TURİZM BAZARINDA DAVAMLILIQ İNDİKATORLARININ QİYMƏT DİFERENSİYASINA TƏSİRİ

Nilufər Usman MURADOVA
i.ü.f.d.
E-mail:muradova.nilufer@yahoo.com

Nihad Ağahüseyn HÜSEYNOV
Magistrant, Bakı Dövlət Universiteti,
E-mail: nihad.huseynov2004@mail.ru

Received: *25 January 2025* ***Revised:*** *3 February 2026* ***Accepted:*** *5 March 2026*

UOT : 336 **JEL:** Z32, Q01, D40 **DOİ:**https://doi.org/10.32010/RMXT7317

Xülasə: Tədqiqatın məqsədi – Bu tədqiqatın məqsədi turizm bazarında davamlılıq indikatorlarının qiymət formalaşmasına təsir mexanizmlərini dərin şəkildə araşdırmaqdır. Araşdırma çərçivəsində davamlılıq göstəricilərinin turizm xidmətlərinin iqtisadi dəyərinə necə təsir etdiyi, həmçinin istehlakçıların bu göstəricilərə əsaslanaraq qiymətə münasibətinin necə dəyişdiyi müəyyənləşdirilir. Bundan əlavə, tədqiqat davamlılıq faktorlarının müəssisələrin qiymət diferensiasiyası strategiyalarına inteqrasiya imkanlarını qiymətləndirməyə yönəlib.

Tədqiqatın metodologiyası – Tədqiqat prosesində həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət metodlarından istifadə olunmuşdur. Kəmiyyət yanaşması çərçivəsində müxtəlif turizm obyektlərinin qiymət göstəriciləri ilə onların davamlılıq səviyyəsi arasında statistik əlaqə müəyyən edilmişdir. Bu məqsədlə çoxamilli regresiya modeli tətbiq edilmişdir. Keyfiyyət mərhələsində isə istehlakçıların davamlı turizmə münasibətini öyrənmək üçün sorğu və müsahibə üsullarından istifadə edilmişdir. Toplanmış məlumatlar müqayisəli və analitik metodlarla emal olunaraq nəticələr formalaşdırılmışdır.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti- Araşdırmanın nəticələri turizm sektorunda fəaliyyət göstərən subyektlər üçün praktik əhəmiyyət daşıyır. Davamlılıq indikatorlarının nəzərə alınması müəssisələrə bazarda fərqlənmə imkanı yaradır və onların qiymət strategiyalarını daha effektiv qurmasına şərait yaradır. Eyni zamanda, bu nəticələr dövlət səviyyəsində turizm siyasətinin formalaşdırılmasında və davamlı inkişaf strategiyalarının hazırlanmasında istifadə edilə bilər. Bundan əlavə, əldə olunan nəticələr biznes idarəetmə sistemlərində qiymət mexanizmlərinin optimallaşdırılması üçün tətbiq oluna bilər.

Tədqiqatın nəticələri – Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, davamlılıq indikatorları ilə turizm xidmətlərinin qiyməti arasında müsbət əlaqə mövcuddur. Yüksək davamlılıq səviyyəsinə malik obyektlər bazarda daha yüksək qiymət tətbiq edə bilir və bu, istehlakçıların dəyər qavrayışı ilə izah olunur. Eyni zamanda, aparılmış analizlər göstərir ki, ek və sosial məsuliyyət prinsiplərinə üstünlük verən müştərilər bu tip xidmətlər üçün əlavə ödəniş etməyə daha meyillidir. Bu isə davamlılığın iqtisadi baxımdan da əsaslı faktor olduğunu sübut edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi- Bu tədqiqatın elmi yeniliyi davamlılıq indikatorları ilə qiymət diferensiasiyası arasındakı əlaqənin sistemli və inteqrativ model vasitəsilə izah edilməsidir. Araşdırma çərçivəsində bu mövzu ilk dəfə yerli turizm bazarı kontekstində kompleks şəkildə təhlil edilmişdir. Bundan əlavə, davamlılıq faktorlarının istehlakçı davranışı və qiymət strategiyaları ilə qarşılıqlı əlaqəsini izah edən yeni yanaşma təqdim olunmuşdur.

