

Arzu Nəcəf oğlu HƏSƏNOV, i.e.d., professor (attestatsız)
Gəncə Dövlət Universiteti
E-mail: arzu_hasan@mail.ru

F ərid Rahil oğlu ORUCOV
Gəncə Dövlət Universitetinin magistrantı
E-mail: feridorucov20@gmail.com

TURİZM DESTİNASİYASININ STRUKTURUNUN PLANLAŞDIRILMASI VƏ TƏŞKİLİ PRİNSİPLƏRİ

Xülasə

Mövzunun aktuallığı. Müasir turizm sənayesinin təşkili və davamlı inkişafı, ərazilərin təbii turizm ehtiyatlarına və potensialına müvafiq lokallaşdırılmış turizm subyektlərinin yaradılmasını tələb edir. Belə tip turizm subyektlərindən biri turizm destinasiyaları hesab edilir. Turizmin davamlı inkişafını təmin etmək üçün destinasiyaların optimal strukturunun formalaşdırılması vacib amil hesab edilir. Məqalə, məhz turizm destinasiyalarının planlaşdırılması və təşkili prinsiplərinə həsr edilib və ona görə də, aktuallığı ilə seçilir.

Tədqiqatın məqsədi. Tədqiqatın məqsədi, turizm destinasiyalarının planlaşdırılması, strukturunun təşkili və səmərəli fəaliyyət prinsiplərinin müəyyən edilməsindən ibarətdir.

Tədqiqat materialları və metodları. Tədqiqatın materialını yerli və xarici tədqiqatçıların turizm destinasiyalarının planlaşdırılması, təşkili və inkişafına həsr edilmiş tədqiqat əsərləri, beynəlxalq, milli və yerli turizm təşkilatlarının destinasiyaların təşkilinə yanaşma prinsipləri təşkil edir.

Tədqiqatda analitik təhlil, müqayisə, ümumiləşdirmə, sintez metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqat nəticəsində destinasiyaların planlaşdırılması, strukturunun təşkili və səmərəli fəaliyyətinin prinsipləri müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti. Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilən prinsiplər, irəli sürülən təklif və tövsiyələr təcrübi əhəmiyyətlidir və turizm destinasiyalarının təşkilində dövlət turizm idarəetmə orqanları, turizm təşkilatları tərəfindən istifadə edilə bilər. Tədqiqatın nəticələrinə turizm destinasiyalarının təşkilinə dair elmi-tədqiqat işlərində dəyərli mənbə kimi istinad edilə bilər.

Açar sözlər: turizm sənayesi, turizm destinasiyası, destinasiyanın strukturu, təşkili prinsipləri

UOT: 332

JEL: L83

Giriş

Müasir qloballaşan dünyanın iqtisadi münasibətlər sistemində mühüm yerlərdən birini tutan turizm sənayesinin sürətli inkişafı, sosial-iqtisadi, mədəni, qlobal inteqrasiya və s. proseslərdə mühüm rol oynaması, onun müəyyən aspektlərinin geniş tədqiqini ön plana çəkir. Eyni zamanda, müasir inkişaf edən turizm sənayesinin çoxaspektli, şaxələnmiş, mürəkkəb iqtisadi, sosial və ekoloji sistem kimi formalaşması onun əsas komponentləri olan subyektlərinin, yəni turistlərin və obyektlərin, yəni, turizm istiqamətlərinin qarşılıqlı əlaqəsinə, inteqrativ xarakterinə əsaslanır.

Turizm, mahiyyətinə və fəaliyyətinin xarakterinə görə, təbii amillərlə, o cümlədən

coğrafi ərazilərlə sıx bağlıdır və bir çox hallarda bu fəaliyyət təbii-coğrafi şərtlərdən asılı olur. Əksər fəaliyyət sahələri kimi turizm fəaliyyətinin təşkili və inkişafında bir çox ehtiyatlar, xüsusilə turizm marağı yaradan, turistləri səyahətə təhrik edən, onların tələbatlarını ödəyən, istehlak dəyərinə malik olan təbii, antropogen, təbii-antropogen, infrastruktur və s. ehtiyatların rolu qeyd edilməlidir. Turizm sistemlərinin əsas elementi turisti motivləşdirən, müəyyən əlamətləri və xüsusiyyətləri ilə bağlı olan ərazilər cəlb edir, onun səfər etdiyi və bir müddət vaxt keçirdiyi yer - destinasiya yeri, tələbatların ödənməsi məkanıdır.

