=0.71$ -dir. TTCİ-nin 1% artması, yəni rəqabətliyiinin 1% yüksəlməsi, ölkənin turizm sektorundan gələn gəlirlərinin loqarifmini təqribən 2.5% artırmış olur. 2019-cu ilə aid məlumatlar əsasında aparılan hesablamalar da 2018-ci ilə aid nəticələrə çox yaxındır (3.1.2).

$$\log TR_i = 12.26822 + 2.471399 \times TTCI_i \quad (3.1.2)$$

2018-ci və 2019-cu illərə aid nəticələrdə ciddi fərqlərin olmaması deməyə əsas verir ki, bu göstəricilər arasındakı əlaqə kifayət qədər dayanıqlıdır.

TTCİ artdıqca turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı arasındakı əlaqə turizm gəlirlərinin loqarifmi ilə TTCİ indeksi arasındakı əlaqənin xüsusyyətindən əsaslı şəkildə fərqlənir. Deməli, TTCİ artdıqca turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı ($TRShare_i$) heç də artmır. Bəzi ölkələrdə hətta azalır(qrafik 3.1.2). TTCİ-nin müəyyən qiymətlər intervalı var ki, bu intervalda $TRShare_i$ maksimuma olur. İlk baxışda bu o deməkdir ki, TTCİ üçün elə interval var ki, bu intervalda $TRShare_i$ maksimum olur. Lakin 3.1.2-ci qrafikdə alınan nəticəni bir qədər başqa cür şərh etmək lazımdır. Turizm rəqabətliliyi yüksək olan çoxlu sayda ölkədə $TRShare_i$ o qədər də yüksək deyil. Məsələn, 2021-ci ilin göstəricilərinə əsasən Yaponiya (5.2) ABŞ-də (5.2), İspaniya (5.2), Fransa (5.1) və Almaniya(5.1) turizm gəlirlərinin ÜDM-də payı, uyğun olaraq, 1%, 0.9%, 2.2%, 2%, 1% ətrafında olub. Bu ölkələr arasında yalnız İspaniyanın turizmdən gələn gəlirləri ÜDM-də yüksək olub. Lakin TTDİ indeksi o qədər də yüksək olmayan Fillipin (3.7), Uruqvay (4.1), Kabo Verde (3.6), Camboca (3.6), Albaniya (3.8) və Gürcüstan (3.9) kimi ölkələrdə turizm gəlirlərinin ÜDM-də payı, uyğun olaraq, 8.2%, 5.0%, 5.0%, 4.6%, 4.5% və 3.5% ətrafında olub. 3.1.2-ci cədvəldə 2021-ci il üzrə turizm gəlirləri ÜDM həcmində yüksək olan ilk 40 ölkənin siyahısı verilmişdir.

Bu faktlar sübut edir ki, $TRShare_i$ -in maksimuma qədər artması, yəni turizm gəlirlərinin ÜDM-də payının davamlı olaraq, artırılması heç də hər bir ölkə üçün məqsəd olmamalıdır. Gəlirlərin mütləq qiymətinin artırılması daha məqsədəuyğundur. Turizm gəlirləri ilə turizmin rəqabətliliyi arasındakı pozitiv əlaqə deməyə əsas verir ki, hər bir ölkə üçün turizm sektoruna bu və ya digər dərəcədə təsir göstərə bilən sahələrin inkişaf etdirilməsi və rəqabətliliyin artırılması mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Cədvəl 3.1.2

TTDİ indeksi üzrə ilk 40-lıqda olan ölkələr (2021)

Ölkələr	TT Dİ	TRSha	Ölkələr	TT Dİ	TRSha	Ölkələr	TT Dİ	TRSha	Ölkələr	TT Dİ	TRSha
Fillipin	3.7	8.2	Gürcüstan	4.3	3.5	Y.Zelandiya	4.5	2.9	Vyetnam	4.1	2.4
Uruqvay	4.1	5.0	Lüksemburq	4.6	3.4	Mərakeş	3.8	2.8	Argentina	4.0	2.3
Kabo Verde	3.6	5.0	Namibiya	3.5	3.3	Sloveniya	4.3	2.7	Dominica	3.8	2.3
Camboca	3.6	4.6	Lezeto	3.0	3.3	Qatar	4.3	2.6	Nikaragua	3.8	2.3
Albania	3.8	4.5	Portuqaliya	4.8	3.2	Bəhreyn	4.1	2.6	İspaniya	3.2	2.2
Meksika	4.3	4.5	Tunis	3.6	3.2	Venisuela	3.1	2.5	Estoniya	5.2	2.2
Xorvatiya	4.2	4.5	İslandiya	4.5	3.2	Misir	4.2	2.5	Qonduras	4.4	2.0
Mavrikiy	4.0	4.0	Yunanistan	4.5	3.0	Montoneqro	3.9	2.5	Fransa	5.1	2.0
Tailand	4.3	3.7	İtaly	4.9	3.0	B.B.Ə	4.5	2.4	Costa Rika	4.2	2.0
Avstriya	4.9	3.7	Malayziya.	4.3	3.0	Niderland	4.9	2.4	Ruanda	3.5	2.0

Mənbə: Dünya İqtisadi Forumu (WEF, 2021)

99 ölkə üzrə TTCİ indeksinin 14 sub- indeksi ilə turizm gəlirlərinin arasındakı əlaqənin çarpaz analizi də maraqlı nəticələrin çıxarılmasına imkan verir. Çarpaz analizin nəticələri 3.1.3-ci cədvəldə verilmişdir. Alınan nəticələr göstərir ki, turizm gəlirlərinin loqarifminin TTCİ kompozit indeksinə daxil olan “təhlükəsizlik”, “qiymətlərin rəqabətliyi”, “ətraf mühitin dayanıqlılığı” və təbii resurslar” sub-indekslərindən asılılığında determinasiya əmsalları zəifdir (uyğun olaraq, $R^2=0.06$; $R^2=0.08$; $R^2=0.11$; $R^2=0.19$).

Bu göstəricilərdən bəzilərinin, məsələn, “təhlükəsizlik” sub-indeksinin xarakterizə etdiyi vəziyyətin turizm gəlirlərinə, daha dəqiq desək, turizmin tələb və təklif funksiyalarına təsirinin zəif olması bir çox ölkələrin təmsalında aparılan empirik tədqiqatlarda heç də sübut olunmur. Əksinə bu sub-indeksin tərkibindəki alt-göstəricilərin hər birinin (cinayət və hüquqpozmalara biznesə təsiri; polis xidmətlərinin etibarlılığı) terrorizmin biznesə təsiri [357]; terror hadisələrinin baş verməsi indeksi; 100000 insana ölüm cinayəti halları) turizmin tələb funksiyasına ciddi təsirləri çoxlu sayda tədqiqatlarda sübut olunur. Məsələn, Baker və Stockton [30], Barclay və Jones [32], Biagi və digərləri [35], Biagi və Detotto [36], Ghaderi və digərləri [41] tərəfindən

aparılan t dqiqlarda ölkələrin təhlükəsizlik səviyyəsinin turizmin tələb funksiyasına ciddi təsiri sübut olunur.

Turizm gəlirlərinin (cari ABŞ dolları ilə) TTCİ sub-indekslərindən asılılığı

	R^2	β_0				β_1				D-W əmsalı
		əmsal	St.xəta	t-statistika	p-qiymət	əmsal	St.xəta	t-statistika	p-qiymət	
TTCİ	0.709444	12.26822	0.660643	18.57013	0.0000	2.471399	0.168600	14.65836	0.0000	2.124864
Mühitin əlverişliliyi										
Biznes mühiti	0.241445	14.10304	1.467636	9.609358	0.0000	1.682050	0.317820	5.292454	0.0000	2.148505
Təhlükəsizlik	0.063091	17.67313	1.711618	10.32539	0.0000	0.757157	0.311037	2.434303	0.0169	2.030191
Səhiyyə və gigiyena	0.361673	17.27353	0.663839	26.02067	0.0000	0.883648	0.125142	7.061188	0.0000	1.947523
İnsan resursları və əmək bazarı	0.405917	12.54588	1.205590	10.40642	0.0000	2.029752	0.261762	7.754189	0.0000	2.148845
İKT hazırlığı	0.506118	16.16381	0.612467	26.39133	0.0000	1.218726	0.128336	9.496332	0.0000	1.973390
Səyatət və turizm siyasətinin əlverişliliyi										
Səyahət və turizmin prioritetliyi	0.341134	14.93519	1.032578	14.46397	0.0000	1.493206	0.221215	6.750028	0.0000	2.076031
Beynəlxalq açıqlıq	0.413194	16.87371	0.647240	26.07028	0.0000	1.548683	0.196739	7.871748	0.0000	2.190316
Qiymətlərin rəqabətliyi	0.078281	26.85154	1.854792	14.47685	0.0000	- 0.933705	0.341538	- 2.733824	0.0076	2.072026
Ətraf mühitin dayanıqlılığı	0.106425	16.64536	1.607637	10.35393	0.0000	1.192889	0.368469	3.237415	0.0017	2.009448
İnfrastruktur										
Hava və nəqliyyat infrastrukturu	0.627077	17.59333	0.369395	47.62737	0.0000	1.335510	0.109788	12.16443	0.0000	2.126774
Quru və dəniz infrastrukturu	0.435698	17.56153	0.538820	32.59255	0.0000	1.190578	0.144437	8.242864	0.0000	1.946619
Turizm xidməti infrastrukturu	0.467495	17.78372	0.482817	36.83325	0.0000	0.992379	0.112904	8.789574	0.0000	1.994697
Təbiət və mədəniyyət										
Təbii resurslar	0.192450	18.82567	0.678275	27.75522	0.0000	0.986200	0.215353	4.579469	0.0000	2.144317
Mədəni resurslar və işgüzar və işgüzar səyahətlər	0.486864	19.53995	0.290042	67.36931	0.0000	1.034713	0.113238	9.137530	0.0000	2.386681

Qeyd: Eviews proqram paketi vasitəsilə müəllif tərəfindən hesablanıb

Qiymətlərin rəqabətliliyi sub-indeksinin komponentləri a) bilet vergiləri və hava limanında ödənişlər; b) mehmanxanalarda qiymət indeksi (ABŞ dolları); c) Alıcılıq qabiliyyəti pariteti; d) yanacağın qiymət səviyyəsi [357] (ABŞ dolları/1 litr) kimi alt-göstəricilərdən ibarətdir. Bu alt-göstəricilərin də hər birinin turizmin tələb funksiyasına təsirləri mümkündür. Xüsusilə “alıcılıq qabiliyyəti pariteti”-nin turizmin tələb funksiyasına təsiri Gülləliyev və digərləri [102] tərəfindən aparılan tədqiqatda da sübut olunub. Digər ölkələrin təmsalında aparılan tədqiqatlar da, məsələn, Dwyer və digərləri [58] Avstraliya təmsalında, Göral [126] Türkiyə təmsalında, Du Plessis və digərləri [55] Cənubi Afrika təmsalında qiymət rəqabətliliyinin turizm gəlirlərinə təsirlərini empirik yolla təsdiqləyirlər.

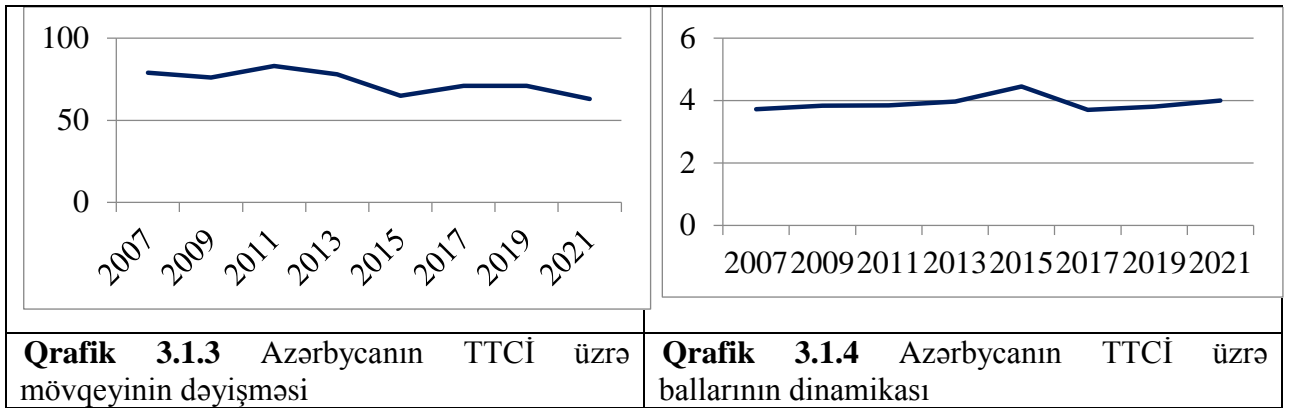
Turizm gəlirlərinin TTCI indeksinin 2019-ci il hesabatında “ətraf mühitin dayanıqlılığı” sub-indeksindən asılılığında determinasiya əmsalının kiçik olması da ($R^2=0.11$) “ətraf mühitin dayanıqlılığı” sub-indeksinin komponentlərinin turizm sənayesinə təsirlərinin yüksək olmadığı qənaətinə gətirir. Belə ki, “ətraf mühitin dayanıqlılığı” sub-indeksinin a) ekoloji normaların ciddiliyi; b) ekoloji normalara əməl edilməsinin təmini; c) səyahət turizm sənayesinin inkişafının dayanıqlılığı; d) bərk cisimlərin (2.5) konsentrasiyası (mq/m^3); e) ekoloji razılaşmaların ratifikasiyası; f) əsas su çatışmazlığı; g) təhlükə altında olan əsas təbii növlər (bütün növlərdə % payı); h) meşə örtüklərinin dəyişməsi (%); i) çirkab suların təmizlənməsi (%); j) sahilboyu şelflərdə balıqçılığın dərəcəsi (ton/km^2) alt-göstəricilərinin turizmin tələb funksiyasına təsirlərinə həsr edilən tədqiqatlar çox azdır. İqtisadi ədəbiyyatda bu problemə həsr edilən tədqiqatlarda da ətraf mühitin dayanıqlılığının turizmin tələb həcminə təsirləri təsdiq edilmir. Lakin turizm sənayesinin ətraf mühitə, əksər hallarda, neqativ təsirlərinin olduğunu nəzərə alaraq, ölkələr öz ekoloji tələblərini gücləndirirlər. Ekoloji normaların artırılması və ya belə normalara əməl edilməsinə nəzarətin güclənməsi turizm şirkətlərinin fəaliyyətinə müəyyən çətinliklər yarada bilər. Lakin hər hansı ölkəyə turist səfərinə getməyə hazırlaşan potensial turist belə tələblərlə tanış olmaya bilər. Əksər hallarda, hansı ölkənin hansı ekoloji razılaşmaları ratifikasiya etdiyi də potensial turisti maraqlandırmır. Digər tərəfdən, ölkədə suya olan ehtiyacın nə dərəcədə təmin edilməsi, əksər hallarda, turizmin tələb

funksiyasında aparıcı amil olmur. Belə ki, turizm şirkətləri turistlərin rahatlığına nail olmaq üçün su ilə bağlı zəruri tədbirləri görməyə cəhd edirlər. Elə bunun nəticəsidir ki, turizm fəaliyyətinin ətraf mühitə mənfi və müsbət təsiri haqda tədqiqatların sayı son dövrlərdə artmaqdadır. Məsələn, Shien və digərləri [133], Pegkas [122] turizm fəaliyyəti ilə ətraf mühitin dayanıqlılığı arasındakı əlaqəni tədqiq ediblər. Son illərdə turizm fəaliyyətinin sürətlə inkişaf etməsinə baxmayaraq, onun ətraf mühitlə və ətraf mühitin dayanıqlılığı ilə əlaqəsinin güclü olduğunu iddia etmək mümkün deyil. Lakin turizm fəaliyyətindən ətraf mühitə dəyən mümkün ziyanın azaldılması istiqamətində zəruri addımların atılması zəruridir. Bu məqsədlə yuxarıda qeyd etdiyimiz alt-göstəricilər üzrə hökumətin fəaliyyəti genişlənməlidir.

Turizm gəlirlərinin TTCİ indeksinin 2019-ci il “təbii resurslar” sub-indekslərindən asılılığında determinasiya əmsalının kiçik olması ($R^2=0.19$) bu göstəricilər arasındakı əlaqənin güclü olmamasını iddia etməyə əsas verir. “Təbii resurslar” sub-indeksinin alt-göstəricilərinin, yəni a) Ümumdünya İrs təşkilatında qeydiyyatda alınan yerlərin sayı; b) Ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı; c) qorunan ərazilərin ümumi ərazilərin sahəsində payı (%); d) təbii turizmin rəqəmsal tələbi; e) təbii aktivlərin cəlbəedilənliyi alt-göstəricilərinin hər birinin ayrı-ayrılıqda turizmin tələb funksiyasına təsirlərinə həsr edilən tədqiqatlar mövcuddur. Məsələn, Su və digərləri [136] tərəfindən aparılan tədqiqatda Ümumdünya İrs Təşkilatında qeydiyyatda alınan yerlərin turistlərin sayına təsirlərini, Alejandra Echeverri və digərləri tərəfindən yerinə yetirilən tədqiqatda biomüxtəlifliyin turizmə təsirləri öyrənilmişdir. Qorunan ərazilərin ümumi ərazilərin sahəsində payının turizm fəaliyyətinə təsirləri də Yu-Fai Leung və digərləri [97] tərəfindən öyrənilmişdir. Bu tədqiqatların hər biri sübut edir ki, turizmin inkişafında “təbii resurslar” sub-indeksinin hər bir alt-göstəricisi mühüm əhəmiyyətə malikdir. İndiki şəraitdə beynəlxalq turizmin tələb funksiyasında bu göstəricilərin rolu az olsa da getdikcə artmaqdadır.