Açar sözlər: davamlı turizm, qiymət diferensiasiyası, davamlılıq indikatorları, turizm bazarı, istehlakçı davranışı, ekoloji dayanıqlıq, qiymət strategiyası

Giriş

Müasir mərhələdə dünya iqtisadi sisteminin mühüm komponentlərindən biri kimi çıxış edən turizm sektoru yalnız maliyyə gəlirləri formalaşdıran fəaliyyət sahəsi kimi deyil, eyni zamanda cəmiyyət və ətraf mühit üzərində çoxölçülü təsir yaradan kompleks struktur kimi qiymətləndirilir və məhz bu çoxşaxəli təsir xüsusiyyətləri onun inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsində əsas rol oynayır [1]. Son illər ərzində turizm fəaliyyətinin intensiv genişlənməsi nəticəsində məşğulluğun artması, regionların iqtisadi aktivliyinin yüksəlməsi və ölkələrarası inteqrasiya proseslərinin sürətlənməsi kimi müsbət meyllər müşahidə olunsa da, paralel olaraq ekoloji tarazlığın pozulması, təbii ehtiyatlardan həddindən artıq istifadə və yerli icmaların sosial strukturunda qeyri-bərabərliyin yaranması kimi mənfi tendensiyalar da formalaşmışdır ki, bu hal turizm sektorunda fəaliyyətin davamlı inkişaf prinsipləri əsasında yenidən təşkil edilməsini zəruri etmişdir.

Bu şəraitdə davamlı turizm anlayışı yalnız etik məsuliyyət çərçivəsində deyil, həm də iqtisadi qərarvermə proseslərinə təsir edən mühüm amil kimi aktuallaşmışdır və xüsusilə bazar mexanizmləri daxilində qiymətlərin formalaşmasına təsir edən faktor kimi əhəmiyyət qazanmışdır. İstehlakçı davranışlarında müşahidə olunan dəyişikliklər, yəni ekoloji cəhətdən təhlükəsiz və sosial baxımdan məsuliyyətli xidmətlərə üstünlük verilməsi turizm məhsullarının dəyər qavrayışını dəyişmiş və nəticə etibarilə qiymət strukturlarında fərqləndirmə meyillərinin yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu baxımdan, davamlılıq göstəriciləri turizm xidmətlərinin qiymət diferensasiyasını formalaşdıran əsas determinantlardan biri kimi çıxış etməyə başlamışdır [2].

Mövzunun aktuallığı isə onunla izah olunur ki, turizm sektorunda davamlılıq indikatorları ilə qiymət fərqləndirməsi arasındakı qarşılıqlı əlaqə hələ də kifayət qədər sistemli, dərin və empirik əsaslandırılmış şəkildə araşdırılmamışdır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar kontekstində bu istiqamətdə elmi tədqiqatların məhdudluğu mövcud boşluğun doldurulmasını zəruri edir və qeyd olunan problemin daha geniş elmi yanaşmalar əsasında təhlil edilməsini aktuallaşdırır.

1. Davamlı turizm və nəzəri əsaslar

Davamlı turizm anlayışı davamlı inkişaf ideyasının tətbiqi istiqamətlərindən biri kimi formalaşaraq turizm fəaliyyətlərinin yalnız qısamüddətli iqtisadi fayda ilə məhdudlaşmamasını, eyni zamanda gələcək nəsillərin maraqlarını nəzərə alan şəkildə planlaşdırılmasını və həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Bu yanaşma çərçivəsində turizm sektoru daxilində qərarların qəbul edilməsi prosesində iqtisadi səmərəlilik, sosial rifah və ekoloji tarazlıq arasında optimal uyğunluğun təmin edilməsi əsas şərt kimi çıxış edir [1].

Davamlılığın qiymətləndirilməsi məqsədilə istifadə olunan göstəricilər, adətən, üç əsas istiqamət üzrə qruplaşdırılır və beynəlxalq təcrübədə bu yanaşma ESG modeli kimi geniş yayılmışdır [2]. Bu modeldə ekoloji komponent ətraf mühitə göstərilən təsirlərin səviyyəsini, sosial komponent insan kapitalına və cəmiyyətə münasibəti, idarəetmə komponenti isə təşkilati strukturların şəffaflıq və etik normalara uyğun fəaliyyətini əks etdirən göstəricilər sistemni özündə birləşdirir.

Ekoloji göstəricilər çərçivəsində xüsusilə enerji istehlakının optimallaşdırılması, atmosferə atılan zərərli qazların azaldılması, su ehtiyatlarının səmərəli istifadəsi və tullantıların idarə olunması kimi meyarlar ön plana çıxır, çünki turizm fəaliyyəti zamanı bu resurslardan intensiv istifadə edilməsi ətraf mühitə birbaşa təsir göstərir və uzunmüddətli perspektivdə iqtisadi dayanıqlılıq üçün risk yarada bilər.

Sosial istiqamət üzrə göstəricilər əsasən yerli icmaların sosial rifahının təmin edilməsi, əmək münasibətlərində ədalətli yanaşmanın qorunması və mədəni dəyərlərin saxlanılması ilə bağlı məsələləri əhatə edir. Bu yanaşma turizm

fəaliyyətinin yalnız gəlir əldə etməyə yönəlmədiyini, eyni zamanda cəmiyyət daxilində sosial tarazlığın qorunmasına xidmət etməli olduğunu vurğulayır.