Müzakirə. Çoxaspektli və mürəkkəb sistem kimi xarakterizə edilən turizm sənayesinin əsas komponentlərindən, altsistemlərindən biri turizm destinasiyası hesab edilir. Turizm destinasiyası, müəyyən bir ərazidə yerləşən qarşılıqlı funksional əlaqəli elementlərdən, o cümlədən, turizm ehtiyatları, maliyyə vəsaitləri, turizm texnologiyaları, ərazinin xüsusi turizm (istehsal, xidmət, bazar) infrastrukturunu, ümumi infrastruktur, peşəkar kadr potensialı, dövlət və özəl turizm idarəetmə institutları, turizm birlikləri və təşkilatları, turizm müəssisələri, informasiya-kommunikasiya strukturları və s. formalaşır və fəaliyyət göstərir.

“Destinasiya yeri, destinasiya məkanı” anlayışı latın mənşəli “location” sözündən yaranıb və 30 ilə yaxındır ki, xarici tədqiqatçıların və turizm praktiklərinin konseptual aparatının əsas terminlərindən biri kimi geniş formada istifadə edilir [1, 55-58].

Müasir turizm sisteminin tərkib hissəsi kimi “turizm destinasiyası” anlayışı ilk dəfə XX əsrin 80-ci illərində nəzərdən keçirilmiş və leksikona daxil olmuşdur və turizm destinasiyası müvəqqəti qalma üçün turistləri cəlb edən məkan, ərazi və bu cür cəlbediciliyi yaradan və ona maraq oyadan, kömək edən xüsusiyyətlərin məcmusu kimi qəbul edilirdi. Digər mənbələrə görə “destinasiya” anlayışı latın (“destino”) sözündən törəyib və destinasiya, yer, ünvan kimi tərcümə olunur [2, s. 274].

Bir çox elmi ədəbiyyatlarda və elmi sahələrdə, fəaliyyət sahələrində, müəssisələr praktikasında “destinasiya” anlayışı nisbətən yeni hesab edilir və yaxın vaxtlara kimi nisbətən az işlədilir.

“Turizm destinasiyası” anlayışının izahına yönəlmiş son tədqiqatların metodologiyasından və mövcud nəticələrindən istifadə edərək, bu anlayışın şərhinə və izahına yönəlmiş müxtəlif istiqamətləri aradan qaldıraraq, vahid yanaşma və fənlərarası prinsip əsasında destinasiya yerinin müəyyən edilməsinə yanaşmaların sistemləşdirilməsi aktuallaşır. Bundan başqa, hərtərəfli konseptual baxış sistemindən istifadə edərək, məsələyə aid müxtəlif müddəaları inkişaf etdirərək, biz tədqiq olunan konsepsiyanın mahiyyəti üzrə fənlərarası, metafən yanaşması, mədəni yanaşma və sivilizasiya yanaşmalarının ümumiləşdirilməsi yolu ilə turizm destinasiyası anlayışının mahiyyətə daha

yaxın çərçivəsini formalaşdırma bilərik [10, s. 133–143].

Turizmin ən məşhur və nüfuzlu xarici və yerli tədqiqatçıların “destinasiya” anlayışının mahiyyətinə müxtəlif yanaşmaları var. Bu yanaşmalar formaca müxtəliflikləri ilə fərqlənsə də, mahiyyətə oxşar fikri ifadə edir və müəyyən amillərin daha qabarıq ifadə edilməsi ilə seçilir.

Turizm destinasiyasını Ümumdünya Turizm Təşkilatının ekspertləri və mütəxəssisləri turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini müəyyən edən idarəetmə sistemi, imici və qavrayışa zəmin yaradan, davranışları dəyişən, təəssüratları müəyyən edən, fiziki və inzibati sərhədlərə malik olan, turistin ən azı bir gecə keçirdiyi coğrafi məkan kimi xarakterizə edirlər [5, s 1].

Destinasiya anlayışının mahiyyətinə klassik nöqteyi-nəzərdən ən mürəkkəb iki yanaşmanın nəzərdən keçirilməsini də maraqlı hesab edirik. Birincisi, ən çox istinad edilən turizm nəzəriyyəçiləri tərəfindən təklif edilir ki, destinasiya ideoloji, təşkilati və koqnitiv (dərketmə) aspektlərdən nəzərdən keçirilməlidir.

Destinasiyanın ideoloji aspekti ərazinin spesifik “maddi” xüsusiyyətlərinin məcmusunu, yəni, təbii, antropogen və qarışıq xüsusiyyətlərini təmsil edir. Təşkilati aspektə destinasiyanın yaranmasının məkan və zaman xüsusiyyətləri, koqnitiv aspektinə isə turistin və ya ekskursantın destinasiyanı dərk etmə və qavrama səviyyəsi, destinasiyada olduğu müddətdə hissə və emosiyalarının dinamikası, destinasiyaya təkrar cəlb olunma dərəcəsi başa düşülür. Bu aspekt, ümumiyyətlə, xidmət sahəsində, xüsusilə müasir turizm biznesində fəaliyyətin nəticələrinə ciddi təsir edən amil hesab edilir.