Son illərdə Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafına diqqətin artması Azərbaycanın TTCİ indeksi üzrə göstəricilərinin bəzilərinə təsir göstərmişdir. Lakin bütünlükdə 2008-2021-ci illər arası dövrdə Azərbaycanın TTCİ və TTDİ göstəriciləri

müəyyən qədər yaxşılaşıb. Belə ki, 2008-ci ildə Azərbaycan 130 ölkə arasında 79-cu yerdə, 2021-cü ildə 117 ölkə arasında 4 balla 63-cü yerə qədər irəliləyib. Lakin elə illər olub ki, məsələn, 2011-ci ildə, ölkəmiz 139 ölkə arasında 83 yerdə olub. 2019-cı ildə isə Azərbaycanın mövqeyi 141 ölkə arasında nisbətən yaxşılaşaraq 71-ci olub (qrafik 3.1.3). Əlbəttə, hər bir ölkə istər ki, TTCİ və ya TTDİ indeksi üzrə göstəriciləri yüksək olsun və turizmin inkişafı üçün digər ölkələrə nisbətən daha rəqabətli olsun.



Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, rəqabətlik səviyyəsinin artması ilə turizm gəlirləri də artır. Bunu nəzərə alaraq, Azərbaycanda da TTCİ (yəni TTDİ) indeksinin artırılması istiqamətində zəruri tədbirlərin görülməsi iki səbəbdən mühüm əhəmiyyət daşıyır. Birinci olaraq, rəqabət səviyyəsinin yaxşılaşması, ölkə iqtisadiyyatının müxtəlif aspektləri ilə əlaqəli sektorların inkişafını təmin edir və ümumilikdə iqtisadiyyata müsbət təsir edir. İkinci isə, rəqabət səviyyəsinin müqayisəli olaraq göstərilməsi, ölkələr arasında daha sağlam bir rəqabəti təmin edir. Hər bir ölkə qlobal səviyyədə öz imicini artırmaq üçün TTCİ indeksində öz zəif aspektlərini müəyyən etməyə və bu yerlərin gələcəkdə inkişafına çalışır.

Qeyd edək ki, Azərbaycanın TTCİ indeksi ilə turizm sektorundan gələn gəlirlər və ya onun loqarifmi arasında əlaqənin statistik olaraq hesablanması, müşahidələrin azlığı səbəbindən, çətindir. Mövcud 7-8 ilə aid müşahidələrlə əldə edilən, lakin etibarlılığına ciddi şübhə olan nəticələr göstərir ki, bu göstəricilər arasında əlaqə çox zəifdir. Lakin digər ölkələr üzrə aparılan çoxsaylı tədqiqatlar və yuxarıda bizim

tərəfimizdən aparılan 99 ölkə üzrə çarpaz reqresiya analizi (3.1.1 və 3.1.2-ci tənliklər) deməyə əsas verir ki, Azərbaycanda turizm gəlirlərinin artması üçün TTCİ və ya TTDİ indekslərinin yüksəldilməsinə ciddi ehtiyac var.

2021-ci il üzrə Azərbaycanın TTCİ kompozit indeksinə daxil olan “mühitin əlverişliliyi” sub-indeksi üzrə mövqeyini, yəni 117 ölkə arasında 40-ci yeri normal hesab etmək olar (cədvəl 3.1.4). Əlbəttə, bu mövqenin daha da yaxşılaşdırılması arzu olunandır. Xüsusilə, nəzərə alsaq ki, bəzi alt-göstəricilər üzrə mövqe bir qədər zəifləsə də həmin alt-göstəricilər üzrə ballar azalmayıb, onda bu sub-indeks üzrə ölkənin mövqeyini qənaətbəxş hesab etmək olar. Lakin digər sub-indekslər və alt-göstəricilərlə müqayisədə, İKT hazırlığı at-göstəricisinin artırılmasına və digər alt-göstəricilərə uyğun səviyyəyə qalxmağa ehtiyac var.

**Azərbaycanın “Səyahət və Turizmin Rəqabətliyi İndeksi” üzrə 2017, 2019
və 2021ci il üçün mövqeyi**

Cədvəl 3.1.4

	2017		2019		2021	
	bal	yer	bal	yer	bal	yer
TTCİ	3.70	71	4.0	59	4.0	63
Mühitin əlverişliliyi	5.5	37	5.1	35	5.1	40
Biznes mühiti	4.57	57	4.4	34	4.8	26
Təhlükəsizlik	5.85	35	5.8	34	1.0	15
Səhiyyə və gigiyena	6.09	37	5.4	42	5.4	40
İnsan resursları və əmək bazarı	5.04	30	5.0	23	5.1	19
İKT hazırlığı	4.97	50	5.0	54	5.1	56
Səyatət və turizm siyasətinin əlverişliliyi			4.1	74	4.3	40
Səyahət və turizmin prioritetliyi	4.8	49	4.3	36	4.2	85
Beynəlxalq açıqlıq	2.95	77	2.9	83	2.9	82
Qiymətlərin rəqabətliyi	5.38	31	5.7	23	5.9	21
Ətraf mühitin dayanıqlılığı	4.05	81	4.1	97	4.0	96
İnfrastruktur			3.4	67	3.3	68
Hava və nəqliyyat infrastrukturu	2.43	77	3.4	64	3.0	72
Quru və dəniz infrastrukturu	3.71	49	4.3	30	4.4	30
Turizm xidməti infrastrukturu	3.33	89	2.5	93	2.6	92
Təbiət və mədəniyyət			2.0	96	3.0	31
Təbii resurslar	2.38	109	1.6	96	1.6	99
Mədəni resurslar	1.73	69	2.8	35	3.0	31

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun (WEF, 2017, 2019,2021) Hesabatı əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

“Səyatət və turizm siyasətinin əlverişliliyi” sub-indeksinə aid olan “Beynəlxalq açıqlıq” və “Ətraf mühitin dayanıqlılığı” alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın göstəriciləri kompozit göstəricidən çox aşağıdır. Belə ki, kompozit TTDİ indeksi üzrə ildə 63-cü yerdə qərarlaşan Azərbaycanın 2021-ci ildə “beynəlxalq açıqlıq” üzrə mövqeyi 82, “Ətraf mühitin dayanıqlılığı” üzrə mövqeyi 96 və “təbii resurslar” üzrə mövqeyi 99 olub. Bu iki alt-göstərici üzrə aşağı mövqe kompozit indeks üzrə mövqeyə də ciddi təsir göstərib.

“İnfrastruktur” sub-indeksi üzrə ölkənin mövqeyi kompozit mövqedən bir qədər aşağıdır. Bu sub-indeksə daxil olan iki alt-göstərici üzrə mövqələrin yekun mövqedən aşağı olması bu alt-göstəricilər üzrə dövlət tənzimlənməsinin gücləndirilməsini zəruri edir. Bunlar “Hava və nəqliyyat infrastrukturunu” və “Turizm xidməti infrastrukturunu” alt-göstəriciləridir. Qeyd edək ki, Azərbaycanın “hava nəqliyyatı infrastrukturunun keyfiyyəti” üzrə göstəriciləri əksər yüksək gəlirli ölkələrlə müqayisə ediləcək dərəcədə normaldır. Lakin digər göstəricilər üzrə, məsələn “həftədə əldə oluna bilən oturmaq* kilometrərin həcmi” (85-ci mövqe), “hava limanlarına qoşulma balı” (75-ci mövqe) və “fəaliyyətdə olan aviaxətlərin sayı” (61-ci mövqe) göstəriciləri üzrə Azərbaycan yüksək gəlirli ölkələrdən xeyli geri qalır. Bu sub-indeksin digər illərlə yəni 2017 və 2019-cu illərlə müqayisə edəndə, görünür ki, ölkəmiz göstəricilər üzrə irəliləyib. 28 il erməni işğalı altında olan Azərbaycan torpaqlarının yenidən bərpası və bu regionlarda iqtisadi yenidənqurma, həmçinin genişmiqyaslı infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi nəticəsində “İnfrastruktur” sub-indeksinin TTDİ 2023-cü il hesabatında sürətlə yaxılaşacağı gözlənilir. Belə ki, 2021-ci ildə Füzulidə, 2022-ci ildə Zəngilanda yeni hava limanlarının açılışı və 2024-ci ilə qədər Laçında yeni hava limanının tikintisi bu regionlara uçuş sayının artması bu göstərici üzrə Azərbaycanın mövqeyinin xeyli yaxşılaşacağına əminlik yaradır.

“Təbiət və mədəniyyət” sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi xeyli zəifdir. 2021-ci ildə Azərbaycan 1.6 balla 99-cu yerdə olub. Bu sub-indeksin hər iki – “Təbii resurslar” və “Mədəni resurslar” alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi qənaətbəxş deyil. 2017-ci ildə “Təbii resurslar” alt göstəricisi üzrə Azərbaycan 2.38

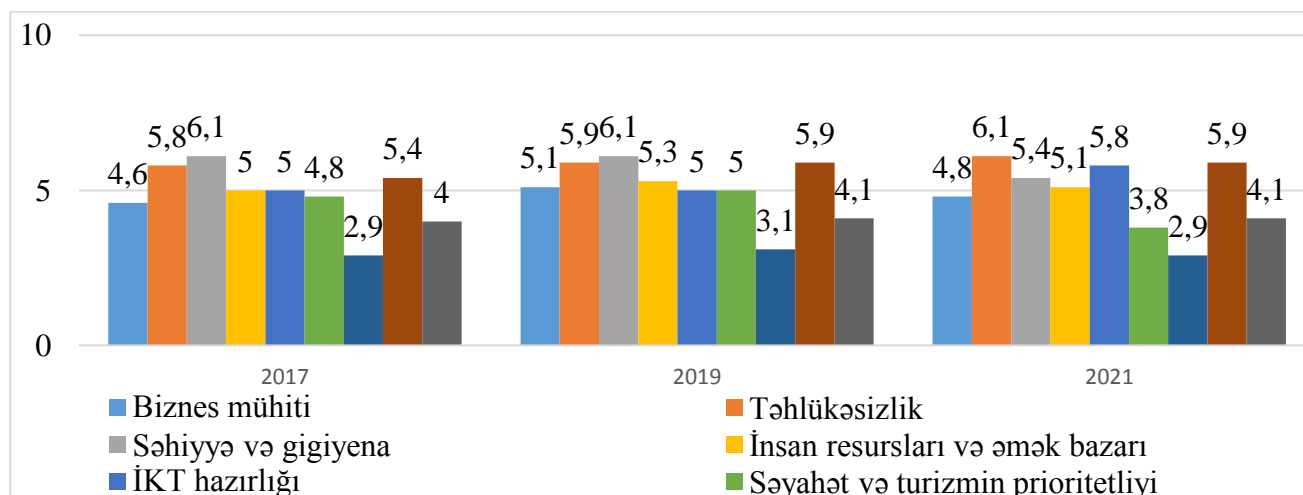
balla 136 ölkə arasında 109-cu mövqedə, 2019-cu ildə isə 2.2 balla 123-cü yerdə qərarlaşıb. Narahatedici fakt ondan ibarətdir ki, 2017 ci illə müqayisədə 2019-ci ildə bu alt-göstərici üzrə Azərbaycanın mövqeyi azalmışdır. TTCİ indeksi də həmin dövrdə azalıb. Lakin, TTDİ indeksində 2021-ci ildə bu alt-göstərici üzrə Azərbaycanın mövqeyi yaxşılaşıb. Qeyd edək ki, bu alt-göstəriciyə aid olan indikatorların, bəziləri üzrə Azərbaycanın göstəriciləri hələm də zəifdir. Məsələn, TTCİ indeksi Ümumdünya İrs təşkilatında qetdiyyata alınan yerlərin sayı (86-cı mövqe); Ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı (78-ci mövqe), qorunan ərazilərin ümumi ərazilərin sahəsində payı (%) (83-cü mövqe); təbii turizmin rəqəmsal tələbi (0-100 arasındakı bal, 100 ən yaxşı) (129-cu mövqe); təbii aktivlərin cəlbətilənliyi (73-cü mövqe). Məhz TTDİ kompozit indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyinə ciddi təsir göstərən və bu mövqeyi pisləşdirən alt-göstəricilərdən biri -“Təbii resurslar” alt-göstəricisidir. Bunu nəzərə alaraq, onun indikatorlarının inkişaf etdirilməsinə ehtiyac var [15; 22, 32-41].

3.2. Turizm sektorunun rəqabətliyi "mühitin əlverişliliyi" və "səyahət və turizm siyasətinin əlverişliliyi" göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyinin yaxşılaşdırılması

TTCİ üzrə Azərbaycanın göstəriciləri arasında elə göstəricilər var ki, onların zəif olması son göstəricilərə təsir edir və Azərbaycanın TTCİ üzrə kompozit indeksi və reytingi kəskin pisləşir. Əlbəttə, TTCİ-ya daxil olan 4 sütun və 14 sub-indeks üzrə ən yüksək mövqedə olmaq hər bir ölkənin strateji hədəfi ola bilər. Lakin real vəziyyətdə və ölkələrarası rəqabəti nəzərə alaraq, hələlik hədəf kimi inkişaf etmiş ölkələrin səviyyəsində olmağa çalışmaq daha realdır. Azərbaycanın 2017 və 2019-cu illər üzrə TTCİ indeksinin müqayisəsi göstərir ki, bəzi göstəricilər üzrə Azərbaycanın cari vəziyyəti nəinki inkişaf etmiş ölkələr səviyyəsinə yüksəlməyə, hətta orta dünya səviyyəsində qərarlaşmaq hələlik mümkün olmayıb. Bu göstəricilər arasında dörd göstəricini xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Bunlar 1) “beynəlxalq açıqlılıq”, 2) ətraf mühitin dayanıqlılığı; 3) hava nəqliyyatı infrastrukturu; 4) yerüstü və port

infrastrukturu; 5) turist xidmət infrastrukturu; 6) təbii resurslar; 7) mədəni resurslar və biznes səyahətləri sub-indeksləridir.

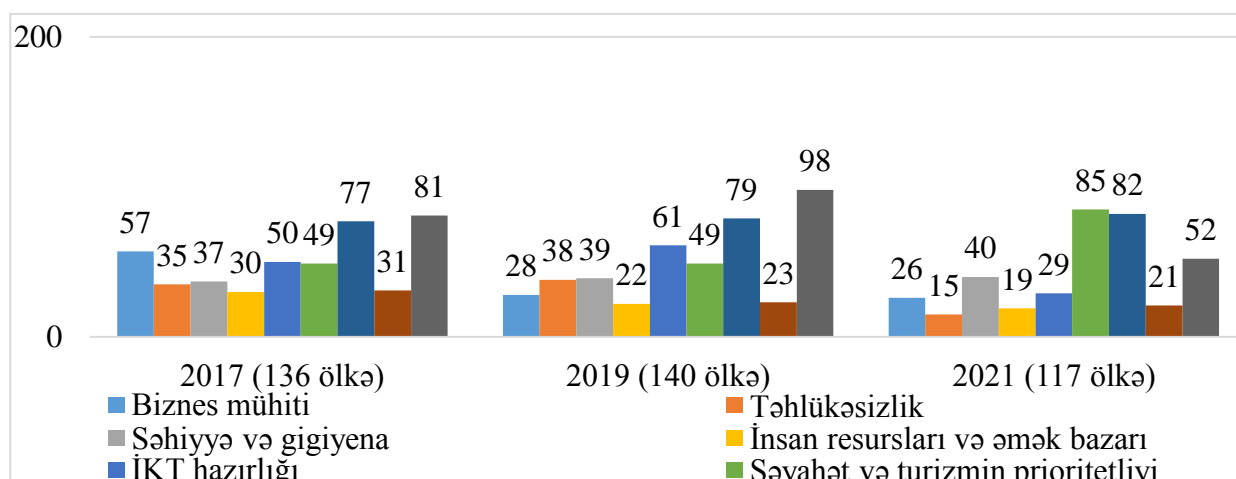
Qeyd edək ki, 2019-cü ildə Azərbaycan 2017-ci ilə nisbətən öz göstəricilərinin gerilədirək global sıralamada 71-ci yerdən 77-ci yerə qədər (13 bənd) öz mövqeyini zəiflədir. Göstəricilərin yaxşılaşması əsasən turizm sektoruna yönələn investisiyalarla bağlı olub. Digər tərəfdən, ölkədə viza rejiminin asanlaşması ölkədə beynəlxalq açıqlıq səviyyəsini də yüksəltdi. Buna baxmayaraq, 2021-ci ildə bu göstərici, yəni 117 ölkə arasında 82-ci yerdə qərarlaşmaq bizi qane edə bilməz.



Qrafik 3.2.1 TTCİ Və TTDİ-nin sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın göstəricilərinin dinamikası

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

2017, 2019 və 2021-cü illərə aid yuxarıda qeyd etdiyimiz sub-indekslərin hamısı üzrə Azərbaycanın balları yüksəlmişdir (qrafik 3.2.1).



Qrafik 3.2.2 TCI və TDI-nin sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın mövqeyinin dinamikası

Qeyd: müəllif tərəfindən hazırlanıb.

Bu sub-indekslərdən ikisi üzrə Azərbaycanın mövqeyi ölkənin həmin il üzrə kompozit TTCİ indeksindən yüksəkdir (qrafik 3.2.2). Bunlar 1) beynəlxalq açıqlıq; və 2) ətraf mühitin dayanıqlılığıdır. Bu göstəricilər üzrə Azərbaycanın balları ilbəil yaxşılaşsa da hələ maksimum göstəricidən (7 bal) xeyli aşağıdır. Azərbaycanın TTCİ kompozit indeksinin yaxşılaşdırılması üçün digər sub-indekslər üzrə mövcud vəziyyətin yaxşılaşdırılması vacib olsa da ilkin yaxınlaşmada bu iki sub-indek üzrə göstəricilərin yaxşılaşdırılmasına çalışmaq daha məqsəduyğundur. Belə ki, bu sub-indekslərə daxil olan alt-göstəricilər turizmin rəqabətliliyinə və digər sub-indekslərə birbaşa təsir göstərir.