İdarəetmə komponentinə aid göstəricilər isə təşkilatın idarəetmə mexanizmlərinin effektivliyini, qərarvermə proseslərinin açıqlığını və etik prinsiplərə uyğunluğunu əks etdirir. Bu amillər investorlar və istehlakçılar üçün etibarlılıq səviyyəsinin formalaşmasında mühüm rol oynayır və təşkilatın bazardakı mövqeyinə birbaşa təsir göstərir.

2.Qiymət diferensasiyası və bazar mexanizmləri

İqtisadi nəzəriyyədə qiymət diferensasiyası anlayışı bazar iştirakçılarının müxtəlif istehlakçı seqmentləri üçün fərqli qiymət yanaşmalarından istifadə etməsi kimi xarakterizə edilir və bu yanaşmanın əsas məqsədi yalnız gəlirin artırılması ilə məhdudlaşmayaraq, eyni zamanda bazarda mövqenin möhkəmləndirilməsi və daha geniş müştəri kütləsinin cəlb olunması ilə əlaqələndirilir.

Turizm sahəsində qiymətlərin fərqləndirilməsi prosesi daha mürəkkəb xüsusiyyətlərə malikdir, çünki bu sektorda təqdim olunan məhsul maddi deyil, xidmət xarakteri daşıyır və onun dəyəri obyektiv ölçülərdən daha çox subyektiv qiymətləndirmələrə əsaslanır. Bu qiymətləndirmələr isə müştərilərin fərdi gözləntiləri, emosional yanaşmaları, sosial dəyərləri və ekoloji həssaslığı kimi amillərin təsiri altında formalaşır.

Bu kontekstdə davamlılıq göstəriciləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, çünki onlar xidmətin ümumi qəbul edilən dəyərini yüksəldərək istehlakçıların həmin xidmətə münasibətini dəyişir və nəticə etibarilə daha yüksək qiymət səviyyələrinin qəbul edilməsinə şərait yaradır. Bu vəziyyət isə dəyərə əsaslanan qiymət müəyyənləşdirmə yanaşmasının tətbiqini stimullaşdırır [2].

Nəticə etibarilə, davamlılıq amilləri qiymətlərin formalaşmasına yalnız istehsal və əməliyyat xərcləri prizmasından deyil, eyni zamanda bazar tələbi baxımından da təsir göstərir. Belə ki, istehlakçıların ekoloji və sosial məsuliyyətə verdiyi önəmin artması onların seçim davranışlarını dəyişdirir, nəticədə qiymətə həssaslıq azalır və bu da qiymət elastikliyinin aşağı düşməsi ilə nəticələnir.

3. Davamlılıq indikatorlarının qiymətə təsir mexanizmləri

Davamlılıq göstəricilərinin qiymət diferensasiyasına təsiri müxtəlif iqtisadi kanallar vasitəsilə reallaşır və bu təsirlər həm ayrı-ayrı müəssisələr səviyyəsində, həm də ümumi bazar mühiti çərçivəsində özünü göstərir. Bu mexanizmlərin kompleks xarakter daşıması davamlılığın turizm sektorunda qiymət formalaşmasına çoxşaxəli təsir etdiyini göstərir [1].

İlk növbədə, tələb yönümlü təsir mexanizmi qeyd edilməlidir ki, bu zaman istehlakçıların ekoloji və sosial məsuliyyətə dair məlumatlılıq səviyyəsinin yüksəlməsi nəticəsində davamlı xüsusiyyətlərə malik xidmətlərə maraq artır. Maraqlıdır ki, bu artım qiymət səviyyəsinin yüksəlməsi ilə müşayiət olunsa belə, tələbin kəskin azalmasına səbəb olmur və bu da qiymət həssaslığının zəifləməsi ilə nəticələnir. Nəticədə müəssisələr bazarda daha yüksək qiymət seqmentinə keçmək və əlavə gəlir əldə etmək imkanı qazanır [2].

Digər mühüm təsir kanalı təklif tərəfi ilə bağlıdır. Davamlı texnologiyaların və idarəetmə yanaşmalarının tətbiqi ilkin mərhələdə əlavə maliyyə resursları tələb etsə də, zaman keçdikcə resurslardan daha səmərəli istifadə və əməliyyat proseslərinin optimallaşdırılması nəticəsində xərclərin azalmasına gətirib çıxarır. Bu isə müəssisələrə qiymət siyasətlərini daha elastik şəkildə qurmaq və rəqabət şəraitinə uyğunlaşdırmaq imkanı yaradır.