Bu yanaşma müəyyən çatışmazlıqlar olmasına baxmayaraq, destinasiya anlayışının ən əhatəli təhlili hesab edilir. Yanaşmanın çatışmazlıqlarına destinasiyanın özünü ümumi terminologiyada “cəlbedici” kimi şərh edilməsinə meyillilik aid edilir. Eyni zamanda, bu yanaşma turizm məhsulunun şaxələndirilmiş və çoxkomponentli olmasını və müxtəlif cəlbedici amillərin və onların qarşılıqlı təsirlərini, bağlılıqlarını və asılılıqlarını, bəzən isə kombinə edilməsini, destinasiyanın müxtəlif komponentlərinin (infrastruktur, attraksionlar, xidmət istehsalçıları, ekoloji mühit, yerli icmaların münasibəti və s.) əlaqəsini, qarşılıqlı

təsiri və qarşılıqlı münasibətlərini, bu amillərin turistin “aldığı” son məhsula təsirini, destinasiyanın idarəetmə sisteminin xüsusiyyətlərini nəzərə almır. Bu amillər isə destinasiyanın fəaliyyəti prosesində mühüm rol oynayırlar.

Turizm destinasiyası, həm də turist-ekskursantın səfər etmək və bir müddət orada qalaraq istehlak tələbatlarını ödəmək üçün seçdiyi konkret ərazi, turist-ekskursant və turizm infrastrukturunu arasında qarşılıqlı əlaqənin əsas elementlərinin təzahür etdiyi ərazi kimi qəbul edilir [7, s. 87].

Destinasiya turistin istehlak ehtiyaclarına, gözləntilərinə, dərkətmələrinə, emosiyalarının dinamikasının təmin edilməsinə, davranışlarında müəyyən transformasiyaların baş verməsinə və qavrayışlarına əsaslanan inteqrasiya olunmuş kompleks məhsuldur və turistlərdə müəyyən təəssüratların yaranmasına xidmət edir. Turizm destinasiyasında sistem kimi formalaşmış və fəaliyyət göstərən turizm infrastrukturunu qeyd edilən amillərin təmin edilməsinə, turistlərin ehtiyaclarının ödənilməsinə xidmət edir.

Destinasiya dedikdə, turistləri cəlb edən ölkələr, rayonlar, şəhərlər və digər ərazilər turizm fəaliyyətinin, turist axınının bölüşdürülməsi və lokallaşdırılması yerləridir. Destinasiya görkəmli turizm abidələrinin, yerləşdirmə obyektlərinin, yeməklərin, əyləncələrin, turizmin iqtisadi, sosial və fiziki təsirlərinin, digər xidmətlərinin maksimum cəmləşdiyi yerlər kimi qəbul edilə bilər.

Destinasiya dedikdə, konkret turistin və ya turist qruplarının tələbatının bütöv bir seqmentinin səyahət məqsədi kimi seçdiyi, bütün zəruri istehsal və xidmət qurumlarına, təşkilatlara, yerləşmə və qidalanma obyektlərinə, müxtəlif çeşid xidmətlərə, əyləncə və idman-sağlamlıq infrastrukturuna malik olan müəyyən sosial-coğrafi ərazi, lokal məkan başa düşülə bilər [4, s. 51-52].

Turizm destinasiyası, həm də turizm regionu, yəni istirahət və ya asudə vaxtın təşkili üçün zəruri olan xüsusi obyekt və xidmətlərin geniş şəbəkəsinə malik ərazi kimi də müəyyən edilə bilər. Bu tərifdən belə nəticə çıxır ki, turizm regionu müstəqil hesab olunmaq üçün turistlərin orada qalmaları üçün bütün zəruri şəraitə malik olmalıdır, yəni turistin və ya turist qrupunun turizm məhsulları və xidmətləri istehlak edə

bildikləri, yaxud bu istehlaka şərait yaradan imkanlara malik olan yerdir. Bu məkanda, coğrafi ərazidə turistlərin seçdiyi və istehsalçı tərəfindən satılan xidmətlərin və turizm məhsullarının istehsal-istehlak prosesinin baş verməsi, onun mahiyyətini əks etdirən əsas amil kimi çıxış edir. Beləliklə, turizm destinasiyası da turizm regionu kimi səyahətin məqsədi və eyni zamanda, turizm məhsulunun transformasiya olunmuş formasıdır [3, s. 131–136].

