

AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA TURİZM SAHİBKARLIĞININ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI

UOT: 33, 379.85.

<https://doi.org/10.30546/3006-0346.2025.3.87.624>

CEYHUN NURİYEV

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
Doktorant

E-mail: jeyhunuriyev@gmail.com

Giriş

Müasir dövrdə iqtisadi inkişafın əsas istiqamətlərindən biri kimi turizm sənayesi global miqyasda getdikcə daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Turizm yalnız mədəniyyətlərarası əlaqələrin inkişafı və ölkələrin beynəlxalq imicinin formalaşması ilə kifayətlənməyərək, eyni zamanda yeni iş yerlərinin yaradılması, regionların iqtisadi aktivliyinin artırılması və ümumi daxili məhsulun formalaşmasında mühüm rol oynayır [1]. Bu baxımdan, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri (KOS) iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və sosial-iqtisadi tarazlığın təmin olunmasında əvəzsiz vasitə hesab olunur [2].

Azərbaycanda son illərdə turizmin inkişafı istiqamətində dövlət tərəfindən bir sıra mühüm tədbirlər həyata keçirilmiş, yeni strateji yol xəritələri qəbul edilmiş, infrastruktur layihələri icra olunmuşdur. 2016-cı ildə təsdiqlənmiş "Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" bu sahənin potensialını daha səmərəli dəyərləndirməyə yönəlmiş addımların hüquqi bazasını təşkil edir [3]. Qəbələ, Şəki, Lənkəran, Quba, Naftalan kimi regionlar turizm mərkəzlərinə çevrilmiş, daxili və xarici turist axını əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır [4].

Lakin bu inkişafın dayanıqlı və uzunmüddətli olması üçün turizm sektorunda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlığın rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması əsas prioritetlərdən biri kimi çıxış edir. Çünki məhz bu sahibkarlar yerli xüsusiyyətləri əks etdirən məhsul və xidmətlərin təqdim olunmasında, milli mədəniyyətin və adət-ənənələrin turizm məhsuluna çevrilməsində əsas rol oynayır [5]. Onların təşəbbüskar fəaliyyəti regionların iqtisadi canlanmasına, yerli əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsinə və sosial rifahın yüksəlməsinə bilavasitə təsir göstərir [6].

Bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarların rəqabətqabiliyyətinin artırılması istiqamətində kompleks yanaşmaya ehtiyac duyulur.

Bu məqalədə Azərbaycanda kiçik və orta turizm sahibkarlığının mövcud vəziyyəti təhlil olunacaq, əsas problemlər müəyyən ediləcək və onların rəqabətqabiliyyətliliyini artırmaq üçün effektiv və praktiki həll yolları təklif ediləcəkdir.

Turizmdə rəqabətqabiliyyətlilik

Turizmdə rəqabətqabiliyyətlilik ölkənin, regionun və ya turizm müəssisəsinin digər rəqiblərlə müqayisədə turisti cəlb etmə və məmnun etmə qabiliyyətidir. Bu, yalnız qiymətlərlə bağlı deyil, həm də təqdim olunan xidmətlərin keyfiyyəti, innovasiya, turizm infrastrukturunun səviyyəsi və davamlı inkişaf kimi faktorlarla bağlıdır.

Əsas faktorlar və onların izahı

1. Turizm məhsulunun keyfiyyəti və müxtəlifliyi

Turizm məhsulu dedikdə, bir yerin təqdim etdiyi təbii gözəlliklər, mədəniyyət, tarix, əyləncə imkanları nəzərdə tutulur. Məhsulun zənginliyi turistlər üçün daha çox seçim deməkdir, bu da rəqabətqabiliyyətliliyi artırır. Məsələn, İspaniyada həm dəniz turizmi, həm mədəni turizm, həm də tarixi abidələr genişdir və bu ölkəni rəqabətqabiliyyətli edir [7].

2. İnfrastruktur və nəqliyyat şəbəkəsi

Yaxşı inkişaf etmiş nəqliyyat (hava limanları, yollar, qatarlar) və keyfiyyətli otel, restoran kimi xidmət infrastrukturunu turizmi asanlaşdırır və turistlərin rahatlığını təmin edir. İnfrastruktur turizmin inkişafında əsas amillərdən biridir [8].

3. Xidmət keyfiyyəti

Turistlərin məmnuniyyəti göstərilən xidmətin səviyyəsindən çox asılıdır. Peşəkar bələdçilər, qonaqpərvər personal, yüksək keyfiyyətli otel və yemək xidmətləri turizmin rəqabətqabiliyyətliliyini artırır [9].

4. Qiymət siyasəti və dəyər təklifi

Turistlər üçün münasib qiymətlərin təklif olunması vacibdir. Qiymətlərin əlçatanlığı və təqdim olunan xidmətin dəyərinə uyğun olması turizmin rəqabətçi olmasına şərait yaradır [10].