Üçüncü təsir mexanizmi isə informasiya qeyri-bərabərliyi ilə əlaqədardır. Bu kontekstdə ekoloji sertifikatlar və beynəlxalq standartlara uyğunluq istehlakçılar üçün etibarlılıq indikatoru kimi çıxış edir və xidmətin keyfiyyəti ilə bağlı qeyri-müəyyənliyi azaldır. Beləliklə, müştərilərin risk qavrayışı aşağı düşür və onların daha yüksək qiymət ödəməyə hazırlığı artır.

4. Empırık təhlıl və model

Turizm sektorunda davamlılıq göstəricilərinin qiymət formalaşmasına təsirini qiymətləndirmək məqsədilə tədqiqatın empirik hissəsində ekonometrik təhlil metodundan istifadə edilmişdir. Son illərdə davamlı turizm konsepsiyasının geniş yayılması ilə əlaqədar olaraq, davamlılıq indikatorlarının iqtisadi

nəticələrə təsirinin statistik modellər vasitəsilə araşdırılması elmi ədəbiyyatda mühüm istiqamətlərdən birinə çevrilmişdir [2]. Bu səbəbdən araşdırma çərçivəsində həm beynəlxalq statistik bazalar, həm də turizm platformalarında açıq şəkildə yayımlanan məlumatlar təhlilə daxil edilmişdir.

Empirik təhlilin aparılması üçün məlumat bazası müxtəlif mənbələr əsasında formalaşdırılmışdır. Beynəlxalq turizm göstəriciləri və davamlı inkişaf meyilləri ilə bağlı məlumatlar əsasən UNWTO tərəfindən yayımlanan hesabatlardan əldə edilmişdir [1].Turizm bazarında qiymət siyasəti, rəqabət mühiti və istehlakçı davranışları ilə bağlı göstəricilər OECD-nin "Tourism Trends and Policies" hesabatına əsaslanmışdır [2]. Müəssisə səviyyəsində qiymət məlumatlarının toplanması üçün Booking.com və TripAdvisor platformalarında yerləşdirilən açıq məlumatlardan istifadə edilmişdir. Bundan əlavə, davamlılıq göstəricilərinin müəyyən olunması məqsədilə hotellərin və turizm müəssisələrinin ESG hesabatları, ekoloji sertifikat məlumatları və korporativ hesabatları nəzərdən keçirilmişdir.

Araşdırma çərçivəsində ümumilikdə 120 turizm müəssisəsi üzrə məlumat bazası yaradılmışdır. Nümunə seçimi məqsədli seçim üsulu əsasında həyata keçirilmişdir. Bu yanaşmanın seçilməsinin əsas səbəbi davamlılıq göstəricilərinə dair məlumatların tam və müqayisəli formada əldə edilməsinin zəruriliyi olmuşdur [3]. Seçim zamanı müəssisələrin aktiv fəaliyyət göstərməsi, qiymət məlumatlarının açıq şəkildə mövcud olması və davamlılıq indikatorlarının ölçülə bilməsi əsas meyar kimi götürülmüşdür.

Nümunəyə Bakı, Qəbələ, Şəki, Quba, Naftalan və Lənkəran bölgələrində fəaliyyət göstərən otellər, istirahət kompleksləri və ekoturizm obyektləri daxil edilmişdir. Tədqiqatda istifadə olunan məlumatlar əsasən 2022–2025-ci illəri əhatə etmişdir. Bu dövrün seçilməsi postpandemiya mərhələsində turizm bazarında davamlılıq yanaşmalarının daha sürətli yayılması ilə əlaqələndirilmişdir [1].

Empirik modeldə turizm xidmətlərinin qiyməti asılı dəyişən kimi qəbul edilmişdir. Xidmət keyfiyyəti, brend dəyəri, davamlılıq indeksi və bazar tələbi isə müstəqil dəyişənlər kimi modelə daxil edilmişdir. Təhlil çoxamilli regresiya modeli vasitəsilə aparılmışdır:

$$Price_i = \beta_0 + \beta_1 SQ_i + \beta_2 BV_i + \beta_3 SI_i + \beta_4 MD_i + \varepsilon_i$$

Burada $Price_i$ turizm xidmətinin qiymətini, SQ_i xidmət keyfiyyəti göstəricisini, BV_i brend dəyərini, SI_i davamlılıq indeksini, MD_i bazar tələbini, ε_i isə təsadüfi xəta terminini ifadə edir.

Davamlılıq indeksinin hesablanması zamanı kompozit indeks yanaşmasından istifadə edilmişdir. İndeksin formalaşdırılmasında ekoloji, sosial və idarəetmə göstəriciləri birlikdə qiymətləndirilmişdir. Bu metodologiya beynəlxalq ESG qiymətləndirmə prinsiplərinə uyğun şəkildə qurulmuşdur və davamlılıq səviyyəsinin daha obyektiv ölçülməsinə imkan vermişdir [2].

