

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Nigar Məmmədova Xanlar qızı

“Azərbaycanda turizm sisteminin inkişafı”

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı 060401“Dünya İqtisadiyyatı”

İxtisaslaşma Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər

Elmi rəhbər:
prof. R.M.Qasimov

Magistr proqramının rəhbəri:
Prof. Qabil Manafov

Kafedra müdiri: Şəmsəddin Hacıyev

BAKİ - 2015

MÜNDƏRİCAT

Giriş	3
Fəsil I. Turizm xidmətlərinin sistemi anlayışı	5
1.1. Turizm sisteminin sahələri.....	5
1.2. Tədiyyə balansında beynəlxalq turizm	13
1.3. Turizmin beynəlxalq əlaqələrdə rolu	23
1.4. Turizmin müasir problemləri	28
Fəsil II. Azərbaycanda Turizmin mövcud vəziyyəti	33
2.1. Azərbaycanda turizmin tarixi və ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu	33
2.2. Turizmin inkişafında dövlət siyasəti	42
2.3. Regionaların sosial-iqtisadi inkişafında turizmin rolu	49
Fəsil III. Azərbaycanda turizm sisteminin inkişaf perspektivləri	57
3.1. Turizm sahəsində investisiyaların cəlb olunması	57
3.2. Azərbaycanda turizmin potensialı və inkişaf perspektivləri	65
Nəticə və təkliflər	69
İstifadə edilmiş ədəbiyyat	70
Əlavə	
Referat	
Резюме	
Summary	

Giriş

Mövzunun aktuallığı – istirahətin ən geniş yayılmış növlərindən biri turizmdir. Turizm istirahət, din, müalicə, iş məqsədləri üçün qısa müddətliyinə səyahətdir. Xüsusilə II Dünya Müharibəsindən və texnologiyanın inkişafından sonra dünyada turizm geniş vüsət almışdır. Qloballaşan dünyada turizm insanların həyatlarının bir hissəsi olmağa başlamışdır. Azərbaycanda turizm qədim tarixə malikdir. Qədim ticarət yolları, tranzit layihələr Azərbaycanın tanınmasına imkan yaratmışdır. Lakin Azərbaycanda turizmin əsas inkişaf dövrü müstəqillikdən sonraya təsadüf edir. Dövlət tərəfindən bu sahə prioritet sahə seçilmiş, bu sahənin inkişafı məqsədilə dövlət proqramları həyata keçirilmişdir. Bunların nəticəsi olaraq ölkənin turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların axını başlamışdır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri – Tədqiqat mövzusunun məqsədi Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyətinin araşdırılması və inkişaf potensiallarının təhlil yolu araşdırılmasıdır.

Müəyyən olunmuş məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulmuşdur:

- Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyətinin araşdırılması;
- Bu sahədə ölkədə həyata keçirilən dövlət siyasəti və proqramlarının öyrənilməsi;
- Turizmin ölkə regionlarının və ümumi iqtisadiyyatın inkişafına təsirinin öyrənilməsi;
- Turizmin inkişaf və təkmilləşdirilməsi yollarının araşdırılması;

Tədqiqatın predmeti – Tədqiqatın predmetini Azərbaycanın turizm sisteminin inkişaf perspektivləri təşkil edir.

Tədqiqatın obyektini – Tədqiqatın obyektini isə turizm sahəsinin Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında əsas prioritet sahə kimi seçilməsi, mövcud vəziyyəti, problemləri və inkişaf perspektivlərinin araşdırılması və təhlili təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi – Tədqiqat işində Azərbaycan turizminin mövcud vəziyyəti sahələr və regionlar üzrə hərtərəfli araşdırılmış, inkişaf potensialı təhlil edilmiş, bu zaman trend analizindən, korrelyasiya təhlilindən istifadə olunmuşdur. Dövlətin turizm siyasəti və onun istiqamətləri araşdırılmışdır.

Tədqiqatın informasiya bazası – Azərbaycanda turizm sisteminin inkişafı mövzusunda müxtəlif yerli və xarici məqalə və ədəbiyyatlardan istifadə olunmuşdur. Ölkənin turist ixrac, idxalına, yerli və xarici investisiyalarına dair və digər statistik göstəricilərinin öyrənilməsində Dövlət Statistika Komitəsinin, Mərkəzi Bankın, Dünya Bankının rəsmi statistik məlumatlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti – Dövlətin qeyri – neft sektorunun inkişafında turizmin prioritet sahə kimi seçilməsini nəzərə aldıqda bu mövzunun araşdırılması, təhlili, Azərbaycanın regional və beynəlxalq turizm bazarında xüsusi mərkəzlərdən birinə çevrilməsi perspektivləri gələcəkdə elmi konfranslarda iştirak üçün, həmçinin Turizm sistemini öyrənilməsi və təkmilləşdirilməsində istifadə oluna bilər.

İşin strukturu – Dissertasiya işinin birinci fəslində daha çox nəzəri – konseptual mövzular müzakirə olunmuşdur. Bu fəsildə turizm sistemi və onun sahələri araşdırılmış, turizmin iqtisadiyyata təsiri və səmərəliliyi, beynəlxalq turizm təşkilatları və onların fəaliyyətinə, müasir turizm sisteminin inkişaf problemlərinə dair məlumatlar verilmişdir. Dissertasiya işinin ikinci fəslində Azərbaycanda turizm sisteminin mövcud vəziyyəti, regionların iqtisadiyyatında rolu və yeri, bu sahədə dövlətin həyata keçirdiyi siyasət və proqramlar, onların turizm sisteminin inkişafına təsiri araşdırılmışdır. Dissertasiya işinin üçüncü fəslində, xarici və yerli investisiyaların bu sahənin inkişafında rolu, ölkədə turizm potensialının və inkişaf perspektivlərinin təhlili aparılmışdır. Ümumilikdə dissertasiya işi mündəricat, giriş, 3 fəsildə 9 sualdan, nəticə və təkliflər, istifadə olunmuş ədəbiyyat, əlavələr və dissertasiya işinin referatından ibarətdir.

I Fəsil

Turizm xidmətləri sistemi anlayışı

1.1. Turizm sisteminin sahələri.

Turizm - müalicə, asudə vaxtın keçirilməsi, dini, ailə və ya işgüzar səfər məqsədləri üçün qısamüddətli səyahətdir. Səyahət etmək turizmin meydana gəlməsi və onun iqtisadi əsasını yaradır.

Bir çox ölkə üçün turizm əsas gəlir mənbəyidir. Turizm həm turist göndərən, həm də turist qəbul edən ölkənin iqtisadiyyatına təsir edir. Dünyada turizmin həcmi getdikcə artmaqdadır. Belə ki, 2012 – ci ildə turistlərin sayı 1 milyardı keçmişdir. Bu rekord göstəricidir.

Turizm həmçinin çox həssas sahədir. Baş verən hadisələr turizmə digər bir çox sahəyə nisbətən daha tez təsir göstərir. 2008-2009-cü illərdə global səviyyədə baş verən iqtisadi böhranın və H1N1 virusunun yayılması nəticəsində turizm məqsədli səyahətlərdə böyük ölçüdə azalma olmuşdur.

Turizm sırf ölkə sərhədləri xaricinə çıxmaq demək deyildir. Turizmin iki növü var: Beynəlxalq və ölkədaxili. Turizm daha çox beynəlxalq müstəvidə götürülsə də, ölkədaxili turizmin əhəmiyyəti də göz ardı edilə bilməyəcək qədər böyükdür. Belə ki, ölkənin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiya edə bilməsi üçün ilk növbədə ölkədaxili turizmi inkişaf etdirməlidir.

Beynəlxalq Turizm Təşkilatına əsasən turistin açıqlaması belədir: daimi yaşayış yerindən kənarda asudə vaxtın keçirilməsi, işgüzar və ya digər məqsədlə bir ildən artıq yaşamayan şəxs turist hesab olunur. Millətlər liqasının 1936-cı ildəki tərifinə əsasən isə turist: xaricə ən az 24 saatlıq səyahətə getmiş şəxsdir. 1945-ci ildə BMT bu tərifini biraz daha genişləndirdi və müddəti maksimum 6 ay olaraq dəyişdirdi.

Turizm əsasən əyləncə xarakteri daşısa da məqsədinə görə turizmin bir neçə növü mövcuddur. Bunlardan bəziləri aşağıdakılardır:

- Aqroturizm

- İşgüzar
- tibb turizmi
- kulinariya turizmi
- geoturizm
- dini turizm
- sağlamlıq turizmi
- vəhşi həyat turizmi
- mədəniyyət turizmi
- təhsil turizmi, və.s

İşgüzar turizm digər turizm növlərinə nisbətə daha çox inkişaf etmişdir. Aparılan təhlillər nəticəsində məlum olmuşdur ki, turizm səyahətlərinin 10-20%-i məhz bu turizm növünün payına düşür.

Təhsil turizm növü də bazarda böyük yer tutmağa başlamışdır. Son dövrlərdə əhalinin dil öyrənmək üçün xaricdəki dil məktəblərinə üz tutması, xüsusi ixtisas artırma kurslarına, müxtəlif prestijli universitetlər tərəfindən təşkil olunan yay və qış məktəblərinə üz tutması artan tendensiya ilə davam edir.

Turizm təşkilatı dövlət-yerli orqanlar, turistlər və turist müəssisələri arasında turizm sənayesi xidməti və təşkili arasında münasibətlər sistemini yaradır.

Turizm sahəsi çoxlu komponentlərin və bir-biri ilə əlaqəli hissələrin vəhdətinə əsaslanır. Məsələn: nəqliyyat, yerləşdirmə, əyləncə, fəaliyyətlər, marketinq, dövlət tənzimləməsi və.s. Bir çox biznes böyüyərək bir neçə sektoru əhatə edir və turizm sənayesinin bir sektoru digərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Məsələn: nəqliyyat yollarının salınması turizm potensialına sahib ərazidə otel tikintisinə, yeni otelin açılması yeni iş yerlərinin yaranmasına təkan verir.

Turizm sistemi – turizmin planlaşdırılması, təşkilatı quruluşu, obyektləri, idarəetmə mexanizmlərinin vəhdətidir.

Turizm sisteminin əsas tərkib hissələri aşağıdakılardır:

- Yerləşdirmə
- Qida və içki xidmətləri

- İstirahət və əyləncə
- Nəqliyyat
- İnformasiya xidmətləri.

Yuxarıda adını saydığımız sahələr sadəcə turizmin tərkib hissələri deyil, həm də turizmdən ən çox mənfəət götürən xidmət sektorlarıdır.

Sahələri ayrı-ayrılıqda qısaca nəzərdən keçirək:

- Yerləşdirmə: yerləşdirmə sahəsi turist və qonaqlara qalmaq üçün bir çox seçim təklif edir. Yerləşdirmə sahəsinə aiddir: otellər, hostel, kirayə evlər, motel və.s. Otellər beynəlxalq standartlara əsasən 5 ulduzlu sistemlə qiymətləndirilir. Əlbəttə bu qiymətləndirmə ölkədən ölkəyə fərqlilik göstərir. Son dövrlərdə turistlər tərəfindən daha çox rəğbət görən hostellərdir. Bunun başlıca səbəbi isə ucuz olmasıdır. Hostellər əsasən tarixi məkanların səyahəti məqsədilə ölkələrə səyahət edən turistlər tərəfindən üstün tutulur. Hostel sistemi daha çox Avropa ölkələrində inkişaf etmişdir. Sırf istirahət məqsədilə səyahət edən insanlar tərəfindən daha çox lüks otellər tərcih edilir.
- Qida və içki xidmətləri (bu sahə çox zaman ictimai iaşə (catering) də adlandırılır): qonaqlar üçün fərqli bir məkana səyahət edərkən əsas təcrübələrdən biri də heç şübhəsiz yemək və içkilərdir. Yemək və içki sahəsi dünyaca şöhrət qazanan ölkələrin turistləri təkrar ölkəyə cəlb etdiyi müşahidə olunmuşdur. Məsələn: Yeni Zelandiyada qonaqlara Fransız mətbəxi üzrə kurslar təklif olunur, ilboyu daxili və xarici turistləri cəlb etmək üçün yemək və şərab festivalları keçirilir. Bu festivallardan dünyaca məşhur olan digəri isə Almaniyanın Munich şəhərində hər il keçirilən 2 həftəlik Oktoberfest festivalıdır. Bu festivala çox sayda turist qatıldığı üçün yerlərin əvvəlcədən bron edilməsi lazımdır.

Fransa və İtaliya şərabına, Hollandiya pendirinə, Çin mətbəxinin fərqliyinə, Türkiyə mətbəxinin zəngliyinə görə gastronomiya məqsədilə səyahət edən turistlər tərəfindən üstün tutulurlar.

- İstirahət və əyləncə: bu sahə kino, teatr, gecə klubları, barlar, tədbirlər, sərgilər,

alış-veriş mərkəzləri, idman növləri daxildir.

Bütün yerlər turistləri cəlb edəcək özəlliklərə sahib olmalıdır. Bunlar təbii, tarixi gözəllik ola bilər. Misal üçün, dənizkənarı və ya çaykənarı şəhərlər üçün su idman növlərinin keçirilməsi bu idman növü ilə maraqlanan turistləri cəlb edə bilər. Dağətəyi sahələrdə iqlimdən asılı olaraq mövsümi idman növləri tətbiq oluna bilər. Məsələn, Azərbaycanda Qusardakı Şahdağ kompleksi hər il yüzlərlə yerli turisti qış aylarında xizək sürmək üçün qəbul edir. Zaqatalada paraşüt həvəskarları üçün şərait yaradılmışdır.

Müalicəvi istirahət mərkəzləri də bu sahədə xüsusi yerə malikdir. Naftalanın müalicəvi nefti artıq dünyada öz adını tanıdır. Əlbəttə infrastrukturun gücləndirilməsi, düzgün marşutların tətbiq olunması bu qeyri-adi müalicə mərkəzinə daha çox turist cəlb edəcəkdir. Naxçıvan Muxtar Respublikasının Culfa rayonunda müalicəvi duz mağaraları, Darıdağ termal su sanatoriyası, Masallıdakı İstisu mərkəzi turist cəlbətmə potensialına malikdir. Lakin düzgün tanidilməməsi və yetərincə diqqət ayrılmmaması ucbatında nəzərdən kənarda qalmışdır.

- Nəqliyyat: ölkəyə turist cəlb olunmasında heç şübhəsiz nəqliyyatın müstəsna rolu vardır. Əgər ölkə beynəlxalq marşut xətlərindən kənarda yerləşibse və ya daxili nəqliyyat infrastrukturunu yetərincə inkişaf etməyibsə bu zaman ölkənin sahib olduğu turizm potensialına baxmayaraq turist məhdud sayda ziyarət edəcəkdir.

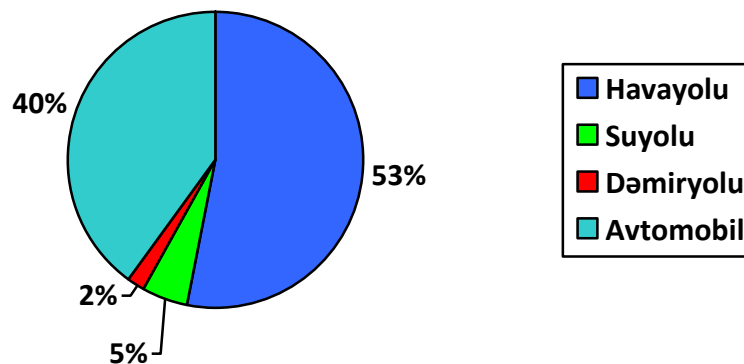
Nəqliyyat da öz daxilində müxtəlif növlərə ayrılır: su, hava, quru (avtomobil, qatar).

Beynəlxalq turizmdə daha geniş istifadə olunan nəqliyyat növləri avia və avtomobil nəqliyyat növləridir. 2013-cü ilin göstəricilərinə əsasən beynəlxalq turistlərin 40%-i hava nəqliyyat yoluna üstünlük verirlər. Bütün gəzinti və turist səyahətlərinin 77%-i isə avtomobil nəqliyyat növü ilə həyata keçirilir. Beynəlxalq göstəricilərə baxdıqda görürük ki, 2013- cü ildə beynəlxalq turistlərin 53% - i hava

nəqliyyatı, 40%-i avtomobil, 2%-i dəmir, 5%-i isə su nəqliyyat növləri ilə səyahət ediblər. ^[1]

2013 – cü ildə turizmdə nəqliyyat növlərinin payını aşağıdakı qrafikdə tanış ola bilərik:

Qrafik 1.1. Nəqliyyat növlərinin beynəlxalq turizm daşımalarında payı



Su nəqliyyatı kruiz sevərlər üçün cəlbedicidir. Karib dənizi və Aralıq dənizi ətrafı kruizlər dünyaca məşhurdur. Təkcə 1999-cu ildə kruizlər 8.9 milyon xarici turist daşımışdır. Kruiz səyahətçilərinin üstünlük verdikləri bölkə isə Karib dənizi ətrafıdır. Belə ki kruiz səyahətçilərinin 44.5% -i Karib kruizlərində daşınmışdır. Burada qonaqların zamanlarını və pullarını gəmidə xərcləmələri üçün şərait yaradılır. Bəzi limanlarda isə alış-veriş edilməsinə ya güclü nəzarət qoyulur, ya da yasaqlanır.

Azərbaycanda isə bu nəqliyyat növünün inkişafı perspektivə malik deyil. Çay nəqliyyatı isə İES, SES-lərin mövcudluğundan yararsızdır. Azərbaycanda su nəqliyyatı əsasən ticarət məqsədi ilə həyata keçirilir.

Hava yolu ilə nəqliyyat hal-hazırda uzun məsafələrə səyahətdə ən optimal və rəğbət görən nəqliyyat növüdür. Texnologiya və nəqliyyat infrastrukturundakı yeniliklər səyahəti daha asan etmişdir. Xüsusilə daha ucuz hava yollarının, jumbo

jetlərin rəqabət mühitinə daxil olması turizmdə hava nəqliyyatının payını artırmışdır. İndiki dövrdə avia nəqliyyat turist axınlarının inkişafında həlledici faktor olub, xüsusilə uzaq məsafələr, qitələrarası daşımalarda. Bu nəqliyyat növü ilə səyahət təhlükəsiz, qənaətcil, sürətli və rahatdır. Sən dövrlərdə bu sahəyə tətbiq olunan texnoloji inkişaf: yeni tip təyyarələrin buraxılması, daha çox sənişin tutumu, sürətin artırılması və.s avia nəqliyyatla səyahəti daha qənaətcil və effektiv nəqliyyat növünə çevirdi. Hava nəqliyyatı ölkə iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu səbəbdən də bəzən dövlətlər bu nəqliyyat növü üçün yardım ayırırlar.

Quru yolu ilə nəqliyyat sənişin daşımalarının ən geniş yayılmış növüdür. Quru yolu ilə nəqliyyatın özü daxildən nəqliyyat növünə görə bölünür: avtomobil, qatar və.s. Avtomobillər ən çox rəğbət görən nəqliyyat növüdür. Hətta bəzən turistlər səyahətə getdikləri ölkədə minik avtomobillərini kirayə götürməyə üstünlük verirlər. Azərbaycanda isə bu sahə yetərinə inkişaf etməmişdir.

Avtomobil nəqliyyat növünün geniş yayılması turizm sahəsinə birbaşa təsir göstərdi. Belə ki, istirahətə üstün verən insanların sayı artdı. İnsanların bu nəqliyyat növünü əldə etməsi ilə səyahətçilərin sayı artdı.

Avtomobil nəqliyyat növünün inkişafı, daha çox insanın avtomobillə səyahətə üstünlük verməsi yolların, avtomobil xidmətlərinin inkişafına gətirib çıxardı. ABŞ, Kanada və Asiya ölkələrində avtomobil turizm məqsədləri üçün istifadə olunan əsas nəqliyyat növüdür. Avropda isə son dövrlərə qədər avtomobil turist daşımada öncül idi. Lakin ucuz hava daşımalarının və sürətli qatarın inkişafı ilə bu pay nisbətən azalmışdır.

Dəmiryolu ilə nəqliyyat son dövrlərdə öz məşhurluğunu itirmişdir. Bunun səbəbi şəxsi avtomobillər, daha sürətli sənişin daşıma gücünə malik hava yollarına rəqabətdə uduzmağıdır. XX ərsin əvvəllərinə qədər turistlər əsasən dəniz və dəmir yolu ilə səyahət edirdilər. Bunun səbəbi avtomobil və hava nəqliyyatının tam inkişaf etməmiş və baha başa gəlməsi idi. 1950-ci illərə qədər turizmdə dəmiryolu nəqliyyatı

əsas rola sahib idi. Daha sonra avtomobil nəqliyyatının inkişafı və daha çox insanın bu nəqliyyat növünü əldə etməsi avtomobillə səyahəti artırdı. Bu isə dəmiryolu ilə sənişin daşımlarına mənfi təsir etdi. Lakin son dövrlərdə dəmiryolu nəqliyyatına yeni texnologiyaların tətbiqi, sürətli xətlərin çəkilməsi, komfortun artırılması Avropa və Asiya bazarında dəmiryolunun payını artırmağa başlamışdır.

Dünyaca məşhur bir neçə dəmiryolu ilə səyahət isə öz imicini qoruyub saxlamışdır: Tran-Siberian, The Orient Express, Trans-Alpine bura daxildir. Bu marşut xətti üzrə səyahətləri turistlər ətraf əraziləri daha yaxşı görmək üçün seçirlər. Ölkə daxilində turistlərin hərəkətində isə metro hələ də turistlər tərəfindən böyük həcmdə tələb görən nəqliyyat növüdür. Bunun səbəbi tıxacın olmaması, daha ucuz və sürətli səyahət imkanındır.

- İnformasiya xidmətləri - informasiya və rabitə sahələrinin turizmin inkişafında müstəsna rolu vardır. Həmçinin turizmin elektronik bazardakı fəaliyyəti bu sahənin inkişafına müsbət təsir göstərir. Texnologiyaların inkişafı, onlardan istifadənin geniş yayılması, məlumatlara daha əl çatır olması turizmin səmərəliliyini artırmışdır.

İnformasiya xidmətlərinin turizm üçün əhəmiyyəti: müştərilərə bölgə haqqında məlumatın verilməsi, turizmin reklamı, biletlərin, otellərin online satışı və.s.

Texnologiyanın inkişafının geniş vüsət almadığı dövrlərdə məlumatlar qonaqlara, potensial müştərilərə borşura, qəzet vasitəsilə çatdırılırdı. Reklamlar qəzetlərdə və televiziyalarda məhdud sayda insana çatdırılırdı. Lakin internetin geniş vüsət aldığı bu dövrlərdə turist məlumatlarının, turizm operatorlarının əsas məlumat mənbəyi internetdir. Turistlər üçün cari məlumatın mövcudluğu yüksək əhəmiyyət daşıyır. Bura aiddir: hava, yerli nəqliyyat, əyləncə imkanları, otel seçimləri, ölkənin iqtisadi, siyasi vəziyyəti haqqında məlumatlar və.s.

