



Ülkər İsgəndər qızı Məmmədova

UOT:338.246.8; JEL: Q26.

Turizm sektorunun dövlət tənzimlənməsini zəruri edən əsas iqtisadi amillər

Xülasə

Məqalədə turizm sektorunun dövlət tənzimləməsinin mexanizmləri ilə bağlı iqtisadi ədəbiyyatda mövcud yanaşmalar müqayisəli təhlil edilib. Müəllif dövlət tənzimləməsinin əsas məqsədinin turizm bazarının uğursuzluğunu aradan qaldırmaqda və ya turizm fəaliyyətinin digər sektorların fəaliyyətinə əlavə problemlər yarada biləcəyi hallarda zəruriliyi nəticəsinə gəlir. O, belə tənzimləmə mexanizmlərindən ikisinə - ictimai malların dövlət tərəfindən təmin edilməsinə və turizm fəaliyyətinin digər sektorlara yarada biləcəyi xarici amillərə müdaxilənin zəruriliyini əsaslandırır.

Açar sözlər: bazarın uğursuzluğu, turizm, xarici amillər, ictimai mallar, tələb, təklif

Problemin qoyuluşu

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 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.

İlkin məlumatlar

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:

- ✦ əhalinin gəlirlərinin artması və bu gəlirlərdən sağlamlıq və istirahət üçün istifadə etmək imkanının yaranması [1,2];
- ✦ istirahət üçün asudə vaxtın yaranması [3];
- ✦ nəqliyyat sisteminin inkişafı və daha əlçatan olması[4];
- ✦ telekommunikasiya sisteminin, xüsusilə internet sisteminin inkişafı və səfər etmək arzusunda olanların daha tez və dəqiq informasiya almaq imkanının artması [5];



- ✦ bəzi ölkələrdə ətraf mühitin çirklənməsi nəticəsində insanların qısamüddətli də olsa öz sağlamlıqlarını qorumaq üçün daha ekoloji təmiz ərazilərdə dincəlmək istəyi [6];
- ✦ bəzi ölkələrdə ucuz və yüksək keyfiyyətli turizm təkliflərinin artması, xüsusilə, ucuz hotellərin və xidmətlərin təklifi insanları səyahət etməyə sövq edir [7].

Hazırda turizm fəaliyyəti mühüm xidmət sahəsi kimi sürətlə inkişaf etməkdədir. Beynəlxalq turizm xərcləri 1995-2014-cü illər ərzində 500 mlrd. ABŞ dollarından təqribən 3 dəfə artaraq 1,6 trilyon ABŞ dollarına qədər yüksəlib. Bu artım təkcə dolların dəyərinin dəyişməsi ilə bağlı deyil. Həm də səfər edənlərin sayının kəskin artması ilə bağlıdır. Belə ki, bu dövr ərzində turistlərin sayı 600 milyondan 1,5 milyarda qədər artıb. Həmin illər ərzində turizm gəlirlərinin ümumi ixracda payının azalması da turizmin iqtisadi əhəmiyyətinin azalmasına demək deyil. Belə ki, bu illərdə turizmin payının azalması dünya üzrə mal və xidmət ixracı həcmində kəskin artması fonunda baş verib.

Turizmdən gəlirlər inkişaf etməkdə olan bəzi ölkələrin ÜDM həcmində ciddi paya malikdir. Çin, Macao SAR, Maldiv, Palau dövlətlərinin ÜDM həcmində uyğun olaraq 70%-i, 67%-i və 52%-i turizmin payına düşür. Cənubi Qafqazda Gürcüstanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlər ilbəil artmaqdadır. 2015-ci ilin məlumatlarına əsasən, Gürcüstanın turizm gəlirləri onun ÜDM həcmində 15%-dən çox olmuşdur. Qeyd edək ki, Azərbaycan üçün bu rəqəm 5%-dir. Əlbəttə, turizm gəlirlərinin nisbi deyil, mütləq qiymətlərlə müqayisəsində Azərbaycan Gürcüstandan o qədər də geridə qalmır. Belə ki, Dünya Bankının 2015-ci il üzrə məlumatlarına əsasən, Gürcüstanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlərin həcmi 2,1 milyard ABŞ dolları, Azərbaycanın əldə etdiyi gəlirlər isə 2,5 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. 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 tənzimlənməsinin əsas prinsipi ondan ibarətdir ki, dövlət bu sektoru özünün strateji prioritet sahəsi hesab edərək:

- onun inkişafına dəstək verir;
- onun fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaradır;
- bu sektorun prioritet istiqamətlərini müəyyən edir;
- ölkənin turizm üçün əlverişli olması imicini yaratmağa çalışır;
- beynəlxalq səviyyədə ölkənin turizm üçün əlverişli olmasını reklam edir;



■ turizmlə məşğul olan müəssisələri müdafiə edir.