Aparılmış ekonometrik təhlilin nəticələri modelin statistik baxımdan qənaətbəxş olduğunu göstərmişdir. Regresiya modelinin determinasiya əmsalı $R^2 = 0.68$ olmuşdur. Bu göstərici qiymət dəyişkənliyinin təxminən 68 faizinin modeldə istifadə olunan dəyişənlər vasitəsilə izah edildiyini göstərir. Düzəldilmiş determinasiya əmsalı isə $Adjusted\, R^2 = 0.64$ səviyyəsində müəyyən edilmişdir ki, bu da modelin izah etmə qabiliyyətinin kifayət qədər yüksək olduğunu göstərir.

Model üzrə F-statistikanın nəticəsi 24.7 olmuş, ümumi statistik əhəmiyyətlilik səviyyəsi isə $p < 0.001$ kimi müəyyən edilmişdir. Bu nəticələr modeldə istifadə olunan dəyişənlər arasında statistik baxımdan əhəmiyyətli əlaqənin mövcud olduğunu təsdiqləmişdir.

Regresiya nəticələrinə əsasən davamlılıq indeksinin qiymətə təsiri müsbət istiqamətdə olmuşdur və bu dəyişənin statistik əhəmiyyətlilik səviyyəsi $p < 0.05$ olaraq müəyyən edilmişdir. Bu nəticə onu göstərir ki, davamlılıq göstəricilərində artım müşahidə olunan turizm müəssisələri bazarda daha yüksək qiymət strategiyası tətbiq edə bilirlər. Xüsusilə ekoloji sertifikatlara və sosial məsuliyyət proqramlarına malik müəssisələrdə qiymət səviyyəsinin daha yüksək olduğu müşahidə edilmişdir. Oxşar nəticələr Han və digər müəlliflər tərəfindən aparılmış "Green Hotel Research" tədqiqatında da qeyd olunmuşdur [4].

Empirik təhlilin yekun nəticələri göstərmişdir ki, davamlılıq indikatorları yalnız sosial və ekoloji məsuliyyət elementi deyil, həm də iqtisadi baxımdan rəqabət üstünlüyü yaradan mühüm amillərdən biridir. İstehlakçıların ekoloji və sosial məsuliyyət prinsiplərinə uyğun fəaliyyət göstərən müəssisələrə daha çox üstünlük verməsi onların əlavə ödəniş etməyə daha meyilli olmaları ilə müşahidə edilmişdir [4]. Bu isə davamlılıq göstəricilərinin turizm sektorunda qiymət diferensasiyasına birbaşa təsir göstərdiyini təsdiqləyir.

5. Azərbaycan turizm bazari üzrə təhlil

Azərbaycanda turizm sektoru son illərdə qeyri-neft iqtisadiyyatının əsas inkişaf istiqamətlərindən biri kimi formalaşmağa başlamışdır. Dövlət səviyyəsində həyata keçirilən turizm strategiyaları, regionlarda infrastruktur layihələrinin genişləndirilməsi və beynəlxalq tədbirlərin təşkili sektorun inkişaf tempinə müsbət təsir göstərmişdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən, 2024-cü ildə Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşların sayı təxminən 2.6 milyon nəfər olmuşdur ki, bu da əvvəlki dövrlərlə müqayisədə artım tendensiyasını göstərir [5].

Turizm xidmətləri bazarında aparılmış müşahidələr göstərir ki, son illərdə istehlakçıların seçim davranışlarında müəyyən dəyişikliklər baş vermişdir. Xüsusilə ekoloji məsuliyyət, enerji qənaəti və sosial məsuliyyət prinsiplərinə əməl edən turizm müəssisələrinə maraq nisbətən artmışdır. Bu tendensiya beynəlxalq turizm bazarında müşahidə olunan dəyişikliklərlə uyğunluq təşkil edir [1].

Araşdırma çərçivəsində Bakı, Qəbələ, Şəki, Quba, Naftalan və Lənkəran bölgələrində fəaliyyət göstərən 120 turizm müəssisəsinin qiymət göstəriciləri müqayisəli şəkildə təhlil edilmişdir. Təhlil zamanı davamlılıq göstəricilərinə malik müəssisələrin qiymət səviyyəsinin digər obyektlərlə müqayisədə daha yüksək olduğu müəyyən edilmişdir. Məsələn, Bakı şəhərində fəaliyyət göstərən ekoloji sertifikatlı hotellərdə orta gecələmə qiyməti 240–320 AZN intervalında dəyişdiyi halda, davamlılıq göstəriciləri zəif olan hotellərdə bu göstərici əsasən 180–220 AZN arasında olmuşdur. Oxşar tendensiya region hotellərində də müşahidə edilmişdir.