Qeyd edək ki, a) biznes mühiti, b) Təhlükəsizlik; c) Səhiyyə və gigiyena; d) İnsan resursları və əmək bazarı; e) İKT hazırlığı; f) Səyahət və turizmin prioritetliyi; və g) qiymətlərin rəqabətliliyi sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın 2015, 2017 və 2019-cu illərdə göstəriciləri ölkəyə aid olan kompozit indeksdən kiçik olub. Bu göstəricilər inkişaf etməkdə olan əksər ölkəyə aid göstəricilərdən daha yaxşıdır, lakin bu sub-indekslərə daxil olan alt-göstəricilərin bəzilərinin unkişaf etdirilməsi hesabına onların daha da yaxşılaşdırılması imkanından da istifadə etmək lazımdır. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, ölkənin TTCİ göstəricilərinin yaxşılaşdırılması təkcə qlobal reytingdə yüksəkdə qərarlaşmaqla bitmir. Bu göstəricilərin hər birinin ölkədə makroiqtisadiyyata təsiri var. Bu mənada beynəlxalq təşkilatların ortaya çıxardığı çatışmazlıqlar haqqında məlumatlardan bəhrələnmək və belə çatışmazlıqların aradan qaldırılmasına çalışmaq lazımdır. Məsələn, biznes mühiti ilə bağlı ölkəmizin göstəricilərinin inkişaf etmiş ölkələrin göstəricilərinə yaxın olmasına baxmayaraq, bu sub-indeksin alt-göstəricilərindən bəziləri narahatedici səviyyədədirlər. Bu sub-indeks üzrə 2015-ci ildə Azərbaycanın balı 4.4 olub. Mövqe isə 141 ölkə arasında 65-ci olub. 2017-ci ildə Azərbaycanın mövqeyi 136 ölkə arasında 8 bənd yaxşılaşaraq 57-ci olub. 2019-cu ildə Azərbaycanın balı 0.5 bənd artıb və onun mövqeyi kəskin yaxşılaşaraq 28-ci yerdə qərarlaşıb. Biznes mühitinin əlverişliliyi üzrə göstəricilərin belə kəskin yaxşılaşmasında digər təbirlərlə yanaşı ölkə başçısının 2018-ci il 28 dekabr tarixli fərmanı ilə ekspertizasının keçirilməsi tələb olunmayan tikinti obyektlərinin tikintisi və istismarının sadələşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər mühüm rol oynadı. Bu fərmana qədər tikintiyə icazə üçün 203 gün tələb olunduğu halda, fərmandan sonra bu müddət 15 günə qədər azaldıldı.

Digər tərəfdən, tikintiyə icazənin alınması üçün xərclərin azalması nəticəsində ölkəmizin mövqeyi 2017 ildəki 101-ci yerdən 2019-cu ildə xeyli yaxşılaşdı. Bunun əsas səbəbi, digər tədbirlərlə yanaşı, həm də tikintiyə icazə üçün elektron müraciət sisteminin yaradılması oldu. Bu sistem “Bəzi tikinti obyektlərinə tikintiyə icazə və tikinti obyektinin istismarına icazə verilməsinin sadələşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” prezident İlham Əliyevin 2018-ci il 28 dekabr tarixli Fərmanı əsasında Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi və ASAN Xidmət tərəfindən hazırlanmışdır.

Biznes mühitinin əlverişliliyi sub-indeksi üzrə Azərbaycanın zəif mövqeyi həm də “birbaşa xarici investisiyaların idarəedilməsinin biznesə təsirləri” alt-göstəricisində müşahidə edilir. BXİ-in idarə edilməsi üzrə son 5 ildə ölkədə islahatların aparılmaması deməyə əsas verir ki, bu göstərici üzrə Azərbaycanın mövqeyində ciddi dəyişikliklər baş verməyib. Lakin BXİ idarəedilməsinin biznesə təsirləri üzrə islahatların aparılması günün tələbidir. Belə ki, BXİ təkcə turizm sənayesi sahəsində deyil, ölkənin məcmu iqtisadiyyatının inkişafında drayver rolunu oynayır.

İqtisadi ədəbiyyatda BXİ-in turizmin inkişafında rolu müxtəlif ölkələrin təmsalında geniş miqyasda tədqiq edilir. Məsələn, Fauzel [66] tərəfindən aparılan tədqiqatın nəticələrinə əsasən uzunmüddətli dövr üçün BXİ ilə turizm arasında iki istiqamətli Granger mahiyyətli səbəb-nəticə əlaqəsi mövcuddur. Aparılan tədqiqata əsasən BXİ iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin inkişafına stimül verir. Məcmu iqtisadiyyatın inkişafı isə gələcəkdə turizmin inkişafını stimullaşdırır. Yamayka təmsalında Hayali və digərləri [77] BXİ-in turizm sektoruna təsirini analiz edərək belə nəticəyə gəlirlər ki, ölkəyə daxil olan BXİ həcmi ilə ölkədə turizm xərcləri arasında səbəb-nəticə mahiyyətli əlaqə mövcuddur. Afrikanın təmsalında Bezuidenhout və Grater [34] iddia edirlər ki, Afrikada BXİ nəinki turizm sektorunun inkişafını stimullaşdırır. Digər mühüm nəticə ondan ibarətdir ki, Afrikada BXİ bu qitə üçün ənnənəvi olan investorlar deyil. Arain və digərləri [27] tərəfindən yerinə yetirilən tədqiqatda turizmin ölkəyə gələn BXİ-lara təsiri kəmiyyətə qiymətləndirilib. Tədqiqatda 1995-2017-ci illərarası dövrdə dünyanın turizm sahəsində ən aparıcı ölkələri üzrə statistik məlumatlardan istifadə edilib. Rajapakse [125] tərəfindən aparılan tədqiqatda Şiri Lanka təmsalında ölkəyə daxil olan BXİ ilə ölkəyə gələn turistlərin sayı arasındakı səbəb-nəticə mahiyyətli əlaqə öyrənilib. Tədqiqatda

2005-2013-cü illəri əhatə edən kvartal məlumatlarından istifadə olunub. Alınan nəticələr göstərir ki, bu ölkə üçün BXİ və turistlərin sayı arasında kointeqrasiya yoxdur. Digər tərəfdən, BXİ ilə turistlərin sayı istiqamətində, həmçinin BXİ ilə xarici valyutada gəlirlərin həcmi istiqamətində bir-istiqamətli səbəb-nəticə əlaqəsi mövcuddur.

Yuxarıda nəzərdən keçirdiyimiz tədqiqatlar və digər ölkələrin timsalında çoxlu sayda tədqiqatların nəticəsi deməyə əsas verir ki, BXİ-in turizm gəlirlərinə, turist sayına və ümumilikdə turizm sənayesinin inkişafına, həmçinin turizmin inkişafının BXİ həcminə iki-iqtisamətli və ya bir-istiqamətli təsirləri mümkündür. İki- və ya bir-istiqamətli səbəb-nəticə əlaqələrinin olması ölkənin iqtisadi konyukturasından asılıdır. Bu nəticələri nəzərə alaraq, hər bir ölkədə, o cümlədən Azərbaycanda investisiyaların idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsinin zəruriliyini qeyd etmək lazımdır.

“Biznes mühitinin əlverişliliyi” sub-indeksi üzrə digər alt-indekslərin də daim yaxşılaşdırılmasının vacibliyini qeyd edərək, bütünlükdə bu sub-indeks üzrə mövcud vəziyyətin, bəzi istisnalarla, qənaətbəxş olduğunu qeyd etmək lazımdır. 2021-ci il üzrə TTDİ-nin “biznes mühitinin əlverişliliyi” sub-indeksinin alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın balları və mövqeyi 3.2.1-ci cədvəldə verilmişdir. Cədvəldən görünür ki, bu subindeksin alt-göstəricilərində həm sayında, həm də 6-cı, 8-ci və 9-cu göstəricilərdə dəyişiklik olub. Buna baxmayaraq, Azərbaycan bu göstərici üzrə balları və mövqeyi 2019-ci illərə nisbətən qənaətbəxşdir.

Cədvəl 3.2.1

“Biznes mühiti” sub-indeksinin alt-göstəriciləri üzrə ballar və mövqelər (2021)

	bal	rank
Biznes mühitinin əlverişliliyi	4.8	26
1) mülkiyyət hüququ; 1-7 (ən yaxşı)	5.3	31
2) qaydaların birbaşa xarici investisiyal təsiri; 1-7 (ən yaxşı)	4.9	38
3) mübahisələrin həllində hüquqi bazanın səmərəliliyi; 1-7 (ən yaxşı)	5.0	15
4) hökumətin hərəkətlərinə etiraz etməkdə qanunvericilik bazanın səmərəliliyi; 1-7 (ən yaxşı)	5.0	7
5) dövlət tənzimlənmə yükü; 1-7 (ən yaxşı)	5.0	8
6) hökumət siyasəti sabitliyi təmin etməsi; 1-7 (ən yaxşı)	5.2	19
7) vergi sisteminə uyğunlaşmanın asanlıığı; 1-7 (ən yaxşı)	5.1	19
8) kiçik və orta sahibkarlığın maliyyə çıxışı; 1-7 (ən yaxşı)	4.9	17
9) korrupsiya qavrama indeksi; 1-100 (ən yaxşı)	30.0	99

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun (WEF, 2021) hesabatı əsasında tərtib edilib.

Azərbaycanın TTDİ indeksinin “müdafiə və təhlükəsizlik” sub-indeksi üzrə göstəriciləri inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisə ediləbiləcək dərəcədə yüksəkdir (cədvəl 2). Bu sub-indeksin 3 alt göstəricilər üzrə dəyişiklik var. Əvvəlki hesabatda baxdıqda hətta artım olduğunu görürük. Lakin buna baxmayaraq, Azərbaycanın 2017, 2019 və 2021-ci illərdə mövqeyi, uyğun olaraq, 136 ölkə arasında 35, 140 ölkə arasında 34 və 117 ölkə arasında 15 yerdə olub. 2021-ci ildə Azərbaycanın mövqeyində müəyyən qədər irəliləmələr olsa da ümumi balın artması bu sahədə zəruri islahatların aparıldığından xəbər verir. 2019-cü ilin hesabatlarına əsasən ölkəmizin “Müdafiə və təhlükəsizlik” sub-indeksi üzrə mövqeyinə iki bir alt-göstəricinin, yəni “polis xidmətlərinin etibarlılığı” və “100000 insana ölüm cinayəti halları” alt-göstəricilərinin ballarının az olması mənfi təsir göstərmişdir. Lakin 2019-2020-ci illərdə hüquq mühafizə sistemində aparılan islahatlar nəticəsində ölkəmizin bu göstərici üzrə reytingi xeyli yaxşılaşdı.

Cədvəl 3.2.2

Azərbaycanın TTCİ-nin “Müdafiə və təhlükəsizlik” sub-indeksinin üzrə göstəricilərə aid ballar və mövqələr (2021-ci il)

	bal	yer
Müdafiə və təhlükəsizlik	6.1	15
1) cinayət və hüquqpozumaların biznesə təsiri (0-7) ən yaxşı;	5.3	25
2) polis xidmətlərinin etibarlılığı (0-7) ən yaxşı;	6.2	7
3) gecə tək gəzmə təhlükəsizliyi (0-1) ən yaxşı;	0.7	36
4) 100000 nəfərə adam öldürmə halları;	0.3	2
5) global terrorism indeksi;	2.0	59
6) 100000 insana ölüm cinayəti halları;	0.0	1

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun (WEF, 2021) hesabatı əsasında tərtib edilib

TTDİ indeksində “sağlamlıq və gigiyena” sub-indeksi üzrə göstəricisi 2017, 2019 və 2021-ci illərarası dövrdə Azərbaycan, uyğun olaraq, 136 ölkə arasında 37-ci, 140 ölkə arasında 39-cu və 117 ölkə arasında 40-cı mövqedə olub. 2021-ci ilin hesabatına əsasən bu sub-indeksin iki alt-göstəricisi üzrə, 100000 nəfər əhali arasında yoluxucu xəstələrinin sayına və əsas içməli suyun istifadəsi (%) göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi xeyli zəifləyib (cədvəl 3.2.3). Ölkədə şirin suya olan tələbatın tam təmin edilməsi və içməli suyun əhalinin bütün təbəqələri üçün əlçatan olması

rifah halının yaxşılaşdırılmasında mühüm əhəmiyyət daşıyır. Hər min nəfərə həkimlərin sayı, hər 10000 nəfərə xəstəxana çarpayılarının sayı göstəricilərinə görə Azərbaycanın mövqeyini qənaətbəxş hesab etmək olar.

Cədvəl 3.2.3

Azərbaycanın TTDİ-nin “Sağlamlıq və gigiyena” sub-indeksi üzrə göstəricilərinə aid ballar və mövqelər (2021)

	bal	yer
Sağlamlıq və gigiyena 1-7 (ən yaxşı)	5.4	40
1) hər min nəfərə həkimlərin sayı;	3.4	31
2) əsas sanatoriya istifadə (%)	96.1	57
3) əsas içməli suyun istifadəsi (%)	96.0	70
4) hər 10000 nəfərə xəstəxana çarpayılarının sayı;	48.2	22
5) səhiyyə xidmətlərinin əlçantılığı, 1-7 (ən yaxşı)	5.1	44
6) 100000 nəfər əhali arasında yoluxucu xəstələrinin sayı.	27.209.4	69

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun (WEF, 2021) hesabatı əsasında tərtib edilib

Azərbaycanın “insan resursları və əmək bazarı” sub-indeksi üzrə 2019 və 2021-ci illərdəki balları və mövqeləri inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə qənaətbəxş hesab edilə bilər. Belə ki, bu sub-indeks üzrə Azərbaycan 2019-cu ildə 140 ölkə arasında 22-ci yerdə, 2021-cu ildə isə 117 ölkə arasında 19-cu yerdə qərarlaşıb. 2021-ci ilin göstəricilərində müəyyən qədər dəyişikliklər var. Beləki 2021-ci ilin göstəricilərdə həm artım, həm də bəzi göstəricilərdə dəyişikliklər var. Bu göstəricilər kifayət qədər yaxşı göstəricilərdir. Lakin “insan resursları və əmək bazarı” sub-indeksinin iki alt-göstərici üzrə ballarının aşağı olması narahatedicidir və bu alt-göstəricilər yaxşılaşarsa, Azərbaycanın mövqeyi daha da yüksələr. Bu alt-göstəricilər “orta təhsil qəbul” və “nəqliyyatda, anbarda və rabitədə əmək məhsuldarlığı”. Bu göstəricilərdən birincinin turizm sənayesinin inkişafı ilə birbaşa əlaqəsi olmasa da digər göstəricinin turizm sənayesinin inkişafı ilə bağlılığı birbaşadır. Turizm sektorunun inkişafı ölkə iqtisadiyyatının, demək olar ki, bütün sahələri ilə bu və ya digər dərəcədə əlaqəlidir. Bəzi alt-göstəricilər məsələn kadr hazırlığının həcmi (bal-4.7, mövqe-33) turizm sənayesinin inkişafı ilə birbaşa əlaqəsi olmasa da gələcəkdə kadr hazırlığı üçün baza rolunu oynadığından uzunmüddətli dövrdə turizm sənayesinin inkişafı ilə bağlılığı

var. Lakin onuncu alt-göstəricinin turizm sənayesinin inkişafı ilə bağlılığı birbaşadır. Turizm sektorunun inkişafı ölkə iqtisadiyyatının, demək olar ki, bütün sahələri ilə bu və ya digər dərəcədə əlaqəlidir. Ona görə də kadr hazırlığının həcmi, onların bilik və bacarıqlarının daim inkişaf etdirilməsi və bacarıqlı kadrların ölkədə saxlanması üçün zəruri tədbirlərin görülməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bu problem iqtisadi ədəbiyyatda geniş tədqiq edilib. Məsələn, Kamarudin və digərləri [85], Morozov və Morozova [108], Abdelhamied [76] və çoxlu sayda digər tədqiqatçılar iddia edirlər ki, kadrların bilik və bacarıqlarının artırılması turizm sənayesinin inkişafına pozitiv təsir göstərir.

Cədvəl 3.2.4

Azərbaycanın TTDİ-nin “İnsan resursları və əmək bazarı” sub-indeksi üzrə göstəricilərinə aid ballar və mövqelər (2021)

	bal	yer
İnsan resursları və əmək bazarı 1-7 (ən yaxşı)	5.1	19
1) işçi qüvvəsinin kvalifikasiyası 1-7 (ən yaxşı);	5.3	35
2) orta təhsil illəri 1-7 (ən yaxşı);	10.6	47
3) kadr hazırlığının həcmi 1-7 (ən yaxşı);	4.7	33
4) orta təhsil qəbul %;	94.1	62
5) işə qəbul və işdən azad etmə praktikası 1-7 (ən yaxşı);	5.1	10
6) təhsil sisteminin ehtiyacları ödəmək qabiliyyəti 1-7 (ən yaxşı);	4.9	18
7) əmək bazarı 1-7 (ən yaxşı);	4.8	13
8) yerli əmək bazarında ixtisaslı işçilər tapmaq asanlıığı 1-7 (ən yaxşı);	4.9	25
9) çevik iş tənzimləmələri 1-7 (ən yaxşı);	0.93	23
10) otellərdə və restoranlarda əmək məhsuldarlığı ABŞ dolları;	66,535.8	10
11) nəqliyyatda, anbarda və rabitədə əmək məhsuldarlığı ABŞ dolları;	47,719.9	66

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun (2021) hesabatı əsasında tərtib edilib.

Ölkənin iqtisadi rəqabətliliyinə, o cümlədən turizm sektorunun rəqabətliliyinə təsir göstərən mühüm institusional sahələrdən biri də informasiya və kommunikasiya texnologiyalarıdır. Bu institusional sahə üzrə ölkələrin müqayisəli rəqabətliliyi də turizmin rəqabətliliyini əks etdirir. Hər hansı təyinat ölkəsinə gələn turistlər o ölkədə İKT-nin müasir imkanlarından istifadə etməyə meyilli olurlar. Müasir dövrdə turist təyinat ölkəsində telefondan, internetdən və sair istifadə etmək istəyir. Zəif internet

və ya davamlı işləməyən mobil telefon turistlərdə əlavə stres və ya narahatçılıq yarada bilər. Turistlər üçün geniş zolaqlı internetə çıxışın olması və ya mobil şəbəkənin əhatə dairəsinin genişliliyi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Ona görə də İKT üzrə rəqabətlik qiymətləndirilərkən internetə və mobil telefona aid olan bir neçə göstəricidən istifadə edilir (cədvəl 3.2.5).

