

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER

LİSANS BİTİRME TEZİ

Azerbaycan`da turizmin gelişim perspektifleri

Hazırlayan
Seymur Memmedov
1417.02034

BAKÜ-2018

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT UNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER

LİSANS BİTİRME TEZİ

AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

Hazırlayan

Seymur MEMMEDOV

1417.02034

Danışman

Öğr.Gör. Vefa MEMMEDOVA

BAKÜ-2018

TUTANAK

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə

TƏSDİQ EDİRƏM

“ ” 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

**“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin beynəlxalq münasibətlər
(Uluslararası ilişkiler) ixtisası üzrə**

təhsil alan tələbəsi

Məmmədov Seymur İlqar
(adı, soyadı, atasının adı)

Diplom işinin rəhbəri

**Vəfa Məmmədova Məmmədəmin
müəll**

(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

1. İşin mövzusu **AZERBAIJAN'DA TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ**

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin

“_____” _____ 2018 il _____ No _____
2. Tələbənin sona yetirdiyi işin kafedraya təhvil müddəti: _____ 8 ay

3. İşin məzmunu və həcmi (izahı, hesabı və eksperimental hissəsi, yeni təhlilə ehtiyacı olan müəssisələr) Özet, Giriş, Birinci bölüm, İkinci bölüm, Üçüncü bölüm, Sonuç, Kaynakça, Ek 1

4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar

Kaynakça

ABDULLAYEVA, A. (2011) Azərbaycan Turizmi və Onun Tebliğinde
Kütüphanelerin Rolü, Bakü.

“The list of travel companies authorized to issue e-visas”, <http://london.mfa.gov.az/files/file/travel-companies.pdf> (erişim tarihi: 08.02.2018).

“Turizm ajanlıkları”,

“Yeni yılı yurtdışında karşılamak isteyen Azerbaycan turistlerinin sayının azalacağı bekleniyor”,

CONNELL, J. (2006). "Medical tourism: sea, sun, sand and surgery",
Torusim Management, C. 27, S. 6 ss. 1093-1100.

ÇİMAT, A. ve BAHAR, O. (2003). “Turizm sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Dergisi, S. 6, ss. 1-18.

ERALP, Z. (1983). Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın-Yüksek Okulu Yayınları, Ankara.

GOELDNER, C.R. ve RITCHIE, J.B. (2009). Tourism: Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

GÖKSAN, E. (1978). Turizmoloji, Uğur Ofset, İzmir.

GÜRDAL, M. (1995). Turizm Ulaştırması, Karınca Matbaası, İzmir.

<http://www.biznesinfo.az/business/directory/tourism/travelagency/params/ln/az> (erişim tarihi: 07.02.2018).

<https://az.trend.az/azerbaijan/society/2455524.html> (erişim tarihi: 06.02.2018).

HÜSEYNOV, İ. ve EFENDİYEVA, N. (2007). Turizmin Esasları, Mars-Print, Bakü.

MEMMEDOV, C.A., SOLTANOVA, H.B., REHİMOV, S.H. (2002). Küresel Turizmin Coğrafyası, Mütercim, Bakü.

MİLL, R. ve MORRİSON, A. (1985). The Tourism System, Prentice-Hall, Inc, New York.

“Şirvanşahlar sarayı”, unesco.mfa.gov.az (erişim tarihi: 04.02.2018).

5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, certyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 5cədvəl və 5 qrafik

6. Buraxılış işi üzrə məsləhətçinin soyadı, adı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi (diplom işinin ona aid olan hissəsini göstərməklə)

Dos. Dr. Bayramlı Qadir Nəzir

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	İşin hissələrinin adı	Qurtarma faizi (yerinə yetirilmə)	İşin yerinə yetirilməsi müddəti
---------	-----------------------	--------------------------------------	------------------------------------

plan üzrə	faktiki
--------------	---------

1. Bölüm (Ekim 2017 – Ocak 2018)
2. Bölüm (Şubat 2018 – Nisan 2018)
3. Bölüm (Mayıs 2018)

Buraxılış işinin rəhbəri _____
imza

Məsləhətçi _____
imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim _____
(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “ _____ ” _____ 2018-ci il

Qeyd 1. Buraxılış işi üzrə verilmiş tapşırıq 2 nüsxədən ibarətdir. Nüsxənin biri tələbəyə verilir, ikincisi kafedrada qalır.

2. Hazırlanmış buraxılış işini tapşırıqla birlikdə tələbə DAK təqdim edir.

BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI

ÖZET

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA TURİZM FAALİYETLERİNE GENEL BAKIŞ

1.1.TURİZMİN TANIMI

1.2.TURİZMİN KISA TARİHİ

1.3.TURİZMİN ESAS TÜRLERİ

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİM TARİHİ

2.1. XIX YÜZYIL AZERBAYCAN`DA TURİZMİN OLUŞUMU

2.2. SOVYET DÖNEMİ AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİMİ

2.3. BAĞIMSIZLIK SONRASI DÖNEMDE AZERBAYCAN TURİZMİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN`IN TURİZM POTANSİYELİ VE TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

3.1.Azerbaycan`ın Turizm Potansiyeli

3.1.1. Azerbaycan`ın Turizm Bölgeleri

3.1.2. Azerbaycan`da Turizm İstatistikleri

3.2. Azerbaycan`da Turizmin Gelişim Perspektifleri

3.2.1.Azerbaycan`da Turizmin gelişimi programları ve Politikaları

3.2.2. Yabancı Turistlerin Azerbaycan`daki Temel Destinasyonları ve
İstatistikleri

AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

ÖZET

Azerbaycan Cumhuriyeti 1991`de bağımsızlık kazandıktan sonra ülkede bulunan coğrafi özellikleri, farklı turizm türlerinin gelişimi için potansiyeli, turizm bölgeleri ve zengin kaynaklarını değerlendirerek daha da geliştirmek için stratejiler uygulamaya başlamıştır. Günümüzde Azerbaycan`ın farklı bölgeleri turistlerce tercih olunan ve sevilen hale gelmiştir. Ekonomi geliştikçe ve refah seviyesi arttıkça Azerbaycanlı turistlerin sayısı da artmakta ve onlar iç turistik ürünlerin tüketicisi olduğu gibi hem de yurtdışı destinasyonlara yönelerek küresel turizmin genişlemesine katkı sağlamaktadırlar. Azerbaycana ve onun farklı bölgelerine yönelen turistler destinasyon seçimi zamanı bir takım unsurların etkisi altında kalarak, özellikle tatil geçirecekleri mekanın sahip olduğu coğrafi özellikleri, tarihi-kültürel değerleri, ekonomik ve ulaşım gibi faktörleri göz önünde bulundurarak, bazen arkadaş-akraba tavsiyesinden, bazen kişisel pratiklerinden, bazen de sosyal veya diğer faktörlerden yola çıkarak destinasyon seçimi yapmaktalar.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, Azerbaycan`ın turizm potansiyelini araştırarak, genel olarak Azerbaycan`ın ve bölgelerinin turistler tarafından bir destinasyon olarak tercih edilmesine etki yapan unsurları belirlemek, özellikle de burdaki turizmin gelişim perspektiflerini değerlendirmektir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Turizm tüketicisi, Coğrafi faktör, Azerbaycan turizmi, Azerbaycanlı turist

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	ii
ÖZET.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA TURİZM FAALİYETLERİNE GENEL BAKIŞ

1.1.TURİZMİN TANIMI.....	3
1.2.TURİZMİN KISA TARİHİ	8
1.3.TURİZMİN ESAS TÜRLERİ	13
1.4.TURİZMİN DÜNYA EKONOMİSİNDE YERİ VE ÖNEMİ	18

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA TURİZMİN GELİŞİM TARİHİ

2.1. XIX YÜZYIL AZERBAYCAN'DA TURİZMİN OLUŞUMU.....	24
2.2. SOVYET DÖNEMİ AZERBAYCAN'DA TURİZMİN GELİŞİMİ.....	30
2.3. BAĞIMSIZLIK SONRASI DÖNEMDE AZERBAYCAN TURİZMİ	36

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
AZERBAYCAN'IN TURİZM POTANSİYELİ VE TURİZMİN
GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

3.1. AZERBAYCAN'IN TURİZM POTANSİYELİ	45
3.1.1. Azerbaycan`ın Turizm Bölgeleri	45
3.1.2. Azerbaycan`da Turizm İstatistikleri	50
3.2. AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ	58
3.2.1. Azerbaycan`da Turizmin Gelişimi Programları ve Politikaları..	58
3.2.2. Yabancı Turistlerin Azerbaycan`daki Temel Destinasyonları ve İstatistikleri.....	64
SONUÇ	71
KAYNAKÇA.....	76

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Yurtdışına Giden Azerbaycanlı Turistlerin Sayısı ve Harcamaları (2014)	51
Tablo 2: Yıllara Göre Yurtdışına Çıkan Azerbaycanlı Turist Sayısı (2010-2016)	53
Tablo 3: Otel ve Otel Tipli Müesselerin Esas Göstergeleri.....	54
Tablo 4: Seyahat Acenteleri ve Turoperatörlerinin Temel Göstergeleri.....	56
Tablo 5: Azerbaycan`a Gelen Turist Sayısı ve Harcamaları (2014)	69

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Azerbaycan`ın Turizm Haritası.....	2
Şekil 2: Sovyetler Döneminde Basılan Turizm Posterleri.....	32
Şekil 3: SSCB Turisti Madalyası.....	32
Şekil 4: Yurtdışına Seyahat Yapan Azerbaycanlı Turistlerin Temel Destinasyonları Haritası.....	52
Şekil 5: Azerbaycana gelen yabancı turistlerin sayını gösteren grafik.....	68

KISALTMALAR LİSTESİ

A.C.	Azerbaycan Cumhuriyeti
AC DİK	Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi
AZN	Azerbaycan Cumhuriyeti Ulusal Para Birimi, Manat
AZTA	Azerbaycan Turizm Assosiasyası
ASSC	Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BAE	Birleşmiş Arap Emirlikleri
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
BM DTÖ	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)
DSTK	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi)
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin giderek artması, modern teknolojilerin hızla dünyaya yayılması, ulaşım araçlarının daha ulaşılabilir olması ve insanları dünyanın istenilen noktasına götürebilmesi, toplumların daha yüksek refah seviyesine ulaşması ve insanların boş zamanlarını daha eğlenceli geçirme isteklerinin çoğalması, vd. nedenlerle turizme katılanların sayısı günbegün durmadan artmaktadır. Azerbaycan, 1991'de bağımsızlık kazandıktan ve zengin petrol ve doğalgaz kaynaklarını kullanarak refah seviyesinde belirli gelişim dönemine ayak bastıktan sonra ülkede turizm gelişmeye başlamıştır. İlk önce, Azerbaycan'da iç turizmin geliştirilmesi, daha fazla yabancı turistlerin ülkenin farklı destinasyonlarına çekilmesi için altyapı gelişimi, tanıtım faaliyetlerine önem verilmiş ve belirli stratejiler ve programlar işlenip hazırlanmıştır. Aynı zamanda Azerbaycanlı turistlerin yurtiçi ve yurtdışına seyahat sayısı da artmaya başlamıştır.

Artan turist sayısı ile beraber farklı turistik ürünleri içeren destinasyonların sayısı da artarak aralarında rekabet ortaya çıkmış ve aynı zamanda bu, farklı istek ve ihtiyaçları olan turistler için geniş seçim alanı oluşturmuştur. Turistler açısından genel olarak bakıldığında, Azerbaycan'ın Abşeron, Guba-Gusar, Şamahı, Qah-Zagatala, Masallı bölgelerinin diğer destinasyonlara kıyasla daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Birinci bölümde, turizmin tanımı, temel kavramları, tarihi gelişimi, turizmin esas türleri ve turizmin dünya ekonomisinde yeri ve önemi gibi konular incelenmiştir.

İkinci bölümde, Azerbaycan'da turizmin tarihi gelişimi araştırılmıştır ve kapsamlı şekilde tahlili yapılmıştır. Tarihsel araştırma

Üçüncü bölümde, Azerbaycanın sahip olduğu turizm potansiyeli, yani Azerbaycan'ın turizm bölgeleri, ülkede faaliyet gösteren turistik şirketler, bu şirketler tarafından sunulan destinasyon önerileri ve genel olarak Azerbaycan'ın turizm istatistikleri incelenmiştir. Bu bölümde aynı zamanda Azerbaycan'da uygulanan turizmin gelişim programları ve politikaları, turistlerin Azerbaycan'daki temel destinasyonları ve istatistikleri incelenmiş ve genel olarak ülkenin turizm potansiyeli ve turizmin gelişim perspektifleri değerlendirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA TURİZM FAALİYETLERİNE GENEL BAKIŞ

1.1. TURİZMİN TANIMI

Turizm kelimesi Latince, dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek anlamını veren “tornus” sözünden türemiştir. Dünya Turizm Örgütü’ne göre, “Turizm zevk için seyahattir. Turistler ise kendi zevkleri için seyahat eden kişilerdir”. Aynı zamanda, bir yıldan fazla olmayan, serbest zaman geçirmek için veya işle ilgili seyahat etmek, dini hac ziyareti yapmak, tedavi amaçlı başka bir yere gitmek veya diğer bu gibi nedenler turizm kavramı içerisinde yer alsa da, uzun süreli kalıp çalışma amacıyla gitme, turizm kavramına ait edilmemektedir.

Turizm tanımı ilk kez 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ortaya atılmıştır. Guyere göre, “turizm, insanların hava değiştirme ve dinlenme gereksinimi duymaları, aynı zamanda doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma istekleri ile ortaya çıkan, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanarak, özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmesi ile ulusların ve toplumların birbirlerine daha çok yakınlaşmasının sonucu olarak yaranan ‘modern’ çağa özgü bir olay”dır (Lohmann ve Panosso, 2017: 26).

Avusturyalı ekonomist Herman Von Schullar 1910 yılında yaptığı tanımla turizmin ekonomik boyutu üzerine tartışma yapmış ve turizmi, yabancıların belli bir yer, bölge ve eyalete doğru, bu yerler içinde ve bu yerlerden başka yerlere doğru seyahatleri ve oralarda kalmaları ile ilgili ve öncelikle iktisadi olan olayların bütünü olarak nitelendirmiştir (Sarı, 2007: 19).

Hans Poser ise, coğrafi yönden turizmi incelemiş ve şu tanımı yapmıştır: Turizm yabancıların geçici bir konaklama nedeniyle mahalli ve bölgesel taplanmalarıdır. Söz konusu konaklama, yabancılar ile mahalli halk, konaklanan mahal ve arazi arasındaki karşılıklı etkilerin tamamını ihtiva etmektedir (Sarı, 2007: 20).

Turizm terimi 1980'li yıllarda AIEST tarafından yeniden düzenlenmiş ve bu düzenlemedeki tanıma göre, turizm, insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve burardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünü şeklinde tanımlanmıştır. Yapılan tanıma esasen, kongre ve iş seyahatleri, kısa süreli seyahatler, kırsal kesimden büyük şehirlere yönelen her türlü seyahatler, sağlık turizmine giren seyahatler, sayfiye yerlerinde ikinci evlerde konaklamalar da turizm oyu içinde ele alınmaktadır (Sarı, 2007: 22).

. Genel olarak turistik seyahatlerin %62'i zevk, %18'i iş, %20'i ise diğer amaçlarla yapılmaktadır (Becker, 2004: 3).

Belli olduğu gibi, turizm belirli süre, mesafe ve seyahat faktörü ile ilişkilidir. Lakin insanların yaptığı bütün seyahatlerin turizm olayının bir unsuru olduğu söylenemez ve seyahatin turizm olayı yaratabilmesi için genel olarak seyahat amacı ve seyahat mesafesi göz önüne alınır. Mesafe veya uzaklık sınırları da ayrıca tartışma konusu olarak farklı ülkelerde farklı düzenlemelere tabi tutulmaktadır, örneğin, ABD'de seyahatin turizm olarak kabuledilmesi için kişinin bulunduğu merkezden en az 50 mil (80 km) mesafe katetmesi gerekir. Kanada'da da neredeyse aynı rakam, ama farklı bölgelerde farklı istatistikler kullanılıyor, örneğin, Ontario bölgesine göre talep 25 mil'dir. Bu, iç turizmin istatistiklerinin

değerlendirilmesi zamanı kullanılsa da yurtdışı seyahatlara ait edilmemektedir (Goeldner, 2009: 8-9). Britton, Llewellyn Watson ve Kopachevsky, bu konuyu araştırarak, turizmin kapitalist endüstrisi kapsamında yatırımın, üretimin, ulaşımın, ve tüketimin standartlaştırılması ile şekillenmekte olduğunu bildirmiştir.

Turizm olayının oluşması için gerekli olan diğer unsur konaklamadır ve W. Hunziker ve K. Krapf tarafından yapılan tanıma göre, “yabancıların bir yere yaptıkları yolculuklarından ve devamlı kalma, para kazanma amacı gütmeyen konaklamalarından doğan ilişkilerin tümü” turizmdir. 1941 yılında yapılan bu tanıma en kapsamlı ve en çok tutulan bir tanım olarak Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) Turizm Komitesince de benimsenerek kabul görmüştür. Turizm olayı seyahat ve konaklamadan doğan ilişkilerin ve olayların bütünü olarak ele alınmaktadır (Sarı, 2007: 21).

Turistlerin ülke içerisinde yaptıkları harcamaların ulusal ekonomiyi olumlu şekilde etkilediğini dikkate alarak, bu gelirlerin en fazlasının konaklama tesislerinden elde edildiğini belirtmek gerekir. Böyle ki, muhasebe hesaplarında turizm sektöründe görülen gelir, sadece konaklama tesisleri hizmetlerinden elde edilen katma değerleri yansıtmaktadır. Konaklama tesisleri turizm endüstrisinin temelini oluşturarak vaat ettikleri hizmet kalitesi ve çevresel faktörlerle insanları turizm faaliyetinin içine çekmektedirler. Hizmet kalitesinin en önemli belirleyicisi müşteri beklentileridir ki, bu beklentiyi oluşturan da işletmeler tarafından tüketicilere verilen vaatlerdir. Örneğin, bankacılık sektöründe bir sıra ülkelerde yapılan çalışmalara dayanarak en önemli hizmet kalitesi olarak güvenilirlik ve empati belirlenmiştir. Bilgisayar sektöründe faaliyet gösteren firmaların müşterileri arasında yapılan anket sonuçlarına göre, hizmet kalitesine etki yapan önemli unsurlar ürün ve

hizmet özellikleridir. Turizm sektöründe müşteri memnuniyetini etkileyen hizmet kalitesi ise konaklama tesislerinin ekonomik oluşu, elemanlarının davranışları, ortam veya çevre ile ilgilidir. Turistin konaklayacağı mekanın coğrafi özellikleri, güzelliği ve rahat ulaşılabilirliği de destinasyon seçimi kararını etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır (Baldemir ve Bozkurt, 2012: 1023-1026). Bu nedenle turistlerin destinasyon ve konaklama seçimlerine etki yapan faktörler, özellikle çevresel, coğrafi faktörlerin değerlendirilmesi önemlidir.

Turist kelimesinin kökeni XVII yüzyıla ait edilmektedir. Lakin ilk kez 19. Yüzyılın birinci yarısında turist ve turizm terimleri İngilizcede kullanılmaya başlanmış ve diğer Avrupa dillerine de bu dilden geçmiştir. Turist, sürekli oturduğu yerden en fazla bir yıl için ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde kendi parasını, yani burda kazanmadığı parayı harcayan bir kimsedir. Bu tanımda, süre ve ekonomik ölçütlere önem verilmiştir (Kozak, 2012: 7). Turizm diline giren Tur sözcüğü, İngiltere’de anlam değiştirerek yapılan seyahatler için kullanılmaya başlamıştır. İngiltere’den tüm Avrupa’ya yayılan seyahatlere soyluların katılmasıyla bu süreç anlam ve içerik değiştirmiş ve bu çeşit yolculuk yapanları, yani kıta Avrupasına gidenleri, memleket içerisinde seyahat yapanlardan ayırmak için “tourist” denilmeye başlanmıştır (Eralp, 1983: 8). A. J. Norval 1936’da turist için “sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimse” tanımını yapmıştır. 1937’de “Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi” tarafından turist tanımı yapılmış ve bu tanıma göre: “bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre kalmak için aşağıdaki nedenlerle gelenler turist olarak kabul edilirler: Zevk, ailevi nedenler, sağlık amacıyla, bilimsel, idari, dini, sportif nedenlerle, ticari nedenlerle, deniz gezileri ile gelenler.

Turist olarak kabul edilmeyenler ise: lkeye iş sözleşmesi ile, kamu amaçlı görevle, yerleşmek amacıyla, çalışma amaçlarıyla, transit geçit için gelenler. Gnbirliki ise, ziyaret edilen ülkede 24 saatten az kalan, veya ülkenin konaklama tesisinde bir geceleme yapmayan kişidir. Yani, turist, en az bir gece konaklayan, gnbirliki ise geceleme yapmayan ziyaretçi olarak tanımlanmaktadır (Sarı, 2007: 6).

1963 yılında OECD Turizm Komitesi tarafından turist kavramı hakkında tanım tavsiye edilmiştir. Tanıma göre, devamlı oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre içinde ziyaret eden kişilere yabancı turist denmektedir. Yerli turist ise, kendi ikamet ettiği ülkenin sınırları içerisinde seyahat yapan kişilere denir. 1996 tarihli 22747 sayılı Seyahet Acenteleri Yönetmenliği'nin tanımı gereği para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, tedavi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kişiler Türk hukukuna göre turist olarak tanımlanıyorlar (Kozak, 2012: 7). Özetle, turist, merak, din, eğitim, ğretim, dinlenme, eğlence, spor ve sağlık gibi nedenlerle seyahat eden ve bu nedenlerine tatmin aracı arayan kimsedir.

Bir seyahat ve konaklamanın turizm kavramında nitelendire bilmek için şu ltleri kapsamalıdır;

*Seyahatin devamlı yaşanılan,çalışılan ve günlük ihtiyaçların sağlandığı yerler dışında yapılmalıdır,

*Seyahat zamanı genellikle turizm işletmelerinin sunduğu hizmetlerden faydalanmalıdır,

*Seyahat süresi geçici olmalıdır,

*Seyahat zamanı kazanc amacıyla yapılmamalıdır.