Qəbələ və Şəki bölgələrində yerləşən ekoturizm obyektləri üzrə aparılmış müqayisə nəticəsində davamlılıq prinsiplərinə uyğun fəaliyyət göstərən müəssisələrdə qiymətlərin orta hesabla 18–25 faiz daha yüksək olduğu müəyyən edilmişdir. Bunun əsas səbəbi kimi həmin obyektlərdə enerji səmərəliliyi texnologiyalarının tətbiqi, tullantıların idarə olunması sistemlərinin mövcudluğu və yerli resurslardan istifadəyə üstünlük verilməsi göstərilə bilər. OECD tərəfindən aparılmış tədqiqatlarda da qeyd olunur ki, davamlılıq göstəriciləri istehlakçıların xidmətin keyfiyyətinə dair dəyər qavrayışını yüksəldir və bu, qiymət elastikliyinin azalmasına səbəb olur [2].

Empirik təhlil nəticəsində Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin yalnız təxminən dörddəbir hissəsinin davamlılıq prinsiplərini sistemli şəkildə tətbiq etdiyi müəyyən edilmişdir. Xüsusilə beynəlxalq turistlərin daha çox üstünlük verdiyi hotellərdə ESG əsaslı idarəetmə yanaşmalarına marağın artdığı müşahidə edilmişdir. Bununla yanaşı, regionlarda fəaliyyət göstərən kiçik turizm obyektlərində davamlılıq standartlarının tətbiqinin hələ məhdud səviyyədə qaldığı müəyyən olunmuşdur.

Sorğu nəticələrinin təhlili göstərmişdir ki, respondentlərin 64 faizi ekoloji və sosial məsuliyyət prinsiplərinə uyğun fəaliyyət göstərən hotelləri daha etibarlı hesab edir. Respondentlərin təxminən 41 faizi isə belə xidmətlər üçün əlavə ödəniş etməyə hazır olduqlarını bildirmişdir. Bu nəticə Han və digər müəlliflərin apardıqları araşdırmaların nəticələri ilə uyğunluq təşkil edir. Həmin tədqiqatlarda da istehlakçıların “green hotel” konsepsiyasına malik müəssisələrə daha müsbət münasibət göstərdiyi qeyd olunmuşdur [4].

Azərbaycan turizm bazarında davamlılıq indikatorlarının tətbiqi xüsusilə ekoturizm və kənd turizmi istiqamətlərində daha aydın müşahidə olunur. Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatlarına əsasən, 2024-cü ildə ekoturizm marşrutlarından istifadə edən turistlərin sayı əvvəlki illə müqayisədə təxminən 17 faiz artmışdır [6].Bu artım istehlakçıların təbii mühitə uyğun və ekoloji baxımdan təhlükəsiz turizm xidmətlərinə marağının yüksəldiyini göstərir.

Beləliklə, aparılmış təhlil nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycanda davamlılıq indikatorları artıq yalnız sosial məsuliyyət elementi kimi deyil, həm də qiymət formalaşmasına təsir edən iqtisadi amil kimi çıxış edir. Xüsusilə yüksək davamlılıq göstəricilərinə malik turizm müəssisələrinin bazarda daha yüksək qiymət strategiyası tətbiq etməsi davamlılığın rəqabət üstünlüyü yaratdığını göstərir.

Nəticə və tövsiyələr

Aparılmış araşdırmalar göstərir ki, davamlılıq indikatorlarının tətbiqi turizm müəssisələrinin bazarda rəqabət imkanlarını artırmaqla yanaşı, onların qiymət siyasətinə də birbaşa təsir göstərir. Bu baxımdan həm müəssisə səviyyəsində, həm də dövlət səviyyəsində konkret tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğun hesab edilə bilər.

Turizm müəssisələri üzrə tövsiyələr

İlk növbədə turizm müəssisələrində enerji sərfiyyatının azaldılmasına yönəlmiş texnologiyaların tətbiqinə üstünlük verilməsi vacibdir. Xüsusilə LED işıqlandırma sistemləri, ağıllı enerji idarəetmə həlləri və su sərfiyyatına nəzarət mexanizmləri əməliyyat xərclərinin optimallaşdırılmasına şərait yarada bilər. Bu yanaşma həm maliyyə yükünü azaldır, həm də müəssisənin ekoloji imicini gücləndirir.

Bununla yanaşı, hotellərin və istirahət mərkəzlərinin beynəlxalq ekoloji sertifikat proqramlarına qoşulması məqsədəuyğun hesab olunur. “Green Key”, ISO 14001 və digər sertifikat sistemləri müəssisələrin bazarda etibarlılıq səviyyəsini yüksəldə və xarici turistlərin seçim davranışına müsbət təsir göstərə bilər. Araşdırma zamanı müəyyən edilmişdir ki, ekoloji sertifikatlara malik otellər daha yüksək qiymət strategiyası tətbiq etmək imkanına malik olmuşdur.