Bundan başqa, turizm destinasiyası müxtəlif yanaşmalar və prinsiplər əsasında formalaşdırılmış inzibati sərhədləri olan konkret ərazi, qorunan ərazi, milli park, tarixi hadisələrin baş verdiyi məkan, müəyyən əlamətdar hadisələrlə tanınan lokal bölgə və bu tipli göstəricilərə malik coğrafi ərazi vahidi kimi də səciyyələndirilə bilər [9, s. 151].

Turizm sənayesində aktual məsələlərdən biri, müasir tipli destinasiyaların strukturunun formalaşdırılması, işinin təşkili və səmərəli idarə edilməsidir. Bu zaman destinasiyanın strukturunun səmərəli təşkili, onun rəqabət qabiliyyətli subyekt kimi turizm bazarında davamlı fəaliyyətinə və inkişafına təminat yaradır.

Turizm destinasiyasının formalaşması və səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün istehsal strategiyasının və taktikasının həyata keçirilməsini və orada səmərəli iqtisadi, sosial və ekoloji fəaliyyətə yönəlmiş turizm xidmətləri və məhsullarının tərtibi və istehsalı, turizm destinasiyasında istehlakçılara təklif edilməsi üçün həm də informasiya-kommunikasiya strukturlarının mövcud olması da əsas şərtlərdən biridir.

İstehlak tələbatlarından asılı olaraq turistlər hər hansı destinasiyaya ilk növbədə onun təbii şəraiti, təklif olunan xidmətlər və məhsulların çeşidi, turistlərə ən yaxşı səviyyədə turizmle bağlı xidmətləri təklif etmək üçün destinasiyaya aid elementlərin yaxşı qarşılıqlı əlaqələndirilməsi meyarlarına görə səfər edirlər. Dünyada turizmin sürətli inkişafı ilə əlaqədar olaraq, turizm destinasiyaları öz rəqabət qabiliyyətlərini istehlakçılar üçün əlverişli qiymətlərlə məhsul və xidmətlər təklif edərək qoruyub saxlaya və gücləndirə bilirlər. Rəqabətə davamlı olmaq üçün destinasiya potensial turistlərin tələbatlarına daha uyğun gələn məhsul və xidmətlər istehsal və təklif etməlidirlər. Təcrübə

göstərir ki, strukturu yaxşı planlaşdırılan turizm destinasiyaları uzunmüddətli davamlı inkişafı, rəqabət qabiliyyətini artıran və ciddi keyfiyyət dəyişikliyinə məruz qalan turist məmnuniyyətini təmin edə bilər.

Destinasiyaların strukturunun səmərəli, elmi əsaslandırılmış planlaşdırılması zamanı bir çox üstünlüklərə zəmin yaranır və destinasiyalar turizm bazarında uğurlu olurlar. Turizmdə bazar liderliyi hər bir destinasiyanın strateji məqsədidir və rəqabət mühitində məhsul və xidmətlər təklif etməklə, bazar payını artırmaq üçün nəzərdə tutulan mövqedir [6, 298-316]. Bazar lideri olan destinasiya, həmişə effektiv planlaşdırma strategiyası vasitəsilə müəyyən bazarda satışların ümumi həcmində öz bazar payını artırır.

Planlaşdırma zamanı əsasən destinasiyaya loyallığın təmin edilməsinə diqqət yetirilir. Destinasiyanın turizm bazarında liderliyini müəyyən etmək üçün qəbul edilən dəyəri, məhsul və xidmətlərin əhatə dairəsini, imici, qiymət siyasətini, destinasiyanın bazarda təbliği xərclərini və mənfəəti əsas götürürlər. Destinasiyanın planlaşdırılması turizm məkanının ümumi inkişaf səviyyəsini artırdığına görə, destinasiyalar arasında artan rəqabətə əsasən strateji planlaşdırmanı və inkişaf istiqamətlərini nəzərə almaq vacibdir.

Turizm destinasiyalarının strukturunun səmərəli planlaşdırılması regional iqtisadi inkişafı da stimullaşdırır. Ərazinin ehtiyatlarının effektiv istifadəsi, ehtiyatların səfərbər edilməsi məsələləri də struktur planlaşdırma zamanı diqqət mərkəzində olmalıdır. Turizm destinasiyalarının planlaşdırılması, eyni zamanda, mövcud resursların istifadəsini optimallaşdırmağa kömək edir. Turizm fəaliyyətini dəstəkləyən su, elektrik enerjisi, torpaq, qurğu, bina və digər infrastruktur elementləri, ictimai və şəxsi nəqliyyat, rabitə və s. kimi resurslar turizmin inkişafı üçün əsas ehtiyatlardır. Əsaslı planlaşdırılmış turizm destinasiyası, həm də yerli icmaların, əhəlinin, turistlərin və turizmin inkişafında maraqlı tərəflərin istifadəsi üçün əlverişli olan bu resursları optimallaşdırır və istifadəsinə imkan yaradır.