Turizm kavramının tam tanımı üzerinde uzun zamandır akademik çerçevelerde tartışmalar sürmektedir. Bazıları turizmi bir endüstri olarak tanımlarken, bazıları da turizme bir sistem olarak bakmağı daha doğru buluyorlar. Turizmin tanımında bu kadar farklı düşüncelerin olmasının esas nedenini turizmin bir çok farklı sektörlerle sık ilişkisinin olasında görüyorlar. Bu zaman her sektörde çalışan araştırmacı turizmin tanımını kendi disiplinlerine uğgun olarak nitelendiriyor. Misal, bir ekonomist turizmi bir “endüstri” olarak tanımlarken, pazarlamacılar da “pazar” olarak görüyor, çevre bilimcileri turizmin çevresel etkilerini en çok göz önünde tutuyorken, topumbilimciler turizmin insan davranışları tarafını daha çok üst düzeyde saklıyorlar (Kozak, 2012: 6).

1.1. TURİZMİN KISA TARİHİ

İnsanlar günlük hayatlarını terk ederek her hangi nedenle geçici süre için başka yerlere hareket etmekte. Bu yer değişimi insanlık tarihi kadar eski olsa da, bilimsel konu olarak üzerinde XIX yüzyıldan itibaren durulmuştur. Araştırmacılara göre, ilk seyahatler ve onların tarihi hakkında bilgi ilk tarihçi ve coğrafyacı olarak kabul edilen Herodot tarafından M.Ö. 5. yüzyılda verilmiştir (Memmedov, Soltanova ve Rehimova, 2002: 15). İnsanlar artık geçimleri için gereken kaynakları başka bir sınıfın yardımlarığla kazanmağa başladılar. Bu değişimi sağlayanlar “tacir” adıyla nitelendirildiler. Tacirlerin seyahatların geçici süre kapsamaları turizmin ilk kavramlarından birinin yaranmasına neden oldu. Tarihi kaynaklarda ilk tacilerin Fenikeliler adını taşıyan topluluktan oldukları yazılıyor. Bu anlamda Fenikelilerin ilk gezginler olduğu söylenmektedir (Eralp, 1983: 1). W. Robert Meintosh’a göre ise seyahati keşfeden Sümerlilerdi. Eski Mısır piramitleri ilk gezginlerin en fazla ziyaret ettikleri yerlerin başında gelmekteydi. M.Ö.3000 yıllarında

Mısırda pramitleri görmek için buraya seyahat edenlere konaklama ve yeme-içme hizmeti sağlanıyormuş (Kantarıcı ve Yörükoğlu, 1998: 11).

Eski Yunan ve Roma Uygarlığı dönemindeki konumuzla ilgili diğer çarpıcı olay da deniz ve kara yolu ulaşım şebekelerinin yaranması oldu. Böylece, uzak toplumların arasındaki ekonimik ve kültürel bağlantılar artış göstermeye başladı. Bu dönemde sosyo-ekonomik ve kültürel alanda yaranmış düzeyin nedenlerinden panayır ve pazarlar yöre halkının esas yer değişim sebeplerinden biriydi. Tiyatro ve spor yarışlarının bu dönemdeki devrimi sosyo-kültürel amaçlı turizmin yaranamsına sebep oldu. Örneğin Pelopanezdeki oyunları izlemek amacıyla çok sayıda insanın Olimpia'ya geldiği tarihi kaynaklarda gösterilmiştir (Eralp, 1983: 3).

Orta Çağda dini turizm, özellikle Hristiyanlarca dini açıdan mukaddes olan yerleri ziyaret tutkusu ile insanların Kudüs'e ziyaretleri görülmektedir. Ortadoğu ve Arap dünyasında ise Müslümanlık için mukaddes yerler, her yıl çok sayıda Müslüman tarafından ziyaret edilmekteydi. Rönesans ve aydınlanma döneminde seyahatler bilgi ve sanat merkezlerine yönelmeye başladı, Orta Çağın dar ufukları kırılmış, Amerika kıtası bulunmuş ve dünya etrafında seyahatler başlanmıştı. Orta Çağın en dikkat çekici özelliği kıtalararası ticaretin oluşması oldu. "İpek Yolu" adıyla tarihe geçen yol Avrupa, Orta Doğu -Türkiye- İran üzerinden geçerek Hindistan ve Çini birleştirmiş, geçtiği ülkeleri sosyo-ekonomik açıdan büyük ölçüde etkilemiştir. Roma döneminde İmparatorluğun sınırlarını aşamayan seyahatler Orta Çağda kıtalararası özelliğini kazanmış oldu (Eralp, 1983: 4).

Turizmin tarihsel evrimindeki etkili unsurlardan biri de yer yüzünün yuvarlak olmasını kanıtlamak için çıkılan seyahatlerdir. Önce 1492'de Chirstophore Columb Atlantik Okyanusunu aşarak insanlığa

yeni kıtanın varlığını duyurmuştur.1519 10 Ağustosunda portekizli denizci Ferdinand Macellan Atlas Okyanusuna bu amaçla açılır ve Güney Amerika (Brazilya) sınırlarına ulaşır. Kendi adını verdiği Macellan boğazını geçerek Pasifik Okyanusuna ulaşır. Bu olay Atlantikin ikinci kez aşılmasıyla önem kazanır. Filippin adaları çevresindeki savaşlarda hayatını kaybeden Macellanın ekibi Hind Okyanusu aşarak ilk kez Afrika'ya Doğudan ulaşmışlar. 1522, 6 Eylül, yani yola çıktıklarından 3 yıl sonra ekip Portekize ulaşır. Bu dönem insanoğlunun yaptığı dünya turunun birikimleri sonrasındaki dönemlerde turizm amaçlı seyahatlerin başlamasının elverişli koşullarını oluşturmuştur (Eralp, 1983: 6).

17. ve 18. yüzyıllarda asiller bir ile üç yıl arasında süren, başlanğıçtan itibaren planlanmış bir seyahate çıkarlardı. Bu seyahatlara daha sonraları Grand Tour adı verilmişti. Örneğin, Osmanlı İmparatorluğu'nda en ünlü gezgin Evliya Çelebi idi ki, onun "Seyahatname" eseri hem tarih, hem coğrafya, etnografya ve edebi nitelikleri açısından önem taşımaktadır (Sarı, 2007: 29-33).

17. Yüzyıl turizmde tanıtma ve enformasyon hizmetlerinin doğuşu dönemi olarak görülmektedir. Bu sebeple sanat ve bilim merkezlerine gelenler için yöre hakkında bilgi sahibi olmak gibi bir gereksinme ortaya çıkmıştır. Bu gereksinimi karşılamak için yapılan ilk girişim 1672 yılında Fransada Sain Morice Piskoposu tarafından düzenlenmiştir. Bu olay tanıtım ve enformasyon hizmetinin doğuşunun simgesi olarak nitelendiriliyor. Bu maksatla yaratılmış yayın Fransaya Almanya, İsviçre, Polonya, Danimarka gibi ülkelerden çeşitli nedenlerle gelmiş Fransa öncelikle de Parisde bulunan ilginç yerler, konaklama mekanları hakkında ayrıntılı bilgi içermektedir.

Bu dönemde "tur" sözü de turizm sözlüğüne dahil olmuştur. Simdiki dönemlerde hayatımızda sıklıkla rastladığımız bu söz o zaman

başlıca Paris olmak üzere başka mekan ve merkezlere seyahat anlamında kullanılıyordu. Sonraki dönemlerde tur sözcüğü İngiltere yeni anlam kazanarak bütün Avrupaya yapılan seyahatlar için kullanılmaya başladı (Eralp, 1983: 8). Hotel sözü de ilk kez dilimize 1760'lı yıllardan sonra İngilterede yaranarak dahil olmuştur. Bu sistem İngilteredeki hanların buraya gelen seyahatçıların konaklaması için kullanılmasıyla oluşmaya başlamıştır. Bu dönem seyahatçıları genellikle filozof hükümdar ve zengin arazi sahipleridir (Gürdal, 1995: 51). Amerikadaki turizmin başlangıçları İngiltere turizminin başlangıçlarıyla benzese de liman şehirlerinde hanların yaratılmasıyla Amerika turizm endüstrisinde büyük gelişmeler kat etmeye başlamıştır. İngilteredeki aristokratlara yönelik turizmden farklı olarak Amerikada daha düşük bütçeli insanların da turizme katmak amaçlı işler yapılmaya başladı (Kantarcı ve Yörükoğlu, 1998: 11). 18. Yüzyılın başlangıçlarında ilk kez burada otel amaçlı binalar inşa edilmeye başlanmıştır (Medlik, 1998: 8). Bu anlamda 1794'de New Yorkda kurulmuş City Hotel tarihe ilk otel amaçlı inşa edilen bina olark geçmiştir.

19. Yüzyılda sanayinin gelişmesi, ulaşım araçlarının hızlı bir devrimi turizmin gelişmesine yol açmıştır. İlk kez İngilteredeki Stokton - Darlington şehirleri birleştiren demir yolu hattının yapılmasıyla dünya turizmi yeni bir döneme başlamış oldu. 1825'de ilk kez halka sunulan sadece 15 yıl sonra 1840 İngiltere Paskalya tatilinde (3 gün için) demiryoluyla bir kentden diğerine seyahat edenlerin sayısı 15.000i aşmıştır (Eralp, 1983: 12).

Dünya'da ilk düzenli gemi işletmeciliği de faaliyete 1838'de "New York'tan İngiltere'ye 68 yolcu ile sefer yapan Great Western ile başladığı bilinmektedir. Seyahat ucuzlaşmış ve düşük gelir gruplarının da turizme katılmasına yol açmıştır. Genel bilgi olarak söylemek gerekir

ki, ilk otomobil endüstrisinin gelişimi de tam olarak XIX yüzyılın sonlarına, turizmin yaygınlaştığı ve bilimsel konu olarak ele alınmaya başladığı zamana denk geliyor. Görüldüğü gibi turizmin gelişimi önemli şekilde taşımacılık alanında yaşanan devrimle bağlantılıdır. 20. yüzyıl turizmine ulaştırma açısından damgasını vuran motorlu kara taşıtları ve havayolları olmuştur. Bu Yüzyıla gelindiğinde Amerikada bir çok büyük ve küçük konaklama yerlerinin açılmasıyla fiyatlar daha makul hale gelmiş ve turizm daha büyük topluluklara hitap etmeye başlamıştır. Birinci Dünya Savaşının başlamasıyla bu sektörde gerilemeler başladı. Birinci Dünya Savaşı'na kadar insanların büyük kısmı demiryolu ve su yolu araçlarını kullanıyordu. Örneğin, 1907'de Transatlantik hatta çıkarılan büyük yolcu gemileri okyanusu 7 güne geçiriyorlardı. Savaşın bitiminde zengin bir ülkeye dönüşen ADB'de de turizmin yükselen başarısı 1930'lara kadar devam etmiştir. 1929'da başlayan büyük bürhan 2 yıl sürmüş bu dönem turizme büyük negatif etkiler yapmıştır. Bütün dünyada yıkıcı etkileriyle tarihe geçmiş İkinci Dünya Savaşı bu sektöre de büyük etkisi olmuştur. Savaş bitiminden sonra 1980'li yıllara kadar turizm yükselen qrafikle gelişmeye başladı. Yaşanan küreselleşmenin de etkisiyle teknolojinin gelişimi daha hızlı araçların günlük hayata dahil olmasını ve turizmin güncelleşmesini sağlamıştır. Bu dönemde turizmde arz talebi geçmiş ve bu sebeple büyükotellerin inşasıyla otelcilik endüstrisi yaranmıştır. 1978'deki petrol krizi bu endüstriyi zora soksa da bu dönemden sonra konaklama ve otelcilik satıcılıktan alıcılığa geçmiştir (Spichtinger, 1984: 30-33).

Günümüzde turizm ister mimari isterse de idari bakımdan başka bir faaliyyet türü olmuş ekonomisel açıdan faydaları dünya ülkelerinin bu saheye olan ilgisini daha da artırmıştır. Bu bakımdan turizmde rekabet buna bağlı olarak çeşitlilik artmıştır (Medlik, 1998: 8).

1.2. TURİZMİN ESAS TÜRLERİ

Turizm kavramı çok sayıda sektörü birleştirmesiyle birlikte içinde bir çok anlamları da kendinde barındırıyor. Bildiyimiz gibi turizm bireylerin yerleşmek amacı barındırmadan bir yerden diğerine seyahat amacı güden hareketidir. Bu seyahatlar katılan kişi sayına göre, ziyaret edilen yere göre, katılanların yaşlarına göre, katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre, döneme göre katılanların amaçlarına göre olmakla bir çok sebeplerle türlere ayrılmaktadır.

Yalnız seyahata çıkanlar bireysel aralarında bir takım ortak kavramlar olan bir kaç insanın birlikte seyahatine grup bir biriyle ilişkisi olmayan bir takım insanın birlikte sektöre dahil olmasına kitle turizmi adı verilir. İnsanlar yeni yerler görme macera aramak gibi sebeplerle bireysel turizmin katılımcısı oluyorlar. Araştırmalar zamanı bu turizm katılımcılarının genellikle yüksek kazanç sahibi gençler, öğrenciler olduğu fark edilmiştir. Bu turizm katılımcıları genellikle Batı Avrupa ülkelerinden birinden Amerika ve ya Avusturyadan oldukları görülüyor. Daha çok erkekler tarafından yapılmaktadır. Son dönemlerde kadınların sayında da artım görülmüştür. Grup turizmi genellikle öğrenci ve ya meslek grupları arasında yapılıyor 11-16 kişi sayına ulaşabilir. İnsanların büyük gruplar halinde turizme katılmasına kitle turizmi denir (Göksan,1978: 247). 1950'li yıllarda oluşmaya başlayan bu tür turizmde en çok kullanılan türdür. Bu türlerin başlıca özelliği paket turların tercih edilmesidir.

Ziyaret edilen yerlerine göre turizm iç ve dış turizm olmakla 2 yere ayrılıyor. Bir bireyin kendi ülkesi sınırlarında turizme katılmasına iç turizm (ingoing) denir (Olalı, 1981). Pasaport vize gibi işlemler

gerektirmeyen iç turizmin ekonomiye döviz etkilere bulunmasada ülke içinde gelirin paylaşılmasına pozitif etkiler sergilemektedir.Dış turizmse ülke vatandaşlarının diğer ülkelere seyahati ve ya yabancı ülkelere ulkeye yapılan turistik seferlerdir.

Ziyaret edenlerin yaşlarına göre 3 grup turizm türü vardır. Bunlar gençlik orta yaş ve 3. yaş turizmidir. 15-24 yaş arasında gençlerin anne, baba ve diğer aile yakınları olmadan seyahatine gençlik turizmi denir. Günümüzde turist hareketlerinin %20'si bu turizmin payına düşüyor. 1950'den 2007'e kadar turist akın 25 milyondan 903 milyona kadar artmıştır. Turistlerin %98'ni kendine çeken en önemli 15 destinasyon vardı. Bunlar arasında Fransa, İspanya, ABD, Çin, İtalya, İngiltere, Almanya, Ukrayna, Türkiye ve Meksika da vardı (WTO, 2008: 1-5). Avrupanın genç seyahatçıları günümüz turizminin lokomotivi rolunu oynamaktadır. Bu turizm katılımcıları genellikle gençlere hitap eden konaklama merkezlerinin fazla olduğu Fransa, İspanya, Almanya, İtalya gibi ülkelere seyahat ediyorlar.

Orta yaş turizmi katılımcıları 25-60 yaş aralığındaki belli iş ve aile ortamları olan insanlardır. Bu yaş grubu turizmi genellikle yaz aylarında yoğunlaşıyor. Bu yaş grubu insanları kendi arabalarıyla ve uzun süreli seyahatları tercih ederler. 60 ve daha ırelı yaşlardaki turizm katılımcılarından oluşan seyahatçıların oluşturduğu turizm 3. Yaş grubu turizmidir. Yaşam şartlarının iyi olmasıyla yaranan uzun ömür ve daha iyi emekli kazancının olmasından dolağı bu turizm katılımcıları genellikle gelişmiş ülke vatandaşlarıdır. Özellikle sağlık turizmi yaşlı insanları dikkatini daha fazla çekmekte ve bu açıdan değerlendirildiğinde termal su kaynaklarına yönelik turizmin önemi artmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1993-8: 10-13).

Katılımcıların sosyo-ekonomik durumu turizm türünü belli eden genel unsurlardan biridir. Bu anlamda turizm sosyal ve lüks olmakla ikiye ayrılmaktadır. Sosyal turizm ekonomik açıdak zayıf olan bireylerin bir takım önlemlerle turizme katılmasının nitelendiren turizm türüdür (Mill ve Morrison: 1985: 285). Ekonomik açıdan sınırlandırılar insanlarla birlikde bedensel engelli turizm katılımcıları da bu turizmin bir parçası olarak görülüyor. Bu turizmin en başlıca maksadı her bir bireye seyahat hakkı vermek ayırım yapılmadan turizmin bir parçası haline getirmektir (Moufakkir ve Kelly, 2012: 38). Sosyal turizmde yer alan qruplar şöyle sıralandırılıyor;

- *İşçiler
- *memurlar
- *emekliler
- *gençler
- *bedensel özörlöler
- *çifçiler
- *esnaflar

Yüksek gelire sahip katılımcıların katılmasıyla yaranan turizm lüks turizm adıyla tanınıyor. Bu turizm bireyleri genellikle golf, kumar, kruvaziyer gibi yüksek gelir talep eden turizm türlerini tercih ederler. Dönemine göre turizm kişilerin tatile çıkma zamanlarının farklı olmasıyla oluşan turizmdir. Dünyada genellikle yaz mevsimi esas turizm mevsimi olduğundan bu dönem yapılan seyahatlare sezon turizmi denirken, diğer aylarda yapılan seyahatlar sezon dışı seyahatlar olarak adlandırılmaktadır. Sezon dışı seyahatlar daha sezon seyahatlarına nazaran daha ucuz olmasıyla nitelendiriliyor. Kış turizminin başlıca olduğu ölkelerdesse sezon turizmi kış aylarında yapılırken yaz aylarındaki seyahatlar sezon dışı turizmi olarak görülüyor (Kozak, 2012: 24).

Katılımcıların seyahate hangi amaçla başladıklarına bakıldığında turizmi bir çok türlere ayırmak mümkün. Günümüzün modern turizm anlayışında büyük pay sahibi olan türlerden biri deniz turizmidir. Hava yollarından hız anlamında geri kalması, yüksek fiyatlar ,yolculuk güzergahının görülememesi gibi sebepler bu turizmin özellikle yaşlı ve yüksek kazançlı kitle tarafından tercih edilmesine neden olmuştur. Deniz turizmi kurvaziye turizm olarak da bilinmektedir. Türkiye'nin Ege Akdeniz ve Karadeniz sahillerinde bu turizmin geliştirilmesi için elverişli koşullar vardır.

Dünyanın son yıllarda gelişmekte olan turizm türlerinden biri de kongre turizmidir. Turizm türleri arasında %20 paya sahip olan bu turizm Avrupa ülkeleri başta olmakla Singapur Hong Kong Tayland gibi şehir ve ülkelerin esas turizm türüdür. Yapılan kongreler ödül vermek amaçlıyla bu zaman ortaya çıkan “ödül turizmi” (incentive) de bu turizmin bir parçası olarak görülüyor. WTO'nun son verilerine göre ödül turizmi yılda %5 artım göstermekte. Türkiye'nin de en hızla gelişen turizm türü olarak da dikkati çekmektedir (Kozak, 2012: 25).

İnsanlık tarihinin ilk çağlarından insanlar sağlık amaçlı seyahatler yapmışlar. Günümüzde termal turizmi de kaplayan sağlık turizmi turizmin en gelirli türlerinden biri olarak görülüyor. Sağlık turizmi kısaca tedavi amaçlı yapılan seyahatlerdir. Özellikle kozmetik cerrahi ve diş bakımının gelişmiş ülkelerde pahalı olması insanların bu maksatla bu işlemlerin daha ucuz yapıldığı ülkelere hem tatil hem de tıbbi amaçlı seyahatler gerçekleştirmesine neden oluyor (Connell, 2006: 1093-1100).

Doğal süreçte yer altında yaranan boşluklara mağara denir. Son dönemlerde tehlike tutkunlarının en çok tercih ettiklerin turizm türlerinden biri olarak mağara turizmi ön plana çıkmaya başlamıştır. Mağara turizminin temel amaçlarından biri bu tür doğal etkenlerin

korunub turizme katılmasıdır. Eski Yuqoslavyada bulunan içi vagonlarla gezilen bilen Postonya mağarası bu anlanma en çok tanınan yerlerden biridir. ABD`de bulunan Flint Mammouth, Fransa`da Padirak, Lavace Belçika`da Droghorti, İspanya`da Dragon Deniz mağaraları bu turizmde en çok turist alan yerlerin başında gelir (Kozak, 2012: 28).

İnsanların büyük şehirlerin kalabalığından kaçıp temiz hava alma maksadıyla çıktıkların seyahatların başında dağ turizmi gelir. Bu turizm tırmanma, kayak, yürüyüş şeklinde gerçekleştirilir. Kayak ve tırmanma VIP insanların en çok tercih ettikleri spor türlerinden biri olarak iyi kazanç türlerinden biri olarak görülmektedir. Türkiyede Uludağ ve Palandöken bu anlanda en çok dikkat çeken yerlerin önünde gelir.