Azərbaycanın TTCİ-nin “İKT hazırlığı” sub-indeksi üzrə göstəriciləri 2017, 2019 və 2021-ci illərarası dövrdə davamlı olaraq zəifləyib. Belə ki, Azərbaycan 2017-ci ildə 136 ölkə arasında 50-ci, 2019-cu ildə 140 ölkə arasında 54-ci və 2021-ci ildə 117 ölkə arasında 56-cı yerdə qərarlaşmışdı. Azərbaycanın İKT hazırlığı üzrə göstəriciləri ilbəil zəifləyib. Lakin İKT hazırlığı üzrə Azərbaycanın göstəricilərinin sayında dəyişiklik olmasada, üç göstərici əlavə olunub ki, bunlar birbaşa turizmin inkişafına təsir edir. Bunlar “maliyyə xidmətləri göstərmək üçün rəqəmsal platformadan istifadə”, “otellər, restoranlar və istirahət fəaliyyəti xidmətləri göstərmək üçün rəqəmsal platformalardan istifadə” və “nəqliyyat və göndərməni təmin etmək üçün rəqəmsal platformaların istifadə” göstəriciləridir. Qeyd edək ki, Dünya Bankının məlumatlarına əsasən 2019-cü illə müqayisədə 2021-ci ildə “əhalinin hər 100 nəfərinə aktiv mobil genişzolaqlı abunəçilərinin sayı” göstəricisində artım müşahidə olunub. Bu göstərici üzrə son dövrlərdə aparılan islahatlar Azərbaycanın mövqeyini xeyli yaxşılaşdıracaq. Cədvəldən görünür ki, “maliyyə xidmətləri göstərmək üçün rəqəmsal platformadan istifadə” və “nəqliyyat və göndərməni təmin etmək üçün rəqəmsal platformaların istifadə” göstəricilər üzrə mövqeyimiz zəifdir.

Cədvəl 3.2.5

Azərbaycanın TTDİ-nin “İKT hazırlığı” sub-indeksi üzrə göstəricilərinə aid ballar və mövqelər (2021)

	bal	rank
İKT hazırlığı 1-7 (ən yaxşı)	5.8	29
1) İKT-dən istifadə edən şəxslər %-lə;	92.7	15
2) Əhalinin hər 100 nəfərinə genişzolaqlı internet abunəçilərinin sayı %-lə;	206.4	22
3) əhalinin hər 100 nəfərinə aktiv mobil genişzolaqlı abunəçilərin sayı (%);	72.4	75
4) 3G mobil şəbəkəsinin əhatə dərəcəsi %-lə;	99.9	24
5)maliyyə xidmətləri göstərmək üçün rəqəmsal platformadan istifadə 1-7(ən yaxşı);	4.9	80

Cədvəl 3.2.5-in davamı		
6) nəqliyyat və göndərməni təmin etmək üçün rəqəmsal platformaların istifadə 1-7 (ən yaxşı);	4.4	73
7) otellər, restoranlar və istirahət fəaliyyəti xidmətləri göstərmək üçün rəqəmsal platformalardan istifadə 1-7 (ən yaxşı);	5.0	65
8) elektrik enerjisi itkiləri daxili təchizatın %-lə;	4.2	12

Qeyd: DİF-un TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Beləliklə, “mühitin əlverişliliyi” sütununa daxil olan beş sub-indeks üzrə Azərbaycanın mövqelərinin araşdırılması göstərir ki, bu sub-indekslərə daxil olan alt-göstəricilərin əksəriyyəti inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisə ediləcək dərəcədə yaxşıdır. Lakin bəzi alt-göstəricilər var ki, onların da inkişaf etdirilməsi Azərbaycanda turizmin rəqabətliyi daha da gücləndirilməsinə səbəb olacaq. Bu sub-indekslərin hər biri üzrə Azərbaycanın ümumi mövqeyinin indiki şəraitdə qənaətbəxş olmasına baxmayaraq, bəzi alt-göstəricilərin inkişaf etdirilməsi zəruridir və bu sahədə islahatların aparılması mümkündür.

Azərbaycanın TTDİ-nin “Səyahət və turizmin prioritetləşməsi” sub-indeksi üzrə göstəricilərində müəyyən qədər dəyişikliklər olunub. Beləki, Cədvəl 3.2.6-dən görünür ki, göstəricilərin sayında azalma var, həmdə 5-ci göstərici “Səyahət və turizm kapital qoyuluşu investisiya” metodologiyaya əlavə olunub. Bu göstərici üzrə Azərbaycan digər ölkələrdən xeyli geri qalır. Digər alt-göstəricilər üzrə Azərbaycanın mövqeyi kifayət qədər yaxşıdır.

Cədvəl 3.2.6

Azərbaycanın TTDİ-nin “Səyahət və turizmin prioritetləşməsi” sub-indeksi üzrə göstəricilərinə aid ballar və mövqelər (2021)

	bal	yer
Səyahət və turizmin prioritetləşməsi 1-7 (ən yaxşı)	3.8	85
1) Səyahət və turizm üçün dövlət xərcləri (büdcədə %);	3.2	61
2) Səyahət və turizm məlumatlarının müvəssəlliyi (0-120 arası bal. 120 ən yaxşı);	83.0	40-
3) aylıq və ya illik səyahət və turizm məlumatlarının vaxtında verilməsi (0-22.5 arası bal. 21 ən yaxşı);	22.5	1
4) ölkənin brend strategiyasının reytingi (1-100arası bal. 100 ən	60.1	75

yaxşı).		
5) Səyahət və turizm kapital qoyuluşu investisiyanın%	1.5	110

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Azərbaycanda turizm sektoruna dövlət xərclərinin əsas hissəsi bu sektorda dövlət tənzimlənməsini həyata keçirən orqanın-Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin fəaliyyəti üçün ayrılır. Turizm sektoruna dövlət xərclərinin əsas hissəsi isə dövlət mülkiyyətində olan turagent və turoperatorların normal fəaliyyəti üçün ayrılır. Azərbaycanda dövlət mülkiyyətində olan turagent və turoperatorların sayı çox deyil və son 12 ildə cəmi 2-dir. Qeyd edək ki, turizm sektorunda 148 özəl müəssisə fəaliyyət göstərir. 2020-ci ilin büdcəsinin yerinə yetirilməsi ilə bağlı hesabatda qeyd edilir ki, “Ölkədə əlverişli turizm mühitinin formalaşdırılması və turizm növlərinin inkişafı, təbliğat təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi və digər turizm tədbirlərinin maliyyə təminatı üçün 2020-ci ilin dövlət büdcəsindən 26,8 milyon manat vəsait sərf edilmişdir” [6]. Azərbaycanın hər il dövlət büdcəsinin həm nominal, həm də real məzənnədə xərclərinin artması turizm sektorunun inkişafına ayrılan vəsaitlərin artmasını təmin edir.

Turizm sektorunun inkişafında dövlət xərclərinin təsiri iqtisadi tədqiqat predmeti kimi müxtəlif tədqiqatçılar tərəfindən müxtəlif ölkələrin timsalında qiymətləndirilmişdir. Məsələn, Deskins və Seever [51] ABŞ timsalında bu problemi tədqiq edib. Alınan nəticələrə əsasən, dövlətin turizm sektoruna ayırdığı maliyyə ilkin səviyyədə olan turizm sektorunun inkişafını stimullaşdırır. Bu sektorda məşğulluq səviyyəsi artır. Lakin turizmin inkişafının müəyyən səviyyəsi var ki, bu səviyyədən sonra əlavə maliyyə ayırmaları məşğulluğun artması tempini azaldır.

TTCİ rəqabətlik indeksinin “beynəlxalq açıqlıq” sub-indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyi digər sub-indekslərlə müqayisədə bir qədər zəifdir. 2015-ci, 2017-ci və 2019-cu illərdə bu sub-indeks üzrə Azərbaycanda ballar artsa da Azərbaycanın mövqeyində ciddi yaxşılaşma baş verməyib. Belə ki, 2015-ci ildə Azərbaycan bu sub-indeks üzrə 2.3 balla 141 ölkə arasında 107-ci yerdə, 2017-ci ildə

2.9 balla 136 ölkə arasında 77-ci yerdə və 2019-cu ildə 3.1 balla 140 ölkə arasında 79-cu yerdə olub.

Cədvəl 3.2.7

Azərbaycanın TTDİ-nin “beynəlxalq açıqlıq” sub-indeksi üzrə alt-göstəricilərin balları və mövqelər (2021-ci il)

	bal	yer
Beynəlxalq açıqlıq 1-7 (ən yaxşı)	2.9	82
1) viza verilməsi üzrə tələblər (1-100 arası bal. 100 ən yaxşı);	57.0	27
2) ikitərəfli hava xidməti açıqlılığın müqavilələrinin sayı;	7.5	100
3) qüvvədə olan regional ticarət müqavilələrinin sayı	6.0	86
4) maliyyə açıqlılığın dərəcəsi	0.5	72

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu sub indeks üzrə Azərbaycanın mövqeyi 2017-ci ildə 2.8 balla 77, 2019-cı illərdə isə 3.1 balla 79-cu yerə geriləmə müşahidə olunur. Xüsusilə də alt-göstəricilərdəndən biri üzrə- “qüvvədə olan regional ticarət müqavilələrinin sayı” alt-göstəricisi üzrə ölkəmizin mövqeyi zəifdir. Belə ki, 2019-cu ildə Azərbaycan bu alt-göstərici üzrə 4.0 balla 141 ölkə arasında 91-ci yerdə olub. Bu alt-göstərici üzrə mövqeyin yaxşılaşdırılması vacibdir [23; 22; 15].

TTDİ rəqabətlik indeksinin “beynəlxalq açıqlıq” sub-indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyi 2021-ci ildə digər illərlə və sub-indekslərlə müqayisədə xeyli zəifdir. Cədvəl 3.2.7-dən görünür ki, bir göstərici “maliyyə açıqlılığın dərəcəsi” əlavə olunub. Buna baxmayaraq, bu sub-indeks üzrə Azərbaycanın mövqeyində ciddi yaxşılaşma baş verməyib. Əksinə bütün göstərici üzrə geriləmə müşahidə olunub.

3.3. Azərbaycanda turizm sektoruna dövlət dəstəyi mexanizminin gücləndirilməsi istiqamətləri

Hər hansı ölkəyə turizm səfərləri üzrə tələb funksiyasında çoxlu sayda amillər var. Bu amillər arasında potensial turistin gəlirləri xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Potensial turist öz gəlirlərinə əsaslanaraq təyinat ölkəsinə gediş-gəliş xərclərini, orda qalmaq xərclərini və sair hesablamalı olur. Bu xərclərin mühüm hissəsi təyinat ölkəsindəki infrastrukturlarla bağlıdır. İstər nəqliyyat xərcləri, istərsə də otel xərcləri, təyinat ölkəsində daxili nəqliyyat xərcləri, transfer xidmətləri və sair məsələlər potensial turistin tələb funksiyasına birbaşa təsir göstərir.

Təyinat ölkəsindəki infrastruktur, əslində turizmin təklif funksiyasının tərkib hissəsidir. Lakin təklif funksiyasının bu amili tələb funksiyasına ciddi təsir göstərə bilər. Elə bunun nəticəsidir ki, turizmin rəqabətçiliyinin hesablanması infrastrukturun cari vəziyyəti mühüm komponent kimi kompozit indeksə daxil edilib. Turizmin rəqabətçiliyinin hesablanması zamanı “İnfrastruktur” kompozit indeksinə hava nəqliyyatı infrastrukturunu, yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu, həmçinin turizm xidmətləri infrastrukturunu göstəricilərindən istifadə edilir. Turizm sektorunun inkişafına infrastrukturun təsiri müxtəlif ölkələrin təmsalında geniş tədqiq edilib. İnfrastrukturun turizmin təklif funksiyasına və beləliklə, turizm gəlirlərinə təsirləri məsələsinə həsr edilən tədqiqatlara iqtisadi ədəbiyyatda rast gəlinir. Məsələn, Jameel Khadaroo və Boopen Seetanah [87, s. 1021-1031] Jameel Khadaroo; Boopen Seetanah [88] Mavritaniya təmsalında, Sonja Jovanović, Ivana Ilić [84] Cənubi Şərqi Avropa ölkələri təmsalında, Seetanah və digərləri [132], Adeola, Ogechi, Evans, Olaniyi [115] Afrika ölkələri təmsalında bu problemi tədqiq ediblər.

Jameel Khadaroo və Boopen Seetanah [87] tərəfindən aparılan tədqiqatda təyinat ölkəsində nəqliyyat infrastrukturunun bu ölkənin iqtisadi inkişafı üçün vacib olduğu əsaslandırılır. Tədqiqatçılar əsaslandırırlar ki, təyinat ölkəsində nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı potensial turistlərin tələb funksiyasının artmasında mühüm rol oynayır. Avropadan, Amerika və Asiyadan gələn turistlər üçün Mavritaniyada nəqliyyat infrastrukturunun səviyyəsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Avropa və Amerika

turistlər qeyri-nəqliyyat infrastrukturunun inkişafına da həssasdırlar. Turistlərin gəlirləri, mənşə ölkəsi ilə təyinat ölkəsi arasındakı məsafə və qiymətlərin səviyyəsi də turizmin tələb funksiyasına təsir edən əsas amillərdəndir.

Sonja Jovanović, Ivana Ilić [84] tərəfindən aparılan tədqiqatda turizm infrastrukturunun təyinat ölkəsində resurslardan istifadə və turizmin inkişafında mühüm baza rolu oynaması iddia edilir. Turizm infrastrukturunu təyinat ölkəsində turizm üçün mühüm xidmətlərin yerinə yetirilməsinə imkan verərək turistlərin məmnunluğunu təmin edir. Tədqiqatda turizm infrastrukturunu ilə turizmin inkişaf səviyyəsi arasında əlaqə qiymətləndirilib. Tədqiqatın əsas nəticəsi ondan ibarətdir ki, ölkədə turizmin inkişafı üçün infrastruktur layihələrinin genişləndirilməsinə və bu sahəyə investisiyaların artırılmasına ehtiyac var. Tədqiqatda Cənubi Şərqi Avropa ölkələrində turizm sektorunun rəqabətliyi ilə turizm infrastrukturunun rəqabətliyi arasındakı korrelyasiya əlaqəsi hesablanıb. Tədqiqata cəlb edilən ölkələr üzrə mehmanxana otaqlarının sayının artması turizm infrastrukturunu üzrə rəqabətliyiə pozitiv təsir göstərir.

Seetanah və digərləri [132] tərəfindən aparılan tədqiqatda infraqurktura təyinat ölkəsinin inkişafının əsas amillərindən biri kimi yanaşılır. Tədqiqatda turizmin inkişafı üçün klassik tələb funksiyasına infraqurktur da amil kimi daxil edilir. Tədqiqatın nəticəsi göstərir ki, turizmin tələb funksiyasında mənşə ölkəsi ilə təyanat ölkəsi arasındakı məsafə, nisbi qiymətlər və turistlərin gəlirləri ilə yanaşı, həm də infraqurktur əsas amillər kimi çıxış edir.

Adeola, Ogechi; Evans, Olaniyi [115] tərəfindən yerinə yetirilən tədqiqatda bəzi Afrika ölkələrində İKT və infraqurktur ilə turizmin inkişafı arasındakı əlaqə analiz edilib. Tədqiqatda bəzi Afrika ölkələrinə aid olan və 1996-2016-cı illəri əhatə edən məlumatlardan istifadə edilərək dinamika qravitasiya modeli tətbiq edilib. Tədqiqatın əsas nəticələri göstərir ki, İKT və infraqurktur turizmin inkişafına pozitiv təsir edir. İKT və ya infraqurktur səviyyəsi ölkədə artdıqca turizmdən gələn gəlirlər də artır. Bu göstəricilər arasındakı reqresiya asılılığı kifayət qədər əhəmiyyətlidir. Bu əlaqəyə mənşə ölkəsində adambaşına ÜDM həcmi real məzənnə də dail edilib. Qeyd edək ki, alınan nəticələrə əsasən mənşə ölkəsi ilə təyinat ölkəsi arasındakı məsafədən asılılıq

kifayət qədər əhəmiyyətlidir və neqativdir. Mənşə ölkəsindən uzaq olan ölkələr təyinat ölkəsində turizmin tələb funksiyasına daha az təsir göstərirlər. Burada məsafənin uzaqlığı əsasən nəqliyyat xərclərinin yüksəkliyində özünü biruzə verir. Təyinat ölkəsindəki təbii resursların turizmin inkişafına təsirləri isə pozitivdir və bu iki göstərici arasındakı reqresiya əlaqəsi əhəmiyyətlidir.

Jameel Khadaroo və Boopen Seetana (2008) tərəfindən aparılan tədqiqatda qravitasiya metodundan istifadə edilib. Bu zaman təyinat ölkəsindəki nəqliyyat infrastrukturunun mənşə ölkəsində turizmin tələb funksiyasına təsirləri 1990-2000-ci illəri əhatə edən dövrdə 28 ölkənin təmsalında analiz edilib. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, əsas turizm infrastrukturunu və turizmin klassik determinantları ilə yanaşı nəqliyyat infrastrukturunu da təyinat ölkəsinə turist axınının mühüm determinantlarından biridir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, mənşə ölkəsində turizmin tələb funksiyasının təyinat ölkəsindəki nəqliyyat infrastrukturundan asılılığı universal deyil və ölkədən ölkəyə dəyişir. Tədqiqat həm də təsdiq edir ki, yüksək gəlirli ölkədən yüksək gəlirli ölkələrə təkrar turizm daha tez-tez baş verir.