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. 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 fəaliyyətinin kadr potensialının möhkəmləndirilməsi, bu sahədə elmi tədqiqatların aparılmasına dəstəyin verilməsi də dövlətin turizm sektorunu tənzimləməsi kimi qəbul edilə bilər. 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. 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 qanunvericilik aktları qəbul edilib və həyata keçirilir.

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. 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 Ticarət və Turizm Rəqabətliliyi İndeksi (T&TCI) məhz müxtəlif ölkələrdə turizm sektorunu daha cəlbedici edən amilləri və dövlət siyasətini ölçməyi nəzərdə tutur. T&TCI indeksi üç blokdan və onlara daxil olan 13 sub-indeksdən ibarət struktura malikdir. Birinci blok ticarət və turizmlə bəli tənzimləyici hüquqi şəbəkəni əhatə edir. Bura tənzimləyici qaydaları və siyasəti; ətraf mühitin qorunmasını nəzərdə tutan tənzimləyici qaydaları; təhlükəsizliyin təmin edilməsini nəzərdə tutan siyasəti; sağlamlıq və gigiyena qaydalarını; 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 hava yolları infrastrukturunun olması; yerüstü nəqliyyat sisteminin mövcudluğu; turizm infrastrukturunun mövcudluğu; informasiya kommunikasiya texnologiyaları infrastrukturunun mövcudluğu; qiymətlərin rəqabətliliyi kimi sub-indekslər daxildir. Üçüncü bloka ticarət və turizm üzrə insan, mədəni və təbii resursların mövcudluğu daxildir. Bura insan kapitalı; milli turizmin qavranılması; 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

- bu sahələrin dövlət mülkiyyətində olması;
- bu sahələrə dövlət maliyyəsi vasitəsilə subsidiyaların və ya hər hansı maliyyə vəsaitlərinin ayrılması;
- bu sahələr üzrə özəl sahibkarlıq fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması;
- bu sahələrə hər hansı vergi güzəştlərinin verilməsi;
- bu sahələrə güzəştli və ya dövlət zəmanətli kreditlərin cəlb edilməsi;
- gömrük və viza rejimləri ola bilər.

Dolay müdaxilələr kimi:

- dövlət maliyyəsinin səviyyəsini;
- ölkədə ümumi vergi yükünün səviyyəsini;
- ölkədə qiymətlərin tənzimlənməsini;
- minimum əmək haqqı səviyyəsini;
- məşğulluğun tənzimlənməsini göstərmək olar [8].

Turizm sektoruna dövlətin hər hansı bir müdaxiləsi, o cümlədən, qanunvericilik şəbəkəsinin hazırlanması, turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi və turizm fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsi nəticə etibarilə, ya turizmin təklif funksiyasına, ya da tələb funksiyasına təsir ilə reallaşır. Belə ki, turistlərin cəlb edilməsində turizm infrastrukturunun inkişafı, ölkələrarası viza rejimlərinin sadələşdirilməsi və sair kimi “təklif”-i stimullaşdıran tədbirlərlə yanaşı, turizm yerlərinin tarixi və coğrafiyasının, yaxud cəmiyyətlərin mədəniyyətinin, folklorunun, kommunikasiya sistemlərinin və sair təbiiği turizm xidmətlərində “tələb”in artmasına əhəmiyyətli təsir göstərə bilər.