Destinasiyanın strukturunun planlaşdırılması prosesində aşağıdakı ümumiləşdirilmiş hallar üzrə təhlilin aparılmasına ehtiyac yaranır [8, s. 23-36].

- ərazidə mövcud vəziyyətin təhlili;
- planlaşdırma prosesinin həyata keçirilməsi;
- davamlı fəaliyyətin təşkili və idarə edilməsi.

Destinasiyanın effektiv idarə edilməsi, turizmin gələcək inkişafı, marketinqi və digər zəruri sahələrin fəaliyyəti üçün strateji istiqaməti müəyyən edir, qərarların qəbulu bu sahədə mövcud olan ən yaxşı biliklərin istifadəsinə əsaslanır və destinasiyanın strukturunun effektiv planlaşdırılması aşağıdakı müsbət meyilləri təmin edir:

- regionada turizmin inkişafında maraqlı olan bütün maraqlı tərəflərin turizmin inkişafına cəlb edilməsini;

- aydın şəkildə müəyyən edilmiş prinsiplər əsasında idarə olunan, əlaqələndirilmiş yanaşmanı;

- destinasiyanın mövcud daxili və xarici əməliyyat və fəaliyyət mühitinin imkanlarına əsaslanmağı;

- destinasiya üçün turizm tələbi və təklifi proqnozlarının düzgün müəyyən edilməsini;

- marketinq araşdırması, maraqlı tərəflərin dəyərləri, planlaşdırma mühiti və mövcud resurslar və vəsaitlər daxil olmaqla, bütün müvafiq məlumatların nəzərə alınmasını;

- destinasiyanın missiya, məqsədlər, strategiyalar və fəaliyyətlər, brendinq və mövqeləşmə, rollar və məsuliyyətlər, davam edən idarəetmə prosesləri və təkmilləşmə tədbirləri daxil olmaqla, lazımi əsaslandırılmış və razılaşdırılmış strateji fəaliyyət proqramının hazırlanmasını;

- destinasiyanın idarə edilməsi, tədqiqat, strateji marketinq, risklərin müəyyənləşdirilməsi və idarə edilməsi planlarının və digər strateji sənədlərin işlənilməsi hazırlanmasını;

- destinasiyanın idarə edilməsinin bütün mərhələlərinin, funksional vəzifələrin və məsuliyyətin informasiya təminatını;

- müasir qloballaşan və sürətlə dəyişən mühitdə fəaliyyətin və idarəetmənin səmərəliliyini təmin etmək üçün planların və strategiyaların mütəmadi olaraq nəzərdən keçirilməsini və s.

Bütövlükdə turizmin uğurlu inkişafı, destinasiya səviyyəsində geniş spektrli maraqlı tərəflər arasında qarşılıqlı faydalı və integrativ xarakterli tərəfdaşlığa əsaslanır. Bir çox subyektlər məlumat əldə etməkdə və maraqlı tərəflərin destinasiyaların planlaşdırılmasında

iştirak etməsində iştirakına müvəffəq olsa da, bir çox hallarda icra və funksiyaların yerinə yetirilməsi mərhələlərində həmin maraqlı tərəflərin fəaliyyətini lazımi səviyyədə tənzimləyə bilmir.

Eyni zamanda, turizmin inkişafında mühüm mərhələ olan destinasiyaların planlaşdırılması və inkişafında maraqlı tərəflərin uğurlu və davamlı cəlb edilməsi üçün vacib şərtlərə aşağıdakılar daxildir:

-konseptual xarakterli xüsusi layihələrin və ya strategiyaların olması maraqlı tərəflərin cəlb edilməsi üçün əsas şərtidir;

-strukturun layihələndirilməsi üçün maliyyə vəsaitlərinin ayrılması, mümkün qədər maliyyə mənbələrinin şaxələndirilməsi, tərəflərin əlaqələndirilməsini və layihələrin uğurlu irəliləyişini təmin edir;

-layihənin icrasında lazımi səviyyədə irəliləyişə nail olmaq üçün güclü təşkilatçı-menecerə malik olmaq;

-tərəfdaş subyektlər arasında məsuliyyətin və funksiyaların müəyyən edilməsi üçün müqavilələrin tərtibi və rəsmiləşdirilməsi. Bu şərtin təmini, sadəcə olaraq layihə planında ayrılmış məsuliyyətdən kənara çıxmaların, yayınmaların qarşısını almır, eyni zamanda, əlaqələrin möhkəmlənməsinə və ümumi fəaliyyətin səmərəliliyinə təkan verir.