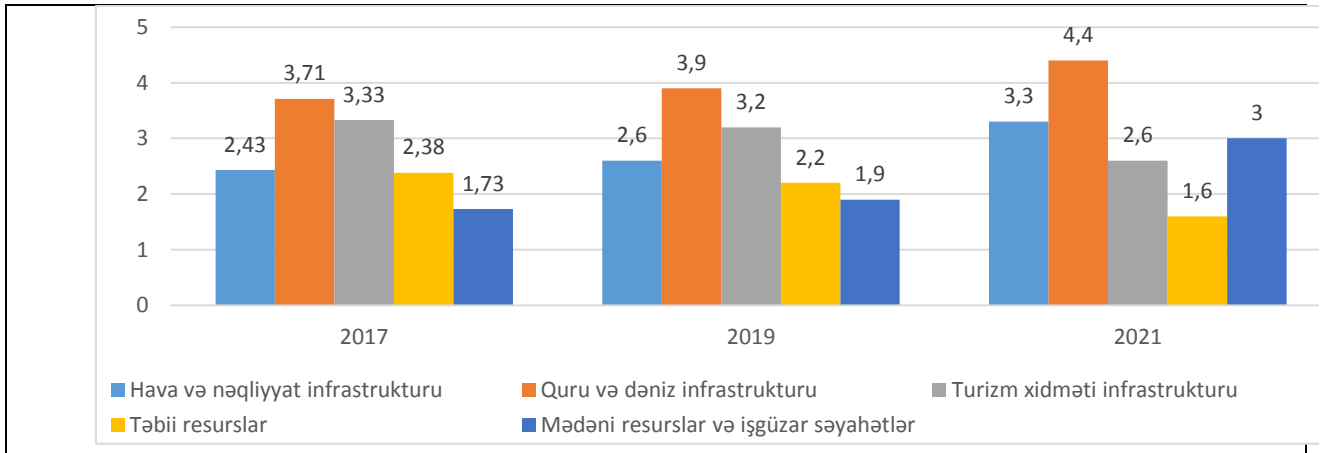
Beləliklə, təyinat ölkəsində infrastrukturun inkişafının turizmin inkişafına pozitiv təsirlərinə həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatların nəticələrinin müqayisəli təhlili deməyə əsas verir ki, infrastruktur, o cümlədən turizm infrastrukturunu turizmin inkişafında, ölkənin turizm gəlirlərinin artımında mühüm amillərdən biridir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” [8] sənədində də infrastrukturun turizmdə rolu xüsusi qeyd edilir. Digər tərəfdən, bu sənəd turizmin iqtisadiyyatın digər sahələrinin də inkişafına stimullaşdırıcı təsirini təsnifləşdirərək qeyd edir ki, “Ümumilikdə isə turizmin təsiri üç əsas kateqoriyaya bölünür. Birincisi, hava nəqliyyatı, mehmanxanalar, avtomobil kirayəsi ilə məşğul olan şirkətlər kimi turizm alt sektorlarının ÜDM-ə birbaşa təsirindən əlavə, digər sektorların da dolayı təsiri turizmin əhəmiyyətini daha da artırmaqdadır. Turizm sektorunun birbaşa və dolayı təsirlərindən başqa, xidmət, tikinti, habelə istehsal sektorlarını əhatə edən və onlar vasitəsilə ÜDM-i artıran induksiya edilmiş təsirləri (“induced impact”) də mövcuddur. Bundan əlavə, turizm

sektoru inkişafda olan və keçid dövrünü yaşayan ölkələr üçün xarici valyuta daxil olmalarının da əsas təminatçısı qismində çıxış etməkdədir. İkincisi, turizm sektorunun inkişafının məşğulluğa və regionların sosial-iqtisadi inkişafına təsiridir. Belə ki, bu sektorda istənilən inkişaf yalnız şəhərlərdə deyil, eyni zamanda, ekoturizm, kənd turizmi, çimərlik və dini turizm kimi çoxsaylı turizm növlərinin inkişafı vasitəsilə regionlarda və kənd yerlərində də məşğulluq imkanlarının yaradılmasına təkan verir. Üçüncüsü, turizmin inkişafı ölkə üzrə güclü infrastrukturun yaradılması ilə müxtəlif regionların, o cümlədən kəndlərin infrastrukturunun inkişafına səbəb olur. Əlavə olaraq, uğurlu turizm strategiyası ölkənin imicinin beynəlxalq miqyasda yaxşılaşdırılmasına kömək etdiyindən turizm həm də ölkələr üçün marketinq aləti rolunu oynayır. Nəhayət, turizm sektoru ekoloji dayanıqlılıq, mədəni irs, yerli dəyərlərin mühafizəsi və inkişafı istiqamətində göstərilən səyləri də dəstəkləyir” [8].

Turizmin ölkədə iqtisadi inkişafa, iqtisadi inkişafın isə öz növbəsində turizmə təsirləri, yəni iki-istiqamətli təsirlərin mövcudluğu müxtəlif ölkələrin təmsalında geniş tədqiq edilib. İnfrastrukturun, o cümlədən turizm infrastrukturunun turizm gəlirlərinin artmasındakı rolunun mühüm olmasını nəzərə alaraq, hər bir ölkə belə infrastrukturun inkişafına çalışır. Bir daha qeyd edək ki, elə infrastruktur növləri var ki, onlar bütünlükdə ölkənin iqtisadi və sosial-iqtisadi inkişafı və əhalinin rifah səviyyəsinin artmasına kömək edir. Belə infrastruktur yalnız turizmin inkişafı məqsədilə yaradılmır. Lakin belə infrastruktur həm də ölkədə turizmin inkişafını sürətləndirir.

İnfrastrukturun və turizm infrastrukturunun turizmin inkişafına təsirlərini nəzərə alaraq, turizmin dövlət tənzimlənməsində bu sahələrin inkişafı xüsusi diqqətdə saxlanılır. Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanan Səyahət və Turizmin Rəqabətçilik İndeksinin (TTCİ) infrastruktur sub-indeksi 140-dan çox ölkədə bu göstərici üzrə ölkələri müqayisə edir. Dünya İqtisadi Forumunun TTCİ üzrə 2017-ci, 2019-cü və 2021-ci illəri əhatə edən hesabatlarına əsasən Azərbaycanın “infrastruktur” sub-indeksi inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə yüksək deyil (qrafik 3.3.1 və qrafik 3.3.2). Belə ki, onun “hava və nəqliyyat infrastrukturunu”, “quru və

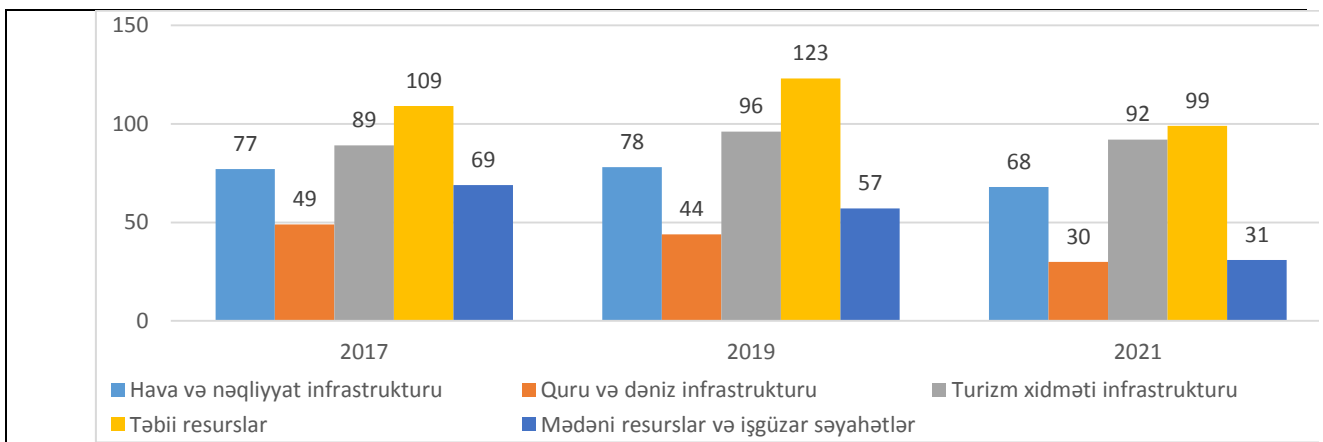
dəniz infrastrukturu” və “turizm xidməti infrastrukturu” alt-göstəriciləri, uyğun olaraq, 2017-ci ildə 2.43 (77), 3.71 (49), 3.33 (89) olub.



Qrafik 3.3.1. TTCİ-nin bəzi sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın göstəricilərinin dinamikası

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTCİ (2017 və 2019) və TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Bu göstəricilər 2019-cü ildə, uyğun olaraq, 2.6 (78-ci mövqe), 3.9 (44-cu mövqe) və 3.2 (96-cu mövqe) olub. Bu alt-göstəricilərin ikisi üzrə, yəni “hava və nəqliyyat infrastrukturu” və “quru və dəniz infrastrukturu” alt-göstəricilər üzrə Azərbaycanın mövqeyi 2021-ci ildə xeyli yaxşılaşsa da biri üzrə, yəni “turizm infrastrukturu” üzrə ölkəmizin mövqeyi müəyyən bir qədər irəliləyib.



Qrafik 3.3.2. TTCİ-nin bəzi sub-indeksləri üzrə Azərbaycanın mövqeyinin dinamikası

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTCI (2017 və 2019) və TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Hava nəqliyyatı infrastrukturu üzrə ölkəmizin mövqeyinin yaxşılaşdırılması üçün bu sub-indeksin alt-göstəricilərinə diqqət yetirək. Bu sub-indeks altı alt-göstəricidən ibarətdir. 2021-ci ildə bu alt-göstəricilər arasında yalnız bir alt-göstərici üzrə, yəni “fəaliyyətdə olan aviaxətlərin sayı” göstəricisi üzrə ölkəmizin mövqeyi qənaətbəxş olub. 2019-cü ildə bu alt-göstərici üzrə Azərbaycan 140 ölkə arasında 78-ci yerdə qərarlaşıb. Sonrakı illərdə də Azərbaycanda hava nəqliyyatı infrastrukturunun daha da inkişafı baş verdiyindən bu göstərici üzrə ölkəmizin mövqeyində pisləşmə gözlənilmir. Lakin digər alt-göstəricilər üzrə, yəni “yerli uçuşlarda əldə oluna bilən oturmaq*kilometrlərin həcmi” (0.4 balla 77-ci mövqe), “xarici uçuşlarda əldə oluna bilən oturmaq*kilometrlərin həcmi” (95.9 balla 80-ci mövqe), “1000 nəfərə düşən təyyarə uçuşlarının sayı” (1.9 balla 83-cü mövqe), hər milyon nəfərə düşən hava limanlarının sayı” (0.9 balla 72-ci mövqe), “fəaliyyətdə olan aviaxətlərin sayı” (30.0 balla 72-ci mövqe) inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə xeyli zəifdir. Məsələn, 2017-ci ildə “hava nəqliyyatı infrastrukturu” sub-indeksi üzrə 141 ölkə sıralamasında 1-ci mövqedə olan Kanadanın balı 6.76 olub. Həmin ildə bu ölkənin hava nəqliyyatı infrastrukturunun keyfiyyəti Azərbaycanındakından ciddi fərqlənməsə də daxili və xarici uçuşların sayı göstəricisinə görə fərqlər olduqca böyükdür. Belə fərqlərin yaranması ölkələrin sahəsinin ölçüsü ilə də bağlıdır. Belə ki, Azərbaycanın ərazisi Kanada ilə müqayisədə olduqca azadır və bu ölkədə bir şəhərdən digərinə gediş daha çox avtomobillə qət edilir və hava nəqliyyatına ehtiyac qalmır. 2019-cü ilin Hesabatında Avstriya ilə Azərbaycanı bu sub-indeks üzrə müqayisə etsək, görürük ki, Avstriya 3.89 balla 140 ölkə arasında 33-cü yerdə dayanıb. Lakin bu ölkənin yerli uçuşlarının həcmi Azərbaycanla müqayisədə 12 dəfə çox olub. Yəni yerli uçuşların qiyməti ucuz olarsa, onda yaşayış məskənlərinin yaxın olmasından asılı olmayaraq, bu nəqliyyat vasitəsindən istifadə halları da arta bilər. Ölkə daxilində hava nəqliyyatında istifadəyə mane olan mühüm cəhətlərdən biri də hava limanlarının sıxlığı ilə bağlıdır. Belə ki, son dövrlərə qədər yalnız Gəncə, Naxçıvan, Qəbələ, Zakatala və Lənkəranda hava limanının olması daxili uçuşların sayına mənfi təsir edib. 44 günlük Vətən Müharibəsindən sonra işğaldan azad edilmiş rayonlarda yenidənqurma işlərinin aparılması hava nəqliyyatı sub-indeks üzrə

mövqeyimizin gələcəkdə daha da irəliləməyə aparacaq. Məsələn, 2021-ci ildə Füzulidə, 2022-ci ildə Zəngilanda Beynəlxalq Hava Limanının açılışı və 2024-cü ildə isə Laçında Beynəlxalq Hava Limanının tikintisinin başa çatması həm daxili, həm də xarici uçuşların sayına ciddi təsir göstərəcək. TTDİ-nin növbəti hesabatlarında Azərbaycanın bu sub-indekslə bağlı göstəriciləri xeyli yaxşılaşacaq. Lakin bütün hallarda uçuş qiymətlərinin azaldılmasına ehtiyac var. Azərbaycandan xarici ölkələrə uçuş qiymətləri qonşu ölkələrlə, xüsusilə Gürcüstan və Türkiyə ilə müqayisədə xeyli bahadır.

Cədvəl 3.3.1

Azərbaycanın TTDİ-nin “Hava nəqliyyatı infrastrukturu” sub-indeksi üzrə ballar və mövqelər (2021)

	bal	ye r
Nəqliyyat infrastrukturu 1-7 (ən yaxşı)	3.3	68
Hava nəqliyyatı infrastrukturu	3.0	72
1) hava nəqliyyatı xidmətlərin səmərəliliyi 1-7 (ən yaxşı);	5.1	46
2) həftədə əldə oluna bilən oturmaq* kilometrərin həcmi (milyon);		85
3) fəaliyyətdə olan aviaxətlərin sayı		61
4) hava limanlarına qoşulma balı;	6.9998. 9	75

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb.

TTDİ indeksində “hava nəqliyyatı infrastrukturu” sub-indeksi üzrə göstəricisi 2017, 2019 və 2021-ci illərarası dövrdə Azərbaycan, uyğun olaraq, 136 ölkə arasında 77-ci, 140 ölkə arasında 78-ci və 117 ölkə arasında 72-ci mövqedə olub. 2021-ci ilin hesabatında sub-indeks dörd alt-göstəricidən ibarətdir (cədvəl 3.3.1). Hava nəqliyyatı infrastrukturu üzrə ölkəmizin mövqeyinin yaxşılaşdırılması üçün bu sub-indeksin alt-

göstəricilərinə diqqət yetirsək, görərik ki, müəyyən qədər dəyişiklik olunub. Xüsusilə də “həftədə əldə oluna bilən oturacaq*kilometrlərin həcmi” göstərici üzrə mövqeyimiz zəifdir. Lakin buna baxmayaraq, 2021-ci ildə Azərbaycan bu sub-indeks üzrə yüksəlib.

COVID-19 pandemiyası zamanı və post-pandemiya dövründə bir daha təsdiq olundu ki, hava nəqliyyatı turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. Digər tərəfdən, ölkəmizlə qonşu ölkələr arasında quru sərhədlərin bağlı olması da bir daha təsdiq etdi ki, qonşu ölkələrlə turizm sahəsində əməkdaşlıqda quru sərhədlər mühüm rol oynayır. Hava nəqliyyatının turizm üçün vacibliyi və hava nəqliyyatı infrastrukturunun inkişafının vacibliyi SYX-də xüsusi ilə qeyd edilib. SYX-də hava nəqliyyatının baha olması qeyd edilir. Doğrudan da quru sərhədlərin bağlı olması səbəbindən hətta Azərbaycanın sərhədyanı şəhərlərinə turistlərin gəlməsi xeyli çətinləşmişdir.

Azərbaycanda “Yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu” sub-indeksi üzrə ciddi inkişaf etmişdir. Dəniz limanları, hava limanları və dəmir yolu xətləri daxil olmaqla nəqliyyat infrastrukturunu genişlənməmişdir. Xüsusilə, Bakının portu və dəniz limanları, Qərbi və Şərqi Avropa ilə Asiya arasında önəmli bir nəqliyyat mərkəzi kimi fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanda “Yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu” sub-indeksi üzrə tutduğu mövqə hava nəqliyyatı infrastrukturunu sub-indeksi ilə müqayisədə mövqeyimiz yüksəkdir. Azərbaycanın mövqeyi 2017-ci ildə 40-cı, 2019-cı illərdə isə 44-cü və 2021-ci ildə isə 30-cu yerdə qərarlaşıb. Bu sub-indeksin üzrə irəliləmə müşahidə olunub. Bəzi göstəricilərinə dəyişiklik olunsada, ölkəmiz yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunun yaxşı inkişaf etdiyindən xəbər verir. Lakin işğaldan azad olan regionlara geniş və müasir yolların tikintisi ölkəmizin bu göstəricisinin yaxşılaşmasına səbəb olacaq.

**Azərbaycanın TTDİ-nin “Yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu” sub-
indeksi üzrə ballar və mövqelər (2021)**

	<i>ba</i> <i>l</i>	<i>ran</i> <i>k</i>
Yerüstü nəqliyyat və port infrastrukturunu 1-7 (ən yaxşı)	4. 4	30
1) yolların keyfiyyəti 1-7 (ən yaxşı);	5. 0	33
2) yolların sıxlığı (km/səth sahəsi);	65 .4	45
3) dəmiryolu infrastrukturunun səmərəliliyi 1-7 (ən yaxşı);	5. 2	12
4) dəmiryolunun sıxlığı (km/səth sahəsi);	2. 5	32
5) ictimai nəqliyyat xidmətlərinin səmərəliliyi 1-7 (ən yaxşı);	5. 3	16
6) ictimai nəqliyyata adekvat çıxış 1-7 (ən yaxşı);	5. 3	34
7) dəniz limanı xidmətlərinin səmərəliliyi 1-7 (ən yaxşı);		

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumunun TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıb.