Ədəbiyyat xülasəsi

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 [9] 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. Dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsinin vacibliyi Böyük Britaniyanın Turizm və İrs Nazirliyinin Mədəniyyət, Media, İdman Departamenti (DCMS) tərəfindən hazırlanan “Turizm nə üçün dövlət strategiyasına ehtiyac duyur” adlı məqalədə də əsaslandırılır. Məqalədə qeyd edilir ki, hökumətin turizm sektoruna müdaxilə etməsi ona görə vacibdir ki, turizm iqtisadi nöqtəyi-nəzərdən sürətlə inkişaf edən sahədir; turizm davamlı inkişafın təmin edilməsində mühüm əhəmiyyətə malikdir; turizm inklyuziv cəmiyyətin qurulmasına mühüm əhəmiyyətə malikdir; turizm fəaliyyətinin genişlənməsi iqtisadiyyatın, xüsusilə, sənayenin diversifikasiyasına stimulyer verir; turizm fəaliyyətinə olan tələb mövsümi xarakterlidir və dəyişkəndir [10].

Bəzi iqtisadçılar, məsələn, Eadington, W. R. və M. Redman [11] belə hesab edirlər ki, sadalanan səbəblərin əksəriyyəti dövlətin turizm sektoruna müdaxiləsini tam əsaslandırmır 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 qənaətinədəirlər. Başqa sözlə desək, turizm sektoruna dövlət müdaxiləsinin vacibliyi yalnız turizm bazarının uğursuz olduğu halda özünü doğruldur. Əgər turizm bazarı uğurla fəaliyyət göstərərsə, 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 hesab edirlər ki, turizmin iqtisadi inkişafı 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 [12]. 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 bilmədiyi 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 [13]. Belə ki, ictimai malların təklifi və sosial xərclərin istifadəsi dövlət tərəfindən daha səmərəli şəraitdə həyata keçirilir. Bəzi müəlliflər, məsələn, M. İshvaran və C.Federica [14] belə hesab edirlər ki, bazar resursların paylanmasında 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 rəqabətli 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: ictimai mallar istehlak üçün rəqabətdən kənar mallardır, Yəni belə malların hər hansı fərd tərəfindən istehlakı digərləri tərəfindən istehlak olunmasına təsir göstərmir; 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 [15]. Digər tərəfdən, əgər istehlakın marjinal sosial xərcləri istehlakın özəl marginal 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.

Turizmin yaratdığı xarici amillərin mümkün təsirləri

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.

İqtisadi ədəbiyyatda turizmin yaratdığı xarici amilləri təsnifləşdirərək M.Meleddu [16] onları üç növə ayırır: iqtisadi; ətraf mühit; sosio-mədəni. İqtisadi xarici amil kimi turizm yerli iqtisadiyyatı inkişaf etdirərək məşğulluq səviyyəsini artırır [17], gəlirlər və həyat keyfiyyəti yüksəlir [18], infrastruktur layihələri genişlənir, ictimai nəqliyyat inkişaf edir, vergilərdən gəlirlərin həcmi artır, yerli marketlərdə satış həcmi yüksəlir. İqtisadi ədəbiyyatda turizm fəaliyyətinin törətdiyi neqativ iqtisadi xarici təsirlər kimi mal və xidmətlərin qiymətinin, həmçinin kirayə haqlarının artması və sair təsirlər göstərilir [19]. B.Biagi və C. Detotto [20] 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 [21]. Adətən turistlərin səfər etdikləri ərazilər və ya səfər müddətində əlaqədə olduqları obyektlər, o cümlədən, muzeylər, tarixi və mədəni obyektlər, təbii istirahət yerləri və sair ictimai mülkiyyətdə olur. Ona görə də hər hansı bir ölkədə turizmin inkişafında ictimai malların rolu tədqiq edilməlidir. Məsələn, H.Müller [22] öz tədqiqatında cəmiyyətin mədəniyyətinin və ətraf mühitin turizm vasitəsilə kommersionlaşması 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 və ona görə də bu fəaliyyəti dövlət öz üzərinə götürməli olur.

Nəticə

Beləliklə, turizm bazarı da digər bazarlar kimi bəzi səbəblərdən, o cümlədən, xarici təsirlər və ictimai mallar istehsal edə bilməmək səbəbindən uğursuz ola bilər. Bu halda turizm fəaliyyətinə dövlət müdaxiləsinin edilməsi vacibdir.