Turizm informasiyası istehsalçıların və istehlakçıların ehtiyacına əsasən mahiyyətə fərqlənir:

- Turist üçün – istiqamətlər, yerləşmə obyektləri, əlverişlilik, qiymətlər, sərhəd nəzarət, coğrafiya, iqlim;
- Tur agentləri üçün – istehlakçıların bazar trendləri, istiqamətlər, obyektlər, əlverişlilik, qiymətlər, sərhəd nəzarəti, turpaketlər, tələb, digər sahələrin inkişaf səviyyəsi;
- İstehsalçılar üçün – kompaniya haqqında məlumat, istehlakçılar və turagentlər, rəqiblər haqqında;
- Turizm təşkilatları üçün – sahədə istiqamətlər, həcm və turizm axınları təbiəti, siyasət və inkişaf planları haqqında məlumatlar lazımlıdır. ^[2]

İnformasiya texnologiyalarının turizm sahəsinə tətbiqinin əsas əhəmiyyətləri aşağıdakı kimidir:

- İstehsalın effektivliyinin yaxşılaşdırdı;
- İstehlakçılar üçün xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırdı;
- Turizmdə yeni xidmət növlərinin yaranmasına gətirib çıxardı;
- İstehsalçılar üçün daha geniş imkanlar yaratdı;
- Turizm sahəsinin beynəlxalq səviyyədə tanınmasına şərait yaratdı və.s.

Turizm sahəsinə informasiya texnologiyaları və informasiya sistemlərinin tətbiqi turizm inkişafının yeni aspektlərinin formalaşmasına səbəb oldu. İnformasiya texnologiyası turizmi insanın həyat fəaliyyətində əsas yerlərin birinə çevrilməsinə yaxınlaşdırır

1.2. Turizmin iqtisadi effektivliyi və tədiyyə balansında yeri.

Son yüzillikdə insanların yaşayış səviyyələri dəyişdikcə, inkişaf etdikcə turizmə rəğbət artmışdır. Xüsusilə Avropada son dövrlərdə qısamüddətli turizm inkişaf etmişdir. Turistlərin büdcə və zövqlərinə uyğun böyük həcmdə istirahət imkanları mövcuddur. Məsələn, bir qrup turist dənizkənarı səyahəti seçərkən digər qrup tarixi məkanların gəzintisinə üstünlük verir, və ya bir qrup dənizkənarı və sakit tətilə üstünlük verir, digər qrup isə daha çox əyləncə mərkəzi, fəaliyyətlər olan böyük şəhərlərə və ya turist mərkəzlərinə üstünlük verir.

Son dövrlərdə turist sayının artması turizm sferasına cəlb olunan maddi, əmək və maliyyə resurslarının həcmi o dərəcədə də artırmışdır ki, bu ərazi iqtisadiyyatının strukturuna, iqtisadi və sosial münasibətlər sisteminə təsir göstərməyə başlamışdır.²

Turizmi inkişaf etdirən hər bir ölkə ondan maksimum iqtisadi effekt əldə etməyə çalışır. Turizmin iqtisadi effektivliyi onun dövlət səviyyəsində təşkilindən, turizm xidmətlərinin səviyyəsindən, turizm firmalarının istehsal-xidmət sahəsindən qazanc əldə etməsindən asılıdır.

Beynəlxalq turizm bazarı bu sahədə iqtisadi fəaliyyətin effektivliyinin hesablanmasını da tələb edir. Beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyətinin iqtisadi effektivliyini ölkənin inkişaf mərhələlərində tələb və təklifin əlaqəsi kimi hesablamaq mümkündür.

Beynəlxalq turizmin effektivliyinin müəyyənləşdirilməsində ölkənin daxili və xarici siyasəti mühüm yerə malikdir. Turizmdə iqtisadi effektivliyin hesablanmasında iki əsas üsul mövcuddur:

- Beynəlxalq turizm kanalı ilə xarici valyutanın daxilolmaları və xərcləri effektivliyinin baxılması və ya beynəlxalq turizmin xarici ticarət fəaliyyəti kimi öyrənilməsi;

- Beynəlxalq turizmin ölkənin milli gəlirinin yaradılmasında iştirak edən təsərrüfat sahəsi kimi qəbul edilməsi.

Əgər biz beynəlxalq turizmi xarici ticarət fəaliyyəti kimi dəyərləndirsək bu zaman turizmin iqtisadi effektivliyinin hesablanması tam şəkildə ixrac sahəsinə yazılır. Nəzərə alsaq ki, ölkə həm də turizm xidmətləri idxal edir bu zaman bu üsulun istifadəsi əlverişli deyil və sahəni tam əhatə etmir.

Ölkədə turizmin inkişafı nəticəsində ölkə xarici valyuta qismində müəyyən gəlir əldə edir. Ölkənin xidmət istehsalı üzrə ixtisaslaşması, əməyin ixtisaslaşmaya uyğun olaraq bölgüsü istehsal xərclərini azaldır bu da öz növbəsində xidmətlərin qiymətlərinin azalmasına səbəb olur. Bu isə ölkə səviyyəsində effektivlik yaradır.

Ölkədə beynəlxalq turizmin inkişafı effektivliyinin müəyyənləşdirilməsi tədiyyə balansına əsasən hesablanır. Bu zaman aktiv turizm və passiv turizm nəzərə alınır.

- Aktiv turizm – xidmətlərin ixracını
- Passiv turizm – xidmətlərin idxalını ifadə edir.

İki ölkə arasında makrosəviyyədə turizm effektivliyini müəyyənləşdirən zaman aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$E = D_k / Z$$

Burada,

D – aktiv turizmdən gələn valyutalardan gəlir;

Z- passiv turizmdən olan valyuta xərcləri

k - valyuta alıcı gücünü qəbul edən ölkənin göndərən ölkəyə nisbəti

Əgər effektivlik göstəricisi 1-dən çoxdursa xidmətlərin ixracı effektivdir, 1-ə bərabərdirsə bu zaman əlaqələr balanslaşdırılmışdır, göstərici 1-dən kiçik olduqda isə xidmətləri ixracı qeyri-effektivdir.

Turizm sahəsində ölkənin iqtisadi effektivliyini artırması üçün müvafiq addımları atmalıdır:

- istehsal xərclərinin artırılması;
- istehsal əməyinin həcmi artırılması;
- xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması;
- xidmətlərin həcmi və növlərinin artırılması.

Beynəlxalq turizmdəki əməliyyatlar da xarici ticarətdəki əməliyyatlarla eynidir: ixrac, idxal, yenidən ixrac.

Beynəlxalq turizmdə ixrac – öz ölkəsində xarici turistlərin qəbul olunması, idxal isə - ölkədən xaricə turistlərin getməsi anlaşılır.

Beynəlxalq turizmin həcmi xarici ticarət əməliyyatlarında olduğu kimi, natural (kəmiyyət) və dəyər göstəricilərində müəyyənləşdirilir

Natural göstərici dedikdə, burada turistlərin sayı nəzərdə tutulur. Lakin bu göstərici xarici turizmin real həcmi öyrənilməsi üçün yetərli deyil. Bu səbəbdən də əsas göstərici kimi turistin ölkədə keçirdiyi günlərin sayı – turgün qəbul edilir.

Turgünlərin sayının hesablanması üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$T = V \times D$$

Burada,

T – turgünlərin sayı

V- turistlərin ümumi sayı

D – turistin ölkədə orta qalma müddəti

Yuxarıda göstərilən düsturun istifadəsi ilə Azərbaycanda turgünlərin sayını hesablayaq. Statistika Komitəsindən götürülən məlumata əsasən ölkə ərazisində qalan turistlərin sayı 395461 nəfər olmuşdur. Turistlərin qaldıqları gecələrin sayı (turgünlərin) isə 821552 olmuşdur.

Ölkədə bir turistin orta qalma müddəti: $821552/395461 = 2.08$

Bu göstəriciləri düsturda yerinə qoyduqda:

$$T = 395461 * 2.08 = 821552$$

Məlum olur ki, 1 turist ölkədə təxminən 2.08 gün qalmışdır.

Tədiyyə balansında beynəlxalq turizmdən gələn daxilolmalar və beynəlxalq turizmə xərclər Beynəlxalq Valyuta Fondunun (BVF) tövsiyəsinə əsasən “Turizm” bəndində göstərilir.

“Turizm” bəndində ölkənin xarici turistlərindən gələn gəlirlər (aktiv), yerli turistlərin xarici ölkələrdəki xərcləri (passiv) göstərilir. Buraya bütün səyahətə xərcləri daxildir. Lakin bir çox ölkə hələ də ÜDM-də turizmə aid göstəricilər ayırmır. Ümumi nəqliyyat və xidmətin tərkibində hesablayır. Bu isə mövcud turizmin vəziyyətinin hesablanması çətinlik yaradır və məlumatların tam dolğun çatdırılmasına maneə törədir.

İndi isə, beynəlxalq turizmin ümumi tədiyyə balansındakı payını və ölkələrin iştirakını nəzərdən keçirək:

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi, Tədiyyə balansında xarici turist xərcləri turisti qəbul edən ölkə üçün ixrac, öz vətəndaşının başqa ölkədə xərci isə idxal olaraq qeyd edilir. Tədiyyə balansında xarici turistlərdən əldə edilən gəlir xidmət balansında “turizm passivi”, ölkə vətəndaşının xaricdə çəkdiyi xərclər isə “turizm aktiv” kimi qeyd edilir. Bir çox ölkə üçün turizm əsas xarici valyuta daxilolmaları mənbəyidir və

ölkə iqtisadiyyatına ən çox töhfə verən sahədir. Çünki turizmin inkişafı nəticəsində ölkədə yeni iş yerləri açılır və inkişaf üçün şərait yaranır.

Beynəlxalq turizm bazarı struktur baxımından son dövrlərdə sürətli şəkildə inkişaf etmişdir və inkişaf etməyə də davam edir. Beynəlxalq turizm bazarı ölkərə turist axını istiqamətlərində və intensivliyində həlledici rol oynayır.

Beynəlxalq turizm ümumi ÜDM-in 9.5%-i təşkil edir. Bu sahədə dünya üzrə rəsmi 266 milyon nəfər çalışır. Son 10 ildə turizmin ümumi ÜDM-də payı hər il üzrə 4% artmışdır.

2013 – cü ildə dünyada turistlərin sayı 5% artmışdır və növbəti rekorda çatmışdır – 1087 milyon nəfər. 2012 – də isə bu göstərici 1035000 nəfər idi və ilk dəfə say 1 milyardı keçmişdi. Qlobal iqtisadiyyatın çətin zamanlar keçirməsinə baxmayaraq turizm sayı gözləniləndən 52 milyon nəfər çox olmuşdur.

Avropa bu inkişafda öncül olmuşdur. Belə ki 2013-cü ildə daha 29 milyon turist qəbul etmişdir və ümumi sayı 563 milyona çatdırmışdır. Regiondakı turist sayının inkişafı əvvəlki perioddan iki dəfə çox olmuşdur. 2013-cü ildə bu sahədə artım 5% olmuşdur. Lakin təkcə 2005-2010-cü illərdə bu artım bir il üzrə 2.5% olmuşdur.

Asiya və Sakit okean regionu da sürətli inkişaf edən öncül regionlardan olmuşdur. Belə ki 2012-ci illə müqayisədə turist sayı 6% və ya 14 milyon nəfər artmışdır. Afrikada bu göstəricilər 5% və 3 milyon yeni turist, ümumi isə 56 milyon nəfər olmuşdur. Amerika qitəsində bu göstərici 3% olmuşdur, bu isə 5 milyon yeni turist, 168 milyon isə cəmi turist sayı deməkdir. Yaxın Şərq regionunda isə göstəricilər çox da xoşa gələn deyil. Vəziyyətin qeyri-stabil olması turist axınına da mənfi təsir göstərmişdir.

Beynəlxalq turizm strukturunun regional inkişaf dinamikası ilə aşağıda göstərilən cədvəldə tanış ola bilərik:

Cədvəl 1.1. Xarici turistlərin qəbulunda dünya regionlarının payı

	Xarici turistlərin qəbulu (milyon)							Bazar payı (%)
	1991	1995	2000	2005	2010	2012	2013	2013
Dünya	434	528	677	807	948	1,035	1,087	100
Avropa	261.1	304.0	388.2	448.9	484.8	534.4	563.4	51.8
Asiya və Sakit okean regionu	55.8	82.0	110.1	153.5	204.9	233.5	248.1	22.8
Amerika qitəsi	92.8	109.1	128.2	133.3	150.6	162.7	167.9	15.5
Afrika	14.7	18.7	26.2	34.8	49.9	52.9	55.8	5.1
Yaxın Şərq	9.6	13.7	24.1	36.3	58.2	51.7	51.6	4.7

Mənbə: UNWTO highlights 2014

2008-2009-cu illərdəki iqtisadi böhrandan sonra bir çox sahədə olduğu kimi turizm də durğunluq müşahidə edilmişdir. Lakin növbəti iki il ərzində turizm əvvəlki dövrə nisbətən daha da artaraq inkişaf etməyə davam etmişdir. 2011-ci ildə turizmdən gəlirlər 1.03 trilyon dollar təşkil etmişdir. 2010-cu ilə nisbətdə bu 3.8% artım deməkdir. İlk dəfə 2012-ci ildə turist sayı ən yüksək həddə çatmışdır – 1 trilyonu keçmişdir. Həmin il Çin ABŞ və Almanıyanı turizm sahəsinə 102 milyard dollar xərcləyərək qabaqlamışdır. Çinlə yanaşı inkişaf edən ölkələrdən Rusiya və Braziliyada da turizm sahəsində xərcləri artırmışdır.

Cədvəl 1.2. Beynəlxalq turizmə ən çox xərc çəkən 10 ölkə

No	Ölkə	Region	Beynəlxalq turizm xərcləri 2013	Beynəlxalq turizm xərcləri 2012	Bazar payı (%)	Ötən illə fərq (%) 2012-2013
1	Çin	Asiya	\$128.6 mlrd	\$102.0 mlrd	11.1	+ 23.8
2	ABŞ	Şimali Amerika	\$86.2 mlrd	\$83.5 mlrd	7.4	+ 3.3

3	Almaniya	Avropa	\$85.9 mlrd	\$81.3 mlrd	7.4	+ 2.3
4	Rusiya	Avropa	\$53.5 mlrd	\$42.8	4.6	+ 28.9
5	Birləşmiş Krallıq	Avropa	\$52.6 mlrd	\$51.3 mlrd	4.5	+ 3.5
6	Fransa	Avropa	\$42.4 mlrd	\$39.1 mlrd	3.7	+ 4.9
7	Kanada	Şimali Amerika	\$35.2 mlrd	\$35.0	3.0	+ 3.2
8	Avstraliya	Okeaniya	\$28.4 mlrd	\$28.0	2.4	+ 8.8
9	İtaliya	Avropa	\$27.0 mlrd	\$26.4 mlrd	2.3	- 1.0
10	Braziliya	Cənub Amerika	\$25.1 mlrd	\$22.2 mlrd	2.2	+ 12.9

Mənbə: "2012 Tourism Highlights". UNWTO. July 2013. Retrieved 11 July 2013

2013-ci ilin statistik göstəricilərinə əsasən ümumi ÜDM-un 9%-i – \$9,990.3 milyard , 11 iş yerindən 1-i - 100,894,000 yeni iş yeri, 265,855,000 işçi, ixracın 1.4 trilyon dolları - 6%-i, xidmət ixracının isə 30%-i turizmin payına düşmüşdür. Həmçinin 2013 – cü ildə turizm sahəsinə qoyulan investisiyaların həcmi \$754.6 milyard olmuşdur, bu isə ümumi investisiyaların 4.4%-i edir. 2024-cü ilə qədər bu payın 5.1-ə qədər artması gözlənilir. Dünyada ümumi ixrac sıralamasında turizm sahəsi 5-ci yerdədir. Onu yanacaq, kimyəvi məhsullar, ərzaq və avtomobil sənayesi qarşılayır. Lakin turizm sahəsi bir çox inkişaf etməkdə olan ölkədə ilk yerdədir.

Qrafik 1.2. Turizmin ümumdünya ÜDM-də payı



Mənbə: "2012 Tourism Highlights". UNWTO. July 2013. Retrieved 11 July 2013

2013 – cü ildə turizmdən gəlirlər 5% artmışdır və 1159 milyard dollara (€873 mlrd) çatmışdır. Təkcə bir il ərzində olan artım 81 milyard dollar olmuşdur. Avropa bütün gəlirlərin 42%-ə sahib olmuşdur. Əvvəlki ilə nisbətə 35 milyard dollar çox əldə edərək turizmdən ümumi gəlirini 489 milyard dollara çatdırmışdır. Asiya və Sakit okean regionu isə öz gəlirini 30 milyard dollar artıraraq ümumi gəlirini 359 milyard dollara çatdırmışdır. Amerika ümumi payın 20%-ə sahib olmuşdur. 16 milyard dollar qazanaraq ümumi göstəricini 229 milyard dollara çatdırmışdır. Yaxın Şərqdə isə bu göstərici rəqiblərinə nisbətə az olmuşdur – 4%. Və turizmdən ümumi gəlirlər təxminən 47 milyard dollar həcmində hesablanmışdır.

Turizm gəlirləri qalma (otel, hostel, motel), yemək və içmək, yerli nəqliyyat, əyləncə, alış – veriş və digər xidmət və əmtəələrindən qazanılmışdır.

Cədvəl 1.3. Beynəlxalq turizmdən ən çox gəlir əldə edən 10 ölkə.

No	Ölkə	Region	Beynəlxalq turizmdən gəlir 2013	Beynəlxalq turizmdən gəlir 2012	Ötən illə fərq 2012 - 2013

1	ABŞ	Şimali Amerika	\$138.6 mlrd	\$126.2 mlrd	+ 10.6
2	İspaniya	Avropa	\$60.4 mlrd	\$56.3 mlrd	+ 7.4
3	Fransa	Avropa	\$56.1 mlrd	\$53.6 mlrd	+ 4.8
4	Çin	Asiya	\$51.7mlrd	\$50.0 mlrd	+ 3.3
5	İtaliya	Avropa	\$43.9 mlrd	\$41.2 mlrd	+ 60.6
6	Tailand	Asiya	\$42.1 mlrd	\$33.8 mlrd	+ 24.4
7	Almaniya	Avropa	\$41.2 mlrd	\$38.1 mlrd	+8.1
8	Birləşmiş Krallıq	Avropa	\$40.6 mlrd	\$36.2 mlrd	+ 12.1
9	Hong Kong (Çin)	Asiya	\$38.9 mlrd	\$33.1 mlrd	+ 17.7
10	Avstraliya	Okeaniya	\$30.9 mlrd	\$31.7 mlrd	- 2.8

Mənbə: "2012 Tourism Highlights". UNWTO. July 2013. Retrieved 11 July 2013

Turizm sahəsi həmçinin dünyada yeni iş yerlərinin açılmasında önəmli rolə malikdir. Turizm xidmətləri ümumi xidmətlərin 1/3-ü təşkil edir. Bu isə böyük həcmdə işçi qüvvəsi deməkdir. Turizm sahəsi dünyada ən çox iş yeri təklif edən sahələrdən biridir. Onun digər bir xüsusiyyəti isə bu sahədə müxtəlif bacarıqlara və təhsil sahələrinə görə insanlar çalışa bilər. Qadınların, miqrantların və natamam təhsilli insanların rahatlıqla çalışa biləcəyi sahədir. BMT-in Ümumdünya Turizm Təşkilatının hesablamalarına əsasən 2029-cü ilə qədər bu sahədə çalışanların sayı 296 milyona çatmalıdır. Nəzərə alsaq ki hal-hazırda bu sahədə 266 milyon nəfər çalışır hesablanan işçi sayına çatılması daha qısa müddət ərzində baş verə bilər. Həmçinin nəzərə almaq lazımdır ki, 266 milyon nəfər rəsmi rəqəmdir. Bəzi ölkələr tərəfindən bu say bildirilməmişdir, yəni sayın 266 milyondan artıq olması istisnai hal deyil.

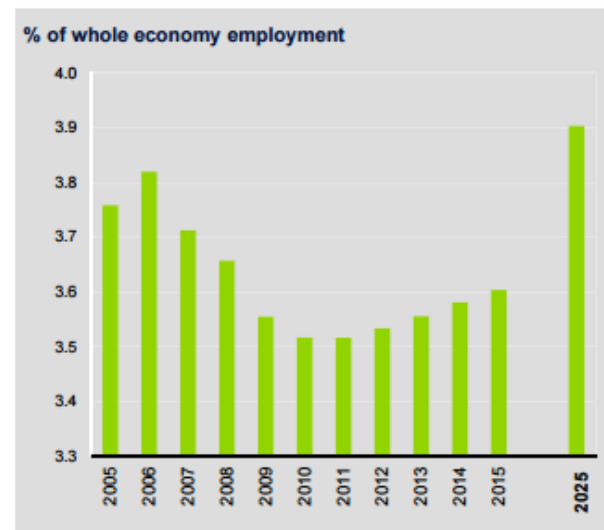
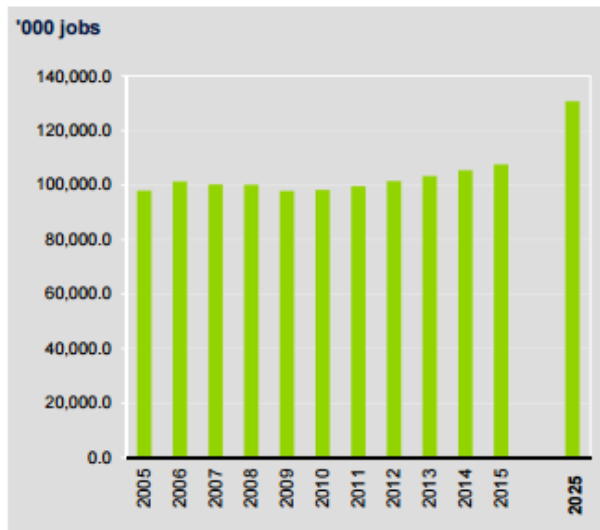
Turizm sahəsinin üzləşdiyi əsas problemlərdən biri də ixtisaslı işçilərin tapılmasıdır. Turizm sahəsinə mütəxəssislərin sayı azdır. Bu səbəbdən də

Ümumdünya Turizm Təşkilatı, Beynəlxalq Əmək Təşkilat və.s. turizm təşkilatları tərəfindən ixtisas artırma, kadr yetişdirilməsinə dair təhsil proqramları təşkil edilir, turizm potensialı olan ölkələrlə birgə əməkdaşlıq edilərək bu sahədə çalışmaq istəyən əhaliyə seminarlar keçirilir.

Turizm sahəsində çalışan əhəlinin bir çox ölkədə üzləşdiyi əsas problem isə turizmin mövsümi olmasıdır. Məsələn, Azərbaycanda turizm sezonu bir çox regionda yay mövsümi olur. Bu isə 3-4 ay deməkdir. İlin geri qalanını insanlar çalışacaq başqa sahə tapmalıdır. Bu faktorun özü də turizmə cəlb olunan işçi sayına təsir edir.