5. Marketing və tanıtım

Turizm yerlərinin effektiv tanıtımı və reklamı turistlərin diqqətini cəkmək üçün vacibdir. Müasir dövrdə rəqəmsal marketing, sosial media platformaları və beynəlxalq sərgilər vasitəsilə tanıtım aparılır [9].

6. Davamlılıq və ətraf mühitin qorunması

Turizm sahəsində davamlılıq prinsiplərinə riayət olunması – təbii ehtiyatların qorunması, ətraf mühitin təmiz saxlanması və mədəni irsin qorunması

– uzunmüddətli rəqabət üstünlüyü təmin edir [11].

7. Sosial və mədəni faktorlar

Yerli əhalinin turizmə münasibəti və qonaqpərvərliyi də rəqabətcabiliyyətlikdə vacib rol oynayır. Mülayim sosial mühit və mədəni müxtəliflik turistləri cəlb edə bilər [7].

Kiçik və orta turizm sahibkarlığının əhəmiyyəti və ümumi vəziyyəti

Azərbaycanda turizm sektoru iqtisadiyyatın qeyri-neft istiqamətində inkişaf etdirilən əsas sahələrindən biri kimi mühüm rol oynayır.

Əsas çətinliklər

KOS-lar müxtəlif çətinliklərlə üzləşirlər:

- Maliyyə resurslarına çıxışın məhdudluğu: Kredit faizlərinin yüksəkliyi, girov təminatının tələb olunması və kreditlərin qısamüddətli olması KOS-ların inkişafını ləngidir [12].

- Kadr çatışmazlığı: Turizm sahəsində mütəxəssis hazırlığı zəif təşkil olunmuşdur [13].

- Texnologiyaya çıxışın zəifliyi: KOS-lar onlayn satış platformalarından və rəqəmsal marketing alətlərindən istifadədə geri qalırlar [14].

Rəqabətcabiliyyətliliyin artırılması strategiyaları Hüquqi və institusional islahatlar

Dövlətin normativ-hüquqi mühiti sadələşdirməsi və sahibkarlıq mühitinin şəffaflaşdırılması vacibdir [15]:

- Turizm lisenziyalarının verilməsi proseduru avtomatlaşdırılmalı və elektronlaşdırılmalıdır;

- Regionlar üzrə turizm strategiyaları hazırlanaraq yerli icra hakimiyyətləri ilə integrasiya edilməlidir;

- Turizm sahəsində çalışan KOS-ların hüquqi müdafiəsi üçün Sahibkar Ombudsmanı institutu yaradılmalıdır.

Maliyyə alətlərinin inkişafı

KOS-ların rəqabətcabiliyyətli olması üçün onların maliyyə dayanıqlığı təmin olunmalıdır:

- Sahibkarlığın İnkişafı Fondu və KOBİA tərəfindən aşağı faizli, uzunmüddətli kreditlər və zəmanət mexanizmləri genişləndirilməlidir [12];

İnsan kapitalının inkişafı

Turizm sahəsində uğur peşəkar kadrların olması ilə sıx bağlıdır [16]:

- Turizm üzrə peşə təhsili müəssisələrinin sayı və keyfiyyəti artırılmalıdır;

- Bölgələrdə fəaliyyət göstərən KOS-ların işçiləri üçün qısamüddətli ixtisasartırma proqramları təşkil olunmalıdır;

- KOS-lar üçün peşəkar mentorluq proqramları hazırlanmalı və onlara texniki dəstək göstərilməlidir.

Rəqəmsallaşma və texnoloji yeniliklər

Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin və əhatəliliyinin artırılması üçün texnologiyalardan istifadə zəruridir [17]:

- KOS-ların veb saytlarının və mobil tətbiqlərinin hazırlanması üçün texniki və maliyyə dəstəyi ayrılmalıdır;

- Turizm obyektlərinin vahid elektron xəritəsi yaradılmalı və turistlər üçün interaktiv şəkildə təqdim olunmalıdır;

- Süni intellekt, chatbot və Big Data kimi texnologiyalarla müştəri təcrübəsinin fərdiləşdirilməsi təşviq edilməlidir.

Marketing və brendləşmə strategiyaları

Məhsulun bazarda tanınması onun uğurunda həlledici rol oynayır [14].

Klasterləşmə və şəbəkələşmə

İntegrasiya olunmuş turizm məhsulu formalaşdırmaq üçün klaster modelləri effektivdir [17].

