

## Turizmə olan tələbatın mahiyyəti, parametrləri və müasir tendensiyalarının işlənməsi metodikası

**Kənan Rövşən oğlu Məmmədov**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**E-mail:** kenan.memmedli1903@gmail.com

**Rəyçilər:** siy.e.ü.e.d., dos. S.İ. Məmmədova,  
i.ü.f.d., dos. M.İ. Süleymanov

**Açar sözlər:** turizm bazarı, tələb, metodika, qiymət, müasir

**Ключевые слова:** рынок туризма, спрос, методология, цена, современный

**Key words:** tourism market, demand, methodology, the price, modern

Bazar iqtisadiyyatına keçid ərəfəsində olan ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda turizm bazarı peşəkarcasına tənzimlənməli, inkişaf proqramları hazırlanmalı, bu proses davam edərək qarşıya çıxan problemlərin həlli yollarının tapılması daha önəmlidir. Beynəlxalq turizm bazarına yenidən inteqrasiya edən Azərbaycan turizm bazarı yüksək potensiala malik olmaqla yanaşı, problemlərdən də azad deyil. Bu problemlərin həll edilməsi üçün dövlət dəstəyi şərtidir. Ancaq hər şeyin dövlətdən umulması düzgün olmazdı. Bazarın inkişaf etdirilməsində böyük şirkətlərin, turizm obyektlərinin, otellərin, restoranların fəaliyyətinin məqsədəuyğun şəkildə qurulmalıdır. Bu qəbildən olan hüquqi şəxslərin turizm bazarının marketinqini, menecmentini düzgün şəkildə apara bilən peşəkarların fəaliyyətinə üstünlük verməsi bir sıra problemlərin həlli ola bilər. Turizm bazarının nizamlanmasında marketinqin, menecmentin, hüquqi tənzimlənməsinin böyük rolu var.

Bundan başqa, Azərbaycanda turizm bazarının durumu, fəaliyyətinin tənzimlənməsi, bazarın ümumi görünüşünü göstərən statistik məlumatlar, cədvəllər və s. kimi materiallardan təşkil olunmuş yazımda turizm bazarının inkişafına kömək edə biləcək təkliflər də yer alıb. Turizm bazarı turizm mallarının alış-verişini təmin edən, tələb ilə təklifi tarazlaşdıran ictimai və iqtisadi bir hadisədir. Turizm bazarını formalaşdıran tələb və təklif arasında olan optimal münasibətlərin yaranmasıdır. Turizm təklifi ilə tələbi arasında yaranmış əlaqələr qarşılıqlıdır. Bu o deməkdir ki, əgər tələbat təklif yaradırsa, bəzən təklif özü də tələbata təsir göstərir.

Tursənaye məhsuluna aid olan tələbat müxtəlif metodlarla müəyyən olunur:

1. İqtisadi amil. Ölkədə ümumi iqtisadi vəziyyət; əhalinin pul gəliri; məhsul və xidmətlərin qiymətləri və turməhsulun qiyməti, inflyasiyanın səviyyəsi və s.

2. Sosial amil. Dövlətin ümumi sosial siyasəti (sosial güzəştlər, təqaüdlər, müxtəlif ödənişlər və s.), turizmlə əlaqədar sosial siyasət (güzəştlə və ya pulsuz turyollayışlar), müxtəlif sosial normaların təyin edilməsi (sosial təminatlar və s.); əhalinin həyat səviyyəsi; mədəni və estetik zövqün formalaşdırılması və s.

3. Demografik amillər. Əhalinin sayı və tərkibi (strukturu, cins-yaş strukturu, ailə sayı və tərkibi; şəhər və kənd əhalisinin nisbəti);

4. Təbii-iqlim amili. Temperatur, günəşli günlərin sayı, coğrafi şərait, təbii resursların olması (dəniz, çay, dağ, meşə və s.);

5. Milli-tarixi amil. Adət və ənənələr, məişət şəraiti və s;

6. Özəl və ya spesifik amillər. Kişi və qadın, gənclər qrupu, yaşlılar qrupu, müalicə məqsədi.