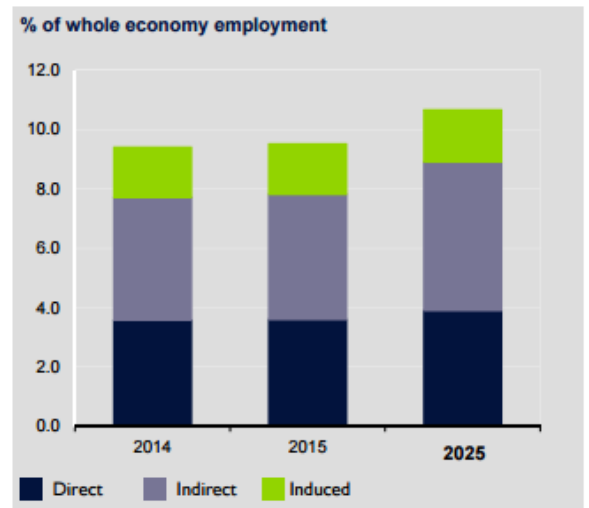
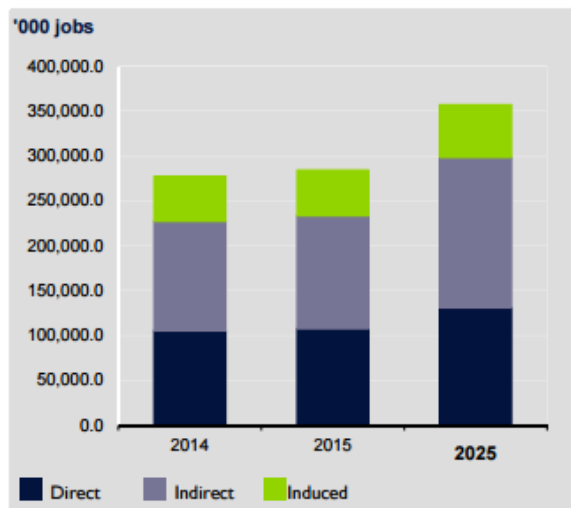
Qrafik 1.3. Turizm və səyahətin məşğulluğa birbaşa təsiri.

WORLD: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



Qrafik 1.4. Turizm və səyahətin məşğulluğa ümumi qatqısı.

WORLD: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



Mənbə: WTTC Statistics

Turizmin ölkə iqtisadiyyatlarının tədiyyə balansında rolu çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Turizm beynəlxal əmək bölgüsünə, iqtisadiyyatın inkişafına və həmçinin millətlər arasında əlaqələrin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır.

1.3. Beynəlxalq turizm təşkilatları və turizmin beynəlxalq əlaqələrdə rolu

Beynəlxalq turizmin sürətli inkişafı və digər sahələrə təsirinin böyük olması beynəlxalq əməkdaşlığın, turizm təşkilatlarının yaranması və inkişafı prosesini sürətləndirmişdir. Turist xidmətləri, turist məhsullarının təşkilatçı, istehsalçıları hər il regional və beynəlxalq səviyyəli forum və konfranslarda bir araya gəlir, turizm sahəsindəki problemləri və inkişaf perspektivlərini müzakirə edirlər. Bu görüşlərdə iştirakçılar həm beynəlxalq səviyyədə, həm də regional səviyyədə turizmin inkişafı üçün toplanırlar.

Turizmlə bağlı rəsmi beynəlxalq münasibətlərinin yaranma tarixi 1908-ci il hesab edilir. Çünki 1908-ci ildə İspaniya, Fransa və Portuqaliya tərəfindən ilk turizm təşkilatı hesab olunan „Franko-İspano-Portuqaliya Turist Assosiasiyası federasiyası“ yaradılmışdır. İlk turizm təşkilatlarından bir digəri isə „Turizm Təbliğatının Beynəlxalq Rəsmi Təşkilatlar Birliyi” hesab olunur. Bu təşkilat I Dünya Müharibəsindən sonra turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığa yaranan ehtiyacın nəticəsi olaraq yaradılmışdır.

Turizm sahəsində təşkilatlarda iki səviyyədə fəaliyyət göstərir: milli və beynəlxalq.

Ölkənin turizm sahəsində inkişafı və onun beynəlxalq aləmdə təmsili öhdəliyi milli turizm təşkilatlarının payına düşür. Buna görə də beynəlxalq turizm əlqələrinin yaradılması prosesində əsas öhdəlik milli turizm təşkilatlarındadır. Ölkənin turizm sisteminin inkişafı və fəaliyyəti onlar tərəfindən tənzimlənir və turizm sisteminin inkişafında müstəsna rol oynayırlar. Bu təşkilatlar əsasən Turizm Nazirlikləri və onlarla əməkdaşlıq edən digər milli təşkilatlardır.

Milli turizm təşkilatlarının əsas öhdəlikləri:

- Milli və beynəlxalq səviyyədə turizm xidmətlərinin təşkili;
- Hökumətin turizm maraqlarını təmsil etmək;
- Turizmi inkişaf etdirmək və planlaşdırmaq;
- Turizm şirkətlərinin, təşkilatlarının tənzimlənməsi və nəzarətinin həyata

keçirilməsi;

- Statistikanın, turizm tədqiqatlarının nəşri;
- Turizmin ölkə xaricində də inkişafına şərait yaratmaq;
- Daxili turizmin həvəsləndirilməsi;
- Gömrük, sərhəd prosedurlarının asanlaşdırılması;
- Turizm üzrə mütəxəssislərin yetişdirilməsi;
- Təbii şəraiti qorumaq;
- Mədəni, tarixi, təbii turist resurslarının qorunması və tanındılması.

Beynəlxalq turizm sistemi uzun müddət ərzində formalaşmış. Beynəlxalq turist axının, ölkələr arasında ikitərəfli münasibətlərin formalaşması ilə beynəlxalq turist axının tənzimlənməsinin və yeni kütləvi təsirin beynəlxalq statusunun müəyyənləşdirilməsini tənzimləyən beynəlxalq təşkilatların yaradılmasına zərurət yaratdı.

1963 – cü ildə Romada keçirilən Beynəlxalq səyahət və turizm üzrə BMT konfransında “Rəsmi Turist Təşkilatlarının Beynəlxalq Birliyi”-in beynəlxalq turizm əlaqələrində əsas alət kimi qəbul edilməsinə qərar verildi. Bu təşkilat 1947 – ci ildə yaradılmışdı. Daha sonra təşkilatın adı dəyişdirilərək və nüfuz dairəsini genişləndirilərək “Ümumdünya Turizm Təşkilatı” oldu.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı turizm sahəsində ən çox nüfuza sahib təşkilatdır. Onun 156 daimi üzvü vardır. 1975-ci ilin yanvar ayından etibarən fəaliyyət göstərir. Qəragahı Madrid şəhərində yerləşir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının əsas məsuliyyəti davamlı və universal turizmin yaradılmasıdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatına əsasən turizm iqtisadi inkişaf, daxili inkişaf, ətraf mühitin davamlılığında əsas rola malik sahələrdən biridir. Onun əsas öhdəliyi beynəlxalq münasibətlərin, iqtisadi inkişafın təmin edilməsi üçün turizmin inkişafı və genişləndirilməsi, sülh və inkişafdır.

ÜTT-in fəaliyyətinə aşağıdakılar daxildir:

- Regional və global statistikaların nəşri;
- Beynəlxalq turist trendi, turizm bazarları, turizm müəssisələri, avadanlıqları,

turizm planlaşdırılaraq inkişafı, iqtisadi və maliyyə təhlili, turizm fəaliyyətinin sosial birlikləri, turizmin xaricdə təmsil olunması kimi sahələrin öyrənilməsi və tədqiqatı;

- Dövrü nəşrlərin və yeni məlumatların mütəmadi təmin olunması;
- Turizm sahəsinin inkişafı üçün kursların, seminarların, konfransların keçirilməsi. Digər iqtisadi təşkilatlarla əməkdaşlıq;
- İEOÖ-ə yardım, layihələrin hazırlanması;
- Üzv ölkələrə beynəlxalq aləmdə yardım göstərilməsi və.s.

ÜTT – dən başqa beynəlxalq turizm sahəsində çalışan bir sıra digər təşkilatlar da vardır: BMT, ÜST, ICAO, BƏT, PROON, UNESCO və.s. Bu təşkilatlar BMT-in tərkibinə daxilirlər. Lakin ÜTT – in yaranması ilə bu təşkilatların turizm sahəsinə təsiri azalmışdır. ÜTT BMT ilə sıx əməkdaşlıq əlaqələrinə malikdir.

Turizmin inkişafına təsir göstərən bir sıra regional təşkilatlar da mövcuddur. Bu təşkilatlar sırf turizm təşkilatı olmasalar da regiondakı turizm sisteminin inkişafında müstəsna rol oynayırlar. Bunlara misal olaraq, İqtisadi İnkişaf və Əməkdaşlıq Təşkilatını, Avropa İttifaqını, Asiya İttifaqını, Amerika Ölkələri Təşkilatını, ASEAN-1, Avropa İnvestisiya Bankını, Asiya İnkişaf Bankını göstərə bilərik.

Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən bir sıra qeyri – dövlət təşkilatı da var. Bunlar:

- Turagentliklər və turoperatorlar – WATA, UFTAA, ICTA, IATM, EUGNUTA;
- Nəqliyyat və qidalanma – HCIVA, IHA, CHA və.s – dir.

Bunların hamısını nəzərə aldıqda demək olar ki, beynəlxalq turizm ölkələrin arasında turizmin inkişafı, səhayətlərin edilməsi, bazarın tənzimlənməsi, idarə edilməsi istiqamətində beynəlxalq təşkilatlara və hüquqi bazaya malikdir.

Turizm inkişaf tempinə görə digər sahələri qabaqlayır. Turizm bazarının qloballaşması beynəlxalq iqtisadi münasibələrə də müsbət təsirini göstərmişdir. Belə ki, yeni münasibətlərin formalaşmasına, dövlət və beynəlxalq səviyyədə strateji addımların atılması üçün yeni yanaşmaların yaransına təkan vermişdir.

Turizm beynəlxalq, mədəni, iqtisadi əlaqələrin inkişafında təkanverici

qüvvələrdən biridir. Bu özünü xüsusilə qonşu ölkələr və regional səviyyədə göstərir, nəticədə sülh, təhlükəsizlik və sabit əlaqələrin qorunmasına dəstər verir.

Turizm müasir dövrdə iqtisadi və siyasi sektorlar içərisində ən önəmlilərindən biridir və ölkələrin inkişafında, beynəlxalq əlaqələrində önəmli yer tutur. İqtisadiyyatını qarşılıqlı razılaşmalar, sövdələşmələr vasitəsilə inkişaf etdirmək istəyən ölkələrdə turizm müstəsna əhəmiyyətlidir.

Turizm sahəsində iqtisadi münasibətlər, digər sahələrdən fərqli olaraq onun buraxdığı, və ya göstərdiyi xidmətin xarakterindən asılıdır. Turizm sahəsinin obyektı insanlar, subyektı isə turizm xidmətləridir. Turizm sahəsinin inkişafı insanların tələbat sistemində və xarici vətəndaşların ölkə turizminə göstərdiyi maraqdan asılıdır. Turizmin hər bir ölkədə ilkin şəraiti həmin ölkənin resurs potensialının strukturları ilə müəyyənləşir. Turizmin sahəsinin iqtisadi və sosial mahiyyəti onun strukturunun formalaşmasını və idarəetmə obyektı kimi məqsədli-resurs və proqnoz modelinin prinsiplərlə müəyyənləşdirir.

Dünyanın bir çox ölkəsində olduğu kimi Azərbaycanda da hər il 27 sentyabr “Dünya Turizm günü” kimi qeyd olunur. Azərbaycanda bu gündə turizmin mövcud problemləri, onların həlli yollarının müzakirəsi, turizmdə xidmətin səviyyəsinin artırılması və s. kimi mövzuların müzakirəsinin həyata keçirildiyi “Ümumrespublika Daxili Turizm Konfransları” da keçirilir. Bu tarix də həm də turizm şirkətlərinin, turizm xidməti göstərən obyektlərin iştirakı ilə Daxili Turizm Sərgisi də keçirilir.

Ölkənin turizm potensialının beynəlxalq səviyyədə tanınması məqsədilə ölkəyə gələn xarici turizm şirkətləri və kütləvi informasiya vasitələri üçün info-turlar təşkil olunur. Ən son Almaniya və Avstriyadan gələn nümayəndələr üçün belə turlar keçirilmişdir. Bundan əlavə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm şirkəti üçün də Quba, Zaqatala, Lerik rayonlarına info-turlar keçirilmişdir. Bu turlarda məqsəd regionları xarici və yerli turizm bazarının iştirakçılarına tanıtmək, fəaliyyətlərini genişləndirmələri üçün təkan verməkdir. Bu turların nəticəsində bir çox rayonda turizm şirkətləri ilə mehmanxanalar arasında əməkdaşlıq yaranmış və müqavilələr bağlanmışdır.

Son 5 il ərzində Azərbaycan Respublikası Moldova, Belarusiya, Qətər, Yunanıstan, Qazaxıstan, İordaniya, Fransa, Tacikistan, Misir, Litva hökumətləri ilə “Hökumətlərarası Sazişlər” çərçivəsində əməkdaşlıq üçün sazişlər imzalamışdır. Hal-hazırda Azərbaycan Respublikası 26 ölkə ilə turizm sahəsində əməkdaşlıq sazişləri bağlanmışdır. Bu ölkələrə daxildir: Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Küveyt, Rusiya Federasiyası, Səudiyyə Ərəbistanı Krallığı, Avstriya Respublikası, Böyük Britaniya, İsrail, İran, Bəhreyn, Oman Sultanlığı, Macarıstan, Koreya, İsveçrə, Yaponiya, İndoneziya, Bruneý Krallığı, Malayziya, San Marino, Mərakeş, Argentina, Meksika, Makedoniya, İsveç, Filippin, Kuba və Xorvatiya.

Beynəlxalq sahədə əməkdaşlığı artırmaq üçün Azərbaycan Respublikası Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT), Avropa Şurası, İslam Konfransı Təşkilatı, Müstəqil Dövlət Birliyi Turizm şurası, GUAM, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı və.s. kimi beynəlxalq təşkilatlarla turizm sahəsində əməkdaşlığa nail olunması, turizm sahəsinə şamil olunan proqramlara qoşulma, beynəlxalq tədbirlərdə iştirak şansı qazanmaq, təklif və layihələrin hazırlanmasında iştirak, əməkdaşlığa dair razılıqlar əldə edilməsi istiqamətində işlər aparır.

Azərbaycan ən böyük turizm Təşkilatı Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2001-ci il sentyabr ayından üzvüdür. Azərbaycan ÜTT-in Baş Assambleyalarında, Avropa üzrə Komissiyasının iclaslarında, tədris kurslarında seminarlarda iştirak edir. 2002-ci ildə ÜTT tərəfindən ölkəmizə ekspert göndərilmişdir, ekspertlər turizm sahəsinin potensialını təhlil etmiş, hesabatlar hazırlamış və tövsiyələr siyahısı hazırlamışdır. 2003 və 2007-ci illərdə Bakıda ÜTT tərəfindən mütəxəssislər, tələbələr üçün təşkil edilmiş seminarlar keçirilmişdir.

Beynəlxalq turizm təşkilatlarının həyata keçirdiyi tədbirlər turizmin beynəlxalq səviyyədə artmasına və bir çox ölkədə viza prosedurlarında sadələşməyə gətirib çıxarmışdır. Bu səbəbdən də turizm sahəsinin inkişaf etdirmək istəyən ölkə üçün beynəlxalq təşkilatlarla sıx əməkdaşlıq böyük əhəmiyyətə malikdir.

1.4. Turizmin müasir problemləri

Turizm sahəsinin üzləşdiyi problemlər çox vaxt birbaşa bu sahənin daxilindən olmur. Yan iqtisadi, sosial, siyasi sahələrdə baş verən problemlər birbaşa ölkə və region turizminə öz təsirini göstərir.

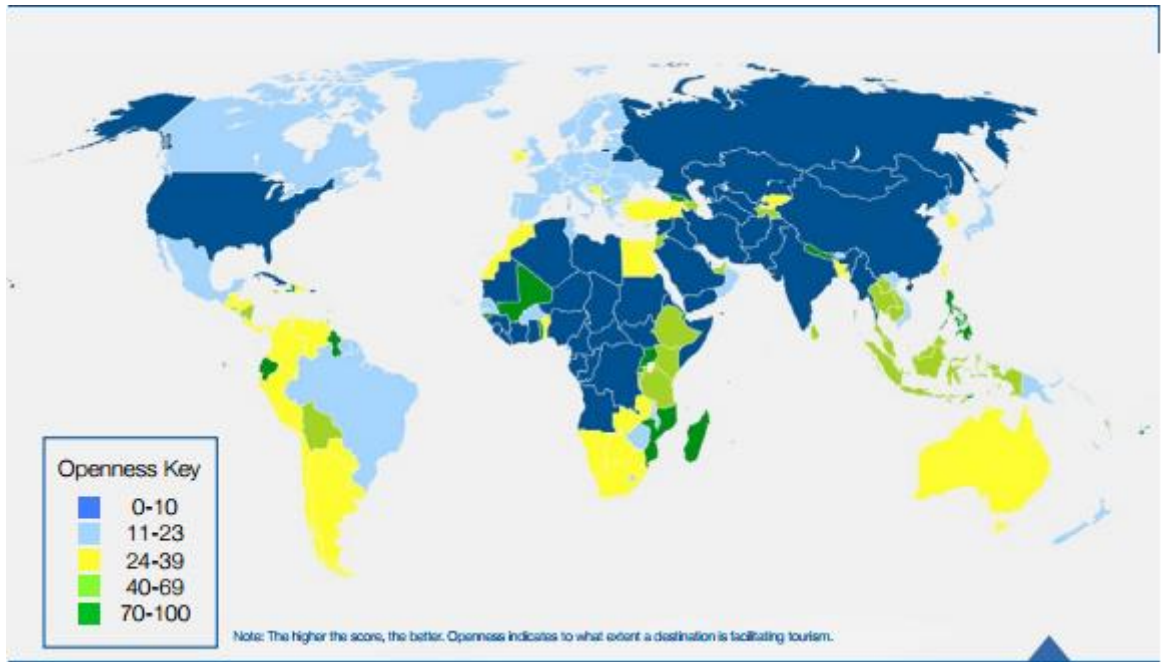
Vergiqoyma qlobal səyahət və turizm sisteminə mənfi təsir göstərir. “Dünya Səyahət Bazarı Hesabatında”-ın son 3 ilki hesabatlarında bu məsələyə xüsusi toxunulur. Aparılan araşdırmaya əsasən müəyyən edilib ki, turizm sahəsi ilə məşğul olan mütəxəssislərin 97%-i vergiqoyma üzləşdikləri əsas problemlərdəndir, 10-dan 6-ı isə məşğul olduqları sahəyə ən çox mənfi təsir göstərən faktorun məhz artan vergilər olduğunu qeyd etmişdir. Sorguda iştirak edənlərin $\frac{3}{4}$ -ü turizm sahəsinin dövlət üçün asan vergiqoyma hədəfi olduğunu bildirmişdir. ^[4]

Bəzi ölkələrdə turizm sənayesinə qoyulan vergi miqdarı çox yüksəkdir. Tur operatorlarından başlayaraq nəqliyyat, havayolları, otellərə qədər bütün turizm xidmətlərinə xidmət vergisi, lüks vergisi, nəqliyyat vergisi, yanacaq vergisi və.s. vergi növləri mükəlləfiyyət olaraq qoyulur. ABŞ kimi federal dövlətlərdə verginin növü və məbləği ştatdan – ştata dəyişir. Bütün bu vergilər isə dolayı yolla ziyarətçilərin üzərinə qoyulur. Ona görə də turistlər bu bölgələrdə səyahətə getməkdən çəkinirlər.

Turizmin bəzi bölgələrdə qarşılaşdığı ciddi problemlərdən biri isə təhlükəsizlikdir. Yetərli hüquqi bazanın və nəzarətin olmaması, terrorist hücumları, oğurluq, cinayət sayının çox olması və.s kimi mənfi hallar xarici turistlərin bu bölgələrdən uzaq durmasına səbəb olur.

Turizmdə ölkələrin əziyyət çəkdiyi digər bir məsələ isə viza prosedurlarıdır. Çətin və uzun viza prosedurları turistlərin gəlişinə əngəl törədir. Otellərdə, biletlərdə tez – tez viza prosedurlarının uzanması səbəbində ləğvlər olur. Avropanın ən çox turist cəlb edən bölgə olmasında ən böyük rola malik factor məhz viza asanlığıdır. Avropada bir çox ölkəyə təkcə bir viza – Şengen ilə getmək olur. Lakin ABŞ kimi dünyanın qabaqcıl ölkəsində viza prosedurunun sərtliyi turist sayının məhdud olmasına gətirib çıxarır.

Şəkil 1.1. Viza prosedurlarının asanlığı üzrə göstəricilər



Turizmin qarşılaşdığı problemlərdən biri də ona düzgün tərif verilməməsidir. Çox vaxt “turizm” termini çox dar mənada anlaşılr – ziyarətçilərin bir ölkədən digərinə getməsi kimi. Bunun başlıca səbələrindən biri, məqalə müəlliflərinin, alimlərin, tədqiqatçıların məlumat mənbəyi kimi “Dünya Turizm Təşkilatı”nın məlumat və nəşrlərini göstərmələridir. Nəzərə almaq lazımdır ki, dünyanın bir çox ölkəsində yerli turizm çox geniş həcmdədir. Məsələn, ABŞ və Çin. ABŞ əhalisinin sadəcə 10%-i xarici pasportu vardır. Çin və Hong Kong arasında gediş-gəlişlər xarici turizm kimi qeyd olunur. Məqsəd və gedişlərin sayının artmasına baxmayaraq göstəricilərdə dəyişiklik edilmir. Bu isə göstəricilərin qeyri – müəyyən olmasına və vahid göstəricinin olmamasına işarətdir.

Turiz sahəsinin digər bir problemi isə proqnozlaşdırmanın çətin olmasıdır. Çünki bu sahənin inkişafına bir neçə faktor təsir edir: regionlardakı siyasi, iqtisadi, sosial vəziyyətlər, təbiət hadisələri, iqtisadi faktorlar və.s. Proqnozlaşdırmada gözləntilərdən az fərqlənən nəticə Şimali Amerika və Avropada olur. Digər regionlarda isə dəyişikliklər daha tez-tez baş verir. Bu isə regionlara turizm axınında qeyri-stabilliyə səbəb olur. Son dövrlərə turizm sahəsində stabilliyə ən çox yaxınlaşan region Cənub Amerika qəbul edilir. Bunun isə bir neçə səbəbi var:

- Şimali Amerika bazarı ilə yaxınlıq;

- Avropa ilə tarixi və dil əlaqələri;
- Təbiət resursları (Ekvatorial meşələr, çimərliklər, And dağları və.s.).

Sürətlə yüksəlişə keçən digər region isə Asiya – Sakit okeandır. Dünya Ticarət Təşkilatının hesablamalarına əsasən bu region ən sürətli inkişaf edən region olacaqdır, turist sayına görə Amerika qitəsini qabaqlayacaq və Avropadan sonra ikinci yerdə qərarlaşacaqdır. Bunun üçün isə region müvafiq hazırlıqları görməlidir. Hal-hazırda regionda bu qədər böyük sayı qəbul edəcək infrastruktur mövcud deyil. 2020 – ci ilə qədər bu hədəfə çatılması gözlənilir. Sakit Okean və Asiya regionu turizm sahəsinin hadisələrdən nə qədər təsirləndiyinin ən bariz nümunəsidir. Regiondakı maliyyə böhranı regiona turist gəlişlərinə çox böyük təsir göstərmişdir. Otel qiymətlərinin və bronların sayı aşağı düşmüşdür. Bu misal bəzi regionlarda proqnozlaşdırmanın nə qədər çətin, hətta bəzən imkansız olmasını göstərir. Siyasi qeyri – sabitlik, iqtisadi böhran, dini fərqlər potensial turizmin inkişafına mənfi təsir göstərə bilər. Rusiya, Yaxın Şərq bölgələrində son dövrlərdə baş verən hadisələrə nəzər yetirdikdə biz bunun doğruluğunu görə bilərik.