Avlanma için seyahate çıkan insanların sayında son dönemlerde artış görülmektedir. Bazen avlanacak hayvanları özel çiftliklerde besleyerek özel av alanlarına bırakılıyorlar. Av turizmi belli eğitime sahip insanların doğaya zarar vermeden olgun çağa gelmiş hayvanların avlamasıyla yapılan turizm aktivitesidir

Golf turizmi yüksek gelir sahibi orta ve ileri yaşlardaki insanların tercih ettiği turizm türüdür. Turizm çeşitlendirilmesi, yeşil alanların yaratılması gelir getirmesi amacıyla son yıllarda Türkiye golf turizminin gelişmesi için işler yapılmaktadır. Önümüzdeki 10 yıl içinde golf turizmi katılımcılarının 50 milyon kişiye kadar artış gösterileceyi ön görülerek Fas, Tunus, İspanya gibi ülkelerde yeni golf sahaları açılmaktadır (Kozak, 2012: 31-32).

İnsanların kutsal yerlere seyahat amacıyla başladıkları turist gezisi inanç turizm olarak nitelendirilmektedir. Her yıl dünyada 300 milyon kişi bu amaçla seyahet ederken kazanılan gelir 20 milyar dolar olarak gösteriliyor. Esas din merkezlerinden islamda Mekke ve Medine, Hristianlikda Kudüs, Roma ve Efes Musevilikte yine Kudüs en bilinen

inanç turizm merkezlerindendir. Özellikle Kurban bayramında Mekkeye yapılan seyahatlar Suudi Arabistana petrolden sonra en çok kazanç getiren olaydır (İnanç Turizminde Dünya ve Türkiye Destinasyonu, <https://cemalakin.wordpress.com/2016/04/26/inanc-turizminde-dunya-ve-turkiye-destinasyonu/> , 2018).

Rafting trekking yüzme av turizmi (balık avlama) gibi etkinliklerin akar sularda yapılmasıyla birlikte akar su turizmi oluşuyor. Çağdaş insanın modern dünyanın getirdiği gerginlikten uzaklaşmak için trekking (doğa yürüyüşü) akarsu,dağ gibi turizm türlerinden faydalanıyorlar.

1.3. TURİZMİN DÜNYA EKONOMİSİNDE YERİ VE ÖNEMİ

Ekonomi insanların seçimi ile direk bağlantılıdır. Seyahat, başlangıcından itibaren ekonomik, kültürel, sosyal ve teknolojik öğelerin karmaşık bir bütünüdür. Turizm, ulusal ve uluslararası düzeyde özellikle teknolojik kaynakların bulunmadığı bölgelerde ekonomik gelişimi sağlayan bir hizmet endüstrisi olarak kabul edilebilir (Sarı, 2007: 24).

Her yıl milyonlarca insan olağan yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden geçici süre için ayrılarak başka yerlere gitmekte, buralarda dinlenme, eğlenme, gezip görme ve öğrenme gibi sosyal, psikolojik ve kültürel amaçlarla seyahat etmekte ve konaklamaktadırlar. Turizm olayı, ilk önce boş zamanın ve tasarrufun nasıl ve nerede kullanılacağına dair ekonomik bir karar ve seçimle gerçekleşmeye başlar. Turistik yatırım, tüketim, istihdam, dışsattım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan turizm, ülkelerin ekonomileri için gittikçe artan önem niteliği taşımakta ve özellikle ödemeler dengesi üzerinde önemli etki yaparak görünmeyen dışsattım imkanlarını arttırmaktadır. Turizm, dolaylı olarak istihdam ve gelir düzeylerini, üretim ve satış imkanlarını yükseltiyor,

yeni altyapı ve çevresel koruma düşüncesi oluşturuyor. Kişinin bölgeye yönelik destinasyon kararı almasında ve turizm hareketlerine katılmasında önemli unsurlardan birisi ekonomik değişkenlerdir. İnsanlar destinasyon, konaklama, tasarruf miktarı ve ulaşım konusunda seçim yapar, buna uygun olarak hava yolları şirketleri uçuş sayıları ve müşteri seçimine uygun fiyatlara dair seçim yapar. Bu seçimleri önemseyen acenteler teklifler üretirler. Hatıra eşya mağazaları sipariş verecekleri malları için miktarı ihtimal olunan turist akınına göre seçerler. Devlet kurumları tüm bunları değerlendirerek diğer ülkelerin turistlerini kendi ülkelerine nasıl cazbedeceği, market pazarlamasını nasıl ayarlayacağı konusunda seçim yaparlar. Kişilerin günlük hayatlarını oluşturan bu seçimler son olarak birleşerek global şekil alıyor ve bu şekillendirmeni değerlendirmek için ekonomi ve ekonomik turizm gibi bilim alanları birlikte çalışıyor. Turizmin karar vericileri hiç de aynı amaçları taşımıyor – turistik tüketicinin, turistik üreticinin ve hükümetin amaçları farklıdır. Turistin, yani turistik tüketicinin amacı kendi kısıtlı zamanı ve bütcesiyle daha fazla zevk almaya odaklıdır. Turistik üreticinin amacı ise daha fazla gelir sağlamaktır. Hükümetler daha geniş amaçları hedeflerler: geliştirmekte olan devletlerde hükümetin amacı genel refah seviyesini ve gelirlerini arttırmak, yeni işyerleri yaratmak ve fakirlik oranını düşürmek, aynı zamanda kendi ülkelerine karşı genel tutumu ve kültürlerine saygıyı arttırmaktır. Lakin ekonomini geliştirmek ve istihdamı arttırmak amacıyla turizmi geliştirmek fazla pahalı girişim sayılır, çünkü bunun için önce bölgede havalimanı, deniz limanı, veya rahat yollar, güzel konaklama mekanları geliştirilmelidir ki, bu da dev alt-yapı ve sermaye talep ediyor. Gelişmiş devletler açısından ise turizm sosyal anlaşma ve uluslararası ilişkilerin geliştirilmesi açısından, aynı zamanda politik hedefler açısından önem taşımaktadır. İkinci Dünya

savaşının bitiminden sonra başyalan senayileşme turizme de etkilerini göstermiş 1960'lı yıllardan itibaren turizm ekonomisi akademik ölçülerde araştırma konusu olmuştur. Günümüzde turizmin ekonomik etkisi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinin bu sektora artan ilgisi turizmi dünyanın en hızla gelişen sektörlerinden biri yapmıştır. Bu anlamda Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre uluslar arası turist sayı 2007 yılında 903 milyon kişiye ulaşırken bu sektörün kazancı 856 milyar ABD doları olmuştur. Bu verilere iç turizm harcamaları katıldığında meblağın daha da büyük olacağı göz önündedir. WTO'ya göre bu rakamların 2020 yılında sırayla 1,6 milyon kişi ve 2 trilyon dolar 2050 yılındaysa 2 milyar kişi 2,1 trilyon dolar olması tahmin ediliyor. 2050 yılında dünya iç ver dış turizminin toplam kazancının 24 trilyon dolar olacağı öngörülüyor. Turizmin 2008 yılında ABD'de başlayarak bütün dünyayı sarsan Mortgage ekonomik krizine ramen sağlam kalması bu sektörün özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kırılganlığına en iyi tedavi olduğu görüldü. Aynı zamanda bölge ve yerel halklarının yaşam standartlarını artırmasıylada bu ülkelerin ekonomisine katkıları bulunuyor. Dünya Turizm ve Seyahat Komitesi verilerine göre 2010 yılında dünya Gayrı Safi Milli Hasılatı (GSMH)'ın %9,2 kısmını topsam ihracat gelirininse %6 kısmını turizm sağlamıştır. Bu oran 5.751 trilyon dolar büyüklüğünde olmuştur. Dünya senaye yatırımın %9 bu sektöre yapılmıştır. Turizm sektöründeki çalışan sayısı bu 2010 yılı verilerine göre 235.700.000 kişi olmuştur ki buda dünya toplam iş gücünün %9,2 oranında bir payıdır (Bahar ve Kozak, 2013, 1-5). Yapılan araştırmalara göre dünyanın bazı ülke ekonomilerin esas gelir kaynayı turizmdir (%38). Aynı araştırmaya göre dünya ülkelerinin büyük çoğunluğunda ihracat katagorileri arasında ilk beş sektörden biri turizmdir (%83). Turizmin ekonomik etkileri bununla da sınırlı değil. Turizmin irili ufaklı

bir çok sektörle olan ilişkisi kazanan gelirin bir çok sahadeki mal ve hizmetin tüketin ihracat ve idhalına yol açmıştır. Buraya özellikle tarım sanayi inşaat ve diğer hizmet sektörleri dahildir. Bu tür gelir ve harcama ekonomide “çarpan mekanizması” olarak biliniyor (Kozak, 2012: 176). Uluslararası turizm hareketlerine bakıldığında en çok turis gönderen ve en çok turist karşılayan ülkelerinin gelişmiş ülkeler olduğu görünüyor. Gelişmiş ülkelerin turizmden aldığı kazancın gelişmekte olan ülkelere daha fazla olduğu görülsede bazı zayıf ekonomili ülkelerin turizden aldığı yarar diğerinden daha fazladır. Gelişmekte olan ülkelerin turizm kazanca çoğunluğu diğer sektörlerle yatırılırken gelişmiş ülkelerde yeniden turizm sektörünün gelişmesine sarf ediliyor (Bahar ve Kozak, 2013: 186).

1970’lerde Doğu Avrupa devletleri Batı Avrupa’dan olan turistleri kabul etmeye başlamakla beraber, kendi sosyalist sistemlerinin üstünlüklerini de göstermeye çalışıyordu (Becker, 2004: 5-6). Veya Fransa’da 1960’larda turizmin gelişimi için devlet programı hazırlanmıştı. İspanya ise Fransa’dan sonra Avrupa’nın en önemli turistik merkezlerinden biri haline gelmişti. İtalya’da turizm yüksek gelişim dönemine 1983’de geçit yapmıştı. Türkiye’de de turizm yıl yıldan daha çok gelişerek ülke ekonomisine giderek daha fazla katkıda bulunmaktadır (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 8-9). Küresel boyut kazanan turizm geliştikçe ekonomi ile daha fazla iç-içe girmektedir.

Turizmin ekonomik etkileri çoğu zaman olumlu yönde olduğu kabul edilesede bazı bölgeleri olumlu etkileyen turizm hareketleri diğer bölgede negatif etkiler bıraka bilir. Turizmin zaman içinde gelişmesi bazen alınan faydanın azalmasına ve ya olumuz tarafların ortaya çıkmasına neden ola bilir. Özellikle ekonomisi turizmden bağımlı olan ülkelere giden gelişmiş ülke turistleri bölge ekonomisi için bağımlılık

yapıyorlar. Turizmin kendisiyle teknolojik yatırımlar talep etmesiyle ülkelerin ithal eyilimi atıyor. Ülke içinde belirli bölgelerin turizm hareketleri nedeniyle gelişmesi buraya gelen yerli ve yabancı ülke turistlerin taleplerinin artmasıyla oluşan fiyat artımı bölgesel enflasyona sebep oluyor. Bu durum özellikle bölgede yaşayan yerel halkın yaşam şartlarına önemli negatif etkiler yapıyor. Turizm sektörünün mevsimlik etkisi kendisini konaklama bölümünde daha açık ifade ediyor. Talebin daha yüksek olduğu yaz dönemlerinde objelerdeki yoğunluk kış mevsiminde yerini kapasite oranının düşmesine veriyor. Bu zaman bazı merkezler kış mevsiminde kapanmaya ya da düşük gelirle çalışmaya mecbur kalıyor. Bu sektörün en olumsuz etkilerinden biri konaklama tesislerinin yıl boyu bir mevsimde kazandıkları parayla geçinmeli olmalarıdır. Bu nedenle mevsimlik işsizlik sorunları ortaya çıkıyor. Ayrıca turizmden kazanılar gelirin dönüşümünün uzun olması yatırımcıları zorlayan sebeplerden biridir (Kozak, 2012: 185-186). Mevsimlik yoğunlaşmanın başlıca sebepleri olarak şunlar gösteriliyor;

- * İklim koşulları
- * Ekonomik ve sosyal nedenler
- * Tatil izinleri ve endüstriyel nedenler
- * Öğretimde tatil dönemleri
- * İnsanların seyahatlere yalnız yaz aylarında çıka bileceyi bulqusunun yaranması

Türkiye`de de özellikle 1980`li yıllarda büyük gelişme gösteren turizm o zamanki Türkiye ekonomisinin zor zamanlarında ilaç etkisi göstermiş dış açıkların giderilmesine ülkede büyük sorunlar yaratan işsizliye çare olmuştur. Bu yıllardan sonra ülkedeki turist başına düşen harcama artımı turizmin milli gelir ihracat ve toplam yatırımlar alanında payının artması bu sektörü Türkiye ekonomisinin önemli bir dalına

dönüştürmüştür. Özellikle 1983-1989 yıllar arasında ülkeye gelen turist sayımı ve kazancına göre ülke rekor oranda %127 kalkış göstermiştir. Türkiye gibi gelişen bir ülkenin turizme olan ilgisinin atma sebepleri bunlar olarak bilinmektedir;

- * Turizme olan ilgi global olarak her geçen gün artmaktadır
- * Turizm döviz darboğazı sorunlarına en iyi çözüm olarak biliniyor
- * Turizm sektörünün gelişim masrafları daha düşük bütçeye sahiptir
- * Turizm ekonomik kısıtlamalardan daha az etkilenmektedir (Çımat ve Bakar, 2003, 3-4).

Türkiyenin de dahil olduğu Avrupa bölgesi en çok turist alan bölge olarak kendi yerini koruyor. Sadece 1975 yılındaki verilere göre Avrupa dünya turistleri %69 oranında kabul etmiştir. Yalnız 1997 yılından itibaren bu oran azalmaya başlamıştır. Uluslararası turizme katılan 615 milyon turistten %59'u Avrupaya seyahat etmiştir. 444 milyar dolar gelirin %44ü bu bölgenin payına düşüyordu (Tunç ve Saç, 1998: 100-103). 1997 yılında en çok turist almış ülkelerin sıralamasında Fransa 9 milyon turistle 20 ülke arasında birinci olmayı başarmıştı. Son 10 yılın verilerine bakıldığında Türkiyenin dünyanın başlıca turizm ülkeleriyle rekabet edecek kadar ün kazandığını göre biliriz.

Turizm günümüzde ekonominin başlıca sektörlerinden olmasıyla birlikte toplumsal iletişim yaratıcı bütünleştirici etkisiyle dünya barışının korunmasının esas vasıtalarından biri olarak görülüyor.

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA TURİZMİN GELİŞİM TARİHİ

2.1. XIX YÜZYIL AZERBAYCAN'DA TURİZMİN OLUŞUMU

Azerbaycan'da turizmin gelişimi ekonomik gelişimle direkt alakalıdır. Petrol ve doğalgaz rezervlerinin kullanımını ekonomik büyüme açısından değerlendirildiğinde, turizm alanında da 21. yüzyılda görülebilen bir gelişim yaşanmıştır. Azerbaycan sahip olduğu zengin tarihi, kültürel ve doğal kaynakları, atraksiyonları, çeşitli ulusal mutfak, farklı iklim bölgeleri ve diğer özellikleri ile turistleri cezbetmiştir. Çin ve Hindistan'dan gelip Avrupa'nın Akdeniz kıyılarına kadar uzanan, "Büyük İpek Yolu" olarak adlandırılan kara yolunun üzerinde yerleşmesi Azerbaycan'ın turizm imkanlarını arttırmıştır. Bu dönemde özellikle Doğu ve Batı arasında önemli ticaret kavşağı olmuştur. Azerbaycanın Tebriz, Marağa, Erdebil, Gence, Nahçıvan, Ordubad, Nuha (şimdiki Şeki) şehirleri uluslararası ticarette kendi yerlerini almışlardır. Azerbaycan'a ilk seyahatler coğrafi keşif ve askeri nedenlerle yapılmış, hatta Herodot, Eratosten ve Strabon gibi eski zamanlarda yaşamış filozof ve coğrafyacılar, bu bölgenin coğrafyası ile ilgili bilgiler vermişlerdir. Daha sonralar, 9. yüzyılda İbn Hurdazbih, Kudame bin Cafer, 10. Yüzyılda İstahri, İbn Havgel, El-Mesüdi, 11. yüzyılda el-Birüni vd. Azerbaycan şehirleri hakkında kendi yazılarında bilgiler paylaşmışlardır. Azerbaycan kendi tarihi ve coğrafi özellikleri, kültürel zenginliği ile Avrupalı seyyahların da dikkatini çekebilmiştir. Azerbaycan'a 15. yüzyılda Rus seyyahı Afanasi Nikitin, 19. yüzyılda Fransız yazar-seyyahı Alexandre Dumas seyahat yapmıştır (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 81-87).

Turizm 19. Yüzyıldan itibaren sosyo-ekonomik açıdan hayatımıza dahil olmaya başlamıştır. Bu zamana kadarsa turizm kişisel karakterli olmuş, herhangi bir kayıt yaptırmadan çeşitli bölge ve ülkeleri gezen insanlara “turist” demişler. Bu dönemde Azerbaycan turizmi de yeni adımlarını atmaya başlamıştır. 19. Yüzyılda ilk defa Baküde bulunan karvansara tipli yapılarda seyahatçilerin daha da konforlu konaklaması için onarım işleri yapılarak otel tipli yerlere dönüştürülmüştür. Çeşitli zamanlarda Azerbaycanda olmuş seyyah, tacir ve politikacılar (Marko Polo, Ryui Qonzales Klaxvio, Afanasi Nikitin, İosafat Barbaro, Ambrocco Kontarini, Antoni Cenkinson, Vincensi Alesandri, Sadko, Evliya Çelebi, Fedor Kotov) aldıkları notlarda bu dönemde ülkenin büyük gelişim gösterdiği anlatmışlar (Abdullayeva, 2011: 6). S. Rahimov`a göre, Azerbaycan`da turizmin oluşum ve gelişim sürecinin ilk işareti Kırım-Kafkasya dağcılık kulübünün şubelerinden birinin 1908 yılında Bakü`de tesis edilmesi olmuştur. Bu klüp uzak ve yakın gezilerin organizasyonları ile uğraşıyorlardı. 19. Yüzyılın sonu 20. Yüzyılın öncesinde Azerbaycanın turizmine bilimsel ve amatör cemiyetler (coğrafya cemiyeti, doğayı sevenler cemiyeti, halk üniversiteleri cemiyeti) katkı göstermeye başlamıştır.

Alexandre Dumas (1802-1870) 1858 yılında Kafkasyaya o cümleden Azerbaycana seyahati ülkenin dünyaya çıkışı ve entegrasyonunda büyük rolü olmuştur. Yazarın seyahatlarından bahs eden “Kafkas” kitabında ülke büyük hayranlıkla tarif olunuyor. Kitap bu dönem Azerbaycan turizmini araştırılmasında en iyi kaynak olarak görülüyor. Azerbaycan halkının samimiyeti, konukseverliyi, sıcakkanlılığı bu fransızda büyük hayret uyandırmıştır. Özellikle, yazar ülkenin güzel tabiatı kültürü Bakü tarihi ve onun mimarlığı hakkında

samimiyetle bahs ediyor (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 87). Tarihi kaynaklarda Dumasın 1858 yılının ortalarında 1859 yılının öncelerine kadar Rusya ve Kazkasyada olduğu görülmektedir. Seyahatine Sankt-Petersburgdan başlayan Aleksandre Dumas Moskova, Nijni-Novgorod, Saratov, Heşterhan, Kızlar, Derbend, Guba, Bakü, Şamahı, Nuha-Şeki ve Tifliden geçerek Potiye, oradan İstanbula, daha sonra ise Marsele gitmiştir. Seferinden döndükden sonra Dumas Azerbaycanla ilgili "Kafkas seferi", "Kar yığını" ve "Sultanetta" isimli eserlerini yazmıştır. Bu seyahat Dumasda o kadar büyük etki bırakmıştır ki Fransaya döndükden sonra "Kafkas" isimli qazete yayınlatmıştır. Ona bu seyahatda eşlik eden fransız ressam Monyenin çizimleri bu dönem Kafkasyanın görünümü hakkında net bilgiler vere biliyor. Dumasın Azerbaycanla ilk tanışması Derbendden başlıyor. Onu karşılayan azerbaycanlılar yazarı hayli şaşırtmıştır. Derbendliler onu yüksek seviyede karşılamasından yaranan güzel duygular onu sefer boyu izlemiştir. Onu karşıda Guba, Bakü, Şamahı, Şeki ve diger esrarengiz güzellikli Azerbycan şehirleri bekliyordu. Baküye varmadan Sumgayıt yakınlarında Şah Abbah kervansarasının harabeliklerini dolaşan Dumas burada azerbaycanlıların misafiri oluyor. " Dört kazak bizim çadırları karşı tarafda kuruncaya kadar bizde en yakındaki çadıra misafir olduk. Duvar kalıntılarına yaslanan bu çadır galiba azerbaycanlıların başçılarının çadırıydı. Çadırdakılar dairevi biçimde kafkas dağlarında görev yapan askerlere gidicek olan un çuvallarının üzerinde oturuyorlardı. Onlara yaklaştığımızda bir kişi (bence bu grup başçısıydı) bizi karşıladı. Misafirperverlik işareti olarak bize tuz-ekmek sundu. Tuz-ekmeyi kabul ederek bizde un çuvallarının üzerinde oturduk. Onlar ekmek pişirmekle meşguldüler. Taze yoğrulmuş hamurdan parçalar kesip, onu yayıb közle isitilmiş sacların üzerine atıyorlardı. Sonra ilk

önce bir tarafını kızartıp sonra diğer tarafını çeviriyorlar, pişdikden sonra sıcak sıcak yiyorlardı. Sonra gruptan bir kişi duvardan asılmış etden bir parça kesip, üzerine tuz dökerek eti küçük parçalara ayırdı. Et parçalarını ekmek kızartdıkları sacın üzerine koydular. Et dumanlana- dumanlana kızarmaya başladı. Sonra anladımki bunlar bizim içinmiş. İşaret ettiler ki, “buyurun ekmek yeyin”. Biz hançerin kınına bağlanmış bıçaklarla güzel kızarmış etleri ekmekle yemeye başladık. Bu çok gösterişli hizmetlerle verilen ziyafetlerden kat-kat daha lezetli bir ortamdı. Biz onların elini samimiyetle sıkıp ayrıldığımızda, deste başçısı bize tuz-ekmek teklif etdi. Bu bir yerli halk adetiymiş, onlar misafirin yalnız akşam yemeyi ile değil aynı zamanda kalvaltıları ile ilgileniyorlardı. Sabah uyandığımızda ne azerbaycanlıları ne de onların develerini gördük. Çöl deniz gibi bomboştu. Gemisiz deniz deniz değildir. Ben bundan daha acıklı bir manzara tarif edemiyorum...”