Bu bir neçə variantda müəyyən edilir və ümumən turməhsul, ayrılıqda onun hər növü və xidməti üzrə yerinə yetirilir. Proqnozlaşdırma tursənaye üzrə və hər hansı ayrıca turşirkət üzrə

edilir. Turşənaye üzrə tədqiqat və proqnozlaşdırma (makrosəviyyə) turizm sənayesinin ümumiyyətlə ölkə üzrə və regionlar üzrə turməhsula olacaq tələbatın müəyyən edilməsi, inkişafı istiqamətlərini, yeni növ turməhsulların və turxidmətlərin müəyyənləşdirilməsi, destinasiya sərhədlərinin təyini, üstünlük verilən istirahət növlərinin təyin edilməsi, yerləşdirmə və daşıma sistemlərinin təkmilləşdirilməsi, əyləncə mərkəzlərinin yeniləşdirilməsi və s. əhatə edir.

Müəssisə üzrə aparılan proqnozlaşdırma cari planlaşdırma və operativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Proqnozlaşdırma:

Qısamüddətli – aylıq, rüblük, illik, mövsümi olur.

Orta müddətli – bir ildən üç ilədək – inkişaf perspektivlərini əsaslandırmaq üçündür.

Uzunmüddətli – üç ildən yuxarı – sənayenin inkişaf istiqamətini, tələbat strukturunda proporsiyaları nisbətləri müəyyən edir, inkişaf istiqamətini təyin edir və s.

Tələbat iki metod vasitəsi ilə tədris olunur:

☉ Struktur: yəni, əhali öz pulunu hansı turizm sahəsinə xərcləmək fikrindədir: iri tarixi-mədəni mərkəzlərin gəzintisinə, uzaq dəniz sahillərinə və ya daxili əyalət turizm mərkəzlərinə?

☉ Pulun həcmi: əhalinin turizm üçün ayırdığı pulun həcmi ulduzlu otellərə, çadırlarda qalmağa və ya kənd evlərinə bəs edir.

Ölkənin iqtisadi inkişafı dövründə, əhalinin maddi vəziyyətinin yaxşılaşması və alıcılıq qabiliyyətinin artması zamanı turizmin intensivliyi böyüyür və turizm sənayesi inkişaf edir. İqtisadi tənəzzül dövründə isə turizm məhsuluna olan tələbat azalır bu isə turizm sənayesinə də öz təsirini göstərir.

Turizmin iqtisadi böhran zamanı bu cür xüsusiyyətə malik olması turizm məhsullarına tələbatın elastik olması ilə izah edilir. Bu dövr zamanı turizm məhsuluna olan tələbat az azalır. Belə ki, bahalı turizm xidmət növlərinə tələbat xeyli azalsa da, daha ucuz turizm xidmət növlərinə tələbat xeyli artır.

İqtisadi böhran dövrlərində turizm sənayesində baş verən bu cür dəyişkənlik onunla izah olunur ki,

— insanlar istirahət etmək şansını əldən vermək istəmirlər;

— turizm sənayesində elastik qiymət və xidmət təklifləri mövcuddur.

Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması sahəsində görülən işlərin metodikası:

— turoperatorlar, turagentliklər, yerləşdirmə müəssisələri, iaşə obyektləri, gidlər və digər əlaqədar müəssisə və şəxslər üçün yüksək keyfiyyət standartlarının hazırlanması, bu subyektlərin akkreditasiyası sisteminin təkmilləşdirilməsi;

— turizm sənayesində rəqabətin gücləndirilməsi, inhisar meyllərinə qarşı tədbirlərin həyata keçirilməsi;

— istehlakçıların hüquqlarının qorunması məqsədilə turistlərlə agentliklər arasında bağlanan müqavilələrin və onların icrasının müntəzəm monitorinqinin keçirilməsi;

— turizm zonalarında milli kulinariya mərkəzlərinin yaradılması.