Valyuta məzənnələrində tez-tez dalğalanmaların olması və bunun əvvəlcədən proqnozlaşdırıla bilməməsi turizmə mənfi təsir göstərir. İnflyasiyanın artması və bunun nəticəsində bir çox sahədə olduğu kimi turizmlə məşğul olan məkanlarda da qiymətlərin qalxması, xidmətlərin aşağı düşməsinə səbəb olur. Bu zaman ən çox zərər görən sahələrdən biri məhz havayolları olur. Çünki havayolu nəqliyyatı həm yeyinti, həm də yanacaq sənayesindən birbaşa asılıdır. Bu hal baş verdikdə havayollarının qiymətləri artırıb, xidmətləri azaltmaqdan başqa çıxış yolu olmur. Bunların hamısı səyahətə gedən insanların bahalı gəzintilərdən uzaq durmasına səbəb olur, bu isə ümumilikdə bütün turizm sektoruna mənfi təsir edir.

İqlim dəyişikliyi də öz mənfi təsirini turizmdə göstərir və bu təsirin önümüzdəki dövrlərdə daha da qabarıq şəkildə olması gözlənilir. Baş verən tsunami nəticəsində iki ada yox oldu, baş verən qasırğalar əsasən turizm potensialı olan yerləri vurur və son dövrlərdə havanın qeyri-sabit olması iqlimin turizm sahəsi üzərində nə qədər böyük təsirə malik olduğunu göstərir. Gələcəkdə baş verə biləcək digər

hadisələr isə, dəniz səviyyəsini qalxması nəticəsində bəzi turizm mərkəzi adaların (Seyşellər, Maldivlər), yarım adaların (Banqladeş), çimərliklərin (Florida, Niderland) su altında qalması, qış turizm mərkəzlərində qarların azalması, bəzi regionlarda ilin böyük hissəsinin buludlu keçməsi və aramsız yağışların yağması, artan hava temperaturu və.s. turizmdə öz mənfi təsirini göstərəcəkdir.

Turizmin iqtisadiyyatın bəzi sahələrinə mənfi təsirləri də mövcuddur. Zəngin ölkələr kasıb ölkələrdən daha çox gəlir götürür turizm sahəsindən.

Turizm gəlirlərinin 80%-i turist qəbul edən ölkədə qalmır. Bunlar əsasən havayollarına, otellərə və digər beynəlxalq şirkətlərə ödənilir. Gəlirlərin qalan hissəsi də qaçaq və sızma yollarla yenidən ölkədən çıxarıla bilər. Tailandda aparılan araşdırmaya əsasən müəyyən olunmuşdur ki, turistlər tərəfindən ölkədə xərclənən pulların 70%-i xarici tur operatorları, havayolları, otellər, idxal edilmiş içki və qida sahəsi tərəfindən ölkədən çıxarılmışdır. Kariblərdə bu göstərici 80%, Hindistanda isə 40%-dir. ^[5] İnkişaf etmiş ölkənin turisti tərəfindən xarici ölkədə xərclənən 100 dolların sadəcə 5 dolları inkişaf etməkdə olan ölkənin iqtisadiyyatında qalır.

İdxal sahəsi də turizm gəlirlərinin ölkədən çıxmasında böyük rol oynayır, xüsusilə daha az inkişaf etmiş ölkələrdə. Bunun səbəbi isə turistin tələbinə cavab verəcək standartda təchizatın, ərzağın və digər məhsulların ölkənin turizm sistemi tərəfindən təklif edilə bilməməsidir. Az inkişaf etmiş ölkələrdə ərzaq və işçilər əsasən idxal edilir və ölkə turizmdən götürdüyü gəlirin böyük hissəsi ilə bu xərcləri qarşılamalı olur.

Transmilli korporasiyalar və böyük xarici şirkətlərin idxal qaçaqçılığında payı var. Əvvəlcə daha az inkişaf etmiş regionlarda turizmin inkişafı üçün infrastrukturların və bazanın qurulmasına investisiya qoyurlar, daha sonra isə otel və istirahət mərkəzlərinin qazanclarından öz paylarını götürürlər. Bu zaman ixrac qaçaqçılığı baş verir.

“Hərşey daxil” tətillər paketləri yerli əhalinin turizm sahəsindən gəlir əldə etməsində əsas maneələrdən biridir. Çünki bu zaman turist bütün səyahət boyunca ya eyni kruiz gəmisində və ya istirahət mərkəzində qalır. Burada isə turist üçün hərşey

təmin edilmişdir. Turistlər burada alış-veriş edir, bütün ehtiyaclarını burada qarşılayırlar. Bu isə yerli əhalinin turizm sahəsindən faydalanmasına əngəl törədir.

Araşdırmalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, “Hərşey daxil” xidməti göstərən istirahət mərkəzləri daha çox məhsulları idxal edirlər və daha az insanı işə götürürlər. Bu göstərici “Hərşey daxil” tipli turist mərkəzlərinin ölkənin turizm sahəsindən gəlirlərində azalmaya səbəb olduğunu isbatlayır.

Turizmin əhalinin məşğulluq sferasına təsiri kifayət qədər əhəmiyyətlidir. Bir çox region və ölkədə iqtisadi – sosial inkişafda aparıcı rol oynayır. Bu inkişaf sahəyə əmək resurslarının cəlb olunmasına şərait yaradır. Lakin bu mövzuda turizm sahəsində hələ də problemlər mövcuddur. Kadr və mütəxəssis çatışmamazlığı bir çox regionun üzlədiyi problemdir. Təbii ki, sahənin belə inkişafına uyğun olaraq kadrların hazırlanması və buna uyğun təhsil sisteminin qurulması lazımdır. Bu sistemi qurarkən nəzərə almaq lazımdır ki, turizm xidmətlər sənayesidir. Turist xidmətlərinə nəzarət və idarəedilmə üzrə bir neçə ixtisas üzrə kadrlar hazırlanmalıdır. Əsas diqqət isə müxtəlif turizm peşələrində kadrların hazırlanmasına yönəlməlidir. Ölkəmizdə turizmin inkişafına maneə olan səbəblərdən biri də məhz xidmət səviyyəsinin aşağı olması və kadr çatışmamazlığıdır. Ölkəmizdə də bu sahədə görülməli işlər çoxdur.

Mütəxəssislərinin sayının az olması və turizm mövsümünün bir çox ölkədə qısa olması bu sahədə işçi qüvvəsi çatışmazlığına səbəb olur. Xarici investisiya əsasında qurulan böyük komplekslər çox vaxt öz mütəxəssislərini gətirirlər, yerli əhaliyə isə daha aşağı maaşlı və ixtisas tələb etməyən işlər təklif olunur. Turizm sahəsində çalışan insanların bir çoxu öz iş yerini qısa müddət ərzində tərk edir. Bunun səbəbinin çox vaxt perspektivin olmaması, maaşların aşağı olması və yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi işin daimi olmamasıdır.

II Fəsil

Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti

2.1. Azərbaycanca turizmin tarixi və ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu

Turizm həyat üçün birinci dərəcəli tələbat olmayıb, insanın yaşayış səviyyəsinə uyğun olaraq inkişaf edir. Azərbaycanda turizmin inkişafı iqtisadiyyatın inkişafı ilə birbaşa əlaqəlidir. Turizm mühiti iqtisadi inkişafı ilə birlikdə formalaşır və böyüyür.

Azərbaycanın malik olduğu zəngin tarixi, mədəni və təbii resursların zənginliyi turistləri ölkəyə cəlb edir. Malik olduğu təbii zənginliklər (mineral sular, müalicəvi neft, müalicəvi duz, 11 iqlim qurşağından 9-da yerləşmə və.s), zəngin milli mətbəx, mədəniyyət nümunələri və.s ölkədə turizmin bir çox növünün inkişafı üçün şərait yaradır: idman, işgüzar, qastronomik, çimərlik, müalicəvi, mədəni və.s.

Azərbaycana ilk səyahətlər qədim dövrlərdən ticarət, dini, siyasi məqsədlərlə olmuşdur. Böyük İpək Yolunun üzərində yerləşməsi ölkənin tanınmasında böyük rol oynamışdır. Xüsusilə Şərq və Qərb arasında mühüm ticarət dayanacağı olmuşdur. Azərbaycanın Təbriz, Marağa, Ərdəbil, Gəncə, Naxçıvan, Ordubad, Nuxa (Şəki) şəhərləri mühüm beynəlxalq ticarət mərkəzləri olmuşdur.

XIV əsrdə Ağ dənizdən Hindistana göndərilən mallar əvvəlcə Volqa çayı ilə Azərbaycana oradan isə İran və Hindistana aparılırdı, bu səbəbdən də Azərbaycan Qərb-Şərq ticarətində mühüm yerə malik idi. Bakıda bu dövrdə əvvəlki dövrlərə nisbətən daha böyük karvansaraylar inşa edilmişdir. Bu karvansaraylara misal olaraq bunları göstərmək olar: Multanı (XII - XIV), Buxara (XIV - XVI), Fars, Ləzgi və s.

Azərbaycan turizminin rəsmi başlanğıc tarixi kimi 1908-ci il qəbul edilir. Buna səbəb 1908-ci ildə Krım - Qafqaz dağ klubunun Bakıda filialının açılmasıdır.

1922-ci ildən etibarən yerli turizmin inkişafına təkan verən ekskursiyalar həyata keçirilməyə başlandı. Ekskursiyaçı dərnəklərin başda əsas məqsədi Bakının zavon, fabrik və neft mədənlərində çalışan işçi heyətinin, fəhlələrinin digər sahələrlə tanış edilməsi idi. Bu məqsədlə də yay aylarında Mərdəkan, Şüvəlan, Buzovna,

Türkan, Zığ, Artyom adası və Şıx zolağına istirahət məqsədli ekskursiyalar həyata keçirilirdi. Bu ekskursiyalar ilə o dövrdə Həmkarlar İttifaqı məşğul olurdu.

1929-cu ildə SSRİ-in əsas turizm hərəkətlərindən "Proletar Turizm Cəmiyyəti"-in Bakıda şöbələri yaradılmağa başlandı. Bu hərəkətin əsas məqsədi turizmi kütləvi hərəkətə çevirmək, başda aztəminatlılar olmaqla zəhmətkeşlərin müxtəlif təbəqələrini əhatə etmək, turizmdən onların həyat səviyyələrinin yaxşılaşdırılması üçün istifadə etmək idi.

"Proletar Turizm və Ekskursiyalar Cəmiyyəti" 1935-ci ildən Azərbaycan SSR-də də fəaliyyətə başladı. Turizm ekskursiya işinin keyfiyyətini artırmaq məqsədilə Kirovobadda (Gəncə) PTEC-in bazası yaradıldı.

Azərbaycan turizm ekskursiyalar idarəsinin adı 1962-ci ildə dəyişdirilərək Turizm üzrə Azərbaycan Respublika Şurası, 1969-cu ildə adı təkrar dəyişdirilərək Turizm Ekskursiyalar üzrə Azərbaycan Respublika Şurası adlandırıldı.

Müstəqilliyə qədərki dövrdə turizmin ən yadda qalan ili 1983-cü il hesab olunur. Çünki bu il ərzində Azərbaycan SSR-ə xarici ölkələrdən 50, SSRİ-in müxtəlif bölgələrindən isə 250 minə yaxın turist səfər etmişdir. Bununla bərabər ölkə ərazisində mehmanxana komplekslərinin sayı artırıldı və mövcud mehmanxanalarda isə təmir işləri görüldü.

Lakin 1988-ci ildən Dağlıq Qarabağ bölgəsində və ətrafında baş verən hadisələr ölkəyə yerli və xarici turist axınını azaltdı. Bir çox rayon və şəhərdə turizm fəaliyyəti donduruldu. Ermənilərin işğalçı siyasəti nəticəsində qaçqın düşən əhali turizm bazalarında yerləşdirildi. 1990-cı ildə ittifaqdaxili və beynəlxalq turist marşutları dayandırıldı. Bu hadisələr ölkənin həm iqtisadi, həm sosial sferalarına ağır zərbə vurdu. Xüsusilə də turizm sahəsinə dayanma nöqtəsinə gəldi.

Müstəqillik qazanıldıqdan sonra isə turizm sahəsinə yenidən diqqət edildi. 1991-ci ildə Nazirlər Kabineti nəzdində Turizm Şurası yaradıldı. Bakı, Gəncə və Naxçıvan başda olmaqla ölkənin bir çox bölgədə müasir tələblərə cavab verən mehmanxana və otellər yaradıldı. Naftalan, Culfa, Masallıda müalicəvi istirahət

mərkəzləri, Quba, Qəbələ, Gəncə, Lənkəran, Naxçıvan və digər şəhərlərdə isə mövsümi və daimi turistlərin qəbulu üçün obyektlər qurulmuşdur.

Ölkə turizmində əsas çiçəklə 2000-ci illərin əvvəllərinə təsadüf edir. Statistika əsasən 2011-ci ildə ölkəyə rekord həddə xarici turist gəlmişdir – 2.2 milyon nəfərdən çox.

Cədvəl 2.1. Azərbaycanla gələn xarici vətəndaşların sayı (nəfər)

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1037990.0	1279378.0	1282143.0	1261961.0	1332701.0	1898939.0	1830367.0	1962906.0	2239141.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Aşağıdakı cədvəldə 2004 – 2013 –cü illərdə hava nəqliyyatı ilə Azərbaycana gələn turistlərin sayını və satılan yollayış blanklarının sayının göstərildiyi cədvəllə tanış olaq. Daha sonra verilən qrafik isə iki məlumat arasındakı əlaqəni göstərir.

Cədvəl 2.2. Xarici vətəndaşlara satılan yollayış blanklarının və hava nəqliyyatı ilə ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı.

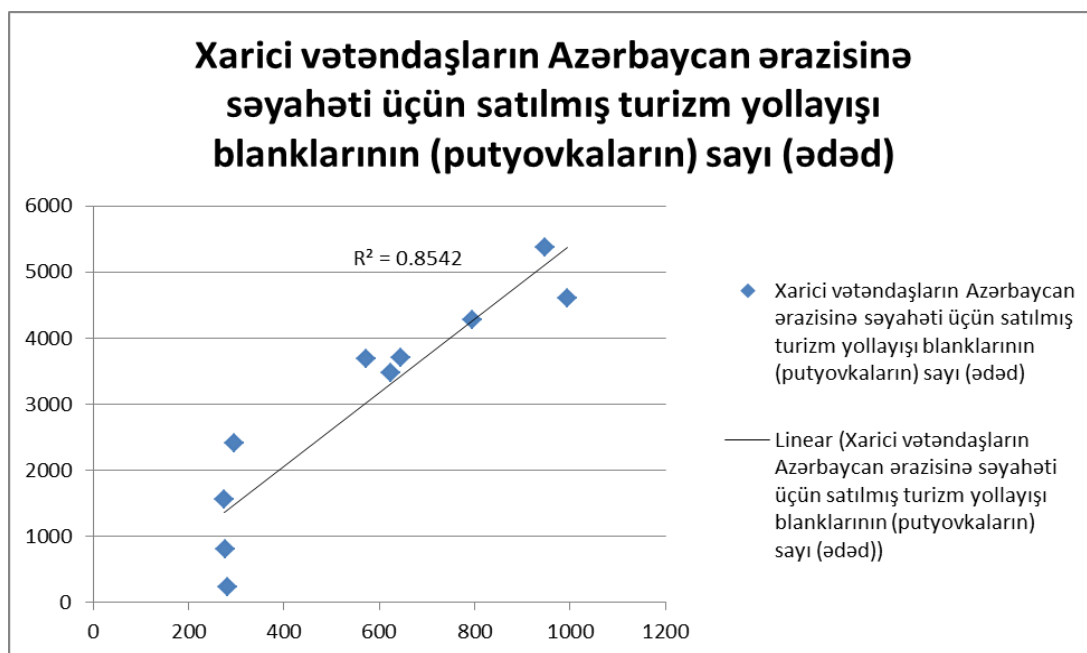
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Xarici vətəndaşların Azərbaycan ərazisinə səyahəti üçün satılmış turizm yollayış blanklarının (putyovkaların) sayı (ədəd)	813.0	1552.0	237.0	2411.0	3695.0	3474.0	3706.0	4284.0	5367.0	4599.0
Hava nəqliyyatı ilə Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı (min nəfər)	276.3	275.7	281.4	297.2	571.6	624.2	645.8	795.5	946.4	993.5

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

2004 – 2013- cü illərdə ölkəyə gələn vətəndaşların sayı və hava yolları ilə

xarici vətəndaşların Azərbaycanca gəlməsi üçün satılan yollayış blanklarının sayı arasında trend analizi apardıqda iki məlumat arasında 0.85 uyğunluq olduğunu görürük. Bu nəticəyə gələ bilərik ki, Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşların əksəriyyəti hava nəqliyyatını seçirlər və satılan biletlərin böyük əksəriyyəti hava nəqliyyatının payına düşür. Həmçinin biz qrafikə əsasən deyə bilərik ki, bu dövrdə Azərbaycana gələn turistlərin sayımında artım olmuşdur.

Qrafik 2.1. Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşlara satılan yollayış blanklarının və təyyarə ilə səyahət etmiş xarici vətəndaşların sayı arasındakı əlaqə.



Turizm Nazirliyinin məlumatlarına əsasən 2014 – cü il ölkəyə gələn turist sayı 2.3 milyona çatmışdır. Hesablamalara əsasən 2014-cü ildə ölkənin turizmdən gəliri təxminən 950, 650 milyon dollar olmuşdur. Viza prosedurlarındakı sadələşdirmələr, turistlərin tələbinə uyğun yeni yerlərin açılması bu saylarda ən önəmli faktorlar olmuşdur.

Bu il keçiriləcək olan Avropa Oyunları təxminən 6000 idmançı, 3000 işçi heyətinin gəlməsi gözlənilir.

Azərbaycanın 530 otelində 35.000 turistin qalması üçün yer var. Bu il ərzində ölkəyə 5 milyona yaxın turist gəlməsi gözlənilir. Ölkəyə gələn bir turistin minimum xərclədiyi pul 700 dollar təşkil edir.

2014 – cü ildə 2013 – cü illə müqayisədə otellərin gəlirləri 5.7% artmışdır. Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən bu 181 milyon manat edir. Bu məbləğin 64.7%-i otaq nömrələrinin tutulmasından, 23.8%-i isə yemək və içmək xidmətlərindən daxil olmuşdur. Otel otaqlarının sayı ötən illə nisbətdə 4.9% artmış və 17,363 - ə çatmışdır. Otellərin 5%-i dövlət, 95%-i isə özəl sektorun payına düşür. 2014 – cü ildə turistlərin əksəriyyəti Bolqarıstan, Estoniya, Finlandiya, Çexiya, Yaponiya, Belçika, Polşa, Türkiyə, Moldova, Çin, Almaniya və Rumıyadan gəlmişdir. ^[6]

Turizmin inkişafı ölkəyə həm iqtisadi cəhətdən, həm də sosial cəhətdən müsbət təsir göstərir. İqtisadi cəhətdən müsbət təsiri onun gəlirli sahə olması və ölkəyə əlavə gəlirin cəlb olunmasında böyük rol oynamasıdır. Sosial cəhətdən isə yeni iş yerlərinin açılmasına təkan verərək işsizliyi azaldır, yeni təşkilatların yaranmasına gətirib çıxarır, sahibkarlığın inkişafına imkan yaradır, turizm regionlarındakı ev təsərrüfatlarının və əhəlinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sfersinin yaranmasını təmin edir.

Turizmin iqtisadiyyatda rolu iqtisadi siyasətdə və ölkənin beynəlxalq əlaqələrində xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. Baxmayaraq ki Azərbaycanda iqtisadi potensialına görə turizm ilk yerlərdədir onun inkişafı hələ də aşağı səviyyədədir. Turizmin inkişafdakı rolu istehsal və istehlak istiqamətində inkişaf edir. Turizmin gəlirləri dövlət gəlirlərinin, əhali və sahibkarların gəlirlərinin tərkib hissəsidir. Bu səbəblərdən də ölkədəki turizm onun iqtisadi və sosial potensialının inkişafına və idarə olunmasına təsir edir.

Ölkədə turizmin inkişafı və iqtisadiyyatdakı payını artırmaq məqsədilə dövlət tərəfindən müxtəlif siyasət və proqramlar həyata keçirilir. Son dövrlərdə turizmin get-gedə artmasındakı əsas səbəblər bu sahəyə ayrılan investisiyalardır. Dövlət siyasəti və investisiyalar ilə bağlı daha geniş məlumatlarla müvafiq olaraq bu fəslin 2-ci başlığında və 3-cü fəsildə tanış ola bilərsiniz.

Cədvəl 2.3. Azərbaycanın 2007-2012-ci illərdə turizmdən gəlirləri. (ABŞ dolları ilə)

2007	2008	2009	2010	2011	2012
317,000,000	382,000,000	545,000,000	792,000,000	1,500,000,000	2,634,000,000

Mənbə: World Bank Data Indicators

Dünya Bankının məlumatların əsasən tərtib edilmiş cədvəldən də göründüyü kimi Azərbaycanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlər artan tempdə davam edir. Bu isə turizmin inkişafında əsas göstəricidir.

Turizmin inkişafı iqtisadi inkişaf, investisiya cəlb edilməsi, regionların inkişafı sahəsində nüvə rolunu oynayır. Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə təhsil, səhiyyə obyektləri tikilir, yollar salınır, bazarlar inkişaf etdirilir, yeni xidmət sferaları yaradılır. Bunların nəticəsində də dövrüyyəyə cəlb olunan pulun miqdarı çoxalır, bank sisteminin inkişafı təmin edilir. Bütün bu inkişafı ixtisaslı kadrların yetişdirilməsinə də təkan verir.

Turizmin iqtisadiyyatdakı yeri və onun əsas inkişaf istiqaməti ölkənin resurs potensialından, təşkilatı idarəetmə strukturundan asılıdır.

İqtisadi ədəbiyyatda turizm sisteminə təsir edən amillər aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- Torpaq amili
- Ekoloji mühit
- Əhalinin məşğulluğunun, əməkhaqqının təşkili
- Turizmdən kommersiya mənfəəti
- İnteqrasiyaya olan tələbat
- İqtisadiyyatın digər sahələri ilə əlaqələrin vəziyyəti
- Ölkənin təhlükəsizlik amilləri ^[7]

Turizmin inkişafı yalnız təbii-coğrafi şəraitlə müəyyənləşmir, həmçinin iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafı və iqtisadi effektivlik əldə etmək üçün həyata

keçirilən tədbirlərlə də müəyyənləşir. Turizmin inkişafı daha çox iqtisadi təminat səviyyəsi və demoqrafik tərkiblə də müəyyənləşir. Turizmin inkişafı istiqamətində xarici turistlər üçün xidmətin yüksək səviyyədə təşkili və idarəsi, əhalinin xarici və yerli turizmdən inkişafına imkan yaradılması nəzərdə tutulur.

Turizm xərcini tez qaytaran, rentabellik dərəcəsi yüksək, inkişafı sürətli, xidmət imkanlarının geniş olması səbəbindən dünyaya iqtisadiyyatında kapital axını müəyyənləşdirən sahələrdən biri kimi yüksək rəqabət qabiliyyətinə malikdir.