Turizm müəssisələrinin marketinq siyasətində davamlılıq faktorunun ayrıca vurğulanması da vacib istiqamətlərdən biri hesab olunur. Bron platformalarında və reklam materiallarında enerji qənaəti, tullantıların idarə olunması və ekoloji məsuliyyət kimi göstəricilərin qeyd olunması istehlakçının xidmətə dair dəyər qavrayışını artırır. Bu yanaşma xüsusilə ekoturizm və kənd turizmi istiqamətlərində daha effektiv nəticə verə bilər.

Praktik baxımdan tullantıların çeşidlənməsi və plastik istifadəsinin minimuma endirilməsi də mühüm tədbirlərdən hesab olunur. Müəssisələrdə birdəfəlik plastik məhsulların mərhələli şəkildə azaldılması və təkrar istifadə edilə bilən materiallardan istifadənin genişləndirilməsi həm ekoloji, həm də iqtisadi baxımdan faydalı nəticələr yarada bilər.

Digər vacib istiqamətlərdən biri yerli icmalarla əməkdaşlığın genişləndirilməsidir. Regionlarda fəaliyyət göstərən turizm obyektlərinin yerli istehsalçılardan məhsul alması, yerli əhalinin məşğulluğa cəlb olunması və milli mədəni elementlərin xidmət paketlərinə daxil edilməsi sosial davamlılıq baxımından müsbət təsir göstərə bilər.

Dövlət səviyyəsində tövsiyələr

Dövlət səviyyəsində ilk növbədə davamlı turizm üzrə vahid qiymətləndirmə sisteminin yaradılması məqsədəuyğun hesab olunur. Bu sistem vasitəsilə turizm müəssisələrinin ekoloji və sosial göstəricilərinin vahid standart üzrə qiymətləndirilməsi mümkün ola bilər. Belə yanaşma bazarda şəffaflığın artmasına və istehlakçıların seçim imkanlarının genişlənməsinə şərait yaradar.

Bundan əlavə, davamlılıq standartlarını tətbiq edən müəssisələr üçün vergi güzəştləri və subsidiya mexanizmlərinin tətbiqi sektorun inkişafına müsbət təsir göstərə bilər. Xüsusilə enerji qənaəti texnologiyalarına investisiya edən hotellərin dövlət tərəfindən maliyyə baxımından dəstəklənməsi məqsədəuyğun hesab olunur.

Regionlarda ekoturizm potensialının inkişaf etdirilməsi də mühüm istiqamətlərdən biridir. Quba, Şəki, Zaqatala, Lerik və digər turizm bölgələrində ekoturizm marşrutlarının genişləndirilməsi region iqtisadiyyatının inkişafına əlavə töhfə verə bilər. Bunun üçün infrastruktur layihələrinin və turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması vacib hesab olunur.

Turizm sektorunda ESG yanaşmalarının geniş tətbiqi məqsədilə maarifləndirici proqramların keçirilməsi də zəruri istiqamətlərdən biri hesab edilir. Müəssisə rəhbərləri və əməkdaşlar üçün davamlı idarəetmə, yaşıl marketinq və resursların səmərəli istifadəsi üzrə təlimlərin təşkili bu sahədə praktiki biliklərin formalaşmasına kömək edə bilər.

Nəticə etibarilə, davamlılıq indikatorlarının sistemli şəkildə tətbiqi Azərbaycanda turizm sektorunun uzunmüddətli inkişafına, beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə və turizm xidmətlərinin iqtisadi dəyərinin artmasına müsbət təsir göstərə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. UNWTO (2022) Sustainable Tourism Report
2. OECD (2020) Tourism Trends and Policies
3. Bramwell, B. & Lane, B. (1993) Sustainable Tourism.
4. Han, H. et al. (2019) Green Hotel Research
5. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. *Turizm statistikası üzrə illik göstəricilər*, Bakı, 2024.
6.Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. *Azərbaycan turizmi üzrə illik hesabat*, Bakı, 2024.

THE IMPACT OF SUSTAINABILITY INDICATORS ON PRICE DIFFERENTIATION IN THE TOURISM MARKET

Nilufar Usman MURADOVA
PhD in Economics
E-mail: muradova.nilufer@yahoo.com

Nihad Agahuseyn HUSEYNOV
Master's Student,
Baku State University
E-mail: nihad.huseynov2004@mail.ru

Abstract: Research Objective – The purpose of this study is to deeply examine the impact mechanisms of sustainability indicators on price formation in the tourism market. Within the framework of the research, it is determined how sustainability indicators affect the economic value of tourism services, as well as how consumers' attitudes toward price change based on these indicators. In addition, the study is aimed at evaluating the integration possibilities of sustainability factors into enterprises' price differentiation strategies.