- KOS-lar yerləşmə, nəqliyyat, qida, bələdçilik və əyləncə xidmətləri üzrə vahid turizm paketləri yarada biləcək klasterlərdə birləşdirilməlidirlər;

- Regional turizm assosiasiyaları yaradılaraq şəbəkələşməyə şərait yaradılmalıdır;

- Klaster iştirakçıları üçün ümumi satış platforması və lojistika infrastrukturunu qurulmalıdır.

Nümunələr və təcrübələr

- Gürcüstan modeli: "Georgian Travel Guide" və "Rural Tourism Portal" kimi platformalar regionların tanıtımını effektiv şəkildə təmin edir [18];

- Estoniya: Elektron hökumət infrastrukturundan istifadə edərək turizm lisenziyası, rezervasiya və qiymətləndirmə proseslərini rəqəmsallaşdırmışdır [19];

- İtaliya: Toskana bölgəsində ailəvi turizm klasterləri regional məhsulun beynəlxalq səviyyədə tanınmasına xidmət edir [20];

Statistik göstəricilər və təhlil

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin 2023-cü il məlumatlarına görə, ölkədə turizm sektorunda fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin təxminən 90%-i kiçik və orta sahibkarlıq (KOS) kateqoriyasına daxildir [21]. Bu göstərici kiçik və orta müəssisələrin turizmin inkişafında nə qədər böyük rol oynadığını göstərir.

Bundan əlavə, 2022-ci ildə turizm sektorunun ümumi daxili məhsula (ÜDM) töhfəsi 7.5% səviyyəsində olmuşdur ki, bu da iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biri

olduğunu təsdiqləyir [22]. KOS-lar tərəfindən təqdim olunan xidmətlər isə əsasən regionlarda yerləşən kiçik otellər, restoranlar, bələdçi xidmətləri və mədəni turizm sahələrini əhatə edir.

Regionlarda turizmin inkişafı sayəsində işsizliyin azaldılması və yerli iqtisadiyyatın canlandırılması müşahidə olunur. Məsələn, 2023-cü ilin I yarısında turizm sahəsində yaradılan iş yerlərinin 65%-i kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri tərəfindən təmin edilmişdir [23].

Bununla belə, KOS-ların qarşılaşdığı əsas problemlər arasında maliyyə resurslarının məhdudluğu, infrastrukturularla bağlı çatışmazlıqlar və bazar şərtlərinə uyğun innovasiyaların tətbiqində çətinliklər yer alır. Dövlət dəstəyi proqramlarının effektiv tətbiqi bu çətinliklərin aradan qaldırılmasında mühüm rol oynayır [24].

Nəticə

Azərbaycanda turizm sektoru, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri vasitəsilə iqtisadiyyatın diversifikasiyası və regionların inkişafı üçün əvəzsiz potensiala malikdir. KOS-ların çevik idarəetmə qabiliyyəti, yerli resursların səmərəli istifadəsi və fərdi xidmətlər göstərmək imkanları onların rəqabətqabiliyyətliliyini artırır. Dövlət tərəfindən yaradılan dəstək mexanizmləri, infrastrukturun təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq təcrübələrin tətbiqi turizm sektorunun dayanıqlı inkişafını təmin edə bilər. Buna görə də kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi ölkənin turizm strategiyasında prioritet olmalıdır.

Gələcəkdə Azərbaycanda kiçik və orta turizm sahibkarlığının rəqabətqabiliyyətliliyinin daha da artırılması üçün regional turizmin potensialından səmərəli istifadə edilməli, ekoturizm və mədəni turizm kimi sahələrə xüsusi diqqət verilməlidir. Eyni zamanda, turizm məhsullarının keyfiyyətinin yüksəldilməsi, rəqəmsal marketing imkanlarının genişləndirilməsi və beynəlxalq tərəfdaşlıqların inkişaf etdirilməsi vacibdir.

Nəticə etibarilə, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı Azərbaycanda turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün əsas amil olmaqla yanaşı, iqtisadiyyatın dayanıqlı və balanslı inkişafına da mühüm töhfə verəcəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. UNWTO. (2022). *International Tourism Highlights – 2022 Edition*. United Nations World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/international-tourism-highlights>
2. OECD. (2021). *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20>

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20>

3. Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafına Dair Strateji Yol Xəritəsi. (2016). https://president.az/files/future_vision.pdf

4. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (2023). *Turizm və İstirahət üzrə statistik göstəricilər*. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

5. Quliyev, R. M. (2020). *Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın turizm sektorunda inkişaf perspektivləri*. Bakı İqtisadiyyat və İdarəetmə Jurnalı, 12(3), 54-69.

6. Əliyev, T., & Rəhimov, E. (2021). *Azərbaycanda turizm sektorunda kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf perspektivləri*. Azərbaycan İqtisadiyyat Jurnalı, 5(2), 45-58.

7. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). *Destination competitiveness: determinants and indicators*. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.