Turizmin inkişaf səviyyəsi və onun bölünməsi ölkədəki inkişaf səviyyəsindən asılıdır, həmçinin bu sahə özünü maliyyələşdirən və gəlir gətirən sahədir. Azərbaycanda turizm ÜDM-in artım hissəsi, regionların sosial-iqtisadi inkişafının təkanverici qüvvəsi olaraq baxılır və dövlətin inkişaf proqramlarında əks olunur.

Dövlət turizmin inkişafının təmin edilməsi və nəzarət edilməsini işini Gənclər və Turizm Nazirliyi vasiləsilə həyata keçirir. Bu sahənin maliyyələşdirilməsi, maddi bazasının yaradılması layihələrinin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində dəstək verir və strateji plan, tənzimləmə siyasəti tətbiq edir.

Azərbaycanda ilk etapda turizmin inkişafı yerli əhalinin tələbatına əsasən deyil kommersiya mənfəəti əldə etmək və kənardan qazanılan pulun, xarici valyutanın ölkəyə gətirilməsi məqsədilə həyata keçirilir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı sosial-iqtisadi sahələrin inkişafının əsas istiqamətlərinə görə planlaşdırılır. Bu istiqamətlərdən bir neçəsini nəzərdən keçirək:

- Turizmin inkişafında ölkəyə gətirilən və ölkədən çıxarılan maliyyə resurlarının qiymətləndirilməsi, döviyyədəki pul kütləsi və bazar mübadiləsindəki xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Çünki ölkəyə gələn xarici maliyyə resurslarının ümumi həcmi turizm sahəsindən gələn gəlirini artırır
- Turizm sahəsində sahibkarlığın inkişafı, əlavə kapital axının yeni iş yerlərinin açılmasına cəlb edilməsi, regionların inkişafının əsas hədəflərdən biri kimi seçilməsi turizmin inkişafında qarşıya qoyulan məqsədlərdəndir.

- Turizmin inkişafı üçün bu sahəyə təsir edən istehsal və xidmət sferasının inkişaf etdirilməsi, infrastrukturun qurulması, turizmin sahəsində yerli mütəxəssislərin çoxalması, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi qarşıya qoyulan əsas məqsədlərdən biridir.
- Turizmin inkişafı ölkədəki bank sisteminin, nağdsız ödənişlərin, sığorta sisteminin (xüsusilə xarici vətəndaşların sığortalanması), tranzit sahədə dünya standartlarına yüksəlməsinə gətirib çıxara bilər.
- Ölkənin bir neçə regionunda, o cümlədən, Naxçıvan, Quba, Abşeron, Zaqatala, Lənkəran turizmin inkişafı regionların ümumi inkişafını, əhalinin sosial rifahının yüksəldilməsini, infrastrukturların genişlənməsi, xidmət bazarının inkişafını dəstəkləyir.
- Turizmin inkişafı təhsil, səhiyyə və digər bir çox xidmət sferasının inkişafına şərait yaradır.

Bu istiqamətlər turizm sahəsində həyata keçirilən layihələr, dövlət siyasəti və inkişaf proqramlarının həyata keçirilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizmin inkişafı tədqiqatlar, proqnozların düzgün tərtibi ilə mümkündür.

Ölkə iqtisadiyyatının sürətli inkişafı ölkəyə xaricilər tərəfindən marağın artmasına səbəb olmuş, ölkəyə müxtəlif məqsədlərlə gələnlərin sayı ildən-ilə artırmışdır. Bütün bunlar turizm fəaliyyətinin genişlənməsinə şərait yaratmışdır. Ölkəyə artan marağın nəticəsində 2011-ci il ölkədə “Turizm ili” elan olunmuşdur. Turizm sahəsində geniş imkanlara sahib Azərbaycan zəngin landşaft, təbiət abidələri, zəngin mədəni-tarixi irslərinin düzgün tanınması ilə ölkəyə cəlb olunan turistlərin sayını artırma bilər.

Əlbəttə turizm komplekslərinin sayının artırılması, xidmətin yüksəldilməsi və həyata keçirilən beynəlxalq tədbirlər ölkəyə turist axınını artırır, həm də ölkənin beynəlxalq aləmdə tanınmasına imkan yaradır. Bakı ilə yanaşı regionlarda da turizm komplekslərinin, otellərin, istirahət mərkəzlərinin tikintisi, bərpası həm daxili, həm də xarici qonaqların istirahəti üçün geniş imkanlar yaratmışdır. Son 10 ildə regionlarda

14, ümumi 35 “5 ulduzlu” otel istifadəyə verilmişdir. Turizm sahəsinin sürətlə inkişafı ölkəyə bir çox xarici otel şəbəkəsinin gəlməsinə imkan yaratmışdır. Bunların içərisində dünyaca çox məşhur olan brendlər də vardır. Bunlara misal olaraq Four Seasons Hotel Baku, Hyatt Regency, JW Marriott Absheron Baku Hotel, Jumeirah Bilgah Beach Hotel, Grand Hotel Europe, Hilton Baku, Kempinski Hotel Badamdarı və s. göstərmək olar.

Ölkədə mehmanxana, nəqliyyat, sanatoriya, kurort, regionlarda kommunal sahələrin (qaz, su, işıq), kommunikasiya sistemləri, turizm komplekslərinin cari vəziyyəti turizmin inkişafına birbaşa təsir edir.

Mehmanxanaların sayını adambaşına görə hesabladıqda görürük ki, son dövrlərdə sayda artım müşahidə olunur. Mehmanxana təsərrüfatının inkişafı, mehmanxana komplekslərinin beynəlxalq standartlara uyğun tikilməsi, xidmət növlərinin genişləndirilməsi və coğrafi-iqlim şəraitinin əlverişliliyi turist axınına gətirib çıxarır.

Cədvəl 2.4. Mehmanxanalar haqqında məlumat. 2004 - 2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Mehmanxana, mehmanxana tipli müəssisələrin sayı (vahid)	238	262	285	320	370	452	499	508	514	530
Nömrələrin (otaqların) sayı (vahid)	9827	10661	11403	11829	12789	13964	14158	14815	15898	16559
Nömrələrin dərəcələrə görə bölüşdürülməsi: (vahid)										
lüks nömrələr (vahid)	1065	1283	1592	1849	1994	2286	2445	2645	2627	2509
I dərəcəli nömrələr (vahid)	6619	5839	5690	6008	6066	6700	5825	5974	6429	6266
turist dərəcəli nömrələr (vahid)	2143	3539	4121	3972	4729	4978	5888	6196	6842	7784

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Lakin hələ də bəzi bölgələrdə turizmin inkişafı üçün əngəllər mövcuddur. Xüsusilə

dağ regionlarında otellərin isti su, qaz, işıq təminatında problemləri hələ də qalmaqdadır. Kommunal ehtiyacların qarşılanmasındakı bu problemlər əlavə xərclər yaradır bu isə təsərrüfatın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir, bu zaman obyekt sahibi öz xərcini qarşılamaq üçün qiymətləri yüksək qoymalı olur, müştəri sayını azaldır.

2.2. Turizmin inkişafında dövlət siyasəti

Turizmin inkişafı ölkənin xarici siyasətindən, ölkələrarası münasibətindən, ölkə daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətdən asılıdır. Turizm ilk növbədə ölkədəki daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətə təsir göstərir.

Hər bir ölkənin turizm siyasəti hazırlanarkən həmin ölkənin beynəlxalq turizm sahəsinin mübadilə münasibətlərində iştirak səviyyəsi nəzərə alınır, həmin ölkənin tələb və təklif səviyyəsinə əsasən inkişaf səviyyəsi müəyyənləşdirilir. Bu səbəbdən də beynəlxalq turizmin regional bazarlarında milli bazarların ümumi və spesifik inkişaf xətlərinin, tələb və təklifin formalaşması prosesi, bazarın tutumu və bazar münasibətlərinin effektivliyinin öyrənilməsi və müvafiq addımların atılması önəmlidir. Bunun ilk addımı isə dövlət tərəfindən görülməli tədbirlərdir. Turizm siyasəti dövlətin xarici iqtisadi siyasətini, beynəlxalq turizmin məqsəd və tədbirlərinin mahiyyətini formalaşdıran element kimi qəbul edilir.

Dövlət tərəfindən turizmin inkişafına dair tədbirlər görülməmişdən əvvəl ölkənin, regionların turizm səviyyəsinin və potensialının öyrənilməsi önəmlidir. Bunun üçün inkişaf göstəricilərinə müraciət olunur. Ölkənin turizminin inkişafı göstəriciləri sisteminə aşağıdakılar daxildir:

- Turist axınının həcmi;
- Bir sutkada turizm xərclərinin orta həcmi;
- Maddi-texniki bazanın vəziyyəti və inkişafı;
- Turizm firmalarının maliyyə-iqtisadi fəaliyyətinin göstəriciləri;
- Beynəlxalq turizmin inkişaf göstəriciləri. ^[8]

Turizm siyasətini hazırlanarkən müvafiq aspektlər nəzərə alınmalıdır:

- Xarici turizm və siyasət qarşılıqlı əlaqədədirlər;
- Ölkənin turizm siyasəti onun xarici iqtisadi fəaliyyətinin bir hissəsidir;
- Turizm siyasətinin ilk addımı olaraq ölkədaxilində konkret addımlar atılmalıdır;
- Turizm siyasətinin effektivliyi ölkələr arasındakı münasibətindən asılıdır.

Turizm siyasəti, dövlət tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər məcmusu olmaqla bu sahənin ölkənin iqtisadi və sosial sferalarında rolunu, vəzifələrini idarəetməkdir. Bunu nəzərə alaraq turizm siyasətinin aşağıdakı mexanizmlərini sadalaya bilərik:

- Turizmin müxtəlif növləri üçün proqramların hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- Turizm anlayışının inkişafı;
- Tədbirlərin həyata keçirilməsi zamanı nəticəyə çatmasının təşkili;
- Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi.

Dövlətin turizm siyasətinin məqsədinə kadr potensialının gücləndirilməsi, turizm sahəsində maddi-texniki bazanın gücləndirilməsi, milli turist məhsulunun beynəlxalq rəqabətə dözümlü gətirməsi, daxili və xarici investisiyaların cəlb olunması, gömrük və vergi siyasətinin, sisteminin yenilənməsi, inkişafı daxildir.

Bu məqsədlərin və hədəflərin həyata keçirilməsi üçün Milli Məclisdə Mədəniyyət Komissiyası, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərkibində şöbə və komitələr fəaliyyət göstərir.

Turizm proqramları həyata keçirilərkən qarşıya aşağıdakı məqsədlər qoyulur:

- Beynəlxalq standartlara cavab verən milli turizm bazarının yaradılması;
- Turist fəaliyyətinin normativ hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi;
- Turizmin sosial yönünün gücləndirilməsi;
- Turizm sahəsində mülkiyyət münasibətlərinin inkişafı;
- Turizmə kiçik sahibkarların cəlb olunması, kiçik bizneslərin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi;
- Turizmin regionlarda bərpası və beynəlxalq standartlara cavab verən səviyyəyə çatdırılması;
- Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına integrasiyası, beynəlxalq turizm münasibətlərinin gücləndirilməsi və genişləndirilməsi;
- Turizmin dayanıqlı inkişaf nəzəriyyəsinin hazırlanması;
- Müasir texnologiyaların turizm sisteminə tətbiq edilməsi;

- Turizmin maddi bazasının inkişaf etdirilməsi üçün fondların, xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- Turizm sistemində informasiya sisteminin yenilənməsi, marketinq fəaliyyətinin gücləndirilməsi və.s.

Turizm proqramları məqsəd, mərhələ və vəzifəsindən asılı olaraq özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- Normativ hüquqi baza
- Turizmin inkişafı və idarə olunması;
- Turizmin maddi-texniki bazasının inkişafına dəstək;
- Yerli turizm məhsullarının xarici bazarlarda tanıtılması üçün məlumat, reklam təminatının inkişafı;
- Turizmin yerli kadrla təmin edilməsi.

Son illərdə ölkəmizin turizm potensialının beynəlxalq aləmdə tanınması, turistlərin ölkəmizə səfərlərinin sayını artırılması, turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi, turizmlə məşğul olan sahibkarların vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, infrastrukturun yaradılması istiqamətində mühimm işlər görülmüşdür. Ölkəmizdə son illərdə regional, beynəlxalq səviyyəli tədbirlər keçirilir və ölkənin tanınmasına, turistlərin cəlb olunmasına imkan yaradır.

Dövlətin turizm siyasəti bu sahədə nailiyyətlərin əldə olunması, sosial-iqtisadi kompleksin qorunması və inkişafı üçün turizm fəaliyyəti sahəsində dövlətin forma, metod və fəaliyyət istiqamətlərinin cəmidir. Azərbaycanda turizm siyasətinin əsas istiqamətləri:

- Səyahət edənlərin hüquqlarının qorunması
- Turizm sahəsində və ya birbaşa bu sahə ilə fəaliyyət göstərən yerli sahibkarların maraqlarının qorunması
- Daxili və xarici turizmin dəstəklənməsi (turizm infrastrukturlarına birbaşa investisiya qoyuluşu, ölkə turizminin beynəlxalq aləmdə tanıtılması üçün addımların atılması, investisiya axınını stimullaşdıran vergi və gömrük güzəştəli)

Azərbaycan turizm sisteminin dünya turizm sistemində inteqrasiyası üçün ilk növbədə təşkilatı addımlar atılmalıdır. Bu istiqamətdə atılan addımlardan biri də 2001- ci ildə Gənclər və İdman Nazirliyi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 464 sayılı fərmanı ilə İdman və Turizm Nazirliyinə çevrildi.

“Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqram”ın tətbiqi ölkə turizminin inkişafını sürətləndirmiş, həmçinin beynəlxalq turizm sistemində inteqrasiyasını sürətləndirmişdir. Bu Proqramın tələblərinə əsasən müasir standartlara cavab verən otellər tikilmiş, ölkə iqtisadiyyatına, xüsusilə də turizm sahəsinə bir sıra mühüm beynəlxalq investorlar cəlb olunmuş, turistlərin sayında isə artım müşahidə olunmuşdur.

Cədvəl 2.5. “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqram”ın həyata keçirilməsindən sonra turizm sahəsində dəyişikliklər:

	2002	2003	2004	2005
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin ümumi sayı (nəfər)	319.0	356.0	475.0	646.0
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin ümumi sayı (vahid)	39.0	50.0	58.0	81.0
Qəbul edilmiş turistlər (nəfər)	4753.0	12105.0	11592.0	16858.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Həyata keçirilən tədbirlər nətiəsində ölkəyə gələn xarici turistlərin sayında artım olsa da, ölkədən xaricə turizm məqsədilə gedən turistlərin sayını keçmir. Dövlət siyasəti və proqramlarının əsas məqsədlərindən biri də məhz ölkənin turizm sahəsini inkişaf etdirərək yerli turistlərin daxili bazara yönəlməsinə və daha çox xarici turist cəlb edilməsinə nail olmaqdır.

Cədvəl 2.6. 2004 – 2013 – cü illərdə xaricə göndərilmiş və ölkəyə qəbul edilmiş turist sayı (nəfər)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Qəbul edilmiş turist (nəfər)	4753	12105	11592	16858	14472	12356	19288	17009	17641	18840
Göndərilmiş turist (nəfər)	10771	12536	17790	23150	31133	43934	40319	42691	52282	64780

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Yuxarıdakı məlumatlar arasındakı korrelyasiya əmsalını hesabladıqda nəticə 0.527501 - ə bərabər olur. Bu isə gələn və gedən turist sayının bir - birinə heç bir təsiri olmadığını göstərir.

Növbəti olaraq “Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafına dair 2008-2016-cı illər üçün Dövlət Proqramı” hazırlanmışdır. Bu proqramın hazırlanmasında əsas məqsəd, Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi tərəfindən elan olunmuş tenderin qalibi “Caspian Group Consalting” şirkətinin peşəkar əməkdaşları tərəfindən ABŞ Ticarət və İnkişaf Agentliyindən ayrılan qrantla əsasən hazırlanmış “Turizmin uzunmüddətli inkişafına dair master plan”-ın, Türkiyədən dəvət edilmiş bu sahə üzrə mütəxəssislərin rəy, təkliflərinə əsaslanaraq Nazirliyin əməkdaşları tərəfindən turizm sahəsi üzrə kadrların yetişdirilməsi, yataq yerlərinin artırılması, turizmin digər növlərinin də inkişafını təmin etməkdir. Proqramla yanaşı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanına əsaslanaraq “Turizm və rekreasiya zonalarının nümunəvi Əsasnaməsi” Nazirlik tərəfindən hazırlanmışdır. Bu əsasnaməyə əsasən Nazirliyin əməkdaşları 2004-cü ilin fevral ayında “Turizm və rekreasiya zonaları”ın müəyyən edilməsi məqsədilə bölgələrə göndərilmiş və rayon icra hakimiyyəti nümayəndələri ilə görüşlər keçirmişdir.

Turistlərə göstərilən xidmətin səviyyəsinin qaldırılması məqsədilə Bakı şəhərində və regionlarda fəaliyyət göstərən turizm obyektlərində çalışan işçilər üçün Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyindən dəvət olunmuş mütəxəssislər tərəfindən kurslar keçirilir. Bu kurslar yemək sevisləri, mehmanxana idarəçiliyi və.s. kimi mövzuları əhatə edir. Bu istiqamətdə atılan əsas addımlardan biri də 2006-cı ildə Turizm İnstitutunun yaradılmasıdır.

Turizm sahəsini də əhatə edən Dövlət səviyyəli digər proqram isə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında Yoxsulluğun Azaldılması və İqtisadi İnkişaf üzrə Dövlət Proqramı (2003-2005-ci illər)-dir. Bu proqram çərçivəsində Bakı, Xaçmaz, Quba, Şamaxı, Şəki, Lənkəranda “Turizm informasiya mərkəzləri” fəaliyyətə başlamışdır. Adı

sadalanan rayonlardan əlavə Dünya Bankının maliyyələşdirməsi ilə Lahıncda da turistlərə informasiyanın çatdırılması məqsədilə informasiya mərkəzləri yaradılmışdır. Abşeron yarımadasında isə bu mərkəzlərdən biri Zuğulba qəsəbəsində yerləşən Gənclik beynəlxalq istirahət mərkəzində mövsümü “Turizm informasiya mərkəzi” fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanda ilk dəfə olaraq 26 sentyabr 2003-cü il tarixində “I Turizm Filmləri Festivalı” keçirilmişdir. Bununla əlaqədar mətbuat konfransı təşkil olunmuşdur. Festivala turizmə dair 70-dən çox layihə təqdim olunmuşdur.

Turizm siyasətinin prioritet istiqamətlərindən birinin məhz beynəlxalq əməkdaşlıq münasibətlərinin qurulması və inkişafı olduğunu ön planda tutaraq Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Ümumdünya Turizm Təşkilatı, Avropa Şurası, İslam Konfransı Təşkilatı, Müstəqil Dövlətlər Birliyinin Turizm Şurası, GUAM, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq təşkilatı və.s beynəlxalq təşkilatlarla turizm sahəsində çoxtərəfli münasibətlərin qurulması, turizmin inkişafı üçün proqramlarda iştirak, beynəlxalq səviyyəli tədbirlərdə fəal iştirak, təklif və layihələrin hazırlanmasına dair fəaliyyətini davam etdirir.

Azərbaycan 2006-2008-ci illərdə Turizm Nəşrlərinin İslam Konfrasına sədrlik etmişdir. Bu isə Azərbaycanın turizmin inkişafında İslam dünyası ilə münasibətlərinin yüksək səviyyədə olduğunun göstəricisidir.

Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyətinin və potensialının tanınması üçün son illərdə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən çoxsaylı reklam məhsulları hazırlanmışdır. Bunların tərkibinə daxildir: “Turist üçün məlumat kitabçası”, “Azərbaycan” açıqca dəsti, “Azərbaycanın otelləri”, “Azərbaycanın tarixi və arxitektura abidələri”, “Bakının teatr və muzeyləri”, xəritələr, CD, DVD formatında filmlər, milli musiqilərə aid kitab və CD-lər və.s. Bu materialla bir neçə dildə hazırlanmışdır, o cümlədən: azərbaycan, türk, ingilis, fransız, alman, rus, yapon.

2002-ci ildən başlayaraq hər il Azərbaycanda “AITF” Beynəlxalq turizm sərgisi keçirilir. Bu sərgidə həm yerli, həm də xarici turizm şirkətlərinin nümayəndləri iştirak edir. 2002-ci ildə 5 ölkədən 26, 2007-ci ildə isə 18 ölkədən 60 turizm şirkəti

iştirak etmişdir.

Azərbaycanın turizminin tanıtılması üçün də Azərbaycan turizm şirkətləri də beynəlxalq turizm sərgilərində iştirak edirlər. Və iştirak edilən sərgilərin sayı ildən ilə artır. 2002-ci ildə 2 beynəlxalq sərgidə iştirak edilmişdisə də 2007-ci ildə say 19 olmuşdur. Bu siyahıya Nyu-York, London, Moskva, Berlin, Pelin, Madrid, Milan, İstanbul Tokia və.s. şəhərlərində keçirilən beynəlxalq sərgilər daxildir.

2005-ci ildən etibarən ölkə turizminin xarici ölkələrdə tanıtılması üçün “Euronews”, “CNN”. “Discovery Channel”, “National Geographic”, “Travel Channel” kimi kanallarda ölkənin tanıtım çarxları yayımlanır. “British Airways”, “Austiran”, AZAL kimi iri havayolu şirkətlərinə məxsus təyyarələrdə reklam çarxları, jurnallarında isə Azərbaycan haqqında məlumatlar yayımlanır.

Dövlət siyasətində ekoturizmin də inkişafına diqqət ayrılmışdır. Xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri genişləndirilmiş, ekoturizmin inkişafı məqsədilə 2003-cü ildən etibarən Bakı və Abşeron yarımadasında palçıq vulkanları, Eldar şamı, Korçay dövlət təbiət qoruqları, Abşeron milli parkı yaradılmışdır. Həmçinin regionlarda Ağgöl, Göygöl, Şahdağ, Şirvan, Zəngəzur, Hirkan, Altıağac, Samur-Yalama milli parkları yaradılmışdır.

2.3. Regionaların sosial-iqtisadi inkişafında turizmin rolu

Son dövrlərdə Azərbaycanın turizm potensialının beynəlxalq aləmdə tanınması, xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək, turizmin potensial sahələrini inkişaf etdirilməsi, turizm infrastrukturlarının müasir tələblərə cavab verməsini təmin etmək, yeni infrastrukturların qurulması istiqamətində tədbirlər həyata keçirilir. Coğrafi mövqeyi, zəngin iqlimi, qədim tarixi abidələri yerli və xarici turistlərin diqqətini cəlb edən regionlarda tarixi-mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi, mühafizəsi, köhnə turizm marşutlarının bərpası, yeni marşutların yaradılması, otel, mehmanxanaların dünya standartlarına uyğunlaşdırılması, regionlarda beynəlxalq turizm standartlarına cavab verən turizm obyektlərinin tikilməsi və.s həyata keçirilir. Bütün bu tədbirlər regionlarda yaşayan əhalinin, xüsusilə də gənclərin işlə təmin edilməsinə geniş imkanlar yaradır.

Yuxarıda sadaladığımız tədbirlərdən əlavə olaraq, Bakı, Xaçmaz, Şamaxı, Şəki, Quba, Lənkəranda, Dünya Bankının maliyyələşdirilməsi ilə Lahıda "Turizm İnformasiya Mərkəzləri"nin fəaliyyətə başlaması regionlarda turizmin inkişafını sürətləndirir.