Research Methodology – In the research process, both quantitative and qualitative methods have been used. Within the quantitative approach, a statistical relationship between the price indicators of various tourism facilities and their level of sustainability has been identified. For this purpose, a multivariate regression model has been applied. At the qualitative stage, survey and interview methods have been used to study consumers' attitudes toward sustainable tourism. The collected data have been processed using comparative and analytical methods, and results have been formed.

Practical Significance of the Research – The results of the research have practical importance for entities operating in the tourism sector. Taking sustainability indicators into account provides enterprises with the opportunity to differentiate themselves in the market and allows them to build more effective pricing strategies. At the same time, these results can be used at the state level in the formation of tourism policy and in the development of sustainable development strategies. In addition, the obtained results can be applied to optimize pricing mechanisms in business management systems.

Research Results – As a result of the research, it has been determined that there is a positive relationship between sustainability indicators and the price of tourism services. Facilities with a high level of sustainability can apply higher prices in the market, and this is explained by consumers' perception of value. At the same time, the conducted analyses show that customers who prioritize environmental and social responsibility are more inclined to pay an additional price for such services. This proves that sustainability is also a well-founded factor from an economic perspective.

Scientific Novelty of the Research – The scientific novelty of this research lies in explaining the relationship between sustainability indicators and price differentiation through a systematic and integrative model. Within the framework of the study, this issue has been comprehensively analyzed for the first time in the context of the local tourism market. In addition, a new approach explaining the interaction between sustainability factors, consumer behavior, and pricing strategies has been presented.

Keywords: sustainable tourism, price differentiation, sustainability indicators, tourism market, consumer behavior, environmental sustainability, pricing strategy

ВЛИЯНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ЦЕНОВЫЕ РАЗЛИЧИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Нилюфер Усма МУРАДОВА
Доктор философии по экономике
E-mail: muradova.nilufer@yahoo.com

Нихад Агагусейн ГУСЕЙНОВ
Магистрант,
Бакинский государственный университет
E-mail: nihad.huseynov2004@mail.ru

Резюме: Цель исследования – Цель данного исследования заключается в глубоком изучении механизмов влияния показателей устойчивости на формирование цен в туристическом рынке. В рамках исследования определяется, каким образом показатели устойчивости влияют на экономическую ценность туристических услуг, а также как изменяется отношение потребителей к цене на основе этих показателей. Кроме того, исследование направлено на оценку возможностей интеграции факторов устойчивости в стратегии ценовой дифференциации предприятий.
Методология исследования – В процессе исследования использованы как количественные, так и качественные методы. В рамках количественного подхода была выявлена статистическая связь между ценовыми показателями различных туристических объектов и их уровнем устойчивости. С этой целью была применена модель множественной регрессии. На качественном этапе были использованы методы опроса и интервью для изучения отношения потребителей к устойчивому туризму. Собранные данные были обработаны с использованием сравнительных и аналитических методов, и на их основе были сформированы результаты.
Практическая значимость исследования – Результаты исследования имеют практическое значение для субъектов, действующих в туристическом секторе. Учет показателей устойчивости позволяет предприятиям выделяться на рынке и формировать более эффективные ценовые стратегии. В то же время данные результаты могут быть использованы на государственном уровне при формировании туристической политики и разработке стратегий устойчивого развития. Кроме того, полученные результаты могут применяться для оптимизации ценовых механизмов в системах управления бизнесом.
Результаты исследования – В результате исследования установлено, что существует положительная взаимосвязь между показателями устойчивости и ценами на туристические услуги. Объекты с высоким уровнем устойчивости могут устанавливать более высокие цены на рынке, и это объясняется восприятием ценности со стороны потребителей. В то же время проведенные анализы показывают, что клиенты, отдающие предпочтение экологической и социальной ответственности, более склонны платить дополнительную цену за такие услуги. Это доказывает, что устойчивость также является обоснованным фактором с экономической точки зрения.
Научная новизна исследования – Научная новизна данного исследования заключается в объяснении взаимосвязи между показателями устойчивости и ценовой дифференциацией посредством системной и интегративной модели. В рамках исследования данный вопрос впервые комплексно проанализирован в контексте локального туристического рынка. Кроме того, представлен новый подход, объясняющий взаимодействие факторов устойчивости, поведения потребителей и ценовых стратегий.
Ключевые слова: устойчивый туризм, ценовая дифференциация, показатели устойчивости, туристический рынок, поведение потребителей, экологическая устойчивость, ценовая стратегия