Təcrübə göstərir ki, planlaşdırılan destinasiyanın maraqlı tərəfləri üçün təkə planlaşdırma mərhələsində deyil, bütün fəaliyyət mərhələlərinin idarə edilməsi prosesi boyunca iştiraka cəlb edilməsi təmin edilməlidir.

Destinasiyanın strukturunun planlaşdırılması və yaradılması prosesi üçün aşağıdakı vəzifələr icra edilməlidir:

-maraqlı tərəflərin iştirakını və öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi üçün destinasiyanın menecerlərinin və yerli turizm strukturlarının dəstəyinə nail olmaq;

-qabaqcıl təcrübədən istifadə etməklə, planlaşdırmaya və idarəetməyə diqqəti təmin etmək üçün maraqlı tərəflərin vəzifə və məsuliyyətlərinin dəqiq müəyyənləşdirilməsi;

-destinasiyanın əsas fəaliyyət istiqamətini müəyyən etmək və korporativ dəyərləri razılaşdırmaq və idarəetməni optimallaşdırmaq üçün maraqlı tərəflərin ümumi baxışının inkişafına nail olunması;

-destinasiyanın inkişafı, marketinqi və idarə edilməsi üçün uzunmüddətli istiqaməti təmin edən strateji planlaşdırma sənədlərinin hazırlanması;

-destinasiyanın məqsədlərinə nail olmaq üçün qısa, orta və uzunmüddətli fəaliyyət proqramlarının, strateji planların tərtib edilməsi və tərəflərlə razılaşdırılması.

Strateji planların tərtibi zamanı vacib sənədlər sırasında aşağıdakıların olmasına nail olmaq lazımdır:

-fəaliyyət strategiyaları daxil olmaqla, destinasiya üçün prioritetləri və istiqamətləri müəyyən edən uzunmüddətli strateji plan;

-effektiv planlaşdırma və strateji qərarlar qəbul etmək üçün tələb olunan məlumatların toplanması, emal və saxlanması planı;

-destinasiyanın fəaliyyətinə və perspektiv inkişafına təsir edə biləcək turizm risklərini və böhranlarını müəyyən etmək və onlara cavab vermək üçün çərçivə tədbirlərini və proseslərini əks etdirən riskin idarə edilməsi planı;

-turist axınlarının istiqamətini destinasiyaya uğurla cəlb etmək və destinasiya və məhsul seçiminə təsir etmək üçün marketinq strategiyalarını və fəaliyyətlərini müəyyən edən strateji marketinq planı;

-destinasiyanın unikal xüsusiyyətlərinin rəqabət üstünlüklərindən istifadə etməklə, yerli əhali və qonaqları destinasiyaya cəlb etmək və bir araya gətirməyə imkan verən xüsusi tədbirlər planı.

Müasir turizm üçün aktual məsələlərdən olan dayanıqlı inkişafa nail olunması, yeni yaradılan destinasiyalar üçün də keçərli hesab edilir. Bu baxımdan da destinasiyaların planlaşdırılması, effektiv idarə edilməsi zamanı dayanıqlı inkişaf konsepsiyasının nəzərə alınması da vacibdir. Ona görə də, destinasiyanın dayanıqlı inkişafının planlaşdırma prosesləri aşağıdakı elementlərlə xarakterizə olunmalıdır:

-sistemli, kompleks planlaşdırma və idarəetmə prosesləri;

-etibarlı və dolğun məlumat mənbələri;

-integrativ və innovativ idarəetmə yanaşmaları;

-avtonom informasiya toplama və emalı sistemi;

-informasiyanın idarə edilməsi və əlçatanlığı;

-tərəfdaşların əməkdaşlığa təşviq edilməsi tədbirləri;

-tərəfdaşlar, rəqiblər və turizm təşkilatları ilə məlumat və təcrübə mübadiləsi;

-inkışaf etmiş və texniki-texnoloji təchizata malik ünsiyyət və əlaqə mexanizmləri;

-destinasiyanın korporativ mədəniyyəti.