Turizm sahəsində sahibkarlığın dəstəkləndirilməsi metodları:

— turizm sahəsində sahibkarlığın, ilk növbədə, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün müvafiq şəraitin yaradılması;

— mülkiyyət formasından asılı olmayaraq turizm məqsədilə ölkəyə gətirilən texnoloji, mehmanxana avadanlığı və nəqliyyat vasitələri üçün üç il müddətinə gömrük rüsumlarının tətbiqinin dayandırılması;

— yeni yaradılmış turizm təşkilatı və müəssisələrinə vergi güzəştlərini tətbiq olunması;

— turistlərin tələbatının ödənilməsi üçün kiçik şəxsi mehmanxanalar şəbəkəsinin və başqa yerləşdirmə obyektlərinin formalaşması üçün şəraitin yaradılması;

— turizm sənayesinə daxil olan şirkətlərin iş birliyinin dəstəklənməsini.

Turizm əhəmiyyətli obyektlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi sahəsində işlərin metodları aşağıdakılardır:

— belə obyektlərin vahid reyestrinin təkmilləşdirilməsi;

— turist yerləşdirən obyektlərin vahid uçotunun təşkili, onların müxtəlif göstəricilərə görə təsnifatı və fəaliyyətlərinə nəzarətin aparılması;

— müxtəlif yaşayış məntəqələrində turizm əhəmiyyətli yerlərdə mehmanxana və motel-lərin tikilməsi, onların rəasional parametrlərinin müəyyənəşdirilməsi;

— muzeylərin və digər turizm əhəmiyyətli obyektlərin yerli xalq sənəti ustaları ilə əmək-daşlığın təşkili, əl işlərindən ibarət məhsulların muzeylər vasitəsilə satışı sisteminin yaradıl-ması.

Turizm bazarının tədqiqatı sahəsində:

— turizm sahəsində milli marketinq strategiyasının hazırlanması və bu strategiyaya uyğun olaraq illik marketinq planlarının tərtib edilib həyata keçirilməsi;

— turizm zonalarının qiymətləndirilməsi, şəhərlərin və rayonların bu sahədə inkişaf plan-larının reallaşdırılması, sosial-iqtisadi və ekoloji faktorlarla sıx bağlı olan ümumi turist siyasə-tinin strateji istiqamətinin müəyyənəşdirilməsi;

— milli turizm sektorunun təhlili və proqnozlaşdırılmasının iqtisadi-riyazi modellərinin iş-lənib hazırlanması;

— turizmin proqnozlaşdırılması və planlaşdırılmasında statistik uçot sisteminin əsaslı su-rətdə təkmilləşdirilməsi, statistik mənbə və formaların beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırıl-ması;

— turizmin milli iqtisadiyyata təsirini və ÜDM-in formalaşdırılmasında turizm sənaye-sinin payını hesablamaq iqtidarında olan statistik göstəricilər sisteminin işlənilib hazırlanması;

— turizm klasterinin iqtisadiyyata təsirinin təhlil edilməsi.

Təəssüf ki, turizm bazarında mövcud problemlər az deyil və bəziləri bu tədqiqat işində kənarında qalıb.

Zənnimcə, qeyd olunan problemlərin həlli Azərbaycanı dünyanın qabaqcıl turizm mərkəz-lərindən birini çevirməklə, ölkənin iqtisadi inkişafına güclü təkan verə bilər.

**Məqalənin aktuallığı.** Turizmin inkişafı və daha səviyyəli olması üçün zəruri metodlar düzgün tətbiq edilməlidir ki, ölkənin nüfuzuna böyük təsir göstərsin. Buna görə də turizmin inkişafına nail olmaq ölkənin başlıca məqsədlərindən olmalıdır. Bunun üçün turizmin bazar münasibətlərini öyrənmək və düzgün şəkildə tənzimləmək lazımdır. Məqalənin də aktuallığı onun məhz bu kimi vacib bir problemə həsr edilməsi ilə bağlıdır.