Lakin hələ də turizm sahəsinin inkişafında və tanınmasında bir sıra ciddi problemlər mövcuddur. Məsələn, Şamaxı-Qobustan ərazisində yerləşən və öz unikalılığı ilə seçilən palçıq vulkanlarına marşutların olmaması; bir çox regionda turizmin mövsümi (əsasən yay) olması; kənd turizminə diqqətin az olması; tarixi abidələrə laqeyd münasibət və.s.

Turizm günlərinin sayının az olması bu sahədə çalışan əhali üçün də əlverişsizdir. İlin sadəcə 3-4 ayı turizmin olması həm turizm şirkətləri, həm də əhali üçün çətin vəziyyət yaradır. Buna görə də regionlarda turizm mövsümünün mövsimi deyil, daimi olmasını təmin etmək lazımdır.

Ölkənin iqtisadi potensialının 50%-dən çoxu məhz regionlardadır, həmçinin əmək qabiliyyətli əhalinin də 47%-i kənd təsərrüfatı və aqrar sahə ilə məşğul olur. Bu faktorları nəzə alıb kənd turizminin də inkişafını təmin etmək lazımdır. Nəzərə alsaq

ki, bir çox kənddə təbiət, təbii resurslar, iqlim şəraiti ilə yanaşı tarixi abidələr də mövcuddur bu kəndlərə diqqətin ayrılması xüsusi əhəmiyyətlidir. Kənd turizminin yaradılması kəndlərin təbiətinin dəyərləndirilməsi, əhalinin işlə mənin olunmasını, kəndlərin inkişafını təmin edəcəkdir. Bu isə öz növbəsində kənd əhalisi üçün əlavə gəlir mənbəyi yaradacaqdır, sosial və iqtisadi problemlərin həllinə öz töhvəsini verəcəkdir. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi xüsusilə ucqar kəndlər üçün vacibdir. Bu ilk növbədə kənd mədəniyyətin qorunmasına kömək edəcək, digəri sosial-iqtisadi bir faktor olaraq gənclərin işsizlik ucbatında kəndlərdən axının qarşısını alacaqdır.

Bütün bunların reallaşması üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilməlidir. Kənd yerlərində turizm infrastrukturunun olmaması ilk ən böyük əngəldir. Buna görə də ilk addım olaraq yeni müasir infrastruktur qurulmalı, kənd əhalisinin öz əl işlərini və kəndə məxsus bir çox şeyi sata biləcəkləri yerlər tikilməli, nəqliyyat xidmətlərinin səviyyəsi yüksəldilməli, kənd əhalisi maarifləndirilməlidir. Əhalidən bu sahəyə marağı olanlara xarici dil kursları təşkil olunmalı və beləliklə yerli mütəxəssislər yetişdirilməlidir.

Kəndlər potensial sahələr üzrə qruplaşdırılmalı və tədbirlər bu istiqamətdə həyata keçirilməlidir. Məsələn, tarixi abidələrlə zəngin kəndlər, müalicəvi turizm potensialına sahib kəndlər, kulinariya, hər hansısa təsərrüfat sahəsi üzrə inkişaf etmiş kəndlər halında qruplaşdırılmalı və xüsusi məlumatlar bazası yaradılmalıdır.

Bu sahələrin inkişafı 2013-2020-ci illəri əhatə edəcək turizm planında nəzərdə tutulmuşdur. Turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, turizm xidmətlərinin genişləndirilməsi, yeni mehmanxana, turizm komplekslərinin tikilməsi, tarixi abidələrin bərpası nəticəsində 2016-cı ilə qədər turizm sahəsində 21.9% artım gözlənilir.

Son dövrlərdə dövlət tərəfindən regionlarda turizmin inkişafına xüsusi diqqət ayrılır. Bu məqsədlə turizm sisteminin inkişaf strategiyası aşağıdakı istiqamətlər əsasəndə qurulur və idarə olunur:

- Turizmin inkişafının iqtisadi artımda rolunu artırmaq
- Turizmin sosial-iqtisadi səmərəsini və regionların bu sahəyə cəlb edilməsi

istiqamətində rolunu gücləndirmək

- Turizmin inkişafında sahibkarlıq fəaliyyətinin, yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına təsirini gücləndirmək.

Ölkə turizminin inkişaf potensialının 50%-i regionların payına düşür. Bu səbəbdən də dövlət regionlara xüsusi diqqət ayırır və şəraitin yaxşılaşması üçün tədbirlər görülür. Əvvəlcə regionlarda sosial siyasət həyata keçirilir. Bu yolla regionlarda təhsil, səhiyyə, mədəniyyət və.s. sahələrinin inkişafı üçün sahibkarlara xüsusi yardım ayrılır, yenidənqurma işləri həyata keçirilir.

Azərbaycanın regionlarında turizm potensialı çox böyükdür. Təbiət və tarixi zənginliklər turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Lakin infrastrukturun yaxşı səviyyədə olmaması səbəbindən turistlərin əksəriyyəti günlük turlarla regionlara səfər edirlər, qalmırlar. Buna xidmətlərin səviyyəsinin aşağı olması da təsir göstərir.

Ölkənin bölgələrinin sosial-iqtisadi inkişafında dövlət proqramlarının əhəmiyyəti böyükdür. 2004-cü ildən başlayaraq regionlar inkişafı sahəsində dövlət tərəfindən mühim işlər görülür. Ən sonuncu dövlət proqramı „Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı“ regionlarda iqtisadiyyatın mühim sahələrinin inkişafında, makroiqtisadi sabilliyin təmin edilməsində, sahibkarlıq fəaliyyətlərinin genişləndirilməsində, yeni müəssisələr, iş yerlərinin açılmasında, irimiqyaslı infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsində, bütün bu tədbirlər sayəsində regionda əhalinin rifahının yaxşılaşdırılmasında, yoxsulluq səviyyəsinin minimuma endirilməsində mühim rol oynaması gözlənilir.

Dövlət Proqramında qeyd edilən tədbirlərin maliyyələşdirilməsi Azərbaycan Respublikasının büdcəsindən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinə ayrılan vəsaitlər, digər mənbələrdən ayrılan vəsaitlər hesabına həyata keçirilir. (2010 – 2014 – cü ilə Dövlət Proqramına əsasən həyata keçirilən tədbirlər siyahısı ilə Əlavə 1 – də tanış ola bilərsiniz)

Ölkənin regionlarının sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasında əsas prioritet kimi

neft-qaz gəlirlərindən səmərəli şəkildə istifadə etməklə regional tarazlığın yaradılması, beynəlxalq tələblərə cavab verən məhsulların istehsalı üçün müəssisələrin yaradılması, o cümlədən turizmin inkişafı yönümlü tədbirlərin həyata keçirilməsi qarşıya məqsəd qoyulmuşdur.

Dövlətin regional siyasəti ilə turizm arasında qarşılıqlı əlaqə formaları sahə prinsipləri ilə və ərazi prinsiplərinin vəhdəti ilə tamamlanır.

Regionların resurslarından düzgün istifadə etmək üçün xüsusi investisiya proqramları, fondları yaradılır. Bu tədbirlərin əsas məqsədi investisiya proqramlarını tətbiq etmək və regionlardakı investisiya sahələrinin, xüsusilə də, turizmin inkişafını təmin etməkdir.

Turizm ölkədəki təbii resurs, tarixi zənginliyi nəzərə alıqda yüksək perspektivli sahədir. Turizmin potensial olan regionlarda inkişafını təmin etməyin 2 əlverişli yolu vardır:

1. Dövlətin birbaşa öz vəsaitləri hesabına turizm kompleksləri tikməsi ilə regionlarda turizmin inkişafını təmin etmək
2. Sahibkarlara yardım etməklə sahənin inkişafını təmin etmək.

Birinci üsul nəzərə alındıqda bu zaman dövlətin yüksək gəlirinin olması əsas götürülür. Lakin bu gəlirin sahibkarlara aşağı faizlə kredit halında verilməsi və onların inkişafına təşviq verilməsi daha məqsədəuyğundur. Bu həm işsizliyin azalmasına həm də sahibkarlıq fəaliyyətinin güclənməsinə şərait yaradacaqdır. Həmçinin bu üsul rəqabət şəraitini gücləndirəcəkdir.

Regionlarda turizm sahibkarlığının inkişafı digər sahələrə də öz töhvəsini verəcəkdir. Belə ki, otelçilik, ictimai iaşə, mənzil tikintisi, kommunal təsərrüfat vahid şəkildə birləşə və öz vəsaitlərini birgə istifadə edə bilərlər. Bu həm regionun inkişafına, həm də regionda iqtisadiyyatın güclənməsinə müsbət təsir göstərəcəkdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq Sərəncamı ilə təsdiq edilən “Azərbaycan Respublikası regionlarının social-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının (2004-2008-ci illər)” turizm sahəsi üzrə bəndlərinin tələbləri çərçivəsində sahibkarlığın inkişafı üçün müvafiq kreditlərin ayrılması, turizm obyektlərinin

inşasının dəstəklənməsi, müvafiq hüquqi-bazanın möhkəmləndirilməsi sahəsində bir sıra mühim işlər görülmüşdür. 2002-2005-ci illər üçün Dövlət Proqramından əlavə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən təsdiq edilən Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsinə dair Sərəncamların turizmə aid bəndlərinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar, Lənkəran, Gədəbəy, Masallı, Oğuz, Tovuz, Astara rayonlarında turizmin inkişafı üçün planlar hazırlanmış və yerli icra hakimiyyəti orqanları ilə razılaşdırıldıqdan sonra Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinə təqdim olunmuşdur.

Regionlarda turizmin inkişafına dair həyata keçirilən layihələrdən bir digəri isə “Azərbaycanda Alman yaşayış məskənləri” layihəsidir. Məlum olduğu üzrə XIX əsrin əvvəllərində Xanlar, Tovuz, Şəmkir, Ağstafa rayonlarında almanlar məşkunlaşmışdır. İndi isə almanların yaşadığı və iz qoyduqları bu ərazilərdə alman abidələri bərpa olunub tarix-mədəniyyət abidələrinə qazandırılır. Həmçinin bu ərazilərin beynəlxalq turist marşutlarını yaradılması istiqamətində işlər görüşür. Bu layihənin tərkib hissəsi olaraq həncinin GTZ təşkilatı ilə ortaqlıq olaraq Gəncəbasar bölgəsinin turizm inkişaf planının hazırlanması nəzərdə tutulmuşdur.

Ölkə regionlarında turizmin inkişafı və bölgələrin turistlərə tanıtılması üçün 7 əsas marşut istiqaməti seçilmişdir:

1. Abşeron
2. Qobustan-Şamaxı-Ağsu-Göyçay-İsmayilli-Kürdəmir-Zərdab-Ağdaş
3. Xızı-Siyəzən-Dəvəçi-Xaçmaz-Quba-Qusar
4. Qəbələ-Oğuz-Şəki-Qax-Zaqatala-Balakən
5. Gəncə-Goranboy-Xanlar-Gədəbəy-Tovuz-Qazax
6. Salyan-Masallı-Lerik-Lənkəran-Astara
7. Naxçıvan-Şahbuz-Şərur-Sədərək-Ordubad-Culfa-Babək

Regionların beynəlxalq turizm marşutuna qazandırılması üçün və dəyərlərimizin həm xalqımıza, həm də xarici qonaqlara tanıtılması üçün “Gəmiqaya mədəni-turizm marşutu”, Avropa Şurası Kiyev təşəbbüsü çərçivəsində “Aleksandr Düma Qafqazda”, “Şərab Yolları” adlı marşut layihələri işlənib hazırlanır.

2004-cü ildə “Milli irsin qorunması” layhəsi çərçivəsində Naxçıvan MR-da turizm sahəsinə çalışanlara beynəlxalq təşkilatların da iştirakı ilə təlim kursları keçirilmişdir.

Hər il yay turizm mövsümü başlamazdan əvvəl turizm potensialı rayonlara Turizm Nazirliyi tərəfindən əməkdaşlar yol infrastrukturunun vəziyyətinin yoxlanılması, mövsümə hazırlıq səviyyəsinin yoxlanılması və digər vəziyyətlərlə tanışlıq üçün əməkdaşlar ezam olunur. Ezamiyyələrin nəticəsinə əsasən müvafiq tədbirlər görülür və bölgələrdəki turizm sahələrinin vəziyyəti qiymətləndirilir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz tədbirlərdən əlavə olaraq hər il turizm mövsümünün başlanmasına az bir müddət qalmış geniş turizm potensialına sahib rayonlardakı turizm infrastrukturunun vəziyyətinin, hazırlıq səviyyəsinin öyrənilməsi, yolların vəziyyətinin təhlili və digər məsələlərlə bağlı Turizm Nazirliyinin əməkdaşları 30 rayona ezam olunur. Ezamiyyələrin nəticəsi olaraq regionlar həyata keçiriləcək tədbirlər siyahısı hazırlanır və dövlətə təqdim olunur.

Qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətinə regionlarda turizmin inkişafı prioritet sahə olaraq qalacaq, turizmin ehtiyatlarının genişləndirilməsi, turistlərin istirahəti, xidmət növlərinin genişləndirilməsi, mədəni tədbirlərin sayının artırılması, turizm sahəsinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, infrastrukturaların yenilənməsi yeni müəssisələrin tikintisi ilə bağlı layihələr həyata keçirilməsinə davam ediləcəkdir.

Regionlarda turizm sahəsinin inkişafı istiqamətində qarşıya qoyulan məqsədlər:

- Regionlarda turizm infrastrukturalarının müasir beynəlxalq tələblərə cavab verəcək səviyyəyə çatdırılması istiqamətində layihələrin həyata keçirilməsi;
- Bütün regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması və bu sahəyə yerli və xarici investisiyaların cəlb olunması məqsədilə informasiyaların verilməsi və həvəsləndirici layihələrin həyata keçirilməsi;
- Regionlarda turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi,;
- Yeni turizm marşrutlarının yaradılması;
- Turizm sahəsində çalışan işçilərin peşə hazırlığı səviyyəsinin artırılması.

Dolayısıyla xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində işlərin görülməsi;

- Mehmanxanaların, digər yerləşdirmə vasitələrinin, turizm xidməti obyektlərinin yaradılmasına dəstək verilməsi. ^[8]

Azərbaycanın turizm potensialı, ilk növbədə, bölgələrin əlverişli təbii-coğrafi mövqedə yerləşməsi, zəngin flora və faunası, gözəl təbiəti ilə şərtlənir. Son illərdə bölgələrdə müasir standartlara uyğun istirahət mərkəzlərinin, otellərin tikilməsi, nəqliyyat infrastrukturunun yaradılması həm xarici, həm də yerli turistlərin bölgələrimizə marağını artırır.

Ayrı – ayrı bölgələrin turizm potensialını nəzərdən keçirək:

- Xaçmazda Nabran istirahət mərkəzi bütün ölkədə ən məşhur yerli istirahət mərkəzidir. Həmçinin Xaçmazın müxtəlif ərazilərində ovçulu turizmi də inkişaf etmişdir. Şəhərin yaxınlığında yerləşən palçıq vulkanlarının əhali tərəfindən müalicəvi əhəmiyyətli olmasına inanılır.
- Qəbələdə yerləşən bir çox tarixi abidə, o cümlədən alban kilsələri, tarixi məscidlər, türbə və məqbərələr turistlərin marağını çəkir. Qəbələnin təbiəti də turizmin inkişafı üçün əlverişlidir. Hal-hazırda rayonda 12 otel yerləşir. Bunlardan biri 5 ulduzludur (Qafqaz Resort Hotel).
- Masallının İstisu kompleksi müalicəvi turizmin ən sıx olduğu yerlərdən biridir.
- İsmayılının Lacın kəndi artıq dünyanın bir neçə yerində tanınır və xarici turistlərin ən çox üz tutduqları məkanlarda biridir. Həmçinin tarixi Girdiman qalası da İsmayilli rayonu ərazisində yerləşir.
- Naxçıvan Muxtar Respublikası və rayonları qədim tarixə malikdir. Naxçıvanın 3500-dən artıq yaşı olduğu güman edilir. Muxtar Respublika ərazisində bir çox tarixi abidə mövcuddur. Bunlar Ordubad, Culfa, Şərurda yerləşir. Həmçinin Culfa rayonundakı Turşsu və Duzdağ müalicə turizmi üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Şahbuz rayonu ərazisində yerləşən Batabat gölünə xüsusilə yay aylarında yerli turistlər axışır. Həmçinin Türkiyə və İrandan da turistlər istirahət üçün bura üz tuturlar. Ordubad ərazisində yerləşən Gəmiqaya Nuh

peyğəmbərin gəmisinin yerə endiyi yerlərdən biri olaraq hesab olunur. Gəmiqaya üzərindəki qaya rəsmləri bu ərazinin qədimliyindən xəbər verir. Ordubad ərazisində yerləşən Göygöl təmiz suyu və ətrafında havanın bütün fəsilləri əks etdirməsi ilə məşhurdur. Naxçıva yerləşən Əshabi Kəhf hər il 1000-lə turist tərəfindən ziyarət edilir. Lakin Naxçıvan Muxtar Respublikasının ölkənin əsas ərazisi ilə quru əlaqəsi olmaması və buraya gəlişin daha çox xərc tələb etməsi səbəbindən digər regionlara nisbətən daha az xarici turist cəlb edir. Bu bölgəyə əsasən daha yaxın ərazilərdən – İran, Türkiyədən turistlər gəlirlər.

- Qarabağ bölgəsi hal-hazırda Ermənistan tərəfindən işğal altında olsa da bu bölgə çox böyük turizm potensialına sahibdir. Həm təbiəti, həm də qədimliyi ilə bu bölgə turist marşutlarının cəlb olunmasında çox böyük rol oynaya bilər.

Regionlarda turizm sisteminin inkişafı iqtisadiyyatın digər sahələrinə müsbət təsir göstərəcəkdir. Regionların ümumi vəziyyətinin yaxşılaşması, sahibkarlığın inkişafı, işsizliyin həlli, infrastrukturun inkişafı turizmin regionlara verəcəyi əsas töhvələrdəndir. Ölkənin regionlarında turizmin inkişafı həm ölkə iqtisadiyyatının gəlirlərinin artmasına, həm də ölkənin beynəlxalq arenada tanınmasına səbəb olacaqdır.

Fəsil III.

Azərbaycanda turizm sisteminin inkişaf perspektivləri

3.1. Turizm sahəsində investisiyaların cəlb olunması

Turizm, səyahət və investisiya bir-birilə sıx bağlıdır. Turizm sahəsinə investisiyaların əksəriyyəti işgüzar səfərlərdən sonra daxil olur. İşgüzar səfərlərdən sonra ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilən xarici birbaşa investisiyalar kapital, texnologiya, iş imkanları, know-how, yerli təchizatçılara tələbi də özü ilə birlikdə gətirir. Nəticədə ticarət balansına artım yaranır.

Turizmə qoyulan investisiyalar yerli sahibkarlar üçün də yeni məhsullar və imkanlar yaradır. Xarici investisiyanın cəlb edilməsi ölkələr arasındakı rəqabətin mənbələrindən biridir. Ölkəyə xarici investisiyaların cəlb olunmasında ən böyük rolunu turizm sahəsi oynayır. Bu yolla ölkəyə gələn şəxslər ölkədəki mövcud vəziyyətlə və potensial ilə tanış olurlar.

Dünya Turizm və Səyahət Şurasının apardığı sorğu nəticəsində yerli sahibkarların 86%-i bildirmişdirlər ki, turizm sahəsinə qoyulan xarici investisiyalar sayəsində turizmlə yanaşı bölgədəki digər sahələrdə də yeni iş imkanları yaranmışdır.

Hava Nəqliyyatı Assosiasiyasının dünyanın 5 ölkəsindən 600 –dən çox şirkətin iştirakı ilə apardığı sorğu nəticəsində şirkətlərin 63%-i bildirmişdir ki, xaricdə turizm sahəsinə investisiya qoyan zaman ilk olaraq ölkənin nəqliyyat imkanlarına baxırlar. Əgər ölkə nəqliyyat qovşaqlarında yerləşirsə bu zaman ölkənin müxtəlif sahələrinə investisiya yönəldirlər. Nəqliyyat qovşaqlarından kənarda yerləşən ölkələrə investisiya yatırılma ehtimalı digər regionlara nisbətən 30% azdır.^[9]

Turizm və səyahətə olan tələb yerli və xarici investisiyaların stimullaşdırılmasında əsas yeri tutur. 2011 – ci ildə 650 milyard dollar birbaşa investisiya turizm və səyahət sferasına yönəldilmişdir. Bu isə həmin il üzrə investisiyaların 4.5 %-i təşkil edir.

Ölkənin beynəlxalq iqtisadi münasibətləri ölkəyə xarici investorların və

şirkətlərin cəlb olunmasında əhəmiyyətli rola malikdir. Azərbaycanda neft müqavilələrində 40-a yaxın xarici şirkət iştirak edir, telekommunikasiya sahəsində xarici şirkətlərlə, xidmət sferasında Türkiyə şirkətləri ilə, xarici bankların, yol, kommunal və enerji sahəsində xarici şirkətlərlə əməkdaşlıq birbaşa və ya dolaylı yolla investisiyaların ölkəyə cəlb olunmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bu investisiya və əməkdaşlıqlar ölkənin turizm məkanı kimi formalaşmasına təkan verir.

Xarici investisiyaların ölkə iqtisadiyyatına cəlb olunması dövlətin iqtisadi inkişaf strategiyasının mühim tərkib hissəsidir. Xarici investisiyaların ölkəyə cəlb olunması istiqamətində müxtəlif dövlət tədbirləri həyata keçirilir. Ölkəyə cəlb olunan xarici investisiyaların əsas hissəsi neft sektoruna qoyulur. 2013-cü ildə ölkəyə qoyulan xarici investisiyaların təxminən 47%-i sırf neft sektoruna yönəldilmişdir. Geri qalan 53%-i isə qeyri-neft sektorları arasında bölüşdürülmüşdür. Hal-hazırda dövlət investisiya siyasətinin qarşısında duran əsas məsələ qeyri-neft sektoruna daha çox xarici maliyyələrin cəlb edilməsidir.