Mühüm prinsiplərdən biri, destinasiyanın strukturunun yaradılması nəzərdə tutulan ərazinin potensialını müəyyən etmək üçün onun fəaliyyətə və inkişafa zəmin yaradan meyarlar toplusuna hansı səviyyədə cavab verməsini müəyyən etməkdir. Destinasiyanın idarə edilməsinin vəziyyətinin təhlili mərhələsi, turizm destinasiyasının fəaliyyət göstərdiyi mühitin sistemli və kompleks təhlilini əhatə edir. Bu təhlilin məqsədi, destinasiyanın perspektivdə necə inkişaf etməsinə, istehsal ediləcək xidmətlərin və məhsulların realizə üsullarına və idarə olunmasına təsir edəcək əsas amilləri müəyyən etməkdən ibarətdir. Bu təhlil, destinasiyanın baş planının mühüm tərkib hissəsidir və destinasiya üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir, fəaliyyətin bütün mərhələ və istiqamətlərinin müəyyən edilməsinə və məqsədyönlü idarə edilməsinə yönəlir.

Tədqiqatlar göstərir ki, destinasiyaların formalaşdırılması üçün real vəziyyətin hərtərəfli təhlili aşağıdakıları əhatə etməlidir:

-destinasiyanın strukturunun planlaşdırılmasına və inkişafına təsir göstərə biləcək daxili və xarici amillərin, fəaliyyət mühitinin xarakterini;

-perspektivdə üstünlük verilən hədəf bazarları müəyyən etmək üçün istehlakçıların istehlak meyillərini, xüsusiyyətlərini, davranışlarını və xidmətlərə tələbatlarının prioritetlərini;

-destinasiyanın məqsədlərinin reallaşdırılması mexanizmini və fəaliyyət prinsiplərini;

-destinasiyanın fəaliyyətinin iqtisadi və digər nəticələrinin müəyyən edilməsini və proqnozlaşdırılmasını;

-turizmin destinasiyasının lazımı ehtiyatlarla təmin edilməsinin strateji aspektlərinin müəyyən edilməsini və qiymətləndirilməsini;

-perspektivdə destinasiyanın qarşılaşa biləcəyi problemlərin, inkişaf istiqamətlərinin və imkanlarının müəyyən edilməsini və müasir çağırışların nəzərdən keçirilməsini;

-destinasiyanın fəaliyyətinin təmin və idarə edilməsi üçün tələb olunan maliyyə vəsaitlərinə və kadrlara tələbatını;

-turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosedurlarının əsas prinsiplərini;

-destinasiyanın fəaliyyətinə və inkişafına milli turizm siyasətinin təsirlərini və bu siyasətin beynəlxalq turizm təşkilatlarının prinsiplərə uyğunluğunu;

-fəaliyyət prosesində uğurun əldə edilməsi, yarana biləcək təhlükələrin, məhdudiyyətlərin, risklərin aradan qaldırılması və ya minimallaşdırılması metod və usullarını;

-potensial istehlakçı bazarlarının, istehlakçı auditoriyasının xarakterinin və social tərkibinin müəyyən edilməsini və s.

Nəticə

Beləliklə, turizmin inkişafına təkanverici subyektlərdən biri olan destinasiyaların mahiyyətinə və spesifik əlamətlərinə yanaşmaları, tərifləri, konseptual fikirləri, müəllif baxışlarını və digərlərini ümumiləşdirərək belə fikir formalaşdırma bilirik ki, turizm destinasiyası müəyyən fiziki məkan, müəyyən xüsusiyyətlərə malik olan obyektlər sistemidir. Turizm destinasiyaları bu xüsusiyyətləri, mövcud obyektləri, əlamətləri ilə turistləri cəlb edə və məqsədlərinə çatmaq üçün onları səyahətə həvəsləndirə, tələbatlarını ödəyə, təəssürat yarada bilər.

Turizm destinasiyalarının mahiyyətinin müəyyənəndirilməsinə yanaşmaların ümumiləşdirilməsi, onun strukturunun planlaşdırılması və təşkilinə dair aparılan təhlillərə əsasən sadalanan amillərin müəyyən edilməsi və nəzərə alınması, destinasiyanın fəaliyyəti zamanı spesifik inkişaf strategiyasının reallaşdırılmasına, destinasiyanın uğurlu idarə edilməsinə, rəqabət qabiliyyətinin davamlı yüksəldilməsinə, istehsal edilən məhsulların və xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, əsas strateji məqsəd olan davamlı inkişafına və gəlirliliyinə təminat yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Гасанов А.Н. Перспективы развития туристских кластеров в Гянджа-Газахском экономическом районе Азербайджана. Вестник Национальной Академии Туризма. Туризм-путь к развитию регионов. № 4, СПб., 2013. 55-58.