Dumas yerli Kafkas halklarıyla kaynaşmış azerbaycanlılar hakkında yazarken onların savaştan olduklarını atçılık, hayvancılık, koyunculukla daha çok uğraştığını, bahar gelince dağlara göç ederek sonbahara kadar orada kaldıklarından bahs ediyor. Kadınların yün üğirerek halı dokuduğunu not olan yazar Guba, Şamahı, Nuha halılarının hiçde İran halılarında geride kalmadığından bahs etmiştir. Aksine, bu halıların İran halılarından üstün özelliği vardı. Bu halılar İran halılarının yarı fiyatına satılıyordu. Aynı zamanda azerbaycanlılar ağzı jilet gibi keskin bıçaklar yapa biliyordular. Kını pahalı taşlı, tatacak yeri fil kemiyinden ve gümüşle işlenmiş bu bıçaklara deste başçılarının 4 at verdiğiinden yazıyordu.

Dumasın seyahatinden yüz elli yıl ötsede onun Azerbaycan mutfağı, özellikle de kebab hakkında yazdıkları şimdide fransızlara

tavsiye özelliğini koruyor. O, kebabın seyahati boyu tanıştığı en lezetli yemek olduğunu söylüyordu.

Dumasın Bakü hakkında düşünceleri de dikkat çekiyor. O, yazıyordu “Bakü rüzgarlar şehri demektir. Avrupada bunun benzeri bir şehir yoktur. Toprağına, denizine, mimarisine, balıklarına, sürünenlerine göre burası bir Asya şehridir...”. Tarihi mimarisine baktığında o, Baküdeki “Han Sarayı” ve “Kurt Kapısı (Kurt Geçidi)” dan bahs ediyor. “Han Sarayı” yaklaşık 1650 yılında Doğu mimarisi üslubunda Şah Abbasın oğlu 2. Abbas tarafından yapılmıştır. O, Gendehari feth etdikden sonra 36 yaşında vefat etmiştir. Şarden ve Taverniye onun hakkından yazmamış olsalardı 2. Abbas hakkında kimse bir şey bilmiyor olucaktı. Şimdilerde terk edilmiş bu sarayın insanı hayran bırakan koridorları ve açıklanmaya ihtiyacı olan bir salonu var. Burası “divanhane” adlanıyormuş. Onun tam merkezinde gizli bir hapisane girişi var. Bu giriş sütunla örtülmüş, gerektiğinde hareket ettirile biliyormuş. Siyasi sebeplerden gizli ölüm hükümleri burada veriliyormuş. Söylentilere göre bu zindandan “Fatime”camisine yeraltı bir yol vardır...” (Karaca, 2010: 6).

Yakın geçmişte yaşamış Hacı Zeynalabdin Şirvani (1780-1838), Abbaskulu ağa Bakıhanov (1794-1847) gibi seyyahlar da Azerbaycanın bu dönem dünyanın en görülmeye değer yerlerinden biri olduğunu bir daha onaylıyorlar. Bu dönemde yaşamış seyyahlar Azerbaycanda dinlenmek için zengin tabiat, kendine has iklim, fauna ve flora olduğunu özellikle vurguluyorlar. Azerbaycan tarihinin bu devri yeni tarihi koşulları ile farklılık gösterdiyinden artık resmi turizmin şekillenmesi için uygun kamusal alan yaranıyordu. Bu dönem ülkenin ekonomik hayatında da farklılıklar yaranmasıyla dikkat çekti. Özellikle de, ülkenin petrol kaynakları konusunda namının dünyaya yayılması bölgeye ilgiyi

bire beş artırmıştır. Bundan başka Baküde ilk demiryolunun yapılması (Bakü-Tiflis) dünyanın bir çok öncül devletleriyle (Fransa, Almanya, İsveç, Norveç, İngiltere, Türkiye, İran ve b.) ilişkilerin kurulması, telefon rabıtasının ve yabancı ülke bankaları ile işbirliğinin kurulması, yabancılar arasında Azerbaycana turistik gezi yapmak isteyenlerin sayısında gözle görülür artıma sebep olmuştur. Azerbaycana ilginin bir öncül sebebi de, petrol şehri olarak bilinen Bakünün güzelleşmesi petrol zenginlerinin şehrin merkez kısımlarında klasik ve çağdaş üslubda yaptırdıkları çeşitli maksatlı mimarlık tasarımları ve parklardı. Bakü mimarisinde Avrupa üslubunu oluşmasıyla birlikte dış mimaride yenililer oluşmaya başladı. Örneğin, bu döneme kadar ustalar şehir yapılarının üzerini Batı özellikleriyle süslerken artık bu zaman çeşitli figürler hatta insan-melâike figürleri işlemeye başlamışlar. Özellikle belirtelimki bütün müslüman mimarisinde olduğu gibi insan figürlerine Azerbaycan mimarisinde de uzun yıllar tabu koyulmuştu. Fakat bu dönem petrol zenginlerinin rekabeti bu tabuyu kırmıştır. Bu dönem Italyadan gelen mimarlar yerli mimarlara bu tür figürler yapmayı öğretmişler. Azerbaycanın mimarisinde büyük yeri olan bu yabancı mimarlara Adolf Eyxler, Ferdinand Lemkul, Nikolay fon der None, Pyotr Ştern, İosif Goslavski, Kazmir Skureviç, Yozef Ploşko, Yevgeni Skibinski, Konstantin Borisoglebski gibi mimarları örnek göstere biliriz (Sultanova, 2012: 11). Bakü şehri ister dinlenme, isterse de iş gezileri için en uygun merkezlerden birine dönüşmekteydi. Özellikle de, eski karvansaraların yeniden onarılarak otel tipli yerlere dönüştürülmesi bu gelişmenin bir parçasıydı. Bu anlamda “Astoriya” yapıların en gelişmiş olarak görülüyordu. Görüldüyü üzere turizmin temeli olarak bilinen seyahat gezilerinin Azerbaycanda yaygınlaşması teyinat ve maksadına göre de şekillenmeye başlamıştı. Artık turizm hitap dairesi

genişlendiğinden onu sistemli ve organize olunmuş şekilde yapılması zorunluluğu oluşmuştur. 19. Yüzyılın sonu 20. Yüzyılın önceleri kapsayan dönemde yaygın turizmin organizesi için resmi kurumlar olmasa da, fakat bu işe başlamak için ilk adımlar atılmaya başlamıştır. Özellikle de bu kendini gezi ve seyahaterin Azerbaycanda ilk yaratılan gönüllü ve bilimsel cemiyetlerde göstermiştir. Böylece bu tarihi dönemde Azerbaycanda Coğrafya Cemiyeti, Tabiatseverler Cemiyeti ve b. Yaratılması ülkede turizm adımı büyük adım olmuştur.

Görüldüyü üzere Azerbaycanda turizmin gelişmesi, oluşması süreci gezinti şeklinden çıkarak organize hale dönüşüyordu (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 89).

2.2. SOVYET DÖNEMİ AZERBAYCAN'DA TURİZMİN GELİŞİMİ

Bakü'de ilk demiryolunun çekilişi diğer ülkelerle ilişkileri daha da arttırmış ve 1918-1920 yıllarında bağımsız olan Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti dönemi Avrupa ve Asya'nın birçok devletleri ile diplomatik ilişkiler kurulmasıyla ülkeye gelen yabancıların sayısı artmıştır. Sovyetler Birliği kurulduktan sonra, 1927-1928'de Azerbaycan'da turizmin gelişimi kapsamında gezilerin teşkili ve gelişimi için talepler ileri sürüldü.

Sovyetler döneminde Azerbaycanda turizm-gezi işlerinin organizesi genellikle Rusyanın etkisi halinde olmuştur. 1922 yılında ilk kez Azerbaycanda gezi dernekleri yaratıldı. Bu derneklerin yaratdıkları geziler genellikle fabrika ve petrol sahasında çalışan işçileri diğer üretin sahaları ile tanıştırma maksadı taşıyordu. Yaz aylarında Hazar sahilinde-Zığ, Merdekan, Şüvelan, Buzovna, Türkan, Artyom adası ve Şıx şeritinde dinlenme amaçlı geziler organize edilmeye başladı. Bu

dönemde atirik Sovyetler Birliyi ölkeleri dışında Azerbaycana ilk yabancı turist qruplarının gelişi ölkö için yeni turizm dönemini başlatdı. 1927`de Nürnberg-Viyana-Bükreş-İstanbul-Batum-Tiflis-Bakü-Enzeli-Tahran Mumbai güzergahları ile Bakü`ye gelen ilk turistler sırasında 10 Alman öğrencisi olmuştur. Aynı yılda Azerbaycan`a Amerikan turist grubu da gelmiştir. 1927 yılında bu şekilde 450`den çok gezi hayata geçirilmiştir. Bu yıllarda Azerbaycanın en çok turistik gezilerini “Hemkarlar İttifakı” adıyla işçilerin dinlenme aktivitelerini organize eden kurum üstlenmişti. 1929 yılında “Proletar Turizm və Gezi (Ekskursiya) Cemiyetinin (PTEC)” in bir şübesi gibi işe başlayan AzPTEC 1935 yılından Azerbaycan SSCB Merkezi İcraiye Komitesi yönetimi altında çalışmaya başlamıştır. Bununla birlikte Az.SSCB Halq Komissarları şurasının 11 Mayıs 1935 tarihli 476 numaralı kararıyla Azerbaycanda turizm işini daha ireliye götürme amaçlı işler başlatıldı. 1937`de Turistik Gezi Kurumu yaratılmış ve aynı yılda Kirovabad (şimdiki Gence) şehrinde Az.PTEC Kirovabad raysovetinin şübesi yaratıldı. Hacıkentde turistik amaçlı 3 ev tutuldu. Göygöl sahilindeyse 20 yerlik çadır kampları kuruldu. Aynı zamanda Bakü Turist Bazı, Hacıkend Turist Evi, Göygöl Turist Kampı kurulmuştur.

1934`de Azerbaycan`da ilk otel olan “İnturist” işletime açılmıştır. Bu otel 1950-60`lara kadar Azerbaycanın bir numaralı oteli olarak kalmıştır. Bu yıllarda turist gezi ve dinlenmelerinde farklılık yaratmak amaçlı turbazalarda bisiklet ve atlarla geziler yapılmaya başlamıştır. 1936 yılında SSCB Merkezi İcraiye Komitesi ölkede turizmin gelişmesinin gönüllü kurumların işi ile az ve yavaş yol kat etdiyini göz önüne alarak, 17 Nisan 1936. Yıl kararıyla “Proletar Turizmi ve Geziler” cemiyetini iptal etmiştir. 1940 yılından turizm sektöründe onursal adların verilmesine başlanmıştır. Özel hizmetlerine

göre farklılık yaratanlar “SSCB turisti” nişanı ile ödüllendiriliyordu (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 93-94).

Bu devlet işletmeleri ülkede turizmin gelişiminde radikal bir dönüşüm sağlamıştır. Bu yıllarda Sovyetler`de insanları turizme çekmek için farklı posterler hazırlanmıştır.



Şekil 2. Sovyetler Döneminde Basılan Turizm Posterleri



Şekil 3. “SSCB Turisti Madalya

Bu posterler yurtiçi ve yurt dışı seyahatler yapmayı, ülkenin farklı turizm türleri, örneğin deniz, kış, sağlık ve, av turizminden faydalanmayı, ülkeyi seyahat yaparak keşfetmeyi teşvik etmek amacıyla hazırlanıyordu.

İkinci dünya savaşı döneminde bütün SSCB`de olduğu gibi Azerbaycan turizminde de durgunluk dönemi başlamıştır. Savaş sonrası

dönemlerde spor, aile, çocuk turizmi sektörüne yeni bir dönem başlamıştır. 1946`da Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti (ASSC) Eğitim Bakanlığı tarafından Merkezi Çocuk Turistik Gezi İstasyonu kurulmuş ve bu istasyon farklı şehirlere, özellikle Vatan Savaşı, 2. Dünya Savaşı döneminin önemli şehirlerine, Bakü-Moskova-Leningrad-Sohum, Bakü-Moskova-Stalingrad-Kerç-Brest-Leningrad güzergahları ile çocukların gezilerini düzenlemiştir. Bu geziler sırasında 1946`da 9.000, 1947`de 10.000, 1948`de 11.000, çocuk turist olarak kaydedilmişti.

1950`de ASSC Bakanlar Sovyeti tarafından “Göygöl Turizm Tesislerinin Gelişimi Hakkında” karar kabul edildi. Göygöl, günümüzde Azerbaycan`ın en çok tercih edilen ve gelişmiş turistik destinasyonlarından biridir. Bu dönemde turizm tesislerinin, sanatoryum, konaklama ve dinlenme mekanlarının sayısı arttırılmaya başlamıştır. Günümüzde Ermeni işgalinde olan Kelbecer`deki İstisu (Kaplıca) Turizm Tesisleri buna örnek verilebilir. Bu tesislerin kurulduğu saha sağlık turizmi açısından çok önemli bir destinasyon oluşturmaktadırlar. Aynı zamanda 1950 yılı Eylülünde Bakü turist “baza”sı yaratılmıştır. O zamanlar bu baza Nizami adına dinlenme parkında yaratılmışdır. 1957 yılında Mingçeğerde ve Hacıkentde, 1958 yılında Zagatalada, 1960 yılında Şuşa ve Göygölde turist bazaları işe başladı. Şunu not edelim ki, Azerbaycan Turizm ekskursiyalar idaresi 1962 yılından Turizm üzere “Azerbaycan Cumhuriyeti Şurası”, 1969 yılından ise “Turizm Gezileri üzere Azerbaycan Cumhuriyeti Şurası” adlandırılmıştır. Bakü işçilerinin yaz dinlenmelerinin organizesi için 1962 yılından Nabranda (Xaçmaz ilçesi) Bakü turist bazasının bir kolu olarak 150 kişilik “Sputnik” turist çadır kampı ,1963 yılında Baküde turist kulübü, Nabranda “Hazar” turist bazası, 1965 yılında Baküde, iki yıldan sonra Gencede, Sumgayıtda,

1969 yılında Naftalanda və Bakünün Merdekan kasabasında turistik bürolar yaratılmışdır. 1970 yılında Zagatalada ve 1972 yılında Şuşada turist bazalarının yeni esaslı binaları, 1971 yılında Hankendinde, 1972 yılında Mingəçevirde gezi büroları, 1975 yılında Gebeledə Kafkaz və Xaçmaz ilçesinin Nabran bölgesinde “Dostluk” turist bazası, aynı yılda Baküde “Karabağ” oteli tesis edilmiştir. Aynı dönemde ülkede yeni oteller ve konaklama tesisleri kuruldu (Abdullayeva, 2011, 9). Azərbaycan Oteli (1972), Moskova Oteli (1978) bu tesislerin başta gelenleridir. Yabancı ülkelerde çalışan gençlik kulüpleriyle daha fazla turist alış verişini yapmak amaçlı kurulan “Sputnik” kampına kısa bir zaman sonra Bakünün Zagulba bölgesinde 1961 yılında kurulmuş “Gençlik” kampı da birleştirildi. Yabancı turistlerin ilçelerde ağırlamak için yapılan çalışmalar kapsamında 1978 yılında Şeki şehrinde 17. Yüzyıla ait karvansarlarda onarım işleri başlatıldı. Burada 100 kişilik konaklama yeri yaratıldı O dönemde bu tesislerde dinlenmek ve organize edilen yurtiçi ve yurtdışı gezilerine katılmak tamamen devlet tarafından karşılanıyor ve bu turistik eğlencelere SSCB vatandaşlarının büyük kısmı katılıyordu. Nahçıvanda 1978 yılında ilk tuzim teşkilatı yaratıldı. 1970-1987 yılları ülkede turizm yeni gelişme dönemine başlamıştır.

Yabancı turizmin malzeme-teknik tabanının genişlendirilmesi maksatlı 1973 yılında Baküde Azerbaycanın en büyük otel zinciri olan 1942 kişilik “Azerbaycan” oteli kuruldu. Zincire 1978 yılındaysa “İnturist” şebekesine bağlı 200 kişilik “Moskva” oteli katılmıştır (Memmedov vd., 2002: 467). Bu yıllarda turizm teknik tabanında gözle görünür artım olmuştur. Bu dönem işçi tatillerinin kuruluşunda yenilenmeler olmuştur. Misal, bu dönemde ilk defa turist trenleri, nehir gemileri, Hazarda kabotaj gemicilik v.b turizme katılmıştır.

Turizm uzmanlarının fikrince Azerbaycan turizmi en yüksek haline 1987 yılında ulaşmıştır. Aynı yıl ülkeye yabancı ülkelere 50 SSCB'in çeşitli bölgelerinden 25.000'den fazla turist gelmiştir. (Abdullayeva, 2011: 8). Ülkeye turist gelişinde yaşanan artımdan dolayı Lenkeran ve Mingeçevir şehrinde her biri 300, Şuşa şehrinde 200 kişilik otellerinin inşasıyla birlikte Baküdeki "Karabağ" otelinde tamir işlerinin başlaması aynı döneme denk geliyor. 1986 yılında Baküde ilk büyük çaplı otel olan "Abşeron" otel halka sunuldu. 948 kişilik otel şimdilerde "Abşeron –Marriot" otel olarak çalışmaktadır. Bu yıllarda ülke turizm kurumları SSCB'nin 170'den fazla şehrinde çalışan turizm kurumları ile turist alış-verişi yapıyorlardı. 1987 yılında turizm bürolarının organize ettiği gezilerde 2,5 mln kişi katılmış, Azerbaycan vatandaşlarından yaklaşık 10.000 i yabancı ülkelere seyahat ederken 300.000 kişi SSCB sınırlarında seyahat etmiştir.

1983 yılı Azerbaycan turizmi için önemli yıllardan biri olmuştur. O zamanki SSCB Bakanlar Sovetinin birinci başkan yardımcısı Haydar Aliyevin önerisi ve başkanlığı ile Birlik ülkelerinin tatil bölgesinin yaratılması konusunda karar kabul görmüştür. Bu olaydan sonra 1984'de SSCB Bakanlar Sovyetinin 381 sayılı kararı ile "ASSC'de 2000'e kadar turizmin gelişim şeması" gelişim stratejisinin hazırlanması ve uygulanması kararı verilse de, SSCB 1991'e kadar yaşadı (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 98). 1988 yılından Dağlık Karabağ Özerk Bölgesi ve çevresinden yaşanan olaylar Azerbaycanın siyasal anlamda geçirdiği dönem turizminde negatif anlamda büyük etkiler yaratmıştır. Hankendi, Şuşa, Sumgayıt sonra ise Baküde başlatılan "acil durum" dönemi bu bölgeler başta olmakla birlikte, ülke çapında bir çok turistik kurumların kapanmasına neden oldu. Azerbaycan hükümeti 1988 yılı Aralık ayından Azerbaycana Ermenistandan başlayan göç zamanı evsiz kalan

mürtecilerin turistik yapılarda yerleştirilmesi kararını vermesiyle bu etki daha da büyüdü. 1990 yılının 1.çeyreğinden sonra Azerbaycandaki tüm birlik ve yabancı ülke turizm rotaları iptal edildi. Savaş ve sınırlarında yaşanan kararsızlık turizm sektöründe başka problemlerin de oluşmasına neden oldu. Örneğin “Hemkarlar İttifakları” sistemi kapsamında olan 10 turist bazasının ikisi işgal bölgesinde kalmış, diğerlerindeyse Karabağ mürtecileri yerleştirilmiştir. 1991 yılının Eylülünde mevcut yabancı turizm yönetimi iptal olunmuş yerine Azerbaycan Bakanlar Kabinesi kapsamında Yabancı Turizm Konseyi yaratılmıştır.

2.3. BAĞIMSIZLIK SONRASI DÖNEMDE AZERBAYCAN TURİZMİ

SSCB dağılmasının ve 1991’de Azerbaycan Cumhuriyeti’nin bağımsızlığını ilan etmesinin ardından bir sürelik durgunluk yaşansa da, daha sonra Azerbaycan’da turizm sektörünün gelişimine özel dikkat ayrıldı. Zorlu sosyal-ekonomik durumdan sonra maddi olarak sıkıntılı bir dönemden geçen Azerbeacanın turist-gezi kurumları krizden çıkma yollarını aramaya başlamış, yerli halka gösterilen turizm hizmetlerinde gelişmeler kat etmeye çalışmışlar. Turizmin dünya ekonomisinde gelişmesinin yüksek hızı ülkeye kazandırdığı gelirler bu sektöre ülkelerin yeni gözle bakmasına neden oldu. Ülkeye gelen turistlerin ve ülkeden turistik amaçla çıkmak istemesinde olan artışına rağmen Azerbaycan uluslararası turizmde gölgede kalmaktaydı.

1992 yılına kadar yabancı ülke vatandaşlarının Azerbaycana gelişi ve gidişi hakkında bilgiler SSCB’in kurumları tarafından kayıta alınıyordu. SSCB dağıldıktan sonra sınır kayıtları Bağımsız Ülkeler Teşkilatı tarafından yapılmaya başladı.1994 yılından itibaren ülke

sınırlarının kayıtlı tam olarak ülkenin kontrolü altına geçti. Yabancı vatandaşlar ülke topraklarına :

- İrandan- otomobil, demiryolu, hava ve deniz;
- Türkiyeden- otomobil, hava;
- Gürcüstandan- otomobil, demiryolu, hava;
- Rusyadan- otomobil, demiryolu, hava;
- Qazaxıstan ve Türkmenistandan- deniz hava yolları
- Diğer ülkelerden (Büyük Britanya, İsviçre, Almanya, Niderland, Birleşik Arap Emirliği ve b.) - doğrudan hava yolları ile geliyorlar. (Memmedov vd., 2002: 469).