**Məqalənin elmi yeniliyi.** Elmi yenilik ondan ibarətdir ki, məqalədə turizm bazarını for-malaşdırən tələb və təklif arasında olan optimal münasibətlərə, onlar arasındakı qarşılıqlı əla-qələrə aydınlıq gətirilir, tursənaye məhsuluna aid olan tələbata dair müxtəlif metodlar haqda söhbət açılır, müəssisə üzrə aparılan proqnozlaşdırmanın cari planlaşdırma və operativ idarə-etmənin təkmilləşdirilməsi üçün əhəmiyyəti qeyd edilir, turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması sahəsində görülən işlərin metodikasının əsas istiqamətləri göstərilir.

**Məqalənin praktik əhəmiyyəti və tətbiqi.** Məqalədən ali və orta ixtisas məktəblərinin müəllimləri, tələbə və magistrantlar, eləcə də turizm sahəsində çalışan mütəxəssislər istifadə edə bilərlər.

## **Ədəbiyyat**

1. Ozan Bahar, Metin Kozak. Turizm Ekonomisi. Ankara, Detay Yayıncılık, 2006.
2. Nazmi Kozak. Turizm Pazarlaması. Ankara, Detay Yayıncılık, 2006.
3. B. Bilalov. Turizmin menecmenti. Bakı, Mütərcim, 2005.
4. F.İ. Qurbanov. Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri. Bakı, 2007.
5. İ. Hüseynov, N. Əfəndiyeva. Turizmin əsasları. Bakı, 2007.
6. H.B. Soltanova, Ş.H. Hüseynova. Turizmin əsasları. Bakı, 2007.
7. S. Yeganlı, E. Hacıyev. Turizm. Bakı, 2006.
8. B. Bilalov. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, 2006.

**К.Р. Мамедов**

### **Методика обработки характера, параметров и современных тенденций спроса на туризм**

#### **Резюме**

Опыт развитых стран показывает, что туризм является мощной силой, влияющей на экономику. Он играет важную роль в формировании государственного бюджета и стабилизации торгового баланса. Однако на этом роль туризма не заканчивается. Развитие туризма преодолевает такую серьезную проблему, как безработица в стране, затрагивает все сферы экономики страны и стимулирует их развитие. Необходимо правильно применять необходимые методы развития и нивелирования туризма, чтобы он оказал большое влияние на престиж страны. Поэтому достижение развития туризма должно быть одной из главных целей страны. Для этого необходимо изучить рыночные отношения туризма и правильно их отрегулировать.

Также в статье уточняется оптимальное соотношение между спросом и предложением, формирующим рынок туризма, взаимоотношения между ними, рассказывается о различных методах формирования спроса, связанных с туристскими продуктами, о значении прогнозирования предприятия для совершенствования текущего планирования и оперативного управления, качества туристических услуг указаны основные направления проводимой работы в области методологии повышения.

**K.R. Mammadov**

### **Methodology for processing the nature, parameters and current trends in tourism demand**

#### **Summary**

The experience of developed countries shows that tourism is a powerful force influencing the economy. It plays an important role in the formation of the state budget and stabilization of the trade balance. However, the role of tourism does not end there. The development of

tourism overcomes a serious problem such as unemployment in the country, affects all areas of the country's economy and stimulates their development. The necessary methods for the development and leveling of tourism should be applied correctly so that it has a great impact on the prestige of the country. Therefore, achieving the development of tourism should be one of the main goals of the country. For this, it is necessary to study the market relations of tourism and adjust them correctly.

The article also clarifies the optimal relationship between supply and demand that forms the tourism market, and the mutual relations between them, talks about various methods of demand related to tourism products, the importance of enterprise forecasting for the improvement of current planning and operational management, the quality of tourism services the main directions of the work carried out in the field of increasing the methodology are indicated.

**Redaksiyaya daxil olub: 24.08.2022**