Ədəbiyyat

1. Bull A (1991) The economics of travel and tourism. Longman Cheshire, Australia
2. Weierman K, Fuchs M (1998) On the use and usefulness of economics in tourism. Int J Dev Plann Lit 13(3): 255–275
3. Patmore JA (1973) Recreation: Evaluating the human environment. In: Dawson JA, Doornkamp JC (eds) Evaluating the human environment. Edward Arnold, London, pp 224–248
4. Coccossis H, Nijkamp P (eds) (1995) Sustainable tourism development. Avebury, Aldershot, UK
5. Tsartas P (1998) Sustainable development and tourism. In Laskaris C (ed) Sustainable development. National Technical University, Athens, pp 121–155
6. Honey M (1999) Ecotourism and sustainable development. Island Press, Covelo CA



7. ¹ Lee CK, Var T, Blaine TW (1996) Determinants of inbound tourist expenditures. *Ann Tourism Res* 23(3):527–524
8. Mayıs Gülahıyev “Xarici iqtisadi əlaqələr: *tənzimləmə ilə liberallığın tarazlığı*” «Elm və Bilik» -2016,
9. Governments and tourism, by D. J. Jeffries. Butterworth Heinemann, Oxford, 2001, No. of pages: 305. ISBN 0-7506-4478-8
10. DCMS (1999) Tomorrow’s Tourism.
11. Eadington, W. R. and M. Redman, 1991, Economics and Tourism, *Annals of Tourism Research*, 18:41-56.
12. Monge-González, Ricardo; Luis Rivera e Julio Rosales-Tijerino. 2010. “Productive Development Policies in Costa Rica: Market Failures, Government Failures and Policy Outcomes”, IDB Working Paper Series No. idb-wp-157, Inter-American Development Bank.
13. Stiglitz, Joseph. 2002. “Employment, Social Justice and Societal Well-being”. *International Labour Review* 141, 1-2: 9–30.
14. Ishwaran, Mallika and Federica Cimato. 2009. “Making the Right Choices for our Future. An Economic Framework for Designing Policies to Reduce Carbon Emissions”. Department for Environment, Food and Rural Affairs and the Department for Energy and Climate Change, London.
15. Walter Nicolson and Christopher Snyder. Microeconomy theory. Basic principles and extensions. Thomson South-Western. tenth edition.p.679
16. Meleddu M. (2014), Tourism, Residents’ Welfare And Economic Choice: A Literature Review, *Journal of Economic Surveys* 28(2): 376-399.
17. Akis S., Peristanis N. and J. Warner (1996), Residents’ attitudes to tourism development: the case of Cyprus, *Tourism Management* 17: 481-494.
18. Tosun C. (2002), Host perceptions of impacts: a comparative tourism study, *Annals of Tourism Research* 29(1): 231-253.
19. Ross G.F. (1992), Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city, *Journal of Travel Research* 30(3): 13-17.
20. Biagi B. and C. Detotto (2014), Crime as Tourism Externality, *Regional Studies* 1-17.
21. Murphy, P. 2013 *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
22. Muller, H. 2015 Peter Keller: A Pioneer of a Sustainable Tourism Policy. In *Tourism and Leisure: Current Issues and Perspectives of Development*, H. Pechlaner and E. Smeral, eds., pp. 41-50. Berlin: Springer

Улькяр Искендер кызы Мамедова

Основные экономические факторы, требующие государственного регулирования сектора туризма

Резюме

В статье анализируется сравнительный анализ существующих подходов к экономической литературе, связанных с механизмом государственного регулирования сектора туризма. Автор приходит к выводу, что основной целью государственного регулирования является устранение сбоев на рынке туризма или создаваемые дополнительные проблем для деятельности туристической отрасли в других секторах. Это обосновывает необходимость взаимодействия двух из этих регулирующих механизмов с внешними факторами, которые обеспечивают общественный доступ к общественным благам как к другим секторам, так и туристическому сектору.

Ключевые слова: несостоятельность рынка, туризм, внешние эффекты, общественные блага, спрос, предложение



Ulkar Isgender Mammadova

Major economic factors that require state regulation of the tourism sector

Summary

The article analyzes the comparative approaches to the economic literature related to the mechanisms of state regulation of the tourism sector. The author comes to the conclusion that the main purpose of state regulation is to eliminate the insolvency of the tourist market or to create additional problems for the activities of the tourism industry in other sectors. This justifies the need for both of these regulatory mechanisms to intervene - the provision of public goods and external factors that tourism can create in other sectors.

Key words: failure of market, tourism, external effects, public goods, demand, supply

Elmi redaktor: i.f.d., dos. Y.Məmmədov

Daxil olub: 12.08.2019.

Çapa qəbul olunub: 16.08.2019.