İqtisadi ədəbiyyatda turizm xidmətləri infrastrukturunun turizm gəlirlərinə təsiri ilə bağlı müxtəlif ölkələrin təmsalında çoxlu sayda tədqiqatlara rast gəlinir. Bu sub-indeks üzrə Azərbaycanın 2015-ci, 2017-ci və 2019-cu illərdə mövqeyi, uyğun olaraq, balla 3.3 balla 141 ölkə arasında 93-cü, 3.33 balla 136 ölkə arasında 89-cu və 3.2 balla 140 ölkə arasında 96-cı olub. Bu sub-indeks üzrə Azərbaycanın mövqeyinin belə zəif olması ölkədə turizm sektorunun rəqabətliyinə birbaşa təsir göstərir. Bu sub-indeksin “əhalinin hər 100 nəfərinə düşən mehmanxana otaqlarının sayı” (97-ci

mövqe), “avtomobil icarəyə verən şirkətlərin mövcudluğu” (85-ci mövqe) və “hər 1000 yaşlı adama düşən bankomatların sayı” (84) alt-göstəriciləri üzrə ölkəmizin mövqeyi 2017-ci ildə zəif olub.

İqtisadi ədəbiyyatda turizm xidmətləri infrastrukturunun turizm gəlirlərinə təsiri ilə bağlı müxtəlif ölkələrin timsalında çoxlu sayda tədqiqatlara rast gəlinir. Bu sub-indeks üzrə Azərbaycanın 2017-ci, 2019-cu və 2021-ci illərdə mövqeyi, uyğun olaraq, 3.33 balla 136 ölkə arasında 89-cu, 3.2 balla 140 ölkə arasında 96-cı və 2.2 balla 117 ölkə 92-ci yerdə olub. Bu sub-indeksin dörd göstəriciləri üzrə zəif olub. Lakin bu subindeksə 2021-ci ilin hesabatına bir göstərici əlavə olunub, “rəqabətli turizm xidmətləri” üzrə 75-ci yerdəyik (cədvəl 3.3.3). Bu sub-indeks üzrə Azərbaycanın mövqeyinin belə zəif olması ölkədə turizm sektorunun rəqabətliliyinə birbaşa təsir göstərir.

Cədvəl 3.3.3

Azərbaycanın TTDİ-nin “Turizm xidmətləri infrastrukturu” sub-indeksi üzrə ballar və mövqələr (2021)

	<i>bal</i>	<i>ye</i> <i>r</i>
Turizm xidmətləri infrastrukturu 1-7 (ən yaxşı)	2.6	92
1) əhalinin hər 100 nəfərinə düşən mehmanxana otaqlarının sayı;	0.2	86
2) əhalinin hər 100 min nəfərə düşən qısamüddətli icarə siyahılarının sayı	1.6	89
3)avtomobil icarəyə verən şirkətlərin mövcudluğu 1-12(ən yaxşı);	3.0	89
4) hər 1000 yaşlı adama düşən bankomatların sayı	34.5	81
5)rəqabətli turizm xidmətləri 1-7 (ən yaxşı)	5.2-	75
		-

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTCİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Azərbaycanda turizmin inkişafını nəzərdə tutan SYX-nin strateji hədəflərindən biri “Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi” hədəfidir. Bu hədəfin 4-cü prioritetində Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun inkişafı nəzərdə tutulub. Bakı şəhərində turizm infrastrukturunu əslində ictimai xarakterli infrastrukturun tərkib hissəsidir. Bakıda yerləşən restoranlar, hotellər, istirahət parkları, ictimai nəqliyyat sistemi, taksi xidməti, telefon və internet və sair infrastruktur həm də turistlərin ixtiyarına verilib. Bu infrastrukturlar şübhəsiz ki, Azərbaycanın digər şəhərlərində olduğundan daha yüksək səviyyədə inkişaf edib. Buna baxmayaraq, böyük həcmli idman və mədəni tədbirlərinin Bakıda keçirilməsi bu infrastrukturların daha da təkmilləşdirilməsini və inkişaf etdirilməsini tələb edir. Hazırda Bakı şəhərində turistlər üçün mehmanxana, restoran qiymətləri region ölkələri ilə, məsələn, Gürcüstanla və ya Türkiyə ilə müqayisədə yüksək deyil. Əksinə Tbilisi ilə müqayisədə Bakıda restoran qiymətləri 22% ucuzdur. Bakıda istehlak qiymətləri Tbilisidən, orta hesabla, 42% ucuzdur. Türkiyənin böyük şəhərlərində, məsələn İstanbulda da qiymətlər Bakı ilə müqayisədə xeyli bahadır. İstanbulda istehlakçı qiymətləri indeksi Bakı ilə müqayisədə 6.6% yüksəkdir. Lakin restoran qiymətləri 2.4% ucuzdur [113]. Avropanın əksər şəhərlərində olan qiymətlərlə müqayisədə Bakıda restoran, mehmanxana, nəqliyyat xidmətləri xeyli ucuzdur. Azərbaycanda istehlakçı qiymətləri 2015-ci iləqədərki dövrdə turistlər üçün o qədər də əlverişli deyildi. Lakin manatın devalvasiyası turistlər üçün qiymətləri xeyli azaltmış oldu. Digər amillərlə yanaşı qiymət amili sonrakı dövrdə Azərbaycanda turizmin inkişafına yüksək təsir göstərdi.

Azərbaycanda turizmin rəqabətliliyinin artırılması üçün yalnız Bakıda infrastrukturun inkişaf etdirilməsi kifayət deyil. Azərbaycan regionları müxtəlif növ turizmin inkişafı üçün unikal potensiala malikdir. Xüsusilə, dağ regionlarında yayda turizmin potensialı böyükdür. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə əhalinin yerləşdirilməsi və paralel olaraq turizm infrastrukturunun yaradılması hazırda prioritet məsələ hesab edilir. Bu iki fərqli, lakin əlaqəli vəzifənin yaxın zamanlarda yerinə yetirilməsi regionların sürətlə inkişafını stimullaşdıracaq.

Ölkələrin turizm sektorlarının rəqabətliyi həm də təbii ehtiyatlar”adlanan sub-indeks əsasında qiymətləndirilir. Bura “Ümumdünya İrs təşkilatında qetdiyyata alınan yerlərin sayı” və “Ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı”, “qorunan ərazilərin ümumi ərazilərin sahəsində payı”, “təbii turizmin rəqəmsal tələbi” və “təbii aktivlərin cəlbətilənliyi” alt-göstəriciləri də daxildir. Bu alt-göstəricilərin hər birinin turizm sektoruna mümkün təsirləri müxtəlif ölkələrin təmsalında tədqiq edilmişdir. Məsələn, Ruban [129], həmçinin Marczak və Borzyszkowski [103] tərəfindən aparılan tədqiqatlarda mənşə ölkəsində turizmə olan tələbin amilləri arasında təyinat ölkəsindəki təbii ehtiyatların, mədəni abidələrin, landşaftın, coğrafi mühitin və sair rolu araşdırılıb. Alınan nəticələr göstərir ki, bu göstəricilər arasında pozitiv əlaqə mövcuddur.

Azərbaycanın TTDİ-nin “təbii ehtiyatlar” sub-indeksi üzrə göstəriciləri 2017, 2019 və 2021-ci illərarası dövrdə 136 ölkə arasında 109-cu, 140 ölkə arasında 123-cü və 2021-ci ildə 117 ölkə arasında 99-cu yerdə qərarlaşmışdı. Bu sub-indeks əvvəlki illər baxanda bir qədər irəliləmə olsada, ölkəmiz bu alt indeks üzrə yeri qənaətbəxş deyil. Xüsusilə, “Ümumdünya İrs təşkilatında təbiət yerlərin sayı”, “ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı” və” təbii turizmin rəqəmsal tələbi” göstəricilər üzrə mövqeyimiz çox zəifdir.

Cədvəl 3.3.4

Azərbaycanın TTDİ-nin “Təbii ehtiyatlar” sub-indeksi üzrə ballar və mövqələr (2021)

	bal	yer
Təbii ehtiyatlar 1-7 (ən yaxşı)	1.6	99
1)Ümumdünya İrs təşkilatında təbiət yerlərin sayı;	0	80
2) Ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı;	1.0	101
	970	
3) ümumi qorunan ərazilərin (km ²);	9.1	86
	437	
4) təbii turizmin rəqəmsal tələbi (0-100 arası bal, 100 ən yaxşı);	1	104
5) quru və şirin su ehtiyatların ecoregionların sayı.	7.0	68

Qeyd: Dünya İqtisadi Forumun TTDİ (2021) hesabatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Digər ölkələrin təmsalında aparılan tədqiqatların nəticələrini nəzərə alaraq, Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hesablanan TTCİ-nin hesablanmasına təbii ehtiyatlar sub-indeksi də daxil edilib. Bu indeks üzrə yüksək göstəricilər ölkənin turizm sahəsində daha cəlbedici olduğunu bildirir. Qeyd edək ki, Azərbaycanın bu sub-indeks üzrə göstəriciləri inkişaf etmiş ölkələrdən xeyli geridə qalır. Bu sub-indeksin, demək olar ki, bütün alt göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi aşağıdır. Ölkəmiz 2015-ci ildə 141 ölkə arasında 2.3 balla 75-ci yerdə, 136 ölkə arasında 2.4 balla 109-cu yerdə, 2019-cu ildə 140 ölkə arasında 2.2 balla 123-cü yerdə olub. Nəzərə alsaq ki, 2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası nəticəsində ölkəmizdə turizm sənayesi xeyli zəifləyib, ondan belə qənaətə gəlmək olar ki, bu sub-indeks üzrə ölkəmizin göstəriciləri hələ də xeyli aşağıdır. Son hesabatdan sonrakı dövrdə qorunan ərazilərin sahəsi, ölkədə məlum təbiət növlərinin sayı da ciddi dəyişməyib. Bunları nəzərə alaraq, bu sub-indeksə daxil olan alt-indekslərin inkişaf etdirilməsi istiqamətində səylərin artırılmasına ehtiyac vardır [15].

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dissertasiya işinin əsas nəticələrini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. Tədqiqat işində müxtəlif ölkələrin timsalında turizmin tələb funksiyasının bəzi iqtisadi amillərdən asılılığı verilmiş və bəzi amillərin dövlət institutlarına münasibətdə nisbətən obyektiv mahiyyət daşıyır, onların dəyişdirilməsində dövlət müdaxiləsinin əhəmiyyəti aşağı salınır. Lakin elə göstəricilər var ki, turizmin tələb funksiyası üçün onların həm qısa, həm də uzunmüddətli dövr üçün əlverişli istiqamətdə dəyişdirilməsi yalnız dövlət müdaxiləsi ilə mümkündür.

2. Aparılan təhlil nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, ölkə iqtisadiyyatının və milli təhlükəsizliyin xarakterindən, xüsusilə turizmin iqtisadiyyat üçün nə dərəcədə vacib olmasından asılı olaraq hökumətin bu sektora müdaxiləsi nəzərdə tutulur. Lakin belə müdaxilə heç də həmişə müsbət nəticə vermir. Daha doğrusu, müdaxilə optimal həddə yaxınlaşanda nəticənin müsbət olmasının ehtimalı daha da yüksəlir. Belə müdaxilə arasında ümumi mahiyyətli müdaxilələr çox təşkil edir.

3. Ekonometrik hesablamalar göstərir ki, Azərbaycana turizm səfərlərinin tələb funksiyası turistlərin öz ölkəsində gəlirlərin səviyyəsindən və Azərbaycanda qiymət səviyyəsindən bilavasitə asılı olaraq dəyişir.

4. Təhlil göstərir ki, Azərbaycan biznes mühitinin əlverişliliyi reytingində o qədər də pis mövqedə deyil. Belə ki, Fraser İnstitutunun hazırladığı “iqtisadi azadlıq” kompozit indeksi “hökumətin ölçüsü”, “hüquqi sistem və mülkiyyət hüququ”, “pulun möhkəmliyi”, “beynəlxalq ticarətin azadlığı” və “tənzimləmə” sub-indeksləri əsasında hesablamaları həyata keçirib. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan hazırda regionda Gürcüstan və Türkiyə ilə turizm sahəsində rəqabətdədir. Məhz hər iki ölkə Azərbaycanın daxili turizminin potensial istehlakçıları cəlb edərək, ölkədən böyük həcmdə xarici valyutanın çıxmasına səbəb olur. Belə bir acınacaqlı vəziyyətin yaranması ölkədə turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir və bu istiqamətdə müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi labüd hesab olunur.

5. Biznes mühitinin əlverişliliyi sub-indeksi üzrə Azərbaycanın zəif mövqeyi həm də “birbaşa xarici investisiyaların idarəedilməsinin biznesə təsirləri” alt-

göstəricisində müşahidə edilir. BXİ-in idarə edilməsi üzrə son 5 ildə ölkədə islahatların aparılmaması deməyə əsas verir ki, bu göstərici üzrə Azərbaycanın mövqeyində ciddi dəyişikliklər baş verməyib. “Biznes mühitinin əlverişliliyi” sub-indeksi üzrə digər alt-indekslərin də daim yaxşılaşdırılmasının vacibliyini qeyd edərək, bütövlükdə bu sub-indeks üzrə mövcud vəziyyətin, bəzi istisnalarla, qənaətbəxş olduğunu qeyd etmək lazımdır. 2021-ci il üzrə TTCİ-nin “biznes mühitinin əlverişliliyi” sub-indeksinin alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın balları və mövqeyi bəzi alt-göstəricilər istisna olmaqla qənaətbəxşdir.

6. Dissertasiyada TTCİ indeksi üzrə reyting sıralamasının digər sıralamalardan, məsələn Doing Business və ya Fraser İnstitutunun sıralamalarından əsas fərqi ondadır ki, bu kompozit indeksin sub-indeksləri və ya alt-göstəriciləri arasında iki qütblü göstəricilər azdır və yaxud yoxdur. İki qütblü göstərici üzrə reytinglərin hazırlanması zamanı ortaya çıxan əsas problem bu və ya digər ölkə üçün optimal göstəricinin seçilməsi ilə bağlı olur. Bu göstəricilərin iqtisadi artıma və ya rifah halına təsirləri ölkələrin iqtisadi vəziyyətindən və digər çoxlu sayda amillərdən asılı olur. Bu halda hər bir ölkə üçün optimal variantın seçilməsinə ehtiyac duyulur. Lakin TTCİ kompozit indeksinə daxil olan əksər sub-indekslər və alt-göstəricilərin iki qütblü olmaması bu göstəricinin iqtisadi artıma, turizm sektorunda gəlirlərə və sair digər makroiqtisadi göstəricilərə təsiri xətti asılılıq kimi analiz edilə bilər.

7. Tədqiqatda Azərbaycanda turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı TTCİ arasındakı əlaqənin xarakteri turizm gəlirlərinin loqarifmi ilə TTCİ indeksi arasındakı əlaqənin xarakterindən ciddi fərqlənməsi göstərilir. Belə ki, TTCİ artdıqca turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı heç də artmır. TTCİ-nin müəyyən qiymətlər intervalı var ki, bu intervalda turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı maksimuma çatır. İlk baxışda bu o deməkdir ki, TTCİ üçün elə interval var ki, bu intervalda turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı maksimum olur. Turizm rəqabətliyi yüksək olan çox sayda ölkələrdə turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı o qədər də yüksək deyil. Bütün bunlar göstərir ki, turizm gəlirlərinin ÜDM-də payının davamlı olaraq, artırılması heç də hər bir ölkə üçün məqsəd olmamalıdır. Gəlirlərin mütləq qiymətinin artırılması daha məqsəduyğundur. Turizm gəlirləri ilə turizmin rəqabətliyi arasındakı müsbət əlaqə

deməyə əsas verir ki, hər bir ölkə üçün turizm sektoruna bu və ya digər dərəcədə təsir göstərə bilən sahələrin inkişaf etdirilməsi və rəqabətliliyinin artırılması mühüm əhəmiyyət daşıyır.

8. Son illərdə Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafına diqqətin artması Azərbaycanın TTCİ indeksi üzrə göstəricilərinin müəyyən hissəsinə təsir göstərmişdir. Lakin bütövlükdə 2008-2021-ci illər arası dövrdə Azərbaycanın TTCİ və TTDİ göstəriciləri müəyyən qədər yaxşılaşıb.

9. İşdə “Təbiət və mədəniyyət” sub-indeksi üzrə Azərbaycanın mövqeyi xeyli zəifləmişdir. Belə ki, 2021-ci ildə Azərbaycan 1.6 balla 99-cu yerdə qərarlaşmışdır. Bu sub-indeksin hər iki -“Təbii resurslar” və “Mədəni resurslar və işgüzar və işgüzar səyahətlər” alt-göstəriciləri üzrə Azərbaycanın mövqeyi qənaətbəxş hesab olunmur. “Mühitin əlverişliliyi” sütununa daxil olan beş sub-indeks üzrə Azərbaycanın mövqelərinin araşdırılması göstərir ki, bu sub-indekslərə daxil olan alt-göstəricilərin əksəriyyəti inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisə ediləcək dərəcədə müsbətdir. Lakin bəzi alt-göstəricilər var ki, onların da inkişaf etdirilməsi Azərbaycanda turizmin rəqabətliliyinin daha da gücləndirilməsinə səbəb olacaq.

10. Turizm fəaliyyətinin planlaşdırılmasında dövlətin mühüm rolu var. Belə ki, turizmin genişlənməsinin ətraf mühitə və sosial sahəyə mümkün mənfi təsirlərinin qabaqcadan proqnozlaşdırılması və minimuma endirilməsi məsələsi, həmçinin turist obyektlərinin tikintisinin müasir standartlara və ekoloji tələblərə cavab verməsinə nail olmaq dövlətin iştirakı olmadan mümkün deyil.