8. World Economic Forum (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

9. Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.

10. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). *Tourism Competitiveness Reports and Publications*. <https://www.unwto.org>

11. Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.

12. İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi. (2023). *Turizm sektorunun təhlili*. <https://www.enterpriseazerbaijan.com>

13. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (2023). *Rəsmi statistik göstəricilər*. <https://www.stat.gov.az>

14. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

15. KOBİA - Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi. (2023). <https://www.smb.gov.az>

16. World Tourism Organization (UNWTO). (2022). *Tourism and SDGs*. <https://www.unwto.org>

17. OECD. (2020). *Tourism Trends and Policies*. <https://www.oecd.org>

18. Gürcüstan Milli Turizm Administrasiyası. (2022). <https://gnta.ge>

19. Estoniya Turizm Agentliyi. (2022). <https://visitestonia.com>

20. Italian National Tourist Board. (2022). <https://www.italia.it>

21. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (2023). *Turizm və İstirahət üzrə statistik göstəricilər*. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

ka Komitəsi. (2023). *Turizm və İstirahət üzrə statistik göstəricilər*. Bakı: ARDSK. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

22. *World Travel & Tourism Council (WTTC)*. (2023). *Economic Impact Report – Azerbaijan*. <https://wtcc.org>

23. *Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi (KOBİA)*. (2023). *Kiçik və orta biznesin illik fəaliyyəti üzrə hesabat*. <https://www.smb.gov.az>

24. *The World Bank*. (2021). *Azerbaijan Economic Update: Fostering private sector-led growth*. Washington, DC: The World Bank. <https://documents.worldbank.org>

XÜLASƏ

Bu məqalədə Azərbaycanda turizm sektorunun mühüm tərkib hissəsi olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin (KOS) rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması məsələsi tədqiq olunur. Müasir iqtisadi şəraitdə KOS-lar turizm məhsulunun formalaşdırılması, regionların iqtisadi inkişafı və yeni iş yerlərinin yaradılması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Lakin maliyyə resurslarına çıxışın məhdudluğu, peşəkar kadr çatışmazlığı, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqində gerilik və zəif marketinq kimi problemlər onların rəqabət mövqeyini zəiflədir. Məqalədə bu problemlər təhlil olunur və onların həlli üçün kompleks yanaşmalar – o cümlədən dövlət dəstəyi alətləri, rəqəmsallaşma strategiyaları, kooperasiya formaları və peşə hazırlığının təkmilləşdirilməsi kimi mexanizmlər irəli sürülür. Nəticə etibarilə, tövsiyə olunan tədbirlərin həyata keçirilməsi KOS-ların dayanıqlılığını və beynəlxalq bazarlarda mövqelərini gücləndirə bilər.

Açar sözlər: *Turizm, kiçik və orta sahibkarlıq, rəqabətqabiliyyətlilik, dövlət dəstəyi, rəqəmsallaşma, Azərbaycan.*

Jeyhun Nuriyev İlqar
Azerbaijan State University of Economics,
PhD student

SUMMARY

This article examines the issue of increasing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs), which are an important component of the tourism sector in Azerbaijan. In modern economic conditions, SMEs are of strategic importance in terms of shaping the tourism product, economic development of regions and creating new jobs. However, problems such as limited access to financial resources, lack of professional staff, lagging behind

in the application of digital technologies and weak marketing weaken their competitive position. The article analyzes these problems and puts forward comprehensive approaches to their solution - including mechanisms such as state support instruments, digitalization strategies, forms of cooperation and improving professional training. As a result, the implementation of the recommended measures can strengthen the sustainability of SMEs and their positions in international markets.

Keywords: *Tourism, small and medium-sized enterprises, competitiveness, state support, digitalization, Azerbaijan*

Джейхун Нуриев Ильгар
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет, докторант

АБСТРАКТ

В данной статье рассматривается вопрос повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий (МСП), которые являются важной составляющей туристического сектора в Азербайджане. В современных экономических условиях МСП имеют стратегическое значение с точки зрения формирования туристического продукта, экономического развития регионов и создания новых рабочих мест. Однако такие проблемы, как ограниченный доступ к финансовым ресурсам, нехватка профессиональных кадров, отставание в применении цифровых технологий и слабый маркетинг, ослабляют их конкурентные позиции. В статье анализируются эти проблемы и предлагаются комплексные подходы к их решению, включающие такие механизмы, как инструменты государственной поддержки, стратегии цифровизации, формы сотрудничества и совершенствование профессиональной подготовки. В результате реализация рекомендуемых мер может укрепить устойчивость МСП и их позиции на международных рынках.

Ключевые слова: *Туризм, малый и средний бизнес, конкурентоспособность, государственная поддержка, цифровизация, Азербайджан.*