Cədvəl 3.1. Neft sektoruna qoyulan xarici investisiyalar (mln. ABŞ dolları)

2010	2011	2012	2013	1995-2013
3624.9	4124.6	4584.8	5235.6	48700.2

Cədvəl 3.2. Qeyri – neft sektoruna qoyulan xarici investisiyalar (mln. ABŞ dolları)

2010	2011	2012	2013	1995-2013
4622.9	4549.3	5729.2	5305.3	35078.9

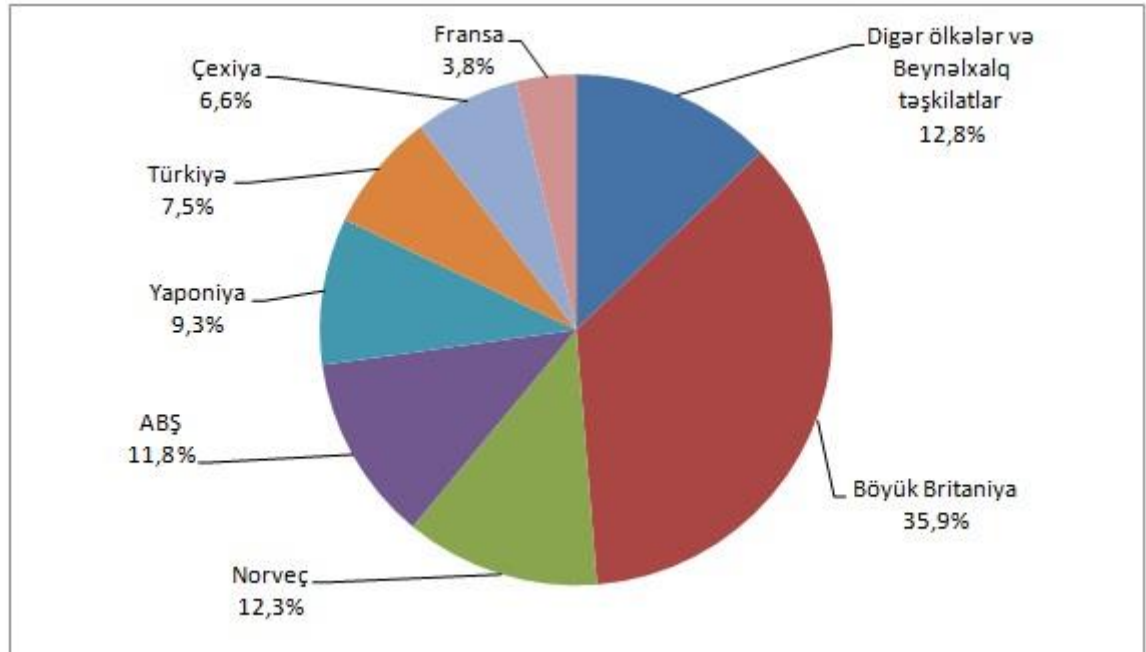
Mənbə: İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi

Yuxarıdakı cədvəllə əsasən deyə bilərik ki, son 4 ildə xarici investisiyalar daha çox qeyri – neft sektoruna yönəldilmişdir. Bu uğurlu investisiya siyasətinin nəticəsidir. Təəssüf ki, statistik göstəricilərdə turizm sahəsinə qoyulan investisiya həcmi biz yalnız xarici mənbələrdən götürə bilərik. Bu isə məlumatın nə qədər dəqiq olması barədə sual yaradır.

2013-cü ilin yanvar-dekabr ayları üzrə xarici mənbələrdən əsas kapitalla yönəldilmiş vəsaitin həcmi 4167,2 milyon manat təşkil etmişdir. Xarici ölkələr və

beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən 2013-cü ilin yanvar-dekabr aylarında əsas kapitalla yönəldilmiş xarici investisiyanın 3632,2 milyon manatı (87,2 faizi) Böyük Britaniya, ABŞ, Norveç, Yaponiya, Çexiya, Türkiyə və Fransa investorlarına məxsusdur.

Qrafik 3.1.2013-cü ilin yanvar-dekabr aylarında xarici ölkələr və beynəlxalq təşkilatlar üzrə əsas kapitalla yönəldilmiş xarici investisiyalar (ümumi yekuna görə, faizlə)



Mənbə: İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi

Azərbaycan son dövrlərdə ölkə iqtisadiyyatına daha çox xarici investisiya cəlb edilməsi istiqamətində müəyyən addımlar atmışdır. Bunlara daxildir:

- Açıq qapı siyasəti
- Bir pəncərə sisteminin tətbiqi
- Bir çox xidmətin elektronlaşdırılması
- Vahid valyuta məzənnəsinin formalaşdırılması
- Xarici investorların hüquq və mənfəələrinin qorunması üçün hüquqi bazanın möhkəmləndirilməsi və.s.

Azərbaycanın əlverişli coğrafi-iqtisadi mövqedə yerləşməsi turizm sənayesinin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Azərbaycanın Transqafqaz nəqliyyat dəhlizində yerləşməsi, onun Avropanı Qafqaz və Mərkəzi Asiya ölkələri ilə birləşdirən hava, dəniz və avtomobil nəqliyyat qovşağının mərkəzində yerləşməsi strateji əhəmiyyət

kəsb edir.

Xarici investorların ölkəyə cəlb edilməsində bir sıra üstünlüklər mövcuddur. Bu üstünlüklərdən bəziləri:

1. Xarici investisiyalar üçün münbit şərait:
 - Regionda adambaşına düşən ən yüksək Birbaşa Xarici İnvestisiya göstəricisi.
 - Investorlar üçün hüquqi təminatlar.
2. Sürətlə inkişaf edən və açıq iqtisadiyyat
3. Qeyri-neft sektorunda geniş imkanlar
4. Təbii ehtiyatlar: faydalı qazıntılar və münbit torpaq:
5. Əlverişli strateji mövqe:
 - Mərkəzi Asiya və Xəzər regionuna birbaşa çıxış.
 - Beynəlxalq ticarət layihələrində iştirak (İpək Yolu, Şimal–Cənub koridoru).
 - Genişlənən Avropa faktoru və Yeni Qonşuluq Siyasətinə qoşulma.
6. Rəqabət qabiliyyətli yerli işçi qüvvəsi ^[11]

Azərbaycanın son dövrlərdə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirdiyi tədbirlər beynəlxalq təşkilatların tərəfindən xüsusi qeyd olunmuşdur. Belə ki, Dünya Bankı və Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası tərəfindən hazırlanan "Doing Business 2009", "Doing Business 2010" hesabatında Azərbaycan biznes mühitinin yaxşılaşdırılması sahəsində ən islahatçı ölkə elan edilmişdir. "Doing Business 2011" hesabatında Azərbaycan 183 ölkə arasında 54-cü yeri tutmuşdur.

"Qlobal Rəqabətlik Hesabatı"nda Azərbaycan MDB ölkələri arasında 1-ci yer, makroiqtisadi mühitin stabilliyi altındeksi üzrə 139 ölkə arasında 13-cü yeri tutmuşdur. ^[11]

Son dövrlərdə bir çox ölkədə turizm sahəsinə xüsusi diqqət ayrılmışdır və xarici investisiyaların ölkə iqtisadiyyatına cəlb olunması istiqamətində tədbirlər görülməyə başlanmışdır. Bunun başlıca səbəbinin turiz sahəsinin getdikdə daha qloballaşması və ölkə iqtisadiyyatına birbaşa təsiridir. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdən turizm potensialına sahib olanlar ölkə iqtisadiyyatının sürətli inkişafını təmin etmək

məqsədlə ilk olaraq turizm sferasını prioritet sahə elan edir və inkişafına xüsusi vəsaitlər ayırır.

Turizm iqtisadi inkişaf üçün önəmli rola malikdir: sürətli inkişaf tempi və böyük əmək resursuna tələb. Turizm mərkəzləri arasında artan rəqabət dövründə ölkə turizminə xarici investisiyaların cəlb edilməsi ölkədə bu sahənin inkişafını sürətləndirə bilər.

Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin təsiri ildən-ilə artmaqdadır. 2013-cü ildə ÜDM-ə 1,343.1 mln manat birbaşa turizm və səyahətdən qazanılmışdır. Bu isə ümumi ÜDM-in 2.4%-i təşkil edir. Bu göstəricinin 2024-cü ilə qədər 5.5%-ə qədər artması gözlənilir. 2013-cü ildə sırf turizm sahəsində çalışan əhəlinin sayı 95.000 nəfərə çatmışdır. Ümumi çalışan əhəlinin 2.2%-i deməkdir. Azərbaycan səyahət və turizm investisiyaların həcmi isə 311.7 milyon manat, ümumi investisiyaların 2.3%-i olmuşdur. 2024-cü ilə qədər bu göstəricinin 597.2 milyon manata qədər artımı gözlənilir. ^[12]

Turizmin hərtərəfli inkişafı üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi xüsusi əhəmiyyətlidir. Lakin hal-hazırda Azərbaycanın bir çox sahibkarlıq növündə olduğu kimi turizmdə də bir çox problemlər mövcuddur. Bunlardan başlıcası maliyyə vəsaitinin çatışmamasıdır. Bu sahəyə yerli və xarici maliyyə vəsaitlərinin yönəldilməsinə dair spesifik tədbirlər görülməlidir.

Turizm sahibkarlığına yönəldilə biləcək yerli və xarici investisiya mənbələri:

- Dövlət büdcəsi və büdcədən kənar fondlar
- Əhəli yığımları
- Müəssisə daxili ayırmalar
- Beynəlxalq təşkilat qrantları, texniki yardım proqramları, maliyyə institutlarının vəsaitləri və.s.

Turizm sisteminə yatırılan investisiyaların həcmi az olması bu sahədəki problemlərlə sıx əlaqədardır. Bu problemlərdən bir neçəsi aşağıda göstərilmişdir:

- Ölkədəki mövcud turizm imkanlarının tam tanıtılmaması;
- Turizm komplekslərinin tikintisi böyük həcmdə maliyyə tələb etdiyindən çox

az sahibkarın bu sahəyə yönəlməsi

- Turizm sahəsinə investisiya yatıran sahibkarlar üçün nəzərdə tutulan güzəştlərin qaneetməməsi
- Mövcud infrastrukturların müasir tələblərə cavab verməməsi
- Turizm çox xərc tələb edən sahə hesab olunduğundan bu sahəyə yerli investorların az maraq göstərməsi və.s.

Bu problemlərin həlli istiqamətində tədbirlər görülsə də hələ istənilən nəticəni verməmişdir. Xüsusilə kapital çatışmazlığı inkişaf etməkdə olan ölkələrin – o cümlədən, Azərbaycanın turizm sahəsinin inkişafına mənfi təsir göstərən əsas amildir.

Beynəlxalq turizm bazarında əsas investisiya qoyuluşu iri Transmilli Korporasiyalar tərəfindən həyata keçirilir. Turizm sahəsinə investisiya qoyan Transmilli korporasiyalar sadəcə kapital qoyuluşu etmir, həmçinin turizm məhsullarının diversifikasiyası, yerli xidmət sektorunun inkişafı, standartların yüksəldilməsinə də müsbət təsir göstərir. Ölkə turizminə TMK investisiyalarının cəlb edilməsi həm də beynəlxalq turizm bazarında ölkənin tanınmasına imkan yaradacaqdır.

Azərbaycanda regionlarda turizmin inkişafını təmin etmək üçün dövlət siyasət və proqramları həyata keçirilməsi ilə kifayətlənməmək lazımdır. Bu istiqamətdə əlavə tədbirlər də görülməlidir.

İnvestisiyaların cəlb olunması üçün görülməsi gərəkən tədbirlər:

- Regionlardakı turizm potensialının tanınması yolu ilə xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- İnstitusional dayaqların möhkəmləndirilməsi;
- Bu sahəyə investisiya qoyan investorlara güzəştlərin edilməsi;
- Turizm sektoruna yönəldilmiş investisiyaların idarə olunması ilə bağlı struktur yeniliklərinin həyata keçirilməsi
- Dünyadakı turizmə investisiya cəlb edilməsi təcrübələrinin öyrənilərək Azərbaycan turizminə tətbiq edilməsi və.s.

Turizm sahəsinə xarici investisiyalar əsasən məhdud sahələrə qoyulur: mehmanxana, restoranlar. Bunlara misal olaraq son dövrlərdə ölkəyə daxil olan iri otel şəbəkələrini sadalamaq olar: Hilton, Kempinski, Jumeirah, Marriot, Hyatt Regency, Holidays Inn və.s. Bu otel şəbəkələrinin ölkədə öz filiallarını açması turizmə müsbət təsir göstərmişdir. Belə ki beynəlxalq səviyyəli tədbirlər və sərgilər Azərbaycanda keçirilməyə başlanmışdır. Bunun özü işgüzar turizmin inkişafına şərait yaradır. Həmçinin belə tanınmış otel şəbəkələrinin ölkədə olması xarici turistlərin tərəddütlərini azaldır.

Lakin otel şəbəkəsi xaricində nəqliyyat, turların təşkili, rezervasiya sisteminə qoyulan xarici investisiyaların həcmi çox kiçikdir. Turların təşkili əsasən yerli sahibkarlar tərəfindən həyata keçirilir. Bu turlar böyük məbləğ tələb etdiyindən əsasən ölkədaxilində təşkil olunurlar. Xarici ölkələr üçün təşkil olunan turlar çox vaxt baha qiymətə olduğu üçün əhali maraq göstərmir. Bu sahələrin inkişafı isə xarici turistlərin cəlb olunmasında kritik əhəmiyyətə malikdir.

İnvestiya cəlb edilməsinə dair tədbirlər görülməmişdən əvvəl regional, sahə, global səviyyədə turizm sahəsindəki trendlər öyrənilməlidir. Daha sonra ölkədəki turizm potensialına sahib ərazilərin, sahələrin, turizm növlərinin xəritəsi tərtib olunmalı, ölkədəki turizmin çətinlikləri, üstünlükləri, rəqabət vəziyyəti, potensialı haqqında məlumatlar tam doğru şəkildə toplanmalıdır. Daha sonra isə ölkədəki beynəlxalq səviyyəli turizm layihələrinin həyata keçirilə biləcəyi turizm sahələri müəyyən edilməlidir. Bütün bu tədbirlər həyata keçirildikdən sonra əldə edilən məlumatlara uyğun olan investisiya imkanlarının tanınmasına dair marketing strategiyası hazırlanmalıdır.

Azərbaycanda turizm sahəsinə qoyulan xarici kapital investisiyası ildən-ilə artmaqdadır.

Cədvəl 3.3. Azərbaycan turizm sahəsinə qoyulan xarici investisiyalar.(milyon manatla)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
191.4	149.5	144.0	208.3	268.2	311.7

Mənbə: "World Travel and Tourism Council" 2014 Issue, səh 13

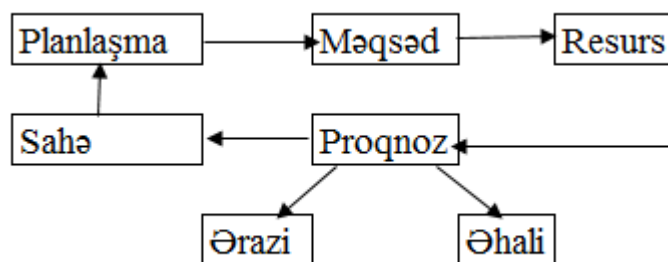
Aşağıdakı qrafikdə 2008-ci ildən 2013-cü ilə qədər olan turizm sahəsinə qoyulan xarici investisiyalar və eyni dövrdə ölkəyə səyahət etmiş xarici turistlərin trend analizi edilmişdir. Nəticədə məlum olmuşdur ki, investisiyalar artıqca ölkəyə gələn turistlərin sayında da artım olmuşdur. Yaxınlaşma əmsalı 2008-ci il üzrə 0.74, 2013-cü il üzrə isə 0.7273 alınmışdır. Bu xarici investisiyaların ölkə turizminə xarici turist cəlb edilməsində əhəmiyyətini təsdiq edir.

2008 – 2013 – cü illərdə turizmə qoyulan investisiya və eyni dövrdə ölkədə qəbul edilmiş turist sayı arasında korrelyasiya əmsalını tapdıqda göstərici 0.456001 çıxır. Bu göstərici investisiya qoyuluşların turistin ölkəyə cəlb olunmasında hələ də istənilən nəticəni vermədiyini göstərir.

3.2. Azərbaycanın turizmin potensialı və inkişaf perspektivləri

Turizm sisteminin inkişafı, sosial – iqtisadi rolu turizm potensialının formalaşması və istifadəsi səmərəliliyi ilə ölçülür. ^[14] Turizm potensialı dedikdə turizmin tələblərinə uyğun olaraq istifadə edilə biləcək maliyyə resursları, infrastruktur, əmək qüvvəsi, təşkilatı – idarəetmə təcrübəsi nəzərdə tutulur. Bir ölkənin hər hansısa sahədə potensialının öyrənilə bilməsi üçün bu sahənin amilləri dəyərləndirilməli və proqnozlaşdırılaraq əsas inkişaf yönümü təyin edilməlidir.

Sxem 3.1. Resurs potensialın formalaşma ardıcılığı.



Sxema diqqət yetirdikdən sonra deyə bilərik ki, turizm potensialı resurs potensialını müəyyənləşdirir. Turizmin resurs xüsusiyyətləri onun sahələrarası maddi-maliyyə mübadiləsi və turizmin məhsulunun dəyəri, bölgüsü xüsusiyyətləri ilə fərqlənir.

Turizmə aid bir çox ədəbiyyatda turizm ehtiyatları və turizm potensialı anlayışları eyniləşdirilir. Turizm ehtiyatı, səyahət edilən ölkənin tarixi, sağlamlıq, mədəni və.s. obyektləridir. Turizm ehtiyatları artıq formalaşmış potensialdır. Turizm potensialı isə yeni inkişaf edən, daha çox məhsuldar və perspektivə malik sahələrdir.

Turizm potensialının formalaşmasına və dəyişməsinə aşağıdakı mənbələr təsir edir:

- Mülkiyyət formaları
- Təbii amillər
- Sosial – mədəni amillər
- Nəqliyyat sahəsinin vəziyyəti
- Turizm təklifi

- Turizm infrastrukturu
- Turizmin inkişaf dinamikası
- Bank sistemi
- Turizmin beynəlxalq əlaqələri
- Turizm məhsulları
- Ticarət sistemi
- Otel sistemi və.s.

Turizm potensialında əmək resursları önəmli yer tutur. Kadrların peşəkarlıq səviyyəsi, sayı turizmin inkişafına birbaşa təsir göstərir. Turizmin əmək potensialı, beynəlxalq biliklərə yiyələnən, müasir tələblərə uyğun kadrların hazırlanması və onların bu sahədə əməyə cəlb olunmasıdır.

Azərbaycan turizm sisteminin inkişafı üçün böyük potensiala sahibdir. Qeyri – neft sektorunun inkişafı planında turizm hökumət tərəfindən əsas prioritet sahələrdən biri kimi seçilib. Xüsusilə Azərbaycanın regionlarında turizm xidmətinin və bu sahə ilə məşğul olan sahibkarların inkişafı üçün şərait vardır və əgər lazımı diqqət ayrılarsa ölkə bu sahədən böyük gəlir qazana bilər. Azərbaycana gələn turistlər ümumi turistlərin cəmi 0,003-ü təşkil edir. Bu isə çox kiçik saydır.

Azərbaycanda turizmin potensial göstəricisi əhali sayı, turizmin maddi-texniki bazası, turizm sahəsinə ayrılacaq maliyyə vəsaitlərinin həcmi ilə müəyyələşdirilə bilər.

Azərbaycanın coğrafi iqlimi bir çox turizm növünün inkişafı üçün əlverişlidir. Qışda dağlarda və dağətəyi zonalarda qış turizmi, müalicəvi resurların mövcudluğu, meşə massivinin şimal və cənub-şərq hissədə özünəməxsusluğu, təbii qoruqlar, nadir ağac və heyvan növləri turizmin inkişafı üçün bütün imkanları ehtiva edir.

Abşeronda Şıx və Dəvəçi, Dəvəçi rayonunda Qalaaltı, Culfa rayonunda Turşsu müalicəvi suları, Culfada Duzdağ, Talış dağlarında, Böyek Qafqazın cənub və şimal-şərq ətəklərində termal bulaqlar, palçıq vulkanları, Naftalanın müalicəvi nefti Azərbaycanda müalicəvi turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Bu müalicəvi mərkəzlər yerli turistlər tərəfindən rəğbətlə qarşılanır. Palçıqdan əsəb sistemi, duz

mağaralarında tənəffüs yolu və.s. xəstəliklərin müalicəsi üçün insanlar istifadə edirlər. Bu sahələrin beynəlxalq aləmdə tanınması ölkəyə müalicəvi məqsədlərlə gələn turistlərin sayını çoxaldacaqdır.

Azərbaycanda 6000-dən çox tarixi abidə var. Bu abidələr arasında islam dövrünə, xristianlığa, atəşpərəstliyə, qədim dinlərə aid ziyarətgahlar da var ki, bunların bərpası və tanınması turist sayında artıma səbəb ola bilər. Qobustan mağaralarındakı qayaüstü rəsmlər turistlər tərəfindən maraqla qarşılır və bu ölkənin qədimliyinə dəlalət edir.

Təsadüf deyildir ki, qədim zamanlarda Böyük İpək Yolunun böyük bir hissəsi Azərbaycandan keçmişdir. Böyük İpək yolu üzərində qədim karvansaraylar, hamamlar, qalalar, ibadətqahlar, qəsrlər hələ də qalır. Lakin bu abidələrin çoxu diqqətdən kənar qaldığı üçün yaxşı vəziyyətdə deyillər. Təəssüf ki, bəzi tarixi abidələrimiz Rusiya işğalı dövründə və erməni terroru nəticəsində məhv olmuşdur. Bir çox abidə isə uzunmüddətli baxımsızlıqdan dağılmışdır. Xüsusilə Bakı şəhərindəki bəzi tarixi abidələr tikintilər aparılan zaman qanunsuz şəkildə məhv edilmişdir. Tarixi abidələrin bərpası və tanınması tarixə marağı olan turistlərin cəlb olunmasında əhəmiyyətli rol oynayacaqdır.

Tarixi abidələrimizdən “İçərişəhər”, Qız Qalası, Şəki Xan Sarayı, Möminə Xatun Məqbərəsi UNESCO tərəfindən qorunur. Bu abidələrin dünyada tanınmasında önəmli bir addımdır.

Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyə malik olması amilini nəzərə alıqda , “İpək Yolu” kimi qədim tarixə malik yolun ölkəmizin ərazisindən keçməsi ölkənin qərb-şərq, şimal-cənub turizm marşutlarında iştirakı böyük əhəmiyyət kəsb edir. Ölkənin turizm potensialının tanınmasında önəmli addımlardan biri də ötən illərdə İstanbuldan Pekinə qədər “İpək Yolunda Velosiped Turu”, Rusiyadan Hindistana qədərki “XV əsr səyyahı Afanasi Nikitinin izləri ilə” layihələrində Azərbaycanın da iştirak etməsi olmuşdur.

Azərbaycanda turizm sistemini üzləşdiyi əsas problemlərdən biri də turizm günlərinin sayının az olmasıdır. Bu amil qiymətlərə də öz təsirini göstərir. Belə ki,

turizm günlərinin sayının az olması səbəbindən qiymətlər yüksək qoyulur. Bu isə əlbəttə turist sayına mənfi təsir göstərir. Turist daha ucuz ölkələrə yönəlir. Azərbaycanın 11 iqlim qurşağından 9 - da yerləşməsinə baxmayaraq bu potensialdan hələ ki lazımınca istifadə olunmur. Əgər turizm infrastrukturu ilin 4 fəslinə uyğun olaraq qurulsa bu zaman turist sayında artışı olar, bu isə birbaşa turizmin daha da inkişafına səbəb olar.

Azərbaycanın zəng turizm ehtiyatlarını təhlil etdikdə respublikamızda müvafiq turizm növlərinin gələcəkdə inkişafının yüksək potensiala sahib olduğunu görürük:

- Qış turizmi (dağ-xizəkçilik)
- Qolf turizmi
- Müalicəvi turizm
- Elmi turizm
- Mağara turizmi
- Etnoqrafik turizm
- Raftinq turizmi

Azərbaycanda turizm investisiyası üçün ən çox potensiala sahib sahələr:

- dağ idman növlərinin inkişafı,
- kurort – sanatoriya,
- turist baza kompleksləri,
- müalicəvi turizm istirahət mərkəzləri,
- regionlarda mehmanxanalar ^[13]

Turizm potensialının tanınması üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilməlidir.