11. Rəqabətlik səviyyəsinin artması ilə turizm gəlirləri də artır. Bunu nəzərə alaraq, Azərbaycanda da TTCİ indeksinin artırılması istiqamətində zəruri tədbirlərin görülməsi iki səbəbdən mühüm əhəmiyyət daşıyır. Birincisi, rəqabətlik səviyyəsinin artması ölkə iqtisadiyyatının müxtəlif aspektləri ilə bağlı olan sahələrin inkişafı deməkdir və bütövlükdə, iqtisadiyyata müsbət təsir göstərir. İkincisi, rəqabətlik səviyyəsinin kompozit indeksi olaraq müqayisəli verilməsi ölkələr arasında sağlam rəqabəti artırır. Hər bir ölkə global səviyyədə öz imicini artırmaq üçün TTCİ indeksində öz zəif aspektlərini müəyyən etməli və gələcəkdə inkişafına nail olmalıdır.

12. BXİ-in turizm gəlirlərinə, turist sayına və ümumilikdə, turizm sənayesinin inkişafına, həmçinin turizmin inkişafının BXİ həcminə iki-iqtisamətli və ya bir-istişamətli təsirləri mümkündür. İki- və ya bir-istişamətli səbəb-nəticə əlaqələrinin olması ölkənin iqtisadi konyukturasından asılıdır. Bu nəticələri nəzərə alaraq, hər bir ölkədə, o cümlədən Azərbaycanda investisiyaların idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsinin zəruriliyini qeyd etmək lazımdır.

13. Azərbaycanın “insan resursları və əmək bazarı” sub-indeksi üzrə 2017-2019 və 2021-ci illərdəki balları və mövqeləri inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə qənaətbəxş hesab edilə bilər. Lakin “insan resursları və əmək bazarı” sub-indeksinin üç alt-göstərici üzrə ballarının aşağı olması narahatçılıq yaradır və bu alt-göstəricilər yaxşılaşarsa, Azərbaycanın mövqeyi daha da yüksələ bilər.

14. Azərbaycanda turizmin rəqabətliliyinin artırılması üçün yalnız Bakıda infrastrukturun inkişaf etdirilməsi kifayət deyil. Azərbaycan regionları müxtəlif növ turizmin inkişafı üçün unikal potensiala malikdir.

15. Ölkə daxilində hava nəqliyyatında istifadəyə mane olan mühüm cəhətlərdən biri də hava limanlarının sıxlığı ilə bağlıdır. Son dövrlərə qədər yalnız Gəncə, Naxçıvan, Qəbələ, Zaqatala və Lənkəranda hava limanlarının olması daxili uçuşların sayına mənfi təsir göstərmişdir. 44 günlük Vətən Müharibəsindən sonra işğaldan azad edilmiş rayonlarda yenidənqurma işlərinin aparılması hava nəqliyyatı sub-indeks üzrə mövqeyimiz gələcəkdə daha da artacaq və bu ümumilikdə, ölkənin inkişafına öz müsbət təsirinin göstərəcək. Belə ki, 2021-ci ildə Füzulidə, 2022-ci ildə Zəngilanda Beynəlxalq Hava Limanlarının açılışı və 2024-cü ildə isə nəzərdə tutulan Laçın Beynəlxalq Hava Limanının tikintisinin başa çatması həm daxili, həm də xarici uçuşların sayına ciddi təsir göstərəcək. Onu da vurğulamaq lazımdır ki, Azərbaycanda xarici ölkələrlə, əsasən də Gürcüstan və Türkiyə ilə müqayisədə uçuş qiymətləri xeyli yüksəkdir, bu isə, öz növbəsində yerli uçuşların azalmasına səbəb olmuşdur. Beləliklə, dövlət öz tənzimləyici rolundan istifadə edərək, uçuş qiymətlərinin aşağı salınmasına və dövlət dəstəyi mexanizminin işə salınmasına nail olmalıdır. Bu isə, öz növbəsində, yerli və xarici uçuşların müntəzəm olaraq həyata keçirilməsinə öz

təsirini göstərərək, xarici valyutanın gələcəkdə ölkəyə daxil olmasına şərait yaradacaq.

16. İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə əhalinin yerləşdirilməsi və paralel olaraq turizm infrastrukturunun yaradılması hazırda prioritet məsələ hesab edilir. Bu iki fərqli, lakin əlaqəli vəzifənin yaxın zamanlarda yerinə yetirilməsi regionların sürətlə inkişafını stimullaşdıracaq.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Atakişiyev, M.C. Azərbaycanın müasir iqtisadi inkişaf strategiyası: Kiçik iqtisadiyyatında madelləşməyə / - M.C. Atakişiyev. - Bakı: Azər nəşir, - 2010. - 600s.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında / 2018-ci il 21 sentyabr tarixli 278 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir. – Bakı: Qanun, - 2016. - URL: <https://e-qanun.az/framework/40087>
3. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında / 2018-ci il 20 aprel tarixli 4 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir. – Bakı: Qanun, - 2016. - URL: <https://e-qanun.az/framework/38547>
4. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı bir sıra tədbirlər haqqında / 2016-cı il 27 dekabr tarixli 1179 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir. – Bakı: Qanun, - 2016. - URL: <https://e-qanun.az/framework/39179>
5. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında / 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 2295 nömrəli Sərəncamı ilə qəbul edilmişdi. – Bakı: Qanun, - 2016.- URL: <https://e-qanun.az/framework/33577>
6. Azərbaycan Respublikasının 2020-ci il dövlət büdcəsinin icrasına dair illik Hesabat [Elektron resurs] / Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi, 2022, - URL: <https://maliyye.gov.az/static/153/dovlet-budcesinin-icrasina-dair-illik-hesabat>
7. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet səhifəsi URL: <https://www.stat.gov.az/>
8. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi // 06 dekabr 2016-ci ildə fərman. - Bakı, 2016. - 111s. <https://ereforms.gov.az/files/review/pdf/az/10f9818b000488fa344a02e238e75d08.pdf>
9. Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında qanunu / 27 dekabr 2021-ci tarixli il № 448-VIQ nömrəli Sərəncamı ilə qəbul edilmişdi. – Bakı: Qanun, -

2021- URL: <https://e-qanun.az/framework/49162>

10. Əliyev, T., Babayev, M. Sahənin aktual iqtisadi problemləri / Təbriz Əliyev, Məzahir Babayev. -Bakı: Elm və təhsil,-2011.-346 s.
11. Gülləliyev, Mayıs. Xarici iqtisadi əlaqələr: tənzimləmə ilə liberallığın tarazlığı / M. Gülləliyev, - Bakı: Elm və Bilik, -2016. – 363s.
12. Gülləliyev, Mayıs. Xarici iqtisadi əlaqələr: tənzimləmə ilə liberallığın tarazlığı. (Yenidən işlənmiş ikinci nəşr). / M. Gülləliyev, - Bakı: Elm və Bilik, -2018. – 382 s.
13. İS(S)İ (2015). İqtisadiyyatın solları (sağlığı) indeksi – 2015: 62 ölkədə dövlətin iqtisadiyyatı tənzimləməsi səviyyəsinin qiymətləndirilməsi / N.Müzəffərli. - Bakı: AMEA İqtisadiyyat İnstitutu,- 2016.- URL: <http://www.economics.com.az> (son baxılma – mart 2017).
14. Məmmədova Ü.İ. Azərbaycanca turizmin tələb funksiyasının sinxron tənliklər metodu ilə müəyyən edilməsi // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, İqtisadiyyat İnstitutu, İqtisadi Artım və İctimai Rifah jurnalı, - 2021. №2, - s.157-165. URL: http://d.researchbib.com/f/fnMJAioz9gnJAM YzAioF5urv9coJSa MKZiMz90o3ZinKS0nKAuM https://paper.researchbib.com/view/paper/330173 http://economics.com.az/images/fotos/iqtisadi_art%C4%B1m/2_2021/13.Ulker_M.pdf
15. Məmmədova Ü.İ. Azərbaycanın turizm sektorunda rəqabətliyyəsinin artırılması // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, İqtisadiyyat İnstitutu, İqtisadi Artım və İctimai Rifah jurnalı, - 2023. №1, - s. 152-160. http://economics.com.az/images/fotos/iqtisadi_art%C4%B1m/1_2023/jurnal_2023_1.pdf
16. Məmmədova Ü.İ. Turizmin tələb funksiyası və onun determinantları // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Xəbərləri, İqtisadiyyat seriyası, - 2020. № 5, - s. 92-98.
17. Məmmədova Ü.İ. Turizm sektorunun dövlət tənzimləməsi sahəsində beynəlxalq təcrübə // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının, İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi Əsərlər, - 2019. № 3, - s. 112-118.

18. Məmmədova Ü.İ. Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsini zəruri edən əsas iqtisadi amillər // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Xəbərləri, İqtisadiyyat seriyası, - 2019. № 3, - s. 56-63.
19. Məmmədova Ü.İ. Turizm sektorunun rəqabətliyində dövlət tənzimlənməsinin rolu // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının, İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi Əsərlər, - 2019. № 5, - s. 271-279.
20. Nuriyev, Ə. Davamlı və tarazlı regional inkişaf / Ə. Nuriyev. Bakı: Avropa, - 2017.- 242 s.
21. Галасюк, С.С. Модели государственного регулирования в сфере туризма // - Москва: Научные исследования в сфере туризма: труды Международной туристской Академии, - 2010. Вып.6, - с.189-204.
22. Мамедова, У.И. Определение функции спроса на туризм в Азербайджане методом синхронных уравнений // VII Международной научно-практической конференции "Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности", - Махачкала, - 2022, - с. 32-41.
23. Султанова, Р.С., Мамедова, У.И. Методы оценки конкурентоспособности туристического сектора Международной научно-практической конференции // Труды Международной научно-практической конференции «Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы» Института Экономики НАН Беларуси, Беларусь: - 3 декабря, - 2019, - Том 1, - с. 104-108.
24. Эконометрика / И.И.Елисеева [и др.]. - Москва: Издательство Юрайт, - 2019.- 449с. (стр.274-275)
25. Юзбашиева, Г.З. Либерализация и причины проникновения государства в экономику // - Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Elmi Əsərlər jurnalı, - 2017, №1. - с.6-20.
26. Akis, S. Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus / S. Akis, N. Peristanis, J. Warner // Tourism Management, - 1996. 17 (7), - p. 481-494.
27. Arain, H. Investigating the Effect Of Inbound Tourism On FDI: The Importance

- Of Quantile Estimations / H. Arain, L. Han, A. Sharif [et al.] // *Tourism Economics*, - 2019. 1, p.22.
28. Archibald, X. Lacorbinière, J. Analysis of Tourism Competitiveness in the Caribbean // In 29th Annual Review Seminar Research Department Central Bank of Barbados. Seminario Llevado a Cabo En Barbados, - Brifgetown: - July 28-31, - 2008.- p.34.
 29. Asemota, O.J., Bala D.A, Modeling Tourism Demand in Japan Using Cointegration and Error Correction Model // *International Review Of Business Research Papers*, - 2012, 8 (2), - p. 29-43.
 30. Baker, D.M. The effects of terrorism on the travel and tourism industry // *International Journal of Religious and Pilgrimage*, - 2014, 2 (1), - p. 58–67.
 31. Balaguer, J., Cantavella-Jorda, M. Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case // *Applied Economics*, - 2002. 34(7), - p. 877–884.
 32. Balli, F., Balli, H. O., Cebeci, K. Impacts of exported Turkish soap operas and visa-free entry on inbound tourism to Turkey // *Tourism Management*, - 2013, 37, - p. 186–192. https://www.researchgate.net/publication/315033021_Impacts_of_the_Exported_Turkish_Soap_Operas_and_Visa-Free_Entry_on_Inbound_Tourism_of_Turkey
 33. Barclay, E., Mawby, R.I., Jones, C. *Tourism, Leisure, and Crime* / Oxford, - 2014. – Handbooks Online. [Electronic resource]. Available from: URL: https://www.researchgate.net/publication/268074007_'Tourism_Leisure_and_Crime'_in_Oxford_Handbooks_Online
 34. Bezuidenhout, H., Grater, S. The Dimensions of FDI in the Tourism Sector in Africa // *Journal of Applied Business Research*, - 2016. 32(4), - p. 1115. https://www.researchgate.net/publication/304709844_The_dimensions_of_FDI_in_the_tourism_sector_in_Africa
 35. Biagi, B., Brandon, M.G., Detotto, C. The Effect of Tourism on Crime in Italy: A Dynamic panel approach // *Economics E-Journal*, - 2012. 6 (2012-25), - p. 26
 36. Biagi, B., C. Detotto. Crime as Tourism Externality // *Regional Studies*, Taylor & Francis Journals, 2014. - vol. 48(4), - p. 693-709. p. 1-17.

37. Blazeska D., Strezovski Z., Klimoska A. The Influence of Tourist Infrastructure on the Tourist Satisfaction in Ohrid // *UTMS Journal of Economics*, - 2018. 9 (1), - p. 85–93.
38. Brida, J.G., Cortes-Jimenez, I., Pulina, M. Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review // *Current Issues in Tourism*, - 2016. 19(5), - p. 394-430. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.868414>
39. Bull, A. *The economics of travel and tourism* / A. Bull, - Melbourne: Longman Cheshire, - 1991. – p. 267.
40. Castro-Nuño, M., Molina, J., Pablo-Romero, M. Tourism and GDP: A meta-analysis of panel data studies // *Journal of Travel Research*, - 2013. - 52, - p.745-758. <https://doi.org/10.1177/0047287513478500>
41. Chaitip, P., Chaiboonsri, C. Thailand's international tourism demand: the ardl approach to cointegration // *Annals of the University of Petrosani, Economics*, - 2009. 9(3), - p. 163-184.
42. Cîrstea, Ș. D., *Travel & Tourism Competitiveness: A Study of World's Top Economic Competitive Countries* // *Procedia Economics and Finance*, - 2014, 15, p.1273-1280.
43. Coccossis H, *Sustainable tourism development* / H. Coccossis, P. Nijkamp (eds), // *Sustainable tourism development*. - Avebury: Aldershot, - 1995. – p.3-24.
44. Croes, R. Small Island tourism competitiveness: expending your destination's slice of paradise // *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, - 2010. Vol. 13 N.o 6. Special Issue, - p. 1337-1353. DOI :10.25145/j.pasos.2015.13.093
45. Croes, R. The small island paradox: Tourism specialization as a potential solution / R. Croes, - Lambert Academic Publishing, - 2011. – 324.
46. Croes, R., Kubickova, M. From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index // *Journal of Destination Marketing & Management*, - 2013. 2, - p. 146–154.
47. Crouch, G. I. Effect of income and price on international tourism // *Annals of Tourism Research*, - 1992. 19(4), - p. 643–664. doi:10.1016/0160-

7383(92)90059-X

48. Dawson, John A.; Doornkamp, John Charles. Evaluating the Human Environment: Essays in Applied Geography / J.A Dawson, J.C. Doornkamp, - London: Edward Arnold, - 1977. p.288 (224-248)
49. De Vita, G. The long-run impact of exchange rate regimes on international tourism flows // *Tourism Management*, - 2014. 45, - p. 226–233. doi: 10.1016/j.tourman.2014.05.001
50. De Vita, G., Kyaw, K.S. Tourism development and growth // *Annals of Tourism Research*, - 2016. 60, - p. (23–26). doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.05.011>
51. Deskins, J.; Seevers, M. T. Are State Expenditures to Promote Tourism Effective? // *Journal of Travel Research*, - 2011. 50(2), - p. 154–170. doi:10.1177/0047287510362785
52. Devine, A., Devine F. Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries // *Tourism Management*, - 2011. 32(6), p.1253–1261. doi: 10.1016/j.tourman.2010.11.004.
53. Dogru, T., Bulut, U. Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence // *Tourism Management*, - 2018. 67, p.425–434. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.014>
54. Dritsakis, N. Cointegration analysis of German and British tourism demand for Greece // *Tourism Management*, - 2004. - 25, p.111–119.
55. Du Plessis, E., Saayman, M., Van der Merwe, A. What makes South African tourism competitive? *African Journal of Hospitality // Tourism and Leisure*, - 2015. 4(2), - p.1–14.
56. Duc, C., Lavallee, E., Siroen, J.-M. (2008). The Gravity of Institutions // *In Economie Internationale*, - 2008. Issue 113, - p. 95-113. doi: 10.3917/eoi.113.0095.
57. Dupeyras, A., MacCallum, N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document // *OECD Document Papers*, - Paris: OECD, - 2013. - 02, - p.65.