90lı yılların ortalarında sonra ülkeye petrol satışından gelen gelirle birlikte düzelmeye başlayan ekonomik durum, hükümetin turizme yeni bir gözle bakmasına neden olmuştur. 1999 yılında Milli Mecliste “Turizm hakkında” kanun kabul görmüştür. 27 Temmuz 1999 yılında o dönem Azerbaycan Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev “Turizm hakkında” kanunun uygulanması için emir imzaladı. 2001’de Gençler, İdman ve Turizm Bakanlığı kurulmuş, 2006’da Turizm Bakanlığı Kültür Bakanlığı ile birleştirilerek Kültür ve Turizm Bakanlığı ilan edilmiş ve turizmin gelişimi için yeni adımlar atılmıştır. 2001 yılı 25 Eylülde Güney Korenin başkenti Seulde geçirilen Uluslararası Turizm Teşkilatının (UTT) 14. Genel Kurulunda Azerbaycan bu teşkilata üye olmuştur. 2001 yılında ilk kez “Welcome to Azerbaijan” isimli CD hazırlanarak UTT’in Genel Kuruluna sunulmuştur. Bununla birlikte CD’in “Tourism in Azerbaijan” isimli web sayfası yaratıldı. 2001 yılında “Azerbaijan Review” dergisi ve “Turizm Yenilikleri” gazetesi nefis bir şekilde basılmaya başlamıştır. Aynı yılın Aralık sonlarında Baküde turizmin önünde duran problemleri araştıran 1. Genelülke kongresi yapılmıştır. Bunların hepsi turizmin gelişmesini hızlandıran detaylardır. 2002 yılında Azerbaycan turizm

potansielinin dünyaya tanıtılması için www.azerbaijan.tourism.az internet sitesi yaratıldı. Bu yıl aynı zamanda ilk kez yabancı ülkelerin turizm kurumlarının katılımıyla Uluslararası turizm fuarı düzenlendi ve bu fuar UTT'in desteyini kazandı. Böylelikle, Azerbaycan dünya turizm sektöründe kendi yerini alıp tanınmaya başladı (Abdullayeva, 2011: 10-11). 2001 yılı 6 Temmuzunda sosyal birlik olan Azerbaycan Turizm Senayi Gelişmesi İttifakı (TSGİ) yaratıldı. Bu birlik ülkede turizmin gelişmesi, turizm hizmetlerini kullanan kişilerin hukuklarının korunması, ayrıcalıklı vergi tutmunun tatbiki, sektörde çalışan kişilerin uzmanlaşması için yaratılacak kurslar ve seminerlerin organizesi, turizm hizmetlerini sunan kişilerin hukuklarının korunması, Azerbaycanı turizmin gelişmesine meraklı ülke haline getirilmesi turizm şirketlerine yardımlar gösterilmesi yeni yaratılmış TSGİ'nin karşısına koyduğu asıl maksatlardan biri olarak görülüyordu. Bu yıllarda Uluslararası Turizm Örgütü'nün UNESCO ile işbirliği sayesinde hayata geçen "Büyük İpek Yolu" rotasına Azerbaycan da dahil edilmiştir. Ekonomik ulaşım ve turizm sektöründe bu yolun onarımının büyük önemi vardır. Azerbaycan hükümeti Uluslararası Farkındalık Birliği ile arasındaki "Kültürel mirasın korunması" projesine dayanarak Şirvanşahlar Sarayı (Bakü), Mömüne Hatun türbesi (Nahçıvan), "Goşa" Minare (Nahçıvan Karabağlar köyü), Şeki Han sarayı ve diğer tarihi mimarlık yapılarında onarım işleri görölük ve bu bölgelerin turizme daha aktif katılımları sağlanıcaktı. Yabancı şirketlerin yardımı ile Baküde yeniden yapılandırılan yerlerden biri "Nahçıvan" oteli olmuştur. Türkiye firması "Remko Emlakın" ve ABD firması "Hyatt International" yatırımları sayesinde "Nahçıvan" oteli modernleştirilerek "Nahçıvan Hyatt Regency" beş yıldızlı otele dönüştürüldü. Bu firmalar tarafından onarım işlerine 9,5 milyon dolar civarında para harcanılmıştır. Aynı

zamanda Türkiyenin “Ferko” firmasının yardımıyla yüksek standartlı “Grand Hotel Europe” oteli inşa edilmiştir (Memmedov vd., 2002: 470). Ülkede turzimin gelişmesi için atılan adımlardan biri 2002 27 Ağustos tarihli “Azerbaycanda 2002-2005-ci yılları turizmin gelişmesine dair Devlet Programı”nın kabul görülmesi olmuştur. Artık 21. Yüzyılın başlangıcında Bakü, Gence, Nahçıvan ve ülkenin diğer bölgelerinde yabancı konukları kabul ede bilen gelişmiş oteller işletilmekteydi. Ülkenin çeşitli bölgelerinde yayılmış 100’den artık turizm şirketi, 149 otel resmi kayıtdan geçmiştir. Bu otellerin kişi tutumu 5000’i geçmişti. Turizm için olumlu bölgelerde modern tedavi ve dinlenme merkezleri kullanıma sunulmuştur. Bu yıllarda ilk kez ülkeye gelen turist sayısı 1 milyonu geçmiştir.

Serbest Ekonomik Bölgeler oluşturmak (SEZ) ülke turizminin gelişimini olumlu etkileyen faktörlerden biri olmuştur. Azerbaycan'da Serbest Ekonomik Bölgeler yaratmanın temel amacı, ülke ekonomisinin dünya ekonomisine entegrasyonu sağlamak olmuştur. Bu bölgelerin tasarımı ve işletilmesi uluslararası ticaretten hayır sağlamak maksadıyla, Avrupa Ekonomik Toplumun taleplerine uygun olarak hayata geçiriliyordu. Farklı ülkelerde SEZ yaratma deneyimi kanıtlamıştır ki, onlar bölgenin gelişmesi faktörü olabilir yerel ve yabancı girişimcilerin ekonomik faaliyetleri için uygun koşullar oluştura, hem de bir takım ekonomik problemleri çöze bilirler.

26 Eylül 2003'te Azerbaycan'da ilk defa 1. Turizm Film Festivali düzenlendi. Etkinlikte yapılan iş hakkında bilgi vermek amacı ile basın toplantısı organize olunmuş, devlet ve özel kurumların yöneticileri, yabancı misafirlerin katılımıyla düzenlenen festivalde turizme ilişkin 70'den fazla eser sunulmuştur (Abdullayeva, 2011: 13).

2003 yılında kabul gören “Azerbaycanın sosyo-ekonomik gelişmesinin hızlandırılması hakkında”, 2004 yılındaysa “Azerbaycan bölgelerinin sosyo-ekonomik gelişimi Devlet Programı” hakkında Cumhurbaşkanı emirleri ülke ekonomisinin, o cümleden turizm sektörünün gelişmesine neden olmuştur.

Yapılan işlere bakıldığında son yıllarda Azerbaycan'da turizmin kapsamlı gelişimi için çok ciddi adımlar atıldığı görünüyor. Azerbaycan hükümetinin politikaları da bu amaç için açıklığa kavuştu turizmin dünya standartlarına uyarlanması için yeni bir düzenleyici yasal çerçeve oluşturuldu. Renkli yönle ve turizm çeşitlerine ilişkin standartlar yaratıldı turizm objelerinin inşası konusuna yeni bir çerçeveden yaklaşıldı. Bu amaçla yaratılan turizm sektörünün gelişme projesi Dünya Turizm Örgütü Pazarlama planına dayanarak, 2005-2010 yıllarını kapsıyordu.. Bu projenin gerçekleştirilmesi için ABD Ticaret Geliştirme Ajansı 300,000 dolar ayırmıştı. Tüm bunlar gelecekte turizmin Azerbaycan'ın en önemli sosyo-ekonomik ve kültürel ayrıntısına dönüştürebileceğinin ayrıntısıydı (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 107).

Ülkenin turizm fırsatlarını tanıtmak için Kültür ve Turizm Bakanlığı'ı önlemleri uygulamalar yapmıştır. Bakanlığın emriyle son beş yıl boyunca ülkenin turizm fırsatlarını tanıtmak için kırk'dan fazla reklam baskı ürünleri yapılmıştır. Bunlar: "Turistler İçin Bilgi" kitapçığı, "Azerbaycan'daki oteller" "Azerbaycan'ın tarihi ve mimari eserleri" kartları, "Bakü tiyatro ve müzeler ", " Azerbaycan ve Bakü fotoalbümleri", "İpek Yolu", "Halı yapımı" kitapları, Azerbaycan, Şuşa ve Karabağ turist haritaları, "Azerbaycan'a hoşgeldiniz" CD ve DVD formatı 10-20 dakikalık filmlerdir. Bu baskı CD'ler ve DVD'ler, İngilizce, Almanca, Arapça, Japonca ve Rusça hazırlanmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti turizm endüstrisi için modern uluslararası öğrencilerin bulunduğu uzmanların hazırlanması; Farklı eğitim şekilleri uygulayarak daha yüksek eğitilmiş kültürel ve sivil katılıma nitelikli profesyonellerin hazırlanmasını sağlamak amacı ile Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu 13 Şubat 2006 tarih ve 45 sayılı kararı ile Azerbaycan Turizm Enstitüsü kuruldu. Azerbaycan Turizm İşletmeleri Derneği ise Nisan, 2009'da kuruldu. Turizm şirketlerinin faaliyetleri gelişimi, çalışmalarında var olan sorunları aradan kaldırma ve turizm şirketlerinin haklarının korunması, yerel ve uluslararası etkinliklere tek bir formda katılması için Turizm İşletmeleri Derneği'nin kurulmasına ihtiyaç vardı. Turizmin geliştiği bütün ülkelerde böyle bir kurum çalışmaktadır. Yaklaşık 250 turizm şirketinin çalıştığı ülkede derneğin kuruluşu önemli bir adımdır.

Turizmin gelişimi için kabul edilen ikinci devlet programı 2010-2014 yıllarını kapsamaktadır. 2011 yılı ülkede “Turizm Yılı” ilan olunmuştur. Turizm yılının ana hedeflerden biri Azerbaycan'a gelen turist sayısını artırmak olmuştur. 2011 yılında 10. Azerbaycan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (AITF-2011) düzenlendi. Fuar 150'den fazla şirket katılmış, üstelik 23 ülke ve 55 rota gösterilmiştir. Bu sergi ile paralel olarak 2. Genelülke Turizm Fuarı da düzenlendi, 18 bölgeden yaklaşık 100 şirketin katıldığı fuarda Azerbaycan'ın bölgesel rekreasyon bölgeleri, sanatoryumlar ve oteller sunulmuştur (Abdullayeva, 2011: 15). Azerbaycan'da, Bakü başta olmak üzere, yaz ve kış turizminin gelişimine yönelik önemli yatırımlar yapılmış ve birçok proje tamamlanmıştır. Özellikle Avrupa'da, başta futbol kulüpleri, spor ve diğer müsabakalar olmak üzere birçok platformlarda, “Azerbaijan, Land of Fire” (Azerbaycan, Ateş Ülkesi) sloganı ile tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

2013 yılı verilerine göre Azerbaycan'a 903.000 Rusya, 810 .000 Gürcistan, 361.000 Türkiye ve 143.000 İran vatandaşı giriş yapmıştır. Bu dört ülkeden gelenler toplam turist sayısının %88'ini oluşturuyor. 2016 yılı verilerine göre, Azerbaycan'a gelen turist sayısı toplam 2.2 milyon olmuştur. Azerbeycana gelen turistlerin büyük çoğunluğu BDT 'ın ülkelerini vatandaşlarıdır. 1997 yılında bu ülkelere gelenlerin sayısı 132.000 kişi olmuşsa da 2000 yılında bu rakam 346.500'e ulaşmıştır. BDT'den gelenler genellikle Rusya Gürcistan Ukrayna ve Orta Asya ülkeleri vatandaşlarıdır (Memmedov vd., 2002: 474).

2020'e kadar dünyada turistlerin sayısı 1.5 milyara ulaşacağı bekleniyor ki, burda Azerbaycan'ın payı da vardır. Son yıllarda, özellikle ekonominin büyümesi ve refah seviyesinin artması ile doğrudan orantılı şekilde, Azerbaycan'a gelen yabancı ve ülkeden yurtdışına giden yerel turistlerin sayısı da artmaktadır. 1996'da Azerbaycan'a sadece 203.300 turist gelmişse, 2004'de bu turist sayısı artarak 1.3 milyona ulaşmış, 2016 itibarıyla ise bu rakam 2.2 milyondan fazladır (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 6).

2003'de turizm gelirlerinin miktarı 58 milyon dolar iken, 2011'de bu rakam 1,2 milyar dolara ulaşmıştır (BMT: Geçen yıl Azerbaycanın turizm gelirleri %89 artmıştır, https://apa.az/turizm_az/bmt-oten-il-azerbaycanin-turizm-gelirleri-89-artib.html, 2018). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) Azerbaycan'da 2016'da turizm hizmetleri satışından gelen toplamın gelirlerin 2.3 milyar AZN (1.4 milyar dolar) olduğunu açıklamıştır. WTTC açıklamasına göre, 2017-2027 arasında yabancı turistlerin Azerbaycan'da direk turistik harcamaları her sene %6.5artarak, 2027'de 4.5 milyar AZN (2.8 milyar dolar) olacaktır ki, bu da GSYH'nin %5.9 unu oluşturmaktadır.. Aynı rapora göre, 2016'da direk seyahat ve turizm sektörü 171.000 istihdam sağlamıştır. Toplam

istihdamın %3.7'sidir. Turistik istihdam toplam istihdamın 2017'de % 6, 2027'de ise %5.6'olması şartıyla 2027'de 256.000 istihdama neden olacaktır. Seyahat ve turizm yatırımları 2016'da 479 milyon AZN olarak toplam yatırımların %2.8'i hacminde olmuştur. 2027'e kadar turistik yatırımlar, her sene %4.9 gelişim yaparak, 2027'de toplam yatırımların %3.3'ü hacminde olması bekleniyor. 2016 yılı boyunca ülkeye gelen yabancı turistlerin eğlence seyahati harcamaları %80.6 (5 milyar AZN), iş seyahati harcamaları %19.4 (1.2 milyar AZN) oranında belirlenmiştir. Bu rakamların 2017 sonunadek dahada artacağı beklenmektedir. 2016 yılı verilerine göre direk GSYH'nin seyahat ve turizm gelirlerinin %26.6'ı iç turistler, %73.4'ü ise yabancı turistler tarafından sağlanmıştır. Bu raporda 2016 yılına göre dünya devletlerinin turizm sektörlerinin kendi ülkelerinin GSYH'na direk katkıları karşılaştırmalı şekilde verilmiştir:

Dünya ortalaması - 19.1 milyar dolar, Türkiye - 29.1 milyar dolar, Rusya - 15.8 milyar dolar, İran - 11.9 milyar dolar, Romanya - 2.5 milyar dolar, Bulgaristan - 1.8 milyar dolar, Suriye - 1.5 milyar dolar, Azerbaycan - 1.4 milyar dolar, Belarus - 0.9 milyar dolar, Ermenistan - 0.4 milyar dolar. Turistik gelişimin önemli nedenlerinden olan yatırım oranı Türkiye'de 17.5 milyar dolar iken, Azerbaycan'da 0.3 milyar dolar olmuştur. Karşıdan gelen senelerde turistik sektöre yatırımların arttırılması ve gelen turist sayısının, getirilerinin de buna orantılı şekilde çoğalması bekleniyor (WTTC, 2017: 1).

Bunun yanısıra yurtdışına giden Azerbaycanlı turistlerin sayısı da artmaktadır. 2012'de yabancı ülkelere giden Azerbaycanlıların sayısı 3.8 milyon olmuştur ki, bunun da 2.8 milyonu turistik amaçlarla gidenlerdir . 2016'da ise yurtdışına giden Azerbaycanlıların sayısı artarak 4.2 milyona ulaşmıştır. Bunun 3.6 milyonu turistik amaçla seyahat yapanlardır.

Seyahat planlaması ve rezervasyon yaptırma mekanı olan TripAdvisor sitesinde Bakü 2017'de turistlerin seyahat yapacağı en baş destinasyonlar listesinde 5.sırada yer almıştır. Bu listedeki diğer şehirler San Jose del Cabo (Meksika), Whistler (Kanada), Jericoacoara (Brezilya), Kihei (Havai) ve Tiflis'tir (Gürcistan).

Azerbaycan'da turizm tarihi kısa turuna sonuç olarak söyleye biliriz ki, ülkede bu alanın gelişimi kendine has özelliklere sahiptir. Turizmin gelişimi ve oluşumu öncelikle ülkenin doğal dinlence seçeneklerinin zenginliyi, sosyal ve tarihi özellikleri ile bağımlı olmuştur. Bu, bağımlılık Azerbaycan'da turizm yönlerinin (gelme, gitme, tatil-sağlık, iş,çocuk, spor turizmi vb.) oluşmasının başlıca sebepleridir. Azerbaycan'da yeni tarihsel koşullar turizm genel olarak uluslararası standartlara dayanmasına fırsatlar açtı. Gelecek Turizm gelişimi için öncelikler belirlendi. Şu anda Azerbaycan'da uluslararası turizm standartları yükseltmek için kapsamlı ve büyük ölçekli önlemler alınmaktadır. Mevcut olan gerçek şu ki, bu alanda hala var olan eksikliklere rağmen, turizm endüstrisi hızla uzmanlaşıyor ve gelişiyor.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN`IN TURİZM POTANSİYELİ VE TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

3.1. AZERBAYCAN`IN TURİZM POTANSİYELİ

3.1.1. Azerbaycan`ın Turizm Bölgeleri

Turizm potansiyeli denildiğinde; turizm taleplerine uygun şekilde kullanılabilecek mali kaynaklar, bölgesel turistik altyapı, işgücü, organizasyonel kapasite kastediliyor. Herhangi bir ülkenin turistik alanda potansiyelini öğrenmek için bu faktörler değerlendirilerek, gelişim imkanları öngürülebilir. Bu açıdan, Azerbaycan dağları, ormanları, deniz kıyıları ve plajları, zengin doğal kaynakları, bölgesel altyapısı, farklı turist grupları ve ilgi odakları için tasarlanmış geniş turistik aktiviteler yelpazesi ile büyük turistik potansiyele sahiptir (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 4).

Azerbaycan doğal manzaraları, kültürel ve tarihi atraksiyonları, modern konaklama işletmeleriyle, genel olarak turizm potansiyelinin zenginliği ile dünyanın farklı bölgelerinden olan turistlerin ilgisini çekmektedir. Özellikle, ormanlarla çevrili Hudat-Yalama kıyı bölgesi, Abşeron ve Lenkeran kıyıları, 5-6 ay boyunca 22-26 C sıcaklıkta suyu venarin kumlu plajları ile Azerbaycan, yaz tatilleri için büyükpotansiyel turistik imkanlara ve işletmelere sahiptir. Deniz kıyısının uzunluğu ve bu kıyıda kaliteli turistik hizmetin gösterilmesi, güzel ve temiz plajların olması bölgenin turistik potansiyelini direk etkilemektedir. Azerbaycan, Hazar denizi sahilinde yerleşerek 825 km`lik kıyıya sahiptir. Bu kıyılarda 10`dan fazla tedavi amaçlı su kaynakları, kaplıcalar, Abşeron`un lüks plajları turistleri cezbetme potansiyeline sahiptir. Hazar`ın Azerbaycan kıyılarındakiesas işletmeler Bilgeh, Buzovna,

Merdekan ve Pirşagı bölgelerinde yerleşiyor. 2017`de verilen karara göre, deniz kıyılarında turistik konaklama ve diğer işletmelerin sayısı ve kalitesinin artırılması planlanıyor (Resulov, <http://www.mtk.az/content/?i=27&title=turizmin-ehitatlari-fenni...turizmin-teshkili-ve-metodikasi>, 2018).

Guba-Haçmaz ve Şamahı-İsmayılı turiz bölgelerinden özellikle Şamahı, Gebele ve Gusar bölgeleri dağcılık, spor ve kış turizmini sevenler için ideal destinasyonlar olarak görülmektedir. Bir çok spesifik kuş ve hayvan türlerinin avlanabildiği ulusal parkların varlığı, özellikle son dönemlerde Arap turistlerin ilgisiyle geliştirilen, avcılık turizmin gelişimine de imkan yaratmıştır. Azerbaycan`da toplam 18 bin çeşit hayvanın 97 çeşiti memeli heyvan, 346 çeşiti kuş, 95 çeşit balık bulunmakla, av turizmine elverişli imkan sağlamaktadır. Lakin bunlardan 14 memeli hayvan, 36 kuş, 13 amfibi ve sürüngen çeşidi Kırmızı Kitap`a salınarak yokolma tehlikesi yaşamaktadır. Ülkede av tüfeği kullanmak ruhsat talep ediyor. Ayrıca her tüfek sahibinin de avcı derneği üyesi olması zorunludur.

Ülkenin doğal kaynaklarının çeşitliliği, sağlık turizmini de geliştirmiştir. Azerbaycanın Batı turizm bölgesinde olan dünyadaki en iyi tıbbi petrol kaynaklarından biri olan Naftalan, veya diğer bölgelerdeki sıcak su tesisleri eşsiz sağlık turizmini geliştirmektedir. Örneğin, Bakü`nün Surahanı ve Şih arazilerinde, Deveçi`de Galaaltı, Culfa`da Turşsu gibi tedavi amaçlı mineral sular, Talış dağlarında ise çok daha fazla sıcak su tesisleri bulunmaktadır. Bundan başka doğal çamurlardan da tedavi amaçlı kullanılmaktadır. Nahçıvan, Guba-Haçmaz, Şeki-Zagatala ve Lenkeran-Astara bölgeleri, Şirvan ve Gence`nin tarihi mekanlarının zenginliği tarihsever turistlerin ilgisini çekmektedir. Ülkede 6.000 fazla tarihi mimari anıt mevcuttur. Bu

anıtların çoğu tarihi Büyük İpek Yolu üzerinde yerleşmiştir. Bu anıtlara örnek olarak Bakü'nün 60 km batısında bulunan, UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde yer alan 30 bin senelik tarihe sahip, taş devrine ait, Gobustan mağaralarını, buradaki kayaüstü resimleri verebilir.