- Turizm sahəsi haqqında potensial müştərilərə informasiyanın çatdırılması
- Turistlərin səyahət edə bilməsi üçün təhlükəsizlik və rahat çatdırılmanın təmin edilməsi
- Turistlərə ölkə ərazisində olarkən yardımın göstərilməsi.

Turizm sahəsində həyata keçirilən elmi texniki tərəqqi, innovasiya, təşkilatı enililər, əməyin optimal təşkili, resurslardan istifadə səmərəliliyi bu sahədə potensialın artırılmasının əsas yoludur.

Nəticə və təkliflər:

Turizm müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatında və beynəlxalq aləmdə ölkənin tanınmasında mühim rol oynayır. Bu səbəbdən də Azərbaycanda turizm sisteminin inkişafına daha çox diqqət ayrılması gərəklidir. Bu məqsədlər Azərbaycanın turizm sisteminin inkişafına dair nəticə və təkliflər verilmişdir:

- 1) İnvestisiyaların turizm sistemində rolu gözərdi edilməyəcək qədər önəmlidir. Bu səbədən də ölkənin turizm potensialının tanınması, investisiya sahələrinin konkret siyahısını hazırlanması və turizm sahəsinə investisiya yatırmaq istəyən iş adamlarına güzəştlər edilməsi məqsəduyğundur.
- 2) Hal – hazırda ölkə iqtisadiyyatının əsas gəlirləri neft sektorunda gəlir və xarici investisiyaların əsas hissəsi məhz bu sahəyə qoyulur. Azərbaycan iqtisadiyyatında neftin rolu turizmlə əvəz etdirilə bilər. Turizm sahəsi sosial – iqtisadi inkişafın tərkib hissəsi olaraq xarici investisiya və daxili resursların səmərəli istifadəsi hesabına ölkə iqtisadiyyatına əlavə gəlir gətirə bilər.
- 3) Mövcud turizm hüquq baza sisteminin beynəlxalq standartlarla uyğunlaşdırmaq. Viza rejiminin qarşılıqlı şəkildə asanlaşdırılması üçün bir sıra ölkələrlə əməkdaşlığı artırmaq.
- 4) Beynəlxalq təşkilatların yaranmasında əsas məqsəd sahələr üzrə problemlərin həll edilməsi və əməkdaşlığın artırılmasıdır. Hal – hazırda bir çox beynəlxalq təşkilata üzvlük ölkə iqtisadiyyatının inkişafına gətirib çıxarır. O cümlədən turizm sahəsinə və bu sahə ilə birbaşa və dolaylı yolla əlaqədar beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığı artırmaq, onların təcrübələrindən istifadə etmək.
- 5) Regionlar ölkə iqtisadiyyatında ən çox potensiala sahibdirlər. Onların inkişafı ümumi vəziyyətin yaxşılaşmasına imkar yaradacaqdır. Bu istiqamətdə regionlarda azad iqtisadi zonaların yaradılması istiqamətində təhlillər aparmaq.
- 6) Turizm probleminin üzleşdiyi problemlərdən biri məhz kadrlarla bağlı idi. Ölkəmizdə də bu problem özünü göstərməkdədir. Xüsusilə turizm regionlarında xidmətin istənilən səviyyədə olmaması bu sahəyə mənfi təsir göstərir. Bu məqsədlə kadrlara mütəxəssislər tərəfindən seminar və kursların

keçirilməsini təmin etmək və kadrların vaxtaşırı sınaqların keçirilməs

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı:

1. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu
2. “Beynəlxalq Turizm Bazarı” – Rüşət Kasumov, Bakı 2012
3. “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” – Ə.Q. Əlirzayev, Bakı 2011
4. “Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya yolları” - Ç.M. Abbasov, Bai 2005
5. “Dövlət İqtisadi Siyasəti – reallıqlar, perspektivlər” – A.Ş.Şəkərəliyev, Bakı 2009
6. “Country’s tourism revenue rise” – Azernews, No 28, April 17 – 21, 2015
7. “Azərbaycan Respublikasında 2010 – 2014 – cü illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı”
8. “Turizmin əsasları” (Dərslik) – İlqar H, Nigar Ə, Bakı 2007
9. “Investment opportunities of tourism Industry in Azerbaijan and its regions” – Vugar Dargahov, Rovshan Karimov – European International Journal of Science and Technology, September 2014
10. “Promoting Foreign Investment in Tourism” – United Nations, New York and Geneva 2010
11. “The Importane of Transportation in Tourism Sector” – Rufat Mammadov, 7th Silk Road International Conference “Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries”
12. Production and Services Catalogue 2015 – ICAO, Databases
13. World Tourism Organization “Tourism Highlights 2014”
14. The geography of Transport systems, Jean Paul Rodrigue, Third edition, 2013
15. Measuring Employment in the Tourism Industries, UNWTO Publications, 2013

İstifadə olunmuş interne saytları

16. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistik Komitəsi – www.stat.gov.az
17. World Tourism Organization – www2.unwto.org
18. “5 key issues facing travel and tourism” – www.hotelnewsnow.com
19. “Tourism problems, challenges and solutions” – www.hotelmule.com
20. “Azərbaycanda turizm” – www.azerbijan.travel.
21. Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi – www.mct.gov.az
22. Tourism – www.wikiversity.org
23. Tourism – www.wikipedia.org
24. Economic impacts of tourism - www.unep.org
25. Some of the major current issues confronting tourism – www.tourismandmore.com
26. www.azerbaijan.az
27. Regionlarda Dövlət Proqramı – www.anfes.gov.az
28. Azərbaycanın turizm potensialı – www.Azerbaijanis.com
29. „Azərbaycanın daxili turizm potensialı” – www.anl.az
30. “Regionların sosial – iqtisadi inkişafında turizmin rolu” – www.azerbaycaninfo.az
31. Dünya Bankı – www.data.worldbank.org
32. Internaional organizations – www.tourism.gc.ca
33. İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi – www.economy.gov.az
34. World Tourism and Travel Council – www.wttc.org

Əlavə 1. 2010 – 2014 –cü illərdə həyata keçirilən Dövlət Proqramına əsasən həyata keçirilən tədbirlər:

Tədbirlərin adı	İcra müddəti (illərüzrə)
2.1. Turizm haqqında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi	
Turizm sahəsində idarəetmənin yaxşılaşdırılması və sahənin səmərəliliyinin artırılması məqsədi ilə qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi	2010 - 2011
Turizm və rekreasiya zonalarının müəyyən edilməsi, bu zonalarda müxtəlif növlər üzrə turizm fəaliyyətinin təşkilinə dair normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi	2010 - 2011
Daxili turizm üzrə xidmətlərin sertifikatlaşdırılması üçün müvafiq standartlara dair normativ sənədlərin hazırlanması	2010 - 2014
Turizm sahəsində dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi üçün müvafiq təkliflərin hazırlanması	2010 - 2012
2.2. Turizm və rekreasiya zonaları	
Turizm və rekreasiya zonalarında müvafiq infrastrukturun, mehmanxana və digər turizm xidmətləri göstərən obyektlərin yaradılması ilə bağlı təşviqi tədbirlərin həyata keçirilməsi	2010 - 2014
Tarix və mədəniyyət abidələrinin, qədim arxitekturalara malik binaların turizm məqsədləri üçün istifadəsinə dair təkliflərin hazırlanması	2010 - 2011
Ətraf mühitin, tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi	2010 - 2014
2.3. Turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı	
Mədəni turizm obyektlərinin reyestrinin hazırlanması və təsdiqi	2010 - 2011
Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması və tətbiqi	2010 - 2014
Tarix-memarlıq və mədəniyyət qoruqlarının ərazilərində müasir turizm infrastrukturunun yaradılmasının dəstəklənməsi	2010 - 2014
Milli parklarda və ekoloji turizm üçün yararlı olan digər ərazilərdə ekoturizm	

fəaliyyətinin təşkili, ərazi turizm inkişaf planlarının hazırlanması	2010 - 2014
Rekreasiya turizmi üzrə kurortlar və sanatoriyalar (rekreasiya-yerləşdirmə obyektləri) barədə rekreasiya planlarının hazırlanması	2011
Müalicəvi su və digər təbii mənbələrin olduğu ərazilərdə müasir tələblərə uyğun rekreasiya-yerləşdirmə obyektlərinin tikintisinin planlarının hazırlanması	2010 - 2014
Sağlamlıq imkanları məhdud şəxslərin, əlillərin, aztəminatlı əhəlinin, uşaq və tələbələrin sosial turizmdən istifadəsinin təmin edilməsinə dair təkliflərin hazırlanması	2010 - 2012
Kənd, idman, ailəvi, xüsusi maraq kəsb edən və digər turizm növlərinin inkişafına dair tədbirlər həyata keçirilməsi	2010 - 2014
2.4. İnvestisiyaların cəlb edilməsi	
Turizm potensiallı iqtisadi-coğrafi rayonlarda turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi və təşviqi	2010 - 2014
Turizm sahəsində kiçik və orta sahibkarlığın təşviqi üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi	2010 - 2014
Təbiət ərazilərində, həmçinin milli parklarda həyata keçirilə biləcək turizm fəaliyyətlərinin araşdırılması və bu yerlərin turizm məqsədləri üçün istifadəsi imkanlarının genişləndirilməsi	2010 - 2014
Tarix, memarlıq və mədəniyyət abidələrinin bərpasına və turizm məqsədləri üçün istifadəsinə investisiyaların cəlb edilməsi	2010 - 2014
2.5. Beynəlxalq əlaqələr	
Beynəlxalq turizm bazarında Azərbaycan Respublikası üçün prioritet hesab olunan ölkələrin müəyyən edilməsi və həmin ölkələrdə Azərbaycan turizminin təbliği üzrə tədbirlərin görülməsi	2010 - 2014
Beynəlxalq turizm bazarında Azərbaycan Respublikası üçün prioritet hesab olunan ölkələrlə əməkdaşlığın genişləndirilməsi	2010 - 2014
2.6. Kadr təminatı	
Turizm sahəsinə aid olan işçilərin Vahid Tarif İxtisas Sorğu Kitabçasının təsdiq edilməsi	2011

Turizm İnstitutunun nəzdində turizm üzrə milli təlim mərkəzinin yaradılması	2012
Turizm üzrə mütəxəssis hazırlayan ali, orta ixtisas və texniki peşə təhsili müəssisələrində müvafiq tədris proqramlarının təkmilləşdirilməsi	2010 - 2011
Turizm xidməti sahəsində çalışan şəxslər üçün xüsusi kurslar, seminarlar və digər tədbirlərin keçirilməsi	2010 - 2014
Turizm obyektlərində sanitariya və gigiyena tədris proqramının həyata keçirilməsi	2010 - 2014
Turizm sahəsində təhsillə bağlı yeni vasitələrin araşdırılması və beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla tətbiqi barədə təkliflərin hazırlanması	2011 - 2012
Ölkənin turizm potensialının xarici ölkələrdə təbliği məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının diplomatik missiyalarının əməkdaşları üçün müvafiq təlim-seminarların təşkili	2011 - 2014
2.7. Statistika və tədqiqat	
Turizm sahəsi üzrə statistik məlumatların toplanılması sisteminin və metodologiyasının beynəlxalq təcrübəyə uyğunlaşdırılmaqla təkmilləşdirilməsi	2010 - 2011
Ölkə üzrə turizm fəaliyyətinə dairlik statistik toplusunun hazırlanması	Mütəmadi
Ölkəyə gələn və ölkədən gedən turistlərin sayı, məqsədləri və xərcləri barədə statistik məlumatların əldə edilməsi	2010 - 2014
2.8 Tanıtma və marketing	
Xarici turistlər üçün milli mətbəx, incəsənət, sənətkarlıq və Azərbaycanın tarixi-mədəni abidələri haqqında məlumat toplusunun yaradılması və təbliği	2010 - 2014
Milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının istehsalının təşviqi	2010- 2014

Referat

İstirahətin ən geniş yayılmış növlərindən biri turizmdir. Turizm istirahət, din, müalicə, iş məqsədləri üçün qısa müddətliyinə səyahətdir. Fransız sözüdür, mənası isə səyahətdir. Son dövrlərdə insanların yaşayış səviyyəsi yaxşılaşdıqca səyahət edənlərin sayı artmışdır. Xüsusilə II Dünya Müharibəsindən və texnologiyanın inkişafından sonra dünyada turizm geniş vüsət almışdır. Qloballaşan dünyada turizm insanların həyatlarının bir hissəsi olmağa başlamışdır.

Turizmin hərəkət ərazisinə əsasən iki növü vardır: daxili və beynəlxalq. Beynəlxalq turizmin inkişafı daxili turizmin inkişafından birbaşa asılıdır.

Hal-hazırda dünya ÜDM-in 9%-i, işçi qüvvəsindən 1/11-i, ixracın 6%-i, xidmət ixracının 30%-i turizmin payına düşür. Bu sahədə son hesablamalara görə 266 milyon nəfər çalışır. 2024-cü ilə qədər bu sayın 298 milyon nəfərə çatması gözlənilir.

Turizm sisteminin inkişafı onun sahələrinin inkişafı ilə sıx əlaqədardır. Turizmin sahələrinə aşağıdakılar daxildir:

- Nəqliyyat – su, hava, quru yolları ilə səyahət mümkündür. Turist daşımalarının əsas hissəsi avtomobil və hava nəqliyyatı ilə həyata keçirilir.
- İnformasiya texnologiyaları – Turizmin tanıtılması və ölkəyə turistlərin cəlb edilməsində informasiya önəmli rol oynayır.
- Xidmət növləri – qida və içki xidmətləri turizmdə əhəmiyyətli sahədir. Bəzi ölkələr sırf mətbəxlərinə görə turist cəlb edirlər.
- Yerləşdirmə - Ölkənin turizm sahəsində inkişafında yerləşdirmə xidmətlərinin əhəmiyyəti çox böyükdür. Ölkədə müasir standartlara cavab verən otel, hostel, motel sistemləri

Turizmin səviyyəsi regionlar üzrə fərqlənilir. Hal-hazırda turizm qəbulunda Avropa ilk sıradadır. Bunun səbəbi turizm sisteminin inkişafı və viza rejiminin nisbətən asanlığıdır. Son dövrlərdə Asiya, xüsusilə də Cənub-Şərqi və Okeaniya bölgəsi turizmdə ön plana çıxmışdır. Coğrafi – iqlimin əlverişliliyi, geniş imkanların mövcudluğu bu bölgənin getdikcə bu sahədə inkişafına gətirib çıxardacaq.

Turizm sahəsində bir çox beynəlxalq və regional təşkilatlar fəaliyyət göstərirlər. Bunlardan ən nüfuzlusu Ümumdünya turizm təşkilatıdır. Digər sıralarda isə Dünya Səyahət və Turizm Şurası, İqtisadi İnkişaf və Əməkdaşlıq Təşkilatı, Avropa İttifaqı durur.

Azərbaycanda turizm qədim tarixə malikdir. Qədim ticarət yolları, tranzit layihələr Azərbaycanın tanınmasına imkan yaratmışdır. Lakin Azərbaycanda turizmin əsas inkişaf dövrü müstəqillikdən sonraya təsadüf edir. Dövlət tərəfindən bu sahə prioritet sahə seçilmiş, bu sahənin inkişafı məqsədilə dövlət proqramları həyata keçirilmişdir. Bunların nəticəsi olaraq ölkənin turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların axını başlamışdır.

Xüsusilə 2002-ci ildən etibarən ölkəyə gələn xarici turistlərin sayında nəzərə çarpacaq dərəcədə artım olmuşdur. Bunun səbəbləri Azərbaycanın getdikcə beynəlxalq aləmdə tanınması, turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi və həyata keçirilən dövlət siyasəti, proqramlarıdır. “2002-2005”, “2010-2014”, “2008-2016”-ci illərə aid Dövlət proqramları həyata keçirilmişdir və keçirilməyə davam edir.

Regionların inkişafına dövlət tərəfindən xüsusi diqqət ayrılmışdır. Son dövrlərdə Quba, Qusar bölgələrində qış turizminin inkişafı, Lənkəran, Xaçmaz rayonları başda olmaqla bir çox rayonda mövsümi turizmin inkişafı üçün tədbirlər görülmüşdür.

Dövlətin turizm siyasətinin məqsədlərindən biri də ölkədəki turizm sahəsinin inkişafı üçün xarici investisiyanın cəlb edilməsidir. Son dövrlərdə açılan Kempinski, Hilton, Marriot, Jumeriah otelləri xarici investisiyaların hesabına açılmışdır.

Turizm sahəsi Azərbaycanda yüksək potensiala sahibdir. Müalicə, qış turizmi, gastronomiya, dağ, tarixi abidələrlə bağlı turizm sahələri inkişaf potensialına sahibdir. Bu sahələrin inkişafı turist axınının artmasına gətirib çıxara bilər.

Azərbaycan turizminin xaricdə tanınması, infrastrukturun yenilənməsi və daha çox investisiya qoyulması bu sahənin gələcəkdə iqtisadiyyatda payının çoxalmasına imkan yaradacaqdır.

Резюме

Туризм является одним из самых широко распространенных видов отдыха. Туризм – это краткосрочная поездка с целью отдыха, религии, лечения или по делам. Слово «туризм» взято из французского слова, которое означает отдых. В последнее время, в связи с улучшением уровня жизни людей, число путешествующих значительно увеличилось. Особенно после Второй Мировой Войны и технологического развития, туризм широко распространилось во всем мире. Глобализация послужила причиной для становления туризма одним из важных частей жизни людей.

Туризм разделяется на 2 типа по территорию движения: внутренний и международный. Развития международного туризма напрямую зависит от развития внутреннего туризма.

В настоящее время, 9% мирового ВВП, 1/11 рабочей силы, 6% экспорта и 30% экспорта услуг выпадает на долю туризма. По последним вычислениям, в этом секторе работают около 266 миллион людей. Ожидается что, до 2024-го года это число превысит 298 миллион.

Развитие туристической система тесно связано с развитием его областей. В область туризма входят нижеперечисленные:

- Транспорт – возможны путешествия водными, воздушными и автомобильными транспортом. Основная часть туристических перевозок выполняется с помощью автомобильного и воздушного транспорта.
- Информационные технологии – информация играет важную роль в представлении туризма и привлечении туристов в страну.
- Виды услуг – услуги касающиеся еды и напитков очень важная область в туризме. Некоторые страны привлекают туристов только из-за национальной кухни.

- Размещение – услуги размещения, т.е. существование современных отелей, мотелей и гостиниц играет очень важную роль в развитии страны в области туризма.

Уровень развития туризма различается по регионам. В настоящее время, Европа занимает первое место по принятию туристов. Причиной этого является высокое развитие туристической система и относительная легкость визового режима. В последнее время, Азия, особенно Юго-Восточная часть и Океания выдвигались вперед в туризме. Географические преимущества и благоприятный климатический режим способствуют развитию туризма в этом регионе.

Многие международные и региональные организации функционируют в туристической сфере. Самый престижный из них Всемирная Организация Туризма. Мировой Совет по Туризму и Путешествию, Организация Экономического Сотрудничества и Развития, Европейский Союз тоже относятся к ним.

В Азербайджане туризм имеет древнюю историю. Древние торговые пути и транзитные проекты способствовали узнаванию страны на рубеже. Но главный период развития туризма в Азербайджане было после обретения независимости. Туризм был выбран приоритетным сектором и были реализованы некоторые государственные программы для его развития. В результате этого началось поток местных и зарубежных инвестиций в туристический сектор страны.

Особенно, начиная с 2002-го года, число иностранных туристов посещающих страну значительно увеличилось. Причины этого являются постепенное узнавание Азербайджана в международной сфере, развитие туристического инфраструктура и реализованная государственная политика и программы. Государственные программы покрывающие «2002 – 2005», «2010 – 2014», «2008 – 2016» годов предпринимались и продолжают предприниматься.

Государство обращает особое внимание к развитию регионов. В последнее время некоторые меры принялись для развития зимнего туризма в регионах Губа, Гусар, а также сезонного туризма в Лянкоране, Хачмазе и других районах.

Одной из основных целей государственной туристической политики является привлечение иностранных инвестиций в страну для развития туризма. Отели начинающие свою деятельность за последнее время, как Кэмпински, Хилтон, Марриот, Жумериах открылись за счет зарубежных инвестиций.

Туристический сектор в Азербайджане имеет высокий потенциал. Туристические центры, связанные с лечением, зимним туризмом, гастрономией, горами и историческими памятниками имеют потенциал развития. Развитие этих секторов может привести к увеличению туристического потока к ним.

Представление Азербайджанского туризма за рубежом, обновление инфраструктура и возрастание количества инвестиций на этот сектор может способствовать увеличению объема туризма в экономике в будущем.

Summary

Tourism is travel for religion, recreation, health, business purposes for a limited time. The meaning of word “tourism” is travel. As living standards of people arose number of travelers increased. Especially after World War II and advancement in technology tourism became very popular. Tourism became part of people’s life in globalized world.

Tourism can be domestic and international. Development of international tourism depends on development of domestic tourism.

In modern world 9% of World GDP, 1/11 employment, 6% of export, 30% of service export in world depends on tourism. 266 million people works in tourism sector. It is expected to reach 298 million by 2024.

Development of tourism industry depends on development of its spheres. The spheres of tourism industry are:

- Transportation – water, air, land transportations are available. The main part of tourist transportation carried out by cars and airlines.
- Information technologies – plays very crucial role in promotion of tourism and attracting tourist to the destination.
- Service industries – such as foods and drinks have very important role in tourism. Some tourists prefer to travel somewhere that has great food and drinks.
- Accommodation – provides so many varieties of accommodation, for example: hotel, hostel, motel, rental homes etc. Improvement of accommodation sector in a tourism area is must.

Level of tourism differs from region to region. Most recently Europe is leading the list. The main reason for that is development of tourism industry and easiness of visa requirements. Recently Asia, more specifically Southern – East Asia and Oceania started rise very quickly. It is nature and potential give countries in this area to offer more for tourists.

There are several regional and international organization in tourism industry. World Tourism Organization is most recognized and leading in travel and tourism. Other organizations that work in tourism sector are: World Travel and Tourism Council, Economic Development and Cooperation Agency, European Union and etc.

Tourism in Azerbaijan dates back to ancient times. Ancient trade routes, trans-regional projects attracted many foreigners to the country. But the main development time of the tourism starts after independence. Tourism sector is prioritized by government and state programs are enforced to develop the sectors. In result, country attracted my local and foreign investments to economy.

After 2002 there is huge growth in number of incoming tourist. The reason for that is, promotion of Azerbaijani tourism in international level, state policy and programs in this field. “2002-2005”, “2010-2014”, “2008-2016” States Programs have been enforced.

State pays special attention to development of regions. Lately in Gusar and Guba winter tourism complexes were opened, Lankaran and Khachmaz and other cities attracts more and more local and foreign tourists.

One of the state goals in state tourism policy is attract foreign investments to tourism of the country. World class hotels lik Kempinski, Hilton, Marriot, Jumeirah was opened in Azerbaijan with help of foreign investments.

Azerbaijan has great potential in tourism. Health, recreation, gastronomy, adrenalin, historical tourism types can be improved in Azerbaijan. And this improvement will be lead higher number of foreign tourists.

Promotion of Azerbaijan in international level, renewals in infrastructure and more investment in this sector can lead to increase its importance and impact on country economy.