58. Dwyer L., Forsyth P., D.S. Prasada Rao. The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations // *Tourism Management*, 2000. 21(1), - p.9-22. doi:10.1016/S0261-5177(99)00081-3
59. Dwyer, L., Kim, C.V. Destination Competitiveness: determinantes and indicators // *Current issues in tourism*, - 2003. 6(5), - p. 369- 424.
60. Eadington, W.R., Redman M., Economics and Tourism // *Annals of Tourism Research*, - 1991. 18(1), - p.41-56.
61. Economic Freedom Rankings [Electronic resource] / Fraser Institute, - URL: <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/dataset?geozone=world&page=dataset&min-year=2&max-year=0&filter=1&year=2004&countries=AZE>
62. Economic impact report [Electronic resource] / World Travel and Tourism Council, - WTTC. 2019, - URL: <https://wtcc.org/Research/Economic Impact>.
63. Economy Profile of Azerbaijan Doing Business 2020 Indicators (in order of appearance in the document [Electronic resource] / *Doing Business*, - 2020. p. 67 - URL:<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/a/azerbaijan/AZE.pdf>
64. Enright, M.J., Newton, Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality // *Journal of Travel Research*, - 2005. - 43 (May), - p. 339–350.
65. Ezenagu, N., Chinonso, I. The role of cultural resources in Tourism development in Awka // *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, - 2016. Volume 5 (2) – p.12.
66. Fauzel, S. FDI and tourism futures: a dynamic investigation for a panel of small island economies // *Journal of Tourism Futures*, - 2021. Vol. 7 No. 1, - p. 98-110. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2018-0026>
67. Fukuda, S. Abenomics: Why was it so successful in changing market expectations? // *Journal of the Japanese and International Economies*, - 2015. – 37, - p. 1-20. DOI:10.1016/j.jjie.2015.05.006
68. Gallego, Á., Rodríguez-Serrano, M.Á., Casanueva, C. Dynamic panel data models in tourism // *Current Issues in Tourism*, - 2019. 22(4), p. 379–399. doi:

<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1467386>

69. Germann, Jennie. Social Networking Technologies and the Moral Economy of Alternative Tourism: The Case of Couchsurfing.org // *Annals of Tourism Research*, - 2013. 43, - p. 210–230
70. Ghaderi, Z., Saboori, B., and Khoshkam, M., 2017. Does security matter in tourism demand? *Current Issues in Tourism*, 20 (6), 552–565.
71. Goio, I., Notaro S., Raffaelli R. The Value of Natural Resources for Tourism: a Case Study of the Italian Alps // *International journal of tourism research*, - 2006. 8(2), p.77–85. doi: 10.1002/jtr.552
72. Gordon, D.Taylor. The implications of free trade agreements for tourism in Canada // *Tourism Management*, - 1994. Volume 15, Issue 5, p. 315-318. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90083-3](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90083-3)
73. Gul, H., Cagatay, S. Impact analysis of demand-driven shocks in Turkey's tourism industry within the framework of the social accounting matrix // *Tourism Economics*, - 2014. 20 (6), -p. 1–19.
74. Habibi, F. The determinants of inbound tourism to Malaysia: A panel data analysis // *Current Issues in Tourism*, - 2017. 20(9), - p. 909–930. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1145630>
75. Hall, C. Michael (2014) *Competitiveness and tourism*, by Geoffrey Crouch and J.R. Brent Ritchie // *Journal of Sustainable Tourism*, - 2014. 22(5), - p. 842-846, DOI: 10.1080/09669582.2013.820886
76. Hany, Hosny Sayed Abdelhamied. The Impact of Training Activities on Quality of Service, Customer Satisfaction and Behavioral Intention // *Journal of Tourism and Hospitality Management*, - 2019. June 2019, Vol. 7, No. 1, - p. 135-148.
77. Hayali, A. S., Küçükosman, A., Kpartor, K. M. The relationship between foreign direct investment and tourism sector: the Jamaican case // *International Journal of Economics and Administrative Studies*, - 2021 (31), - p. 229-246. DOI: 10.18092/ulikidince.845934
78. Heo, Yoonjung. Sharing Economy and Prospects in Tourism Research // *Annals of Tourism Research*, - 2016. 58 (C), - p.156–170.

79. Honey, M. Ecotourism and sustainable development / M. Honey, - Washington: Island Press, Covelo CA, - 1999. – p.567
80. Ishwaran, M., Cimato F. Making the Right Choices for our Future. An Economic Framework for Designing Policies to Reduce Carbon Emissions / M. Ishwaran, F. Cimato. – London: Department for Environment, Food and Rural Affairs and the Department for Energy and Climate Change, - 2009. – p.16.
81. Jeffries, D. J. Butterworth Heinemann, Governments and tourism, UK: Oxford, - 2001. – p.305.
82. Jenkins, C.L. Tourism policy and planning for developing countries: some critical issues // *Tourism Recreation Research*, - 2015. 40(2), p.144–156. doi:10.1080/02508281.2015.1045363
83. Joseph, Emilda. Environmental sustainability and tourism activities in backwaters of Kerala // *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, - 2016. Vol 3 (2), - p. 69-74. doi: 10.18510/ijthr.2016.322
84. Jovanović, S., Ilić, I. Infrastructure as important determinant of tourism development in the countries of Southeast Europe // *Ecoforum*, 2016. volume 5, issue 1 (8), - p.288-294.
85. Kamarudin, D., Azizul, F., Zakaria H. Don't Tell Me, Train me: Employee Training, as the Most Significant Contributing Factor to Employee Performance in North of Malaysia's Tourism Industry // *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, - 2021. 12(6) - p. 9781-9792
86. Khadaroo, J., Seetanah, B. The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism Management*, - 2008. 29(5), - p. 831–840. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.09.005>
87. Khadaroo, J., Seetanah B. Transport infrastructure and tourism development // *Annals of Tourism Research*, - 2007. Vol. 34, No. 4, - p. 1021–1032, doi: 10.1016/j.annals.2007.05.010
88. Khadaroo, J., Seetanah, B. The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach // *Tourism Management*, - 2008. 29(5), - p.831–840. doi: 10.1016/j.tourman.2007.09.005

89. Kim, J., Lee, C.-K., Mjelde, J. W. Impact of economic policy on international tourism demand: The case of Abenomics // *Current Issues in Tourism*, - 2018. 21(16), - p. 1912–1929. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1198307>
90. Kinseng, R. A. Marine-tourism development on a small island in Indonesia: Blessing or curse? / R.A. Kinseng, F.T. Nasdian, A. Fatchiya, // *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, - 2018. 23(11), - p.1062–1072. doi: <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1515781>
91. Kubickova, M. The impact of government policies on destination competitiveness in developing economies // *Current Issues in Tourism*, 2019. 22(6), - p.619-642.
92. Kubickova, M. The Role of Government in Tourism: Linking Competitiveness, Freedom, and Developing Economies // *Czech Journal of Tourism*, 2016. 5(2), p.73–92. doi: 10.1515/cjot-2016–00005
93. Kubickova, M., Croes, R., Rivera, M. Human agency shaping tourism competitiveness and quality of life in developing economies // *Tourism management perspectives*, - 2017. 22 (22), - p. 120-131.
94. Kubickova, M., Li, H. Tourism competitiveness, government and tourism area life cycle (TALC) model: the evaluation of Costa Rica, Guatemala and Honduras // *International Journal of Tourism Research*, - 2017. 19(2), - p.223-234.
95. Lee CK, Var T, Blaine TW Determinants of inbound tourist expenditures // *Ann Tourism Res.* 1996. 23(3), - p.527–524.
96. Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J. The impact of visa-free entry on outbound tourism: A case study of South Korean travelers visiting Japan // *Tourism Geographies*, - 2010. 12(2), - p. 302–323. doi:10.1080/14616681003727991
97. Leung, Yu-Fai. Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability / Yu-Fai Leung, A. Spenceley, G. Hvenegaard, [et al.] // *Best Practice Protected Area Guidelines Series*, Gland, Switzerland: - 2018. No. 27, - p. 120.
98. Lewis J.C. The role of government in the tourism sector in developing countries:

- a perspective article // *Tourism Review*, - 2020. 75(1), - p.203–206. doi:10.1108/tr-04-2019-0142
99. Lipkova, L., Madiyarova, A., Blembayeva A., Importance of state regulation of the tourism industry In the Republic of Kazakhstan // The 1st International Conference on Business Technology for a Sustainable Environmental System (BTSES-2020), - 2020. (159), - p.12
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015904007>
 100. Liu, A. Analysing and forecasting tourism demand / A. Liu, V. Sanshan Lin, H. Song, - UK: SAGE Publications. - 2018. p. 202–221.
 101. Mahadevan, R., Amir, H., Nugroho, A. Regional impacts of tourism-led growth on poverty and income inequality: A dynamic general equilibrium analysis for Indonesia // *Tourism Economics*, - 21017. 23(3), - p. 614–631. doi: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0534>
 102. Mammadova, Ulker Estimation of Tourism Demand and Supply Functions for Azerbaijan: 2SLS Approach / U. Mammadova, M. Gulaliyev, Sh. Guliyeva [et al.] // *WSEAS Transactions on business and economics*, - 2021. Volume 18, (art 119), - p.
 103. Marczak, M., Borzyszkowski, J. Are Natural Resources Important Elements in The National Tourism Policy? Examples of European Countries // *Journal of Environmental Management and Tourism*, - 2020. [S.l.], v. 11, n. 5, p. 1200-1214.
 104. Martín-Martín, M. Why Regulation Is Needed in Emerging Markets in the Tourism Sector/ M. Martín-Martín, J. Ostos-Rey, S. María, [et al] // *American Journal of Economics and Sociology*, - 2019. 78(1), p.225–254. doi:10.1111/ajes.12263
 105. Meleddu M. Tourism, Residents' Welfare and Economic Choice: A Literature Review, *Journal of Economic Surveys*, - 2014. 28(2), - p. 376-399.
 106. Mobile cellular subscriptions (per 100 people) – Azerbaijan [Electron resource] / WB, -2022.

URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2?locations=AZ>

107. Monge-González, R., Luis Rivera e Julio Rosales-Tijerino. Productive Development Policies in Costa Rica: Market Failures, Government Failures and Policy Outcomes // SSRN Electronic Journal, - 2011. №42, - p.89.
108. Morozov, M., Morozova, N., 2019. Innovative Staff Training Strategies for the Tourism and Hospitality Industry // Advances in Economics, Business and Management Research, volume 110 5th International Conference on Economics, Management, Law and Education (EMLE 2019), Atlantis press, - 2020. p. 2352-5428
109. Muller, H. Peter Keller: A Pioneer of a Sustainable Tourism Policy / In Tourism and Leisure, - Switzerland; Springer link, - 2015. - p. 41-50.
110. Murphy, P. Tourism: A Community Approach. New York: Routledge. – 2013, - p. 200.
111. Nicolson, W., Snyder, Ch. Microeconomy theory. Basic principles and extensions. Thomson South-Western [12th ed] / W. Nicolson, Ch. Snyder, - Cengage Learning, - 2012. - p.784
112. Nonthapot, S., Lean H.H. Demand of Thai Tourists to Lao PDR: An Ardl Approach //Asian Journal of Empirical Research, 2013. 3(3), - p.279-285
113. NUMBEO, 2023. Cost Of Living Comparison (numbeo.com)
114. Nunkoo, R., Tourism and economic growth: A Meta-regression analysis / R. Nunkoo, B. Seetanah, Z.R. Jaffur [et al.] // Journal of Travel Research, - 2019. 59(3), - p.404-423. <https://doi.org/10.1177/0047287519844833>
115. Ogechi, A., Olaniyi, E., ICT, infrastructure, and tourism development in Africa // Tourism Economics, - 2020. Volume 26, Issue 1, - p.97-114. doi:10.1177/1354816619827712
116. Ogneva, S., Nisht, S. (2015). State regulation of the tourism industry: possible ways of development // Universities for Tourism and Service Association Bulletin, - 2015. 9(2), - p. 3-13 doi:10.12737/11291
117. Omerzel, Gomezelj, D. Competitiveness of Slovenia as a Tourist Destination // Managing Global Transitions. – 2006. Volume 4(2), - p.167-189.
118. Ouerfelli, C. Co-integration analysis of quarterly European tourism demand in

- Tunisia // *Tourism Management*, - 2008. 29, - p.127-137
119. Pablo-Romero, M., Molina, J. Tourism and economic growth: A review of empirical literature // *Tourism Management Perspectives*, - 2013. 8, - p. 28–41.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.006>
 120. Papatheodorou, A., Rosselló, J., Xiao, H. Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives // *Journal of Travel Research*, - 2010. 49(1), -p. 39–45. doi:10.1177/ 0047287509355327
 121. Patmore, J.A. Recreation: Evaluating the human environment (3 -th editor) / J.A. Patmore, - London, - 2013. – p. 218.
 122. Pegkas, P. Interrelationships between tourism, energy, environment and economic growth in Greece // *Anatolia*, - 2020. 31, - p.565–576.
 123. Prideaux, B., Laws, E., Faulkner, B. Events in Indonesia: Exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations // *Tourism Management*, - 2003. 24(4), - p. 475–487.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00115-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00115-2)
 124. Rahmanov, F. tourism management in azerbaijan under sustainable developmen: impact of COVID-19 / Farhad Rahmanov, Ramilya Aliyeva, Anna Rosokhata [et al.] // *Marketing and Management of Innovations*, - 2020. 3, - p.195-207.
 125. Rajapakse, R. P. C. R. The relationship between foreign direct investment and tourism development: An analysis of Granger causality // *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, - 2016. Volume, 2, - p. 2454-1362.
 126. Ramazan Göral, 2016. Price Competitiveness of International Tourism Destinations and Tourism Demand, Tourism Receipts Relationship. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, - 2016. Vol.1 Nr. 2, -. p. 195-203.
 127. Ribokene, E.V., Flerov, O.V. State regulatory functions in developing tourism industry in Russia // *Educational resources and technologies*, - 2019. № 1 (26), - p.86-90.
 128. Ross, G.F. Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city // *Journal of Travel Research*, - 1992. 30(3), - p.13-17.
 129. Ruban, D.A. Natural Resources of Tourism: Towards Sustainable Exploitation

on a Regional Scale // Sustainability, - 2021, 13, p.6685. <https://doi.org/10.3390/su13126685>

130. Saha, S., Yap, G. The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross-country panel analysis // *Journal of Travel Research*. 2014. 53(4), - p. 509–521.
131. Salman, A.K. International Tourism Demand in Malaysia by Tourists from OECD Countries: A Panel Data Econometric Analysis // *Current Issues in Tourism*, - 2003. 6(4), - p.323-339.
132. Seetanah, B., Does Infrastructure Matter In Tourism Development? / B. Seetanah, T.D. Juwaheer, M.J Lamport. // *University of Mauritius research journal*. 2011 – Volume 17 – 89-108.
133. Shien, L.-Y.; Liu, C.-H.; Li, Y.-M. How Positive and Negative Environmental Behaviours Influence Sustainable Tourism Intentions // *Sustainability*, - 2022. 14, -p. 6922. <https://doi.org/10.3390/su14116922>
134. Song, H., Wong, K.K.F. Tourism Demand Modeling: A time varying parameter approach // *Journal of Travel Research*, - 2003. vol. 42, - p. 57-64.
135. Stiglitz, Joseph. Employment, Social Justice and Societal Well-being // *International Labour Review*, - 2002. 141(1-2) – p. 9–30.
136. Su, Xiaobo, Tong W. Hua Wang. Profit, Responsibility, and the Moral Economy of Tourism // *Annals of Tourism Research*, - 2013. 43, - p.231–250.
137. Su, Yu-Wen, Hui-Lin Lin (2014) Analysis of international tourist arrivals worldwide: The role of world heritage sites // *Tourism Management*, - 2014. No. 40, - p. 46-58.
138. Tang, C. F., Tan, E. C. Does tourism effectively stimulate Malaysia’s economic growth? // *Tourism Management*, - 2015. 46, - p. 158–163.
139. Tang, C., Jang, S. The tourism-economy causality in the United States: A sub-industry level examination // *Tourism Management*, - 2009. 30(4), -p. 553–558.
140. Tewal, B., Mandey, S., Tumbel, A. Competitiveness and the increasing strategy of competitiveness in tourism sector of Ternate city, north Maluku province // *Journal of Life Economics*, - 2017. 4(4), - p.11-32.

141. The Fraser Institute [Elektron resurs] / URL: <http://www.freetheworld.com>
142. The Heritage Foundation: [Elektron resurs] / URL: <http://www.heritage.org>
143. The prospects for shaking up Japanese firms have never looked so good [Electronic resource] /The Economist. Retrieved from Economist, - URL: <http://www.economist.com/news/business/>
144. The Travel & Tourism Competitiveness Report [Electronic resource] / World Economic Forum, - 2019. – URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/>
145. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future, - 2018 [Electronic resource] / World Economic Forum, - 2017. p.387 URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf
146. Tosun, C. Host perceptions of impacts: a comparative tourism study // Annals of Tourism Research, - 2002. 29(1), - p. 231-253.
147. Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future [Electronic resource] / World Economic Forum, - 2021. May, - p. 91. URL:https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf
148. Trends of tourist arrivals [Electronic resource] / Japan National Tourist Organization, [URL:http://www.nto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/index.html](http://www.nto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/index.html)
149. Tsartas, P. Sustainable development and tourism. In Laskaris C (ed) Sustainable development. National Technical University, Athens / P. Tsartas, K. Skanavi, T. Stavrinoudis [et al], - University of the Aegean laboratory of tourism studies and research, - 2006. - p.147. 121–147
150. UNWTO. Asia and the Pacific and the Americas the most “open” regions for travellers in terms of Visas / UNWTO, - Madrid: Press Release No. PR13005. World Tourism Organization, - 2013. – p. 281.
151. UNWTO. International tourism 2019 and outlook for 2020 [Electronic recourse] / UNWTO, - Span: World Tourism Organization., - 2020. – p. 14. URL:

<https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Barometro-Jan-2020-EN-pre.pdf>

152. UNWTO. International tourism highlight [Electronic recourse] / UNWTO, - Span: World Tourism Organization, - 2019. – p. 24. URL; <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
153. Wang, Y.S. The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand // *Tourism Management*, - 2009. 30(1), - p.75–82.
154. Weiermair, K, Fuchs, M. On the Use and Usefulness of Economics in Tourism: A Critical Survey // *Int J Dev Plann Lit*, - 1998. 13(3), - p. 255–275.
155. Wray, M. Drivers of change in regional tourism governance: A case analysis of the influence of the New South Wales government, Australia, 2007–2013 // *Journal of Sustainable Tourism*, - 2015. 23(7), - p.990–1010. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1042482>
156. Zhang, Y., Wang, S. Trade Potential of China's Export to ASEAN: The Gravity Model Using New Economic Mass Proxies // *Journal of Systems Science and Information*, - 2017. 3(5), - p. 411–420. <https://doi.org/10.1515/jssi-2015-0411>

ƏLAVƏLƏR

AQP- Alıcılıq Qabiliyyəti Pariteti

ARDL- Avtoregressiv paylanmış gecikmə

ARDSK- Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi

DCMS- Turizm və İrs Nazirliyinin Mədəniyyət, Media, İdman Departamenti

İEOÖ- İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrdə

İEÖ- İnkişaf Etməkdə Ölkələrdə

İKT- İnformasiya Komunikasiya Texnologiya

OECD - İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı

SYT- Strateji Yol Xəritə

TTCİ- Səyahət və Turizmin Rəqabətliliyi İndeksinin

TTDİ- Səyahət və Turizmin İnkişafı İndeksi

UDM- Umumi Daxili Məhsul