Yanardağ da ender turistik kapasiteye sahip. 4466 m yüksekliğe sahip Pazardüzü, 4243 m yükseklikte Şahdağ, 3629 m yükseklikte Babadağ ülkenin dağcılık turizminin gelişimi için ender doğal imkanlar sağlamaktadır. Bakü ve Nabran bölgelerinin lüks konaklama işletmeleri ve plajları da Azerbaycan'ın turizm imkanlarını arttırıyor. Güneşli günlerin sayısına göre Azerbaycan'ı İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi ülkelerle kıyaslayabiliriz. Ülkede deniz sezonu Eylül sonlarına kadar devam ediyor ve deniz suyunun sıcaklığı 30° ile 32° C ulaşıyor.

Azerbaycan'ın tarihi kültürel turizm örneklerinden en çok sevilen ve turistlerin dikkatine neden olanı İçerişehir'dir. İçerişehir halk arasında "Eski şehir" olarak bilinerek Bakü'nün en eski hissesidir. Arkeolojik araştırmalar sonucu burda daha 8-9. yüzyıllarda da yaşam olduğu bilinmiştir. İçerişehir'in en önemli anıtları 12. yüzyıla ait Kız Kulesi ve 15. yüzyıla ait Şirvanşahlar Sarayıdır. 2000'de UNESCO tarafından İçerişehir, Kız Kulesi ve Şirvanşahlar Sarayı kompleksi ile birlikte Dünya Mirası listesine eklenmiştir. (Tarix, <http://unesco.mfa.gov.az/>, 2018). Bakü'de kültürel aktiviteler oldukça fazladır ve bu tarz etkinlikler için şehirde çok sayıda kütüphane, sinema, tiyatro, sergi salonu ve tarihi anıtlar vardır.

Bundan başka, UNESCO tarafından Dünya Mirası listesine eklenmiş diğer anıtlar da vardır. Örneğin, Qobustan 2007'de listeye eklenmiş, Bakü'de Surahanı kasabasında bulunan Ateşgah, Hirkan Ulusal Parkı, Lökbatan (Karadağ) çamur volkanı, Şeki Han Sarayı'nın ise listeye eklenmesi için devlet tarafından başvurulmuştur (Azerbaijan

Properties inscribed on the World Heritage List, <http://whc.unesco.org/en/statesparties/az/> , 2018).

Azerbaycan`ın yaz ve kış turizmi için büyük potansiyeli vardır. Örneğin, Şahdağ ve Tufandağ Turizm Kompleksi kış turizmi için ideal bir mekan olabilir. Yaz turizmi ise özellikle Hazar denizi kıyılarında kurulmuş otel ve plajlarla geliştirilmiştir.

Azerbaycan`da tarih boyu hem Müslüman, hem Yahudi, hem de Hristiyanlar yan yana barış içerisinde yaşamışlardır. Bunun örneği olarak, her üç dine ait mekanların, cami, sinagog ve kiliselerin ülke boyu yerleşmesidir.

Azerbaycan, 1994 yılından itibaren turizm alanında görünür bir gelişim yaşamıştır. İlk önceleri düşük gelir seviyesi ve tanıtım sorunu, aynı zamanda Dağlık Karabağ gibi potansiyel savaş sorunları nedeniyle ülke turizmi gelişemese de, artık bu dönem geride kalmıştır (Aras ve Süleymanov, 2010: 94-96). Bu kapsamda çeşitli ülkelerle yapılan birçok işbirliği anlaşmalarını, bu anlaşmalar gereği ülkelerarası turizm ilişkilerinin geliştirilmesi çabalarını, devlet politikası ve programları gösterilebilir.

2016 verilerine göre, dünyada ve ülke içinde yaşanan olaylar Azerbaycanlı turistlerin destinasyon seçimlerini direk etkilemekte ve iç turizmi geliştirmektedir. AZTA tarafından yapılan açıklamaya göre, Noel dönemi ülke içerisinde seyahat yapmak ve dinlenmek isteyen Azerbaycanlı turistler Tufandağ (Gebele rayonu) ve Şahdağ`ı (Gusar rayonu), Azerbaycan`a gelen yabancı turistler ise bunların yanısıra Bakü`nü tercih ediyorlar. Turistlerin bu bölgeleri tercih etmelerinin nedeni burda kış turizmi için altyapı ve kaliteli hizmet imkanlarının gelişmesidir. Genel olarak, Guba, Gusar, Şamahı, İsmayılı, Gebele,

Şeki, Zagatala, Gah gibi bölgeler turistik destinasyon olarak gelişmekte ve turistlerin dikkatini çekmektedir.

Azerbaycan`da turizmin farklı türlerinin gelişimi için potansiyeli bulunmaktadır:

- Kültürel turizmin gelişimi için zengin tarih ve tarihi mekanlar, sanat galerileri, zengin mutfak;
- Sağlık turizminin gelişimi için fazla sayıda sıcak su ve mineral pınarlar, özellikle İstisu, Turşsu, Badamlı, Galaaltı, Şıhburnu, Surahanı suları, Naftalan petrolü, Nahçıvan`daki ender duz dağı, vd.;
- Dağ ve kış turizmi için “Şahdağ” Turizm Merkezi, “Tufandağ” Kış-Yaz Turizm Rekreasyon Kompleksi;
- Spor turizmi için ülkenin birçok bölgelerinde, örneğin Bakü, Masallı, Şeki, Guba, Kazah, Gence, Nahçıvan, Berde, Lenkeran, Zakatala, Şamahi, Ağdam, Bilesuvar, Oğuz, Şemkir, Kürdemir, Sabirabad, vd. bölgelerinde yerleşen spor olimpiya kompleksleri;
- İş turizmi için farklı bölgelerde yerleşen kongre ve kültür merkezleri;
- Yaz ve plaj turizmi için Abşeron yarımadasından başlayarak kuzeyde (Hızı, Siyezen, Şabran, Haçmaz rayonları), güneyde (Lenkeran, Astara rayonları) farklı bölgelerde yerleşen lüks plajlar, deniz, bol güneş ve kum üçlüsü;
- Ekoloji turizm için ülkenin 11 iklim tipinden 9`na sahip olması, 4100`den fazla bitki çeşiti, ender ağaçlar, örneğin veles, fıstık, ağcakayın ve göyrüş ağaçları, vd.ile kaplı olarak Azerbaycan arazisinin %10`u teşkil eden ormanlara sahip olması;
- Av turizmi için lisanslı avcılık imkanı, su-bataklık ve çöl kuşlarının daim kışladığı bölgeler, özellikle Ağcabedi, Astara, Celilabad

(Kırmızı köy av çiftliği istisna), Beylegan, İmişli, Lenkeran (Havzava av çiftliği istisna), Masallı, Bilesuvar (Mahmudçala ve Zavvar av çiftlikleri istisna), Ceyranbatan gölü ve Abşeron yarımadasının diğer su anbarları, Mingeçevir su anbarı bölgeleri gösterilebilir (AC uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimi için Stratejik Yol Haritası, 2016: 3-5).

3.1.2. Azerbaycan`da Turizm İstatistikleri

Turizm istatistikleri hem ülkenin turizm gelirleri, hem ülkeye gelen yabancı turistlerin sayısı, hem de yurtdışına seyahat yapan Azerbaycanlı turistlerin sayısı ve diğer turistik göstergeleri gibi bir kaç açıdan değerlendirilebilir. Azerbaycan`da turistik gelirlerin arttırılması için farklı proje ve programlar, örneğin Baku Shopping festivali gibi projeler gerçekleştiriliyor. Bu festival gelen turistlerin harcamalarını arttırarak ülke ekonomisine katkı yapmıştır. 2017`de bu festivale 1 milyon AZN harcanarak 5.6 milyon AZN gelir götürülmüştür (Baku hosts Caspian Energy Tourism Forum, https://azertag.az/en/xeber/Baku_hosts_Caspian_Energy_Tourism_Forum-1103862, 2018).

Aşağıdaki tablodan 2014 yılı döneminde Azerbaycan`dan yurtdışına giden turistlerin en çok tercih ettikleri temel destinasyonlar, bu destinasyonları tercih eden Azerbaycanlıların toplam sayısı, seyahat amaçlarına göre sayısı ve yüzdelik dağılımı ve bu ülkelerde yaptıkları harcamalar Azerbaycan parası olan AZN ile gösterilmiştir.

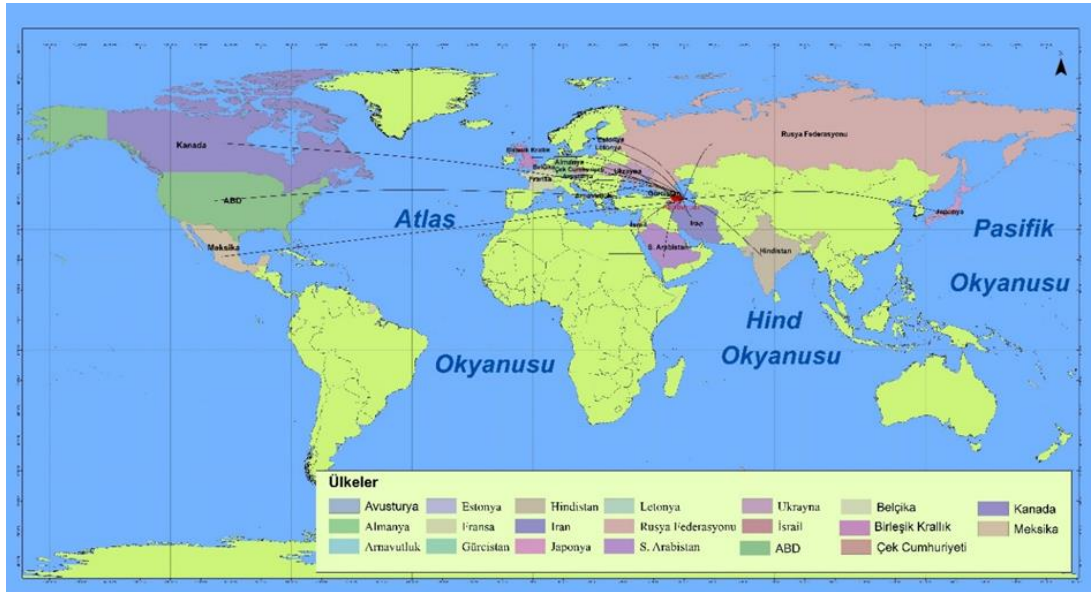
Tablo 1. Yurtdışına Giden Azerbaycanlı Turistlerin Sayısı ve Harcamaları (2014)

Ülkeler	Toplam	Turistik amaç	Diğer amaç	Turistik amaç (%)	Diğer amaç (%)	Turistik harcama (milyon AZN)
Rusya	856 498	652 908	203 590	76.2	23.8	194.52
İran	827 212	647 077	180 135	78.2	21.8	213.88
Gürcistan	773 310	556 836	216 474	72	28	97.41
Türkiye	602 265	472 112	130 153	78.4	21.6	285.08
BAE	92 059	90 065	1 994	97.8	2.2	135.79
Birleşik Krallık	91 677	82 142	9 535	89.6	10.4	90.85
Almanya	89 130	74 691	14 439	83.8	16.2	82.61
Belarus	78 562	64 106	14 456	81.6	18.4	55.40
Ukrayna	76 907	61 107	15 800	79.5	20.5	44.79
İsrail	53 308	41 740	11 568	78.3	21.7	40.58
Diğer	703 362	576 621	126 741	21.8	78.2	647.56
Toplam	4 244 290	3 319 405	924 885	78.2	21.8	1 888.47

Kaynak: (AC DİK, Ülke Sınırını Geçen Azerbaycan ve Yabancı Ülke Vatandaşlarının İstatistiksel Analizinin Sonuçları (2014. yıl üzere), 2015: 38-39).

Yabancı ülkelerde tatil geçirmeyi seven Azerbaycanlı turistler Türkiye, Rusya, BAE, Fransa, Çek Cumhuriyeti, Almanya'ya gitmeyi tercih ediyorlar. Bu destinasyonları seçen Azerbaycanlı turistlerin seçimlerini etkileyen bir neden de ekonomik kriz ve ulusal para olan manatın hadsiz enflyasyon yaşayarak düşüş yapmasıdır. Bunun nedeni olarak tur paketlerinin fiyatı artmış ve turistler daha yakın bölgelere ve yurt içi seyahat yapmayı seçmişler (Yeni yılı yurtdışında karşılamak isteyen Azerbaycan turistlerinin sayının azalacağı bekleniyor, <https://az.trend.az/azerbaijan/society/2455524.html>, 2018).

2014'de ülkeden farklı nedenlerle çıkış yapanların toplam sayısı 4.24 milyon olmuştur. 2016'da ülke dışına seyahat yapanların sayısı da 2014 sayısında biraz fazladır.



Şekil 4. Yurtdışına Seyahat Yapan Azerbaycanlı Turistlerin Temel Destinasyonları Haritası

Tablo 2. Yıllara Göre Yurtdışına Çıkan Azerbaycanlı Turist Sayısı (2010-2016)

Yıl	Yurtdışına çıkanların sayısı	Turist sayısı
2010	3 175 606	1 819 600
2011	3 550 232	2 308 200
2012	3 874 382	2 828 900
2013	4 284 662	3 306 600
2014	4 244 290	3 319 400
2015	4 095 800	3 256 200
2016	4 281 900	3 592 100

Kaynak: (Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi, 2017: 1).

A.C. Kültür ve Turizm Bakanı Ebülfez Garayev'e göre, 2017'nin ilk sekiz ayında ülkeni dışına giden turist sayısı 4 milyondan fazla olmuştur. Yurtdışına giden Azerbaycanlılar yabancı ülkelerde aynı dönemde toplam 600 milyon AZN para harcamışlar. Ülkeye gelen turist sayısı ise aynı dönem için 1.3 milyon kişidir. Yabancı turistlerin Azerbaycan'daki harcamaları 730.9 milyon AZN değerindedir (Statistics on outgoing tourists from Azerbaijan made public", <https://en.trend.az/azerbaijan/society/2801283.html>, 2018).

Tablo 3. Otel ve Otel Tipli Müesseselerin Esas Göstercileri

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Otel ve otel tipli müesseselerin sayısı	508	514	530	535	536	548
Otel numaralarının sayısı	14815	15898	16559	17 363	17 953	20 330
Yerleştirilmiş kişi sayısı	510162	624924	666348	672 345	838 145	1 122 068
Ülke vatandaşları	252175	252807	270887	279 555	342 497	345 284
Yabancı ülke vatandaşları	257987	372117	395461	392 790	495 648	776 784
İşçilerin sayısı	6198	7321	8 259	9 009	8 364	9 838
Müessiselerin geliri, bin AZN	114686,1	153980,9	171255,9	181 047,3	183 055,1	240 112,7

Kaynak: (Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi, 2017: 14).

Azerbaycan`da 2001`de 140 turistik şirket (seyahat acentesi veya tur operatör) vardı, 2017 itibariyle bu sayı 300 civarı turistik şirket, 570 ulaştı . 2016 yılı verilerine göre 548 olan konaklama tesisi sayısı sadece bir yıl sonra 570 olmuştur. Bunlardan en lüks olan konaklama işletmeleri – Excelsior, Hilton, Four Seasons, Fairmont, Hyatt Regency, JW Marriott, Kempinski, Holiday Inn ve diğer konaklamalardır. İsmi geçen bu lüks konaklama işletmelerinin büyük kısmı yabancı yatırımlarla kurulmuştur. Bu tür dünyaca tanınmış otel ağlarının

Bakü'ye gelmesi ve konaklama hizmetleri sunması yabancı turistlerin ülkeye güveni ve turizm imkanlarının olduğu yönünde fikirlerinin oluşumunu etkilemektedir. İç ve dış turistleri daha çok cezbedebilmek için ülkede iki ve üç yıldızlı, maliyet-duyarlı işletmeler de geliştirilmektedir .

AC DİK'in yayınladığı veriye göre, ülkede faaliyet gösteren 272 turistik şirketin 2'si devlet işletmesi, diğer 270'i ise özel işletmelerdir ki, bunların da 251'i yerel, 12'i yabancı, 7'i ise ortak işletilen özel turistik şirkettir. Bu şirketlere örnek olarak, Travel House, Baku Holiday, Yes Travel, First Class, Intourist, Atlantik Group, Master, Online, Holiday Azerbaijan, Dream, ZD, Happy, TAR Tourism, VIP, Global, GO, Ekonom Ülke Turları, Global Safari – Hunting Club of Azerbaijan, Instone International Azerbaijan, Rüzgar Turizm, Buta, 7Days, R-Travel, E-Avia, Royal, CTC, Kings, TravelCase, Ata Travel, Geo, Volcano, Voyage, Karvan, AFN, Dervish, Flame, A La Carte, Alpha, Ebrou Turizm, Atlas, Regea, Xezer, Improtex ve b. gösterilebilir (Turizm ajanlıkları,

<http://www.biznesinfo.az/business/directory/tourism/travelagency/params/ln/az>, 2018).

Bu şirketler sundukları hizmetler ve tekliflerle Azerbaycanlı turistlerin destinasyon seçimlerini doğrudan etkilemektedir. Bunlardan bazıları elektron vize işlemleri de gerçekleştirerek turistlerin işini kolaylaştırıyorlar, örneğin, AtaTravel, Yes Travel, Caspian Travel Agency, Billur Tur, Gilan, Pasha Travel, Galaxy, Gafgaz Travel, Victory Tour vb (The list of travel companies authrized to issue e-visas", <http://london.mfa.gov.az/files/file/travel-companies.pdf>, 2018).

Tablo 4. Seyahat Acenteleri ve Turoperatörlerinin Temel Göstergeleri

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Müəssisələrin sayı	141	170	197	218	243	272
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin sayı, kişi	1279	1473	1 515	1 567	1 308	1472
Müəssisələrin kazandığı gəlir, bin AZN	22634,8	27121,5	29600,9	31 107,1	36 482,2	36 758,30
Satılmış turizm yollayış paketlərinin sayı, adət	42583	62866	65448	66 233	44 615	36 978
ülkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, adət	4045	5121	7078	6 990	4 695	5 842
Ülkədən kənarda səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına, adət	34254	52378	53 771	54 900	38 002	24 368
Azərbaycanda səyahət etmək üçün yabancılardan, adət	4284	5367	4 599	4 343	1 918	6 768

Kaynak: (AC DİK, 2017: 12).

Son yıllarda Azerbaycan'da turizm faaliyetinde kazanılan gelir hacmi alınan ve satılan seyahat formlarının sayısı ve değeri turist sayısı önemli ölçüde artmıştır. Ancak turizm ürünleri üretim harcamalarının büyüme hızı, turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirden daha büyük olması turizm kazancının düşmesine neden oluyor. Gelir ve giderler arasındaki oranın ikincisi lehine yükselmesinin başlıca nedeni turizm iş dünyasındaki sermaye yatırımlarının oldukça yüksek olması gerçeği ile açıklanmaktadır. 2015 yılında Azerbaycan vatandaşlarına yurtdışında seyahat etmek için satılmış tur paketlerinin değeri Azerbaycan topraklarına seyahat etmek için yolculuk yapan yabancı uyruklulara satılan seyahat paketlerinin sayısı ve değerinden 12,6 ve 16,9 kat daha fazla olmuştur. Yani, Azerbaycan Cumhuriyeti'nde gitme turizmi gelme turizmini birçok kez üsteliyor. 2016 yılında ulusal para biriminin devalüasyon, petrol fiyatlarının keskin düşmesi Azerbaycan vatandaşlarının yurtdışında seyahat olanaklarının düşmesine ve genellikle turizm sektörüne büyük ölçüde negative etki göstermiştir. Öte yandan, ABD dolarının AZN'e oranda yükselişi yabancı turistlerin Azerbaycan'a seyahatini ucuzlaştırmıştır. Tahliller gösteriyor ki, Azerbaycan'ın turizm hizmetlerinin kalitesine göre komşusu olan Türkiye'den fiyatlarının ulaşla bilinmesin açınsındansa Gürcistan'dan geride kalıyor. Azerbaycan'ın gayri safi yurtiçi hasılasındaki turizm payı sadece % 4,1 iken bu gösterge Gürcistan'da yüzde %7,5, Türkiye'de ise yüzde %12,3. Azerbaycan'da turizm gelişimini yavaşlatan nedenlerinden biri karmaşık vize prosedürleridir ki, bu yabancı turistlerin vize almak için zaman kaybetmelerine yol açıyor. Dikkat edilmelidir ki, komşu Gürcistan 100'den fazla ülke ile vize rejimini iptal ettiği halde, Azerbaycan Cumhuriyeti, BDT ülkeleri istisna, tüm ülkeler için vize rejimini koruyor. Bu problemin çözümü turistler için büyük önem taşıyor. Yani,

herhangi bir Avrupa vatandaşı Azerbaycan'ı görmek istiyorsa o zaman vize rejimi yüzünden Gürcistan'ı tercih edecektir (Abbasov ve Rüstemova, 2016: 69-80).

Ülkede turizmin gelişmesini sağlamak ve ekonomideki payını artırmak için Azerbaycan hükümeti tarafından farklı politikalar ve programlar uygulanmaktadır. Son zamanlarda ülke turizmindeki artışın ana nedeni bu alandaki yatırımlardır.

3.2. AZERBAYCAN`DA TURİZMİN GELİŞİM PERSPEKTİFLERİ

3.2.1. Azerbaycan`da Turizmin Gelişimi Programları ve Politikaları

Turizmin gelişimi, ülkenin dış politikası, ülke içi ilişkiler ve ekonomik durumu ile bağlıdır. Turizmi her şeyden önce, ülkedeki iç siyaset ve ekonomik durum etkilemektedir. Her ülkenin turizm politikası hazırlanırken, o ülkenin talep ve arz seviyesine dayalı gelişme düzeyi göz önüne alınır. Bu nedenle uluslararası turizmin bölgesel pazarlar ve ulusal pazarların genel ve özel gelişim hatları, arz ve talep oluşum süreci, pazar kapasitesi, piyasa ilişkilerinin incelemek ve uygun adımları atmak önemlidir.