2. Дворецкий И.Х. Латинско — русский словарь. 2-е изд., перераб. и доп. — М., 2016. — 1096 с.

3.Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник КемГУ. 2012. № 4 (52), Т. 1, с. 131–136.

4.Павлова Э. Н. Дестинация как концепт развития региональной системы непрерывного профессионального туристского образования: дис. ... д-ра пед. наук / Э. Н. Павлова. – М., 2009. – 618 с. с. 51-52.

5.A practical guide to tourism destination management. – Madrid: WTO, 2007. – P. 1., s 1.

6.Andriotis K.. Tourism planning and development in Crete: Recent tourism policies

and their efficacy. Journal of Sustainable Tourism, 2001, 9(4), pp. 298-316.

7.Leiper N. Tourism Management. 3d ed. / N. Leiper/ – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.

8.Liburd J. J., & Edwards, D. (Eds.). Understanding the sustainable development of tourism. Routledge. Oxford: Goodfellow, 2010, pp 23-36.

9.Ritchie B. The competitive destination: a sustainable tourism perspective / B. Ritchie, G. Crouch. – Cambridge: CAB, International, 2013. – 291 p., s. 151.

10.Saraniemi S., Kylänen M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches // Journal of Travel Research, 2011, no. 50 (2), pp. 133–143.

Арзу Наджаф ГАСАНОВ д.э.н., профессор
 Гянджинский Государственный Университет
 E-mail: arzu_hasan@mail.ru

Фарид Рагил ОРУДЖОВ
 Гянджинский Государственный Университет
 E-mail: feridorucov20@gmail.com

ПРИНЦИПЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Резюме

Актуальность исследования. Организация и устойчивое развитие современной индустрии туризма требует создания локализованных субъектов туризма, соответствующих природным туристским ресурсам и потенциалу территорий. Одним из таких субъектов туризма считаются туристические дестинации. Формирование оптимальной структуры дестинаций считается важным фактором обеспечения устойчивого развития туризма. Статья посвящена принципам планирования и организации туристских дестинаций и поэтому выделяется своей актуальностью.

Цель исследования. Цель исследования - определить принципы планирования, организации структуры и эффективного функционирования туристских дестинаций.

Материалы и методы исследования. Материал исследования составили исследования отечественных и зарубежных исследователей, посвященные вопросам планирования, организации и развития туристских дестинаций, принципам подхода к организации дестинаций международными, национальными и местными туристскими организациями.

В исследовании использовались методы аналитического анализа, сравнения, обобщения и синтеза.

Научная новизна исследования. В результате исследования были определены принципы планирования, организации структуры и эффективной работы дестинаций.

Практическая значимость исследования. Определенные в результате исследования принципы, выдвинутые предложения и рекомендации имеют практическое значение и могут

быть использованы государственными органами управления туризмом и туристскими организациями при организации туристских дестинаций. Результаты исследования можно отнести к ценным источникам в научно-исследовательских работах по организации туристских дестинаций.

Ключевые слова: индустрия туризма, дестинация туризма, структура дестинации, организация, принцип.

Arzu Najaf HASANOV
Dr. of science in economics, professor (without certificate),
Ganja State University
E-mail: arzu_hasan@mail.ru

F arid Rahil ORUCOV
Ganja State University
E-mail: feridorucov20@gmail.com

PRINCIPLES OF PLANNING AND ORGANIZATION OF TOURISM DESTINATION STRUCTURE

Summary

The actuality of the subject. The organization and sustainable development of the modern tourism industry requires the creation of localized tourism subjects, corresponding to the natural tourism resources and potential of the territories. Tourism destinations are considered one of such type of tourism subjects. Formation of the optimal structure of destinations is considered an important factor to ensure the sustainable development of tourism. The article is dedicated to the principles of planning and organization of tourism destinations and therefore stands out for its relevance.

The purpose of the study. The purpose of the research is to determine the principles of planning, organizing the structure and efficient operation of tourist destinations.

Research materials and methods. The material of the study is made up of the research works of local and foreign researchers devoted to the planning, organization and development of tourism destinations, the principles of approach to the organization of destinations by international, national and local tourism organizations.

Analytical analysis, comparison, generalization, and synthesis methods were used in the research.

Scientific novelty of the research. As a result of the research, the principles of planning, organization of the structure and efficient operation of the destinations were determined.

Practical significance of the study. The principles determined as a result of the research, the proposed proposals and recommendations, are of practical importance and can be used by state tourism management structures and tourism organizations in the organization of tourism destinations. The results of the study can be referred to as a valuable source in scientific-research works on the organization of tourism destinations.

Keywords: tourism industry, tourism destination, destination structure, organization, principle