Azerbaycan turizm sistemini dünya turizm sistemine entegre etmesi için organize adımlar atmaya başlamıştır. Bu yönde atılmış adımlardan biri 2001 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Gençlik ve Spor Bakanlığı'nı Spor ve Turizm Bakanlığı'na dönüştürülmesi olmuştur. "2002-2005 yılları arasında Azerbaycan Cumhuriyeti turizm gelişimine ilişkin olarak Devlet Programının uygulanması da ülkede turizmin gelişmesini ve uluslararası turizm sistemine entegrasyonunu hızlandırdı. Bu Program modern standartlara

dayanan otellerin inşasına, ülkenin turizm sektörüne önemli uluslararası yatırımcıların sayısı artırmasına, ülkeye gelen turistlerin sayısının artmasına neden olmuştur.

Uygulanan faaliyetlerin sonucunda ülkeye gelen yabancı turist sayısında her ne kadar artış olsa da, yurtdışına seyahat eden turist sayısını aşmamaktadır. Devlet politikalar ve programlar ülkenin turizm endüstrisinin ana hedeflerinden biride ülke vatandaşlarını yerel pazara yönlendirmek ve daha fazla yabancı turistin ülkeye gelişini sağlamaktır.

Daha sonra "Azerbaycan Cumhuriyeti Turizm Gelişimi 2008-2016 Devlet Programı " hazırlandı. Bu programın hazırlanmasında ana hedef

Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın ilan ettiği ihaleyi kazanan "Caspian Group Consalting" şirketinin profesyonel ekibi tarafından, ABD Ticaret ve Kalkınma Ajansının tahsis edilen ve "Uzun vadeli turizm" kalkınması için master planın, Türkiye'den davet edilmiş uzman çalışanların tekliflerine esaslanarak, bakanlık ekibi tarafından alana kadro yetiştirme, yatakların artırılması, turizm türlerinin gelişmesini sağlamaktır. Programla birlikte, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın kararnamesine göre, "Turizm ve dinlenme bölgeleri örnek niteliğinde Statüsü" hazırlanmıştır. Bu statü esasında bakanlık çalışanları Şubat 2004'te "Turizm ve Rekreasyon Bölgeleri" nde tanımlanması amacı ile bölgelere gönderilmiş il valilikleri ile görüşmüşler.

Turistlere gösterilen hizmetin seviyesinin kaldırılması amacıyla bölgelerde faaliyet gösteren turizm tesislerinde çalışan işçiler için Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan davet edilen uzmanlar tarafından dersler düzenlendi. Bu kurslar yemek servisleri, otel yönetimi vs. bu gibi konuları kapsıyordu. Bu yönde atılan temel adımlardan biri 2006'da Turizm Enstitüsü'nün yaratılması oldu. Turizm alanını da

kapsayan devlet düzeyinde diğer uygulama ise Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının kararnamesi ile onaylanan "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Yoksulluğun Azaltılması ve Ekonomik Kalkınma Devlet Programı" (2003-2005 yılları) dır. Bu programın bir parçası olarak Bakü, Haçmaz, Guba, Şamahı, Şeki, Lankaran'da "Turizm Enformasyon Merkezleri" faaliyete geçti.

2005 yılından bu yana, yurtdışında ülke turizmi tanıtımı için "Euronews", "CNN", Discovery Channel, National Geographic, Seyahat kanalları ülkenin tanıtım çarklarının yayını yapıyor. "British Airways", "Austiran", "AZAL" gibi önemli havayolu şirketlerine ait ticari uçak ve dergiler Azerbaycan hakkında bilgi yayımlanıyor. Bu günlerde Azerbaycan Devlet turizm politikası ekoturizmin geliştirilmesine odaklanmaktadır. Özel korunan doğal alanlar ekoturizm geliştirmek için genişletilmiştir. 2003 yılından bu yana Bakü ve Abşeron yarımadasında çamur volkanları Eldar çamı, Körçay devlet doğa siteleri, Abşeron milli parklı oluşturulmuştur. Ayrıca Akgöl, Göygöl, Şahdağ, Şirvan, Zangezur, Hirkan, Altıağac, Samur Yalama bölgeleri Milli parklar kuruldu (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007: 65-67).

Bunun için, gelişim göstergelerine atıfta bulunmaktadır. Yabancı turistlerin ilgisini çekmek için Azerbaycan'ın turistik şirketleri farklı turizm fuarları, sergilerine katılıyorlar. Bu kapsamda Almanya'nın başkenti Berlinde 6-10 Mart 2013'de gerçekleşen "ITB Berlin 2013" Uluslararası Turizm Fuarına Azerbaycanlı şirketler de katılmış ve ülkenin turistik imkanlarını, potansiyelini tanıtmaya çalışmışlar. Ülke şirketleri genel olarak her sene Brüksel, Milan, Viyana, Madrid, Paris, Şarlerua, Tokyo, Moskova, Berlin, Londra ve diğer şehirlerde uluslararası turistik fuarlarda iştirak etmektedir. Bu fuarlarda katılarak yapılan tanıtım işlemleri ile büyük pazarlara açılmak ve yeni turistler

kazanmak mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm alanında yürüttüğü programların birçoğunu UNDP (BM Gelişim Programı) ile 2004'de imzalanan işbirliği anlaşması gereği gerçekleştirmektedir. Son yıllarda Azerbaycan'ın turizm stratejisi farklı küresel ve uluslararası konferansları ve spor yarışlarını ağırlamakla yeni turist kitlesi cezbetme şeklinde gelişmektedir. Örneğin, 2012'de Eurovision ve FIFA U-17 Kadınlararası Dünya Futbol Kupası, 2015'de Avrupa Oyunları, 2016'da Formula 1, 2017'de İşlam Oyunlarına Azerbaycan ev sahipliği yapmıştır (Azerbaijan-Travel and Tourism, <https://www.export.gov/article?id=Azerbaijan-Travel-and-Tourism>, 2018). 2025'e kadar Azerbaycan dünyanın en çok seçilen 20 destinasyonu sırasında yer almayı planlayan programlar üzerinde çalışmaktadır (Musayev, 2017: 8). Ülkede turizmin gelişimi için yeni resi turistik internet siteler açılmış ve turistik teklifler sunulmaktadır. Bu teklifler yabancı turistleri Azerbaycan'a getirmeğe çalıştığı gibi, Azerbaycanlı turistlerin seyahatleri zamanı destinasyon seçimlerini de etkilemektedir. Azerbaycanlı turistlerin yurtiçi veya yurtdışı destinasyon seçimini etkileyen nedenlerden biri seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin sunduğu imkanlar ve tekliflerdir

Azerbaycan, 2025'de dünyanın en çok seçilen destinasyonlarından biri olma doğrultusunda çalışmakta ve bu kapsamda bir sıra hedefler koymaktadır. Turistik hedeflerden biri 2025'e kadar Avrupa'nın 100 şehri ile direk hava uçuş hatlarının açılmasıdır. Bu hedef turizmin gelişimi için stratejik yol haritasında belirtilmektedir. 2016, Aralık itibariyle 49 Avrupa şehrine direk hava uçuşları gerçekleştirilmekteydi. 2017 Eylül itibariyle faaliyete başlayan "B ta Airways" şirketi bu hedeflere ulaşma yolunda atılan adımlardan biri olmakla, aynı zamanda düşük fiyatlarla uçuşlar teklif ederek, hem Azerbaycan'a gelen yabancı

turistler, hem de yurtdışına giden Azerbaycanlılar için daha rahat koşullar yaratıyor (Azerbaijan to have direct flights with 100 major European cities until 2025”, [https://azertag.az/en/xeber/Azerbaijan to have direct flights with 100 major European cities until 2025-1020367](https://azertag.az/en/xeber/Azerbaijan%20to%20have%20direct%20flights%20with%20100%20major%20European%20cities%20until%202025-1020367), 2018). Böylece gelecekte yurtdışına turistik nedenlerle seyahat yapan Azerbaycanlıların sayısının artacağı bekleniyor.

Azerbaycan`ın diğer devletlerle ikili ilişkilerini geliştirmesi, işbirliği anlaşmaları yapmasıyla turizm alanında da belirli gelişim sözkonusu olmaktadır. Örneğin, Azerbaycan-Portekiz arasında işbirliği protokolü imzalanması için diplomatik görüşler yapılmaktadır ve bu, karşıdan gelen senelerde Azerbaycanlı turistler için Portekiz`in bir destinasyon olarak tercih edilmesine neden olabilir. Portekiz`in Bakü`deki büyükelçisi Paula Leal da Silva`nın sözlerine göre, “Azerbaycan turizm sektörü başarıyla gelişmektedir. Portekiz ise artık uzun yıllardır turizmde popüler destinasyon haline gelmiştir. 10 milyon nüfusu olan Portekiz 2016`da 19 milyon turist ağırlamıştır. Turizmin ülke ekonomisindeki payı %10`dur” (Portekiz Azerbaycan turistleri için daha ulaşılabilir olabilir”, <https://az.trend.az/other/commentary/2736081.html> , 2018).

6 Aralık 2016 tarihli AC Cumhurbaşkanının Fermanı ile onaylanmış “Azerbaycan Cumhuriyeti`nde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritası” nda ülkede turizm sektörünün güncel durumu ve küresel yönelimler, aynı zamanda ülkede turizmin geliştirilmesi için hedef göstergeler ve amaçlar, bu amaçların ulaşılması için öngörülen adımlar gösterilmiştir. Stratejik Yol Haritası`nda gösterilen önerileri aşağıdakilerdir:

- Uluslararası işbirliğinin arttırılması ve farklı ülkelerde ulusal turizmin tanıtımı bürolarının açılması
- Turizmin tanıtımı büroları tarafından Azerbaycan`ın tanıtımı doğrultusunda farklı etkinlikler ve çeşitli tanıtım programlarının gerçekleştirilmesi
- Azerbaycan`da ve yurtdışında geçirilen uluslararası yarışlar ve farklı etkinliklerde ülkenin turizm potansiyelinin tanıtılması ve ülkede farklı festivallerin geçirilmesi
- Azerbaycan`ın ve onun farklı turizm bölgelerinin tarihi, coğrafi ve kültürel özelliklerinin tanıtılması
- Azerbaycan`ın tüm ülke genelinde turistik altyapı, konaklama işletmeleri ve insan kaynaklarının geliştirilmesi için devlet tarafından programların hazırlanması ve uygulanması
- Uluslararası meşhur brand konaklama işletmelerinin Azerbaycan içerisinde geniş faaliyetine imkanlar tanınması
- “Duty free” dükanlar ve serbest ticaret bölgeleri gibi mekanlar oluşturarak Azerbaycan`ın turizm potansiyelinin artırılması
- Azerbaycan`da faaliyet gösteren tur operatörleri tarafından “kendin hazırla” (do it yourself) turistik paketlerin sunulması
- Ulusal havayolları ve ulaşım şirketlerinin uluslararası havayolları ve farklı ulaşım araçları işletmeleri ile işbirliğinin derinleştirilmesi
- Ulusal medya ve marketing şirketlerinin uluslararası medya ve marketing şirketleri ile işbirliği kurması
- Azerbaycan`a seyahat yapan yabancı turistler için ülke-içi tanıtım turlarının düzenlenmesi
- Ülkede alternatif turizm imkanlarının geliştirilmesi ve tanıtımı.

(AC Uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimi için Stratejik Yol Haritası, 2016: 83-98).

3.2.2. Yabancı Turistlerin Azerbaycan'daki Temel Destinasyonları ve İstatistikleri

Yabancı turistlerin tercihi bakımından Azerbaycanda bu bölgeler özellikle göz önüne çıkıyor:

Bakü ve Abşeron turizm bölgeleri Azerbaycan'ın nüfusunun nispeten yoğun bir şekilde yerleştiği ve plansız büyümenin gözlemlendiği bir alandır. Hazar sahilinde büyük bir plaj turizmi potansiyeli olmasına rağmen, turizm 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren büyümeye başlamıştır. Özellikle çok sayıda tarihi ve kültürel tesisin bulunduğu alanda, dünya kültür mirası listesinde yer olan yapıları var. Bakü'de İçeri Şehir Kompleksi (Şirvanşahlar Sarayı, Kız Kulesi, antıkcami, kervansaray vb.), Bibi-Heybat Camisi, Ateshgah Tapınağı, Hazar savunma düzenekleri, kaleler, karvansaralar ve ovdanlar kompleksi, Merdekan Kalesi ve kuleler, Nardaran ve Ramana kuleleri ve diğerleri turistlerin en çok ilgisini çeken tarihi eserlerdir. Şehirden 70 km güneyinde Gobustan Devlet Tarih-Sanat Rezerv, Altıağac Milli Parkı, Abşeron Ulusal Parkı, rekreasyon bölgesi "Paradise Garden" (Hızı). Bakü'nün güneybatısında "Şih" tesis kompleksi faaliyet gösteriyor. Turistler Bakü'den dört yönde: batı, kuzey-batı, kuzeyi ve güneyinde seyahat ediyorlar. Bu bölgedeki hizmet sağlayıcıları diğer bölgelere göre daha üst seviyede olması turistlerin bu bölgeni daha çok tercih etmesine neden oluyor (Soltanova ve Hüseynova, 2007: s 45-46).

Azerbaycan'ın turizm imkanları ile tanınan ve her yıl binlerce insanın dinlendiği bölgelerinden biri Haçmaz'dır. Bu bölge yüksek

dağlar, Hazar Denizi'ndeki ormanlar, zengin doğa, benzersiz yemekler ve gelenekler açısından turistler için caziptir. Bölge nüfusunun ana gelir kaynağı tarım ve turizm. Nabran-Yalama-Hudat yolunda yıl boyunca taze meyve ve sebzeler bulmak mümkündür. İlçe ev yapımı meyve suları ve içecekleri ile ünlüdür. Büyük Alman gezgini Adam Oleari henüz 1636-1638 yıllarında Azerbaycana seferinden yazarken Haçmazda içtiği çeşitli meyve sularını özellikle kaydetmişti.

Haçmaz bölgesinin doğal ve coğrafi konumu onu Azerbaycan'ın en tanınmış turistik yerlerinden biri haline getirmiştir. Burada en çok plaj turizmi gelişmiştir. İlçe merkezinden çok da uzakta olmayan Nabranın adını duyunca adamın gözleri önüne ilk olarak deniz ve plajlar geliyor. Şu anda Nabran Köyü güzel doğası ve misafirperverliği, yüksek turizm standartları ile ünlüdür. Tel köyü, Nabran'a 6 km uzaklıktadır. Bu köy avcılık severler için gerçek bir fırsattır. Köyde çamur volkanları da var. Buradaki yanardağ çamuru çeşitli cilt hastalıkları tedavi yöntemi kullanılıyor. Haçmaz Kültür ve Turizm Şube Müdürü Nazım Ağayev'in bildirdiğine göre, ilçe topraklarında aynı anda 1600 kadar insanı kabul edebileceği 40 turist yerleştirme objesi o cümleden 1 üç yıldızlı, 3 dört yıldızlı otel faaliyet gösteriyor. 2009 yılında bölge 18 minedek turist karşılamıştır. Gelenler çoğunlukla rekreasyonel ve eğlence amaçlı turizmi tercih ediyorlar.

Gebele bölgesi, Azerbaycan'ın kuzeybatısındaki Dağıstan ve Gürcistan sınırında, Şeki-Zagatala ekonomik bölgesinde bulunmaktadır. İlçede ceviz, fındık ve kestane bahçeleri vardır. Dağ yamaçlarında, deniz seviyesinden 1000 m yükseklikte bulunan ünlü kestane ormanlarındaki ağaçların her birinin ortalama yaşı 500 yılı aşkındır. Bu ağaçlardan bazıları devlet tarafından korunan doğal anıtlar listesine dahil edilmiştir.

Cumhuriyetin en yüksek noktasına ulaşan tırmanış rotalarından biri olan Bazardüzü Dağı (deniz seviyesinden 4466 m yükseklikte) bu bölgedir.

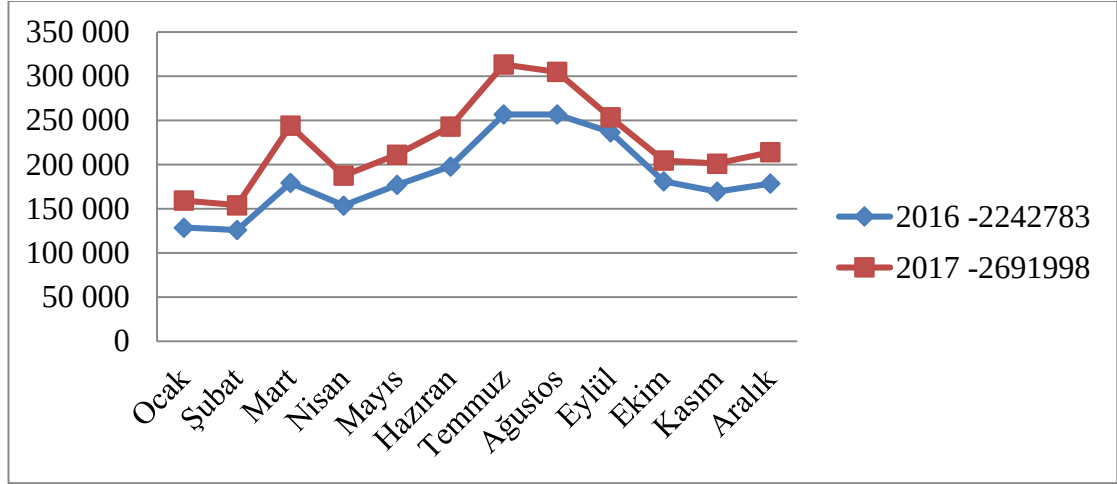
İlçede çok eski tarih, kültür ve mimari anıtlar var. Emirli köyündeki Alban Tapınağı (4. yüzyıl), Nic kendindeki Hacı Garip camii ve Çotari Alban Kilisesi, Hezre köyündeki Şeyh Bedreddin ve Şeyh Mansur türbeleri (15. yüzyıl), Sefili köyündeki türbe (17. yüzyıl), Hamzalı Şıxbaba piri (16. yüzyıl) ve diğer anıtlar Gebele bölgesinde kültür turizmi gelişimi için önemli bir platform oluşturuyor. İlçede turistlerin kalması için uluslararası standartlara uygun bir turizm altyapısı bulunmaktadır. Son yıllarda bölgede en yüksek dünya standartlarını karşılayan yeni turizm kompleksleri, rekreasyon merkezleri inşa edilmiştir. Bu hem yabancı, hem de yerli turistlerin Gebele'ye olan ilgisini artırıyor. Tatillerini Gebelede geçirmek ve bölgeyle tanışmak isteyenlerin sayısı her geçen yıl artmaktadır. Turistler Gebelenin egzotik tabiatına, lezzetli yerel yemeklerin tadına bakmak ve çeşitli kültürleri keşfetmek için bu güzel mekanı ziyaret ediyorlar. Gebele bölgesinin kültür ve turizm departmanı başkanı Nargile Gafarova 2009 yılında yaklaşık 30.000 turistin Gebele bölgesine geldiğini ve bunların yaklaşık 5000'inin yabancı olduğunu söylemiştir. Burada aynı anda 1200 turisti ağırlayabilecek 12 otel ve bir otel tipi turistik tesis bulunmaktadır. Bunlardan “Gebele”, “Gilan” hotelleri ve “Duyma” dinlenme merkezi, 3 yıldızlı, “Kafkas Resort” hoteli 5 yıldızlıdır.

Azerbaycan'ın turizm için elverişli olan en güzel bölgelerinden biri de İsmayilli bölgesidir. Büyük Kafkasya'nın güney eteklerinde yerleşen İsmayilli topraklarında tarihimizin eski dönemlerinin izleri kalmaktadır. İlçede çeşitli zanaat türleri yüksek gelişmiştir ki, bu da İsmayillıyı turistler için ilgi odağı haline geldi.

Bölgede deniz seviyesinden 2500 metre yükseklikte bulunan Lahıc, sanatçıları ile ünlüdür. 19. yüzyılın ortalarında Lahıc`da yaklaşık 200 bakır atölye çalışıyordu. Vaktiyle Lahıc ustalarının yüksek senetkarlıkla yaptıkları ateşli ve soğuk silahlar el-el dolaşmıştır. 19 yüzyılın ilk yarısında Rusya'nın İjevsk silah fabrikasında Lahıc ustalarının tecrübesinden kullanılmıştı. O dönemde Lahıçda 100'den fazla sanat türü bulunmuştur. 1980 yılından müzeye dönüşen Lahıçda o yıllardan yadigar kalan mahalle camileri, Girdiman Kalesi korunan tarihi anıtlar listesindedir. Saf havası, suları can ilacı olan dağ köyü Lahıçda turizm merkezi kurulması zorunludur. Lahıcın her yıl yaklaşık 8 bin ziyaretçisi var. Bunların %80-90'ı yabancısıdır. İran, Rusya, Japonya, İtalya ve İspanya'dan konuklar özellikle Lahıçda dinlenmek istiyorlar. İsmayılı bölgesi Kültür ve Turizm Müdürü Azer Abbasov'a göre, bölgede 600'e kadar konuma sahip 15 turizm eğlence merkezi, otel ve otel tipi tesis bulunuyor. "Yeşil Ev", "Kız Kulesi", "Gaya", "Rizvan", "Çırakban", "Hasanoglular" ve "Shalala" gibi tesislerde yerli ve yabancı turistlere üst düzey hizmet sağlanmaktadır. Geçtiğimiz yıl İsmayılı'da 15.000'den fazla yerli ve yabancı turist dinlenmiştir. (Sultanova, 2012: 8-9).

Azerbaycan her geçen sene daha fazla seçilen turistik destinasyon haline gelmektedir. Ülkeye gelen turist sayısı 2016 yılında bir önceki yıla göre %11.7 artarak 2 248 800 kişi sayısına varan turist konaklamıştır. 2017'nin ilk altı ayında ülkeye gelen turist sayısı 1 513 000, tek bir Temmuz ayında ise 330 bin olmuştur. Ülkeye en çok turist Rusya'dan, daha sonra İran, BAE ve Irak'dan gelmektedir. ("More than 1.5 million tourists visited Azerbaijan in seven months of 2017", https://azertag.az/en/xeber/More_than_15_million_tourists_visited_Azerbaijan_in_seven_months_of_2017-1089857 , 2018).

Şekil 5. Azerbaycana gelen yabancı turistlerin sayını gösteren grafik



Kaynak: (Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi, 2017: 20).

AC DİK'nin 2015 raporuna göre, 2014'de Azerbaycan'a en çok gelen yabancılar %36.7 Ruslar, %29.6 Gürcüler, %14.1 Türkler, %5.9 İranlılar olmuştur.

Tablo 5. Azerbaycan`a Gelen Turist Sayısı ve Harcamaları (2014)

Ülkeler	Toplam Sayı	Turistik amaç	Diğer amaçlar	Turistik amaç (%)	Diğer amaç (%)	Turistik harcam a (milyon AZN)
Rusya	843 851	792 376	51 475	93.9	6.1	347
Gürcistan	699 532	640 072	59 460	91.5	8.5	159
Türkiye	314 476	304 413	10 063	96.8	3.2	232
İran	131 179	126 719	4 460	96.6	3.4	90
Birleşik Krallık	33 563	32590	973	97.1	2.9	55
Kazakistan	29 468	28 171	1 297	95.6	4.4	35
Özbekistan	19 336	18 582	754	96.1	3.9	15
ABD	14 543	14296	247	98.3	1.7	39
Almanya	13 838	13 354	484	96.5	3.5	23
İtalya	9 605	9 134	471	95.1	4.9	19

Kaynak: (AC DİK, 2015: 5-6, 25-2).

Görüldüğü gibi, son yıllarda Azerbaycan`ın turizm sektörü yükselen bir hattla gelişim eğilimi göstermektedir. Bu gelişim ülke genelinde GSYH`nın ve istihdam oranının da artmasına neden olmaktadır. Turizmin gelişimi ile doğrudan orantılı şekilde GSYH %4.5, istihdam ise %3.3 oranında artış göstermiştir. 2025 yılına kadar Azerbaycan`ın turistler tarafından eç çok tercih edileceği temel destinasyonlardan birine dönüştürüleceği beklenmektedir. Bu hedefe

ulaşabilmek ve uzun süreli perspektifte turizm alanının gelişimi sağlamak için belirlenen 4 temel hedef ise aşağıdakilerdir:

- Bakü`nün turizm potansiyelini tam şekilde kullanmak
- Ulusal düzeyde daha iyi bir yönetim geliştirmek
- Bölgesel turistik altyapıyı geliştirmek
- Turizm alanında eğitim programlarına fon ayırmak. (AC

Uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimi için Stratejik Yol Haritası, 2016: 4-5).

SONUÇ

Azerbaycan`da turizm kavramının tarihi eski zamanlara dayansa da, modern turizm 20. yüzyılın başlarından itibaren gelişmeye başlamış, 1991 yılında bağımsızlık elde edildikten sonra ise daha da hızlı şekilde gelişerek günümüzde en yüksek noktasına ulaşmıştır. Azerbaycan ekonomisinin gelişimi petrol-doğalgaz zenginliği ile doğrudan orantılı şekilde gerçekleşmekte ve diğer sektörlere, özellikle turizm sektörünün gelişimine özel dikkat ayrılmaktadır. Azerbaycan, zengin tarihi, kültürel ve doğal atraksiyonları, farklı iklim bölgeleri, deniz-kum-güneş üçlüsü, çeşitli ulusal mutfağı ve diğer özellikleri ile turistleri kendine çekebilme potansiyeline sahiptir. Turizmin daha da gelişimi için strateji ve programlar hazırlanması ve ülke içerisinde turistik altyapının geliştirilmesi, 2011 yılının “Turizm Yılı” ilan olunması, tanıtım ve propaganda çalışmalarının genişletilmesi, yurtdışında, örneğin Türkiye`de 2016`da turizm temsilciliğinin açılması, 2017`den itibaren yeni ulaşım araçları, örneğin “Buta Airways” hava yolları, BTK demiryolu gibi yeni, daha düşük fiyatlı ulaşım araçlarının işleme açılması, her geçen sene Azerbaycan`da daha fazla yabancı turistlerin ağırlanmasını sağlamakla, turizm sektörüne verilen önemi ve yaşanan gelişimi ortaya koymaktadır. 1996 yılında Azerbaycan`a sadece 203 bin civarı turist seyahat yapmıştıysa, 20 sene sonra, 2016 yılında bu rakam 10 kere artarak, 2 milyondan çok turist Azerbaycan`a seyahat yaptığı görülmüştür. Azerbaycan, 2025 yılına kadar dünyanın en fazla tercih edilen turistik destinasyonlarından biri olmak için, bu kapsamda karşıya konulan belirli hedefler doğrultusunda çalışmaktadır. Bu hedeflerden biri 2025 yılına kadar Avrupa`nın 100 şehri ile direk hava uçağı hatlarının açılması ile bağlıdır.

Diğer taraftan Azerbaycan vatandaşları da giderek daha fazla sayıda yurtdışına turistik seyahatlar yapmaktadırlar. Yurtdışına seyahat yapan Azerbaycanlıların ve Azerbaycan'a gelen yabancı turistlerin toplam sayısı, milliyetine göre dağılımı ve tüm diğer göstergeler AC DİK ve yabancı devletlerin istatistik kurumlarının yayınlanmış istatistiklerinden elde edilmiştir. Nitekim, farklı kurumlar tarafından farklı istatistiklerin gösterilmesi araştırma zamanı dakik sonucun elde edilmesine engel olmaktadır. Buna nedenle, baz olarak WTTC, DTÖ ve Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumunun verileri dikkate alınmıştır. 2014'de 2.29 milyon civarı turist Azerbaycanı ziyaret etmiş ve bunların 2.15 milyonu turistik amaçla seyahat yapmıştır. Bunların arasında Azerbaycan'da gönderdiği turist sayısına göre ilk on'da yer alan ülkeler, Rusya, Gürcistan, Türkiye, İran, Birleşik Krallık, Kazakistan, Özbekistan, ABD, Almanya ve İtalya olmuştur. Aynı veri tabanına göre, 2014'de toplam 4.24 milyon civarı Azerbaycanlı yurtdışına seyahat yapmış ve Azerbaycanlıların ana seyahat destinasyonları olarak ise, Rusya, İran, Gürcistan, Türkiye gibi sınır komşuları olan ülkeler ve BAE, Birleşik Krallık, Almanya, Belarus, Ukrayna gibi ülkeler gösterilmiştir.

Genel olarak, turistlerin destinasyon seçimlerini ve davranışlarını etkileyen bir sıra unsurlar vardır ve bunlardan sosyal, psikolojik, ekonomik, demografik ve coğrafi faktörler gösterilebilir. Özellikle, küçük parasal bütçeli turist için konaklama sadece barınma ve beslenme gibi temel ihtiyaçları karşılayabilecek bir mekan olarak görülse de, zengin ve büyük bütçeli turist için bu, her türlü sosyal faaliyeti içerecek ve tam şekilde dinlenmeye imkanlar sunacak bir mekan olmalıdır. Fakat bu faktörlerin hepsinden ziyade, tanıtım ve bilgilendirme düzeyi de önem taşımaktadır. Tanıtım faaliyetleri zamanı insanların ilgisini belirli

bir destinasyona veya ürüne çekmek, insanları ilgilendirmek, ikna etmek, bu destinasyonu tercih etme kararı doğrultusunda harekete geçirmek, pozitif bir izlenim sahibi olmalarını sağlamak için faaliyetler yapılmaktadır. Günümüzde tanıtım araçları sadece geleneksel araçlarla kısıtlı değil ve modern teknolojileri, özellikle sosyal iletişim araçlarını da içermektedir. Son zamanlarda yapılan araştırmalar sonucunda belli olmuştur ki, turistler sosyal medya pazarlamasını ve ikincil olarak cihazlara yönelik reklamları tercih etmekte. Lakin ürünlerin mikro tanıtımından başka, toplu şekilde ülke imajı oluşturduğu için makro tanıtım, yani ülke bazında uygun teknik ve iletişim araçlarının kullanılması ve hedef kitlelerin belli konu veya olay hakkında bilgilendirmesi yapılmaktadır. Bu kapsamda, özellikle Kültür ve Turizm Bakanlıkları, tur operatör ve acenteleri, ulusal havayolları şirketlerinin ortak çalışmaları daha pozitif sonuçlar alınmasına neden olabilir.

Bunların yanısıra, her iyi pazarlama aracı iyi bir ürüne ihtiyaç duymaktadır. İyi bir turizm ürünü, gelişmiş altyapı işletmeleri, iyi bir tanıtım, en esası ise ya kültürel-tarihi, özellikle coğrafi güzellikleri ve özellikleri kendinde taşıyan destinasyona sahip olmalıdır. Bu açıdan bakıldığında doğal güzellikler, iklim, peyzaj düzenlemeleri büyük rol oynadığını görebiliriz. Genel olarak, yaz turizmi için okyanus, deniz, bol güneş, kumlu sahil gibi coğrafi unsurlar, kış turizmi için dağ, bol kar gibi çekiciliklere sahip olan ülkelerde turizm gelişme imkanı daha çoktur. Bunların yanısıra, eriyebilen özelliğe sahip kayaçların varlığı mağara turizmine, uygun debi ve eğime sahip akarsular raftinge, çeşitli hayvan varlığı av turizmine, sürekli ve devamlı rüzgarların varlığı rüzgar sörfüne, uzun ve sık dalgalar dalga sörfüne, yaylaların varlığı yayla turizmine, zengin doğal bitki örtüsünün bulunması ekoturizme veya botanik turizme, sıcak su kaynakları kaplıca turizminin varlığı, yani

sağlık-tedavi turizminin gelişimine imkan tanımakta, bölgenin turistik destinasyon olarak gelişimine potansiyel sağlamaktadır. Turist profillerinin incelenmesi sonucu, büyük kısmının daha çok bu tür coğrafi unsurların var olduğu destinasyonları tercih ettiği görülmektedir. En fazla turisti kendine çeken destinasyonlar, örneğin, Fransa'da Alp dağları, ABD'de Grand Kanyon, İspanya'da Akdeniz ve Atlantik kıyıları, Türkiye'de Akdeniz kıyıları, Kapadokya bölgesi, Rusya'da Kamçatka geyzerleri ve kaplıcaları, Karadeniz kıyıları, Altay dağları, Azerbaycan'da Şahdağ, Tufandağ, Hazar denizi kıyıları en çok turistin seyahat yaptığı mekanlardır. Bunların hepsi birer veya daha çok coğrafi özelliklere sahiptir.

Tüm bunlara rağmen, bazı destinasyonlar ne kadar coğrafi çekiciliklere sahip olsalar da, ulaşılabilirlik unsuru da bir destinasyonun gelişiminde ve turistler tarafından tercih edilmesinde önemli unsur olarak değerlendirilmektedir. Kullanılan ulaşım araçları çeşitlerinin çoğalması, kalitesinin yükselmesi ve rekabetli fiyatların tüketicilere sunulması, daha fazla turistin seyahat yaparak turistik destinasyonlara ulaştırılması amacı taşımaktadır. Lakin ulaşım fiyatlarının çok yüksek olduğu destinasyonlara yalnız zengin ve eğlenceyi seven turistler seyahat yapmaktadır. Örneğin, Azerbaycan'ın bu kapsamda işleyip hazırladığı program ve politikaları, gelecek yıllarda daha fazla turistin kendine çekilmesini hedeflemektedir. Diğer devletlerle işbirliğinin yükseltilmesi de bu açıdan büyük önem taşımaktadır. İşbirliği olmayan ülkeler arasında ulaşımın düşük olması, bu ülkede bulunan turistik destinasyonlara daha az turistin seyahat yapmasına neden olmaktadır. Örneğin, Dağlık Karabağ'ın ne kadar güzel tabiatı olsa da, işgal altında olması nedeniyle Azerbaycanlı turistler tarafından ulaşılamamaktadır. Örneğin, 1.2 milyon yıl öncesine ait olan Axih mağarasında ilk insana ait

kemiklerin bulunması, bu mekanı tarihi ve coğrafi özelliklere sahip olduğu için önemli bir turistik destinasyon olarak geliştirebilirdi. Bunun yanı sıra, terör yaşanan destinasyonlarda turist sayısının azaldığı görülmektedir. Örneğin, Fransa'da 2015 yılında gerçekleştirilen terörün ardından turist sayısı toplam %24, Türkiye'de 2015-2016 yılında gerçekleştirilen terör ve askeri olayların ardından ise turist sayısı toplam %30 civarında azalmıştır. Lakin ülkelerarası işbirliğinin genişletilmesi, kapsamlı tanıtım ve itibarlaştırma çalışmalarının gerçekleştirilmesi, herhangi bir destinasyonun turistik özelliklerinin öne çıkarılması ve başarılı şekilde turizm tüketicilerine sunulması, turist memnuniyetinin artırılması için altyapı ve insan kaynakları potansiyelinin geliştirilmesi, her hangi bir mekanın turistik destinasyon olarak gelişiminde büyük katkı sağlamaktadır.

Azerbaycanın turizm potansiyelinin artırılması için ülke turizmine engel olan genel hususları aradan kaldırmak lazımdır. Bunlar esasen hizmet sektöründeki problemler ve fiyat pahalılığıdır. Hizmet sektöründeki problemleri aradan kaldırmak için bu yönde işçi hazırlayan kurumlarda daha çok yazılı şekilde değilde pratik şekilde öğretim verilmelidir. Bu yönde eğitim alan her kese hizmet sektörünün en aşağıdan başlayarak öğrenile bileceğini aşılacak lazımdır. Bu yöndeki fiyat problemlerinin çözümü ise tam olarak devletin katkılarıyla sağlanabilir. Bu yönde iş yapmaya çalışan şahslara daha düşük faiz oranlı krediler verilmeli ve alınan vergilerde ayrıcalıklar sağlanılmalıdır.

Bütün önemli hususları göz önünde bulundurarak, Azerbaycan ve onun turizm bölgelerinin AC uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimi için Stratejik Yol Haritası'nda da gösterildiği gibi büyük potansiyele ve gelişim perspektifine sahip olduğunu söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ABDULLAYEVA, A. (2011) Azerbaycan Turizmi ve Onun Tebliğinde Kütüphanelerin Rolü, Bakü.

ARAS, O.N. ve SÜLEYMANOV, E. (2010). Azerbaycan İktisadiyyatı, Doğu-Batı Matbaası, Bakü.

AC Uzmanlaşmış Turizm Endüstrisinin Gelişimi İçin Stratejik Yol Haritası, 6 Aralık 2016.

BAHAR, O. ve KOZAK, M. (2013). Turizm Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

BALDEMİR, Ercan. ve BOZKURT, B. (2012). “Konaklama Tesislerinin Performanslarını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Marmaris Örneği”, 13. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

BECKER, S. G. (2004). “Tourism and Economics”, Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism, University of Hawai Press, Honolulu.

MUSAYEV, V. (2017). Azerbaijan Economic Reforms Review, Center for Analysis of Economic Reforms and Communication, Baku.

ERALP, Z. (1983). Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın-Yüksek Okulu Yayınları, Ankara.

GOELDNER, C.R. ve RITCHIE, J.B. (2009). Tourism: Principles, Practices, Philosophies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

GÖKSAN, E. (1978). Turizmoloji, Uğur Ofset, İzmir.

GÜRDAL, M. (1995). Turizm Ulaştırması, Karınca Matbaası, İzmir.

HÜSEYNOV, İ. ve EFENDİYEVA, N. (2007). Turizmin Esasları, Mars-Print, Bakü.

- KANTARCI, K. ve YÖRÜKOĞLU, M. A. (1998). Konaklama İşletmelerinde Ön Büro ve Yönetimi, Detay Yayınevi, Ankara.
- KARACA, B. (2010). Aleksandr Dümanın “Kafkasya Seferi” hakkında, Bakü.
- KOZAK, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- LOHMANN, G. ve PANOSSO Netto, (2017). A. Tourism Theory: Concepts, Models and Systems, CPI Group, UK.
- MEDLIK, S. (1998). The Business of Hotels, William Heinemann Ltd. Publications, London.
- MEMMEDOV, C.A., SOLTANOVA, H.B., REHİMOV, S.H. (2002). Küresel Turizmin Coğrafyası, Mütercim, Bakü.
- MİLL, R. ve MORRİSON, A. (1985). The Tourism System, Prentice-Hall, Inc, New York.
- MOUFAKKİR, O. ve KELLY, I. (Ed.) (2010). Tourism, progress and peace, CAB International, London.
- SARI, C. (2007). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- SPİCHTINGER, N. (1984). “Dünya Konaklama Ensitüsünde Yenilikler”, Otel Yönetimi Semineri, Tebliğ, İstanbul.
- SOLTANOVA H.B. ve HÜSEYNOVA Ş.H. (2007). Turizmin Esasları, Mütercim, Bakü.
- TUNÇ, A. ve SAÇ, F. (1998). Genel Turizm Gelişimi – Geleceği, Detay Yayınları, İstanbul.

MAKALELER

ABBASOV, B. Alıcan ve RÜSTEMOVA, R. Samire (2016). “Azerbaycanda Turizm Biznesinin İnkişafı ve Rekabet Kabiliyetinin Yükseltilmesi Problemleri”, Vergi Dergisi, 3 (129), ss. 69-80.

CONNELL, J. (2006). “Medical tourism: sea, sun, sand and surgery”, Torusim Management, C. 27, S. 6 ss. 1093-1100.

ÇİMAT, A. ve BAHAR, O. (2003). “Turizm sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Dergisi, S. 6, ss. 1-18.

SULTANOVA, M. (2012). Medeniyet, Bakü.

TURİZM BAKANLIĞI (1993). Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı, S. 8.

UNWTO (2008). Tourism Highlights: 2008 Edition, UNWTO Publication Department.

WTTC (2017). Travel & Tourism: Economic Impact 2017: Azerbaijan.

İNTERNET KAYNAKLARI

“Azerbaijan Properties inscribed on the World Heritage List,
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/az/> (erişim tarihi 04.02.2017).

“Azerbaijan-Travel and Tourism”,
<https://www.export.gov/article?id=Azerbaijan-Travel-and-Tourism>
(erişim tarihi: 08.02.2018).

“Azerbaijan to have direct flights with 100 major European cities until
2025”,[https://azertag.az/en/xeber/Azerbaijan to have direct flights wit](https://azertag.az/en/xeber/Azerbaijan_to_have_direct_flights_with_100_major_European_cities_until_2025-1020367)
[h 100 major European cities until 2025-1020367](https://azertag.az/en/xeber/Azerbaijan_to_have_direct_flights_with_100_major_European_cities_until_2025-1020367) (erişim tarihi:
08.02.2018).

“Baku hosts Caspian Energy Tourism Forum”,
[https://azertag.az/en/xeber/Baku hosts Caspian Energy Tourism Foru](https://azertag.az/en/xeber/Baku_hosts_Caspian_Energy_Tourism_Forum-1103862)
[m-1103862](https://azertag.az/en/xeber/Baku_hosts_Caspian_Energy_Tourism_Forum-1103862) , (erişim tarihi: 06.02.2018).

“BMT: Geçen yıl Azerbaycanın turizm gelirleri %89 artmıştır”,
[https://apa.az/turizm_az/bmt-oten-il-azerbaycanin-turizm-gelirleri-89-](https://apa.az/turizm_az/bmt-oten-il-azerbaycanin-turizm-gelirleri-89-artib.html)
[artib.html](https://apa.az/turizm_az/bmt-oten-il-azerbaycanin-turizm-gelirleri-89-artib.html) (erişim tarihi: 28.01.2018).

“İnanç Turizminde Dünya ve Türkiye Destinasyonu”,
[https://cemalakin.wordpress.com/2016/04/26/inanc-turizminde-dunya-](https://cemalakin.wordpress.com/2016/04/26/inanc-turizminde-dunya-ve-turkiye-destinasyonu/)
[ve-turkiye-destinasyonu/](https://cemalakin.wordpress.com/2016/04/26/inanc-turizminde-dunya-ve-turkiye-destinasyonu/) (erişim tarihi: 13.01.2018).

“More than 1.5 million tourists visited Azerbaijan in sevel months of
2017”,

[https://azertag.az/en/xeber/More than 15 million tourists visited Azer](https://azertag.az/en/xeber/More_than_15_million_tourists_visited_Azerbaijan_in_seven_months_of_2017-1089857)
[baijan in seven months of 2017-1089857](https://azertag.az/en/xeber/More_than_15_million_tourists_visited_Azerbaijan_in_seven_months_of_2017-1089857) (erişim tarihi: 10.02.2018).

“Portekiz Azerbaycan turistleri için daha ulaşılabilir ola bilir”,
<https://az.trend.az/other/commentary/2736081.html> (erişim tarihi:
08.02.2018).

Resulov, H. (2015). Turizm Kaynakları Ders Notları, Mingçeçvir Turizm
Koleji, Mingçeçvir, <http://www.mtk.az/content/?i=27&title=turizmin->

ehtitatlari-fenni...turizmin-teshkili-ve-metodikasi (erişim tarihi: 03.02.2018).

“Statistics on outgoing tourists from Azerbaijan made public”,
<https://en.trend.az/azerbaijan/society/2801283.html> (erişim tarihi: 07.02.2018).

“Şirvanşahlar sarayı”, unesco.mfa.gov.az (erişim tarihi: 04.02.2018).

“The list of travel companies authrized to issue e-visas”,
<http://london.mfa.gov.az/files/file/travel-companies.pdf> (erişim tarihi: 08.02.2018).

“Turizm ajanlıkları”,
<http://www.biznesinfo.az/business/directory/tourism/travelagency/params/ln/az> (erişim tarihi: 07.02.2018).

“Yeni yılı yurtdışında karşılamak isteyen Azerbaycan turistlerinin sayının azalacağı bekleniyor”,
<https://az.trend.az/azerbaijan/society/2455524.html> (erişim tarihi: 06.02.2018).