

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ
TURİZM VE OTELÇİLİK

LİSANS BİTİRME TEZİ

Etkinlik turizminin ekonomiye etkisi: formula 1 örneğinde

HAZIRLAYAN

Zaur Erebli

141703005

BAKÜ – 2018

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI

AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

TURİZM VE OTELÇİLİK

LİSANS BİTİRME TEZİ

**ETKİNLİK TURİZMİNİN EKONOMİYE ETKİSİ: FORMULA 1
ÖRNEĞİNDE**

Hazırlayan

Zaur EREBLİ

141703005

Danışman

Öğr.Gör. Mahire EHMEDOVA

BAKÜ – 2018

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə

TƏSDİQ EDİRƏM

“___” _____ 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin Turizm Və Otelçilik (
Turizm İşletmeciliği) ixtisası üzrə

təhsil alan tələbəsi

Zaur Ərəbli Hikmət

(adı, soyadı, atasının adı)

Diplom işinin rəhbəri

Öğr.Gör. Mahire Ehmedova Tahir

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

1.İşin mövzusu: Etkinlik Turizminin Ekonomiye Etkisi: Formula 1
Örneğinde

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

ABBASOVA AFAQ, (2016), "Turizm ekonomik kalkınmanın, sosyal ilerlemenin katkısıdır, " Turizm ve konaklama araştırması; Uluslararası dergisi.

ARGAN MERYEM, (2004), "Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış," Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Sayı:15, No:2, 162-169.

AYMANKUY YAKUT, (2003), Kongre Turizmi Ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara.

Azərbaycan Cumhuriyeti'nde DSK Turizm Türleri, (2011), Turistlerin Konaklama ve Harcamaların Sınıflandırılmasına İlişkin Metodolojik Açıklamalar.

BAHAR OZAN, (2007), "Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri Ve Önemi", Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 19, Ss.1-19.

<https://Azvision.Az/News/82748/Formula-1-Nedir-Ve-Nece-Kecirilir-Arayis.Html> E. Tarihi 01.11.2017

https://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/Turizm_s%C9%99naye_sinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf/ E. Tarihi 29.01.2018

[Http://Www.Goktepe.Net/Turizm-Tarihi-Ve-Turizm-Cesitleri.Html](http://Www.Goktepe.Net/Turizm-Tarihi-Ve-Turizm-Cesitleri.Html) E. Tarihi 03.02.2018

[Http://Medeniyyet.Az/Page/News/37386/.Html](http://Medeniyyet.Az/Page/News/37386/.Html) E. Tarihi 25.05.2018

[Http://Turizm.Fins.Az/Festival/904519/Azerbaycanda-Kechirilen-Festivallar.Html](http://Turizm.Fins.Az/Festival/904519/Azerbaycanda-Kechirilen-Festivallar.Html) E. Tarihi 09.04.2018

5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, certyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 15 cədvəl

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

Dr. Nurhodja Akbulaev Nazirhodja

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	işin hissələrinin adı	Qurtarma faizi		işin yerinə yetirilməsi (yerinə yetirilmə) müddəti
		plan	faktiki	
		üzrə		
1.	Bölüm (Ekim 2017 – Ocak 2018)			
2.	Bölüm (Şubat 2018 – Nisan 2018)			
3.	Bölüm (Mayıs 2018)			

Buraxılış işinin rəhbəri _____

imza

Məsləhətçi _____

imza

Tapşırıqı imza üçün qəbul etdim _____

(tələbənin imzası)

Tapşırıqın 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

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ

ŞEKİLLER LİSTESİ

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE ETKİNLİK TURİZMİ

1.1.TURİZMİN TANIMI

1.2.ETKİNLİK TURİZMİ

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİNDE YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ EKONOMİK ETKİLERİ

2.1.ETKİNLİK TURİZMİNİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ

2.2.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ MONETER EKONOMİK ETKİLERİ

2.3.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2.4.TURİZMİN EKONOMİNİN TEMEL SEKTÖRLER ÜZERİNDE ETKİSİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FORMULA 1 2018 AZERBAYCAN GRAND PRIX ÖRNEĞİ

3.1.AZERBAYCANDA TURİZM PAZARI

3.2.FORMULA 1 2018 AZERBAYCAN GRAND PRİX ÖRNEĞİ

3.3.ARAŞTIRMA AMACI VE KAPSAMI

3.4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.5.ARAŞTIRMA BULGULARI

SONUÇ

KAYNAKÇA

EKLER

ÖZET

Ülkede turizmin gelişmesi bir öncelik olmakla birlikte bu yönde istikrarlı tedbirler alınmakta, devletin istikrar, güvenlik, konukseverlik, modern altyapı, tarihi anıtlar ve turizm desteği de ülkemize uluslararası turist çekmektedir. Çalışmanın amacı, yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye olan etkisini turizm açısından belirlemektir. Bu çalışmanın amacı, harcamaların 2018 Formula 1 Azerbaijan Grand Prix'sine katılan yabancı turistlerin bölge ekonomisi üzerindeki etkilerini ortaya koymak ve arz ve talep kapasitesini belirlemek, turizm işletmelerinin yeterli nitelikte ve özellikte olup olmadığını ortaya koymak, etkinlik turizmin potansiyelini, mevcut durumunu ve sorunlarını tespit etmektir. Bu çalışmada ilk olarak, Azerbaycan turizmi ve etkinlik turizminin ekonomik etkileri belirlemek amacıyla bir inceleme yapılmıştır. Ayrıca ziyaretçi harcamalarının ekonomik etkileri belirlenmiştir. Otel ve tur acentalarda görüşme yapılarak 2018 Azerbaycan Formula 1 yarışmasının turizme etkileri araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Turizm, Etkinlik Turizmi, Ekonomik Etkiler, Azerbaycan, Formula 1 2018 Azerbaycan Grand Prix.

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	i
ÖZET.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE ETKİNLİK TURİZMİ

1.1. TURİZMİN TANIMI.....	2
1.1.1. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	6
1.1.2. Turizmin Ekonomik Etkikleri	6
1.2. ETKİNLİK TURİZMİ.....	11
1.2.1. ETKİNLİK TÜRLERİ.....	12
1.2.1.1. Spor Etkinlikleri.....	13
1.2.1.2. Festivaller.....	14
1.2.1.3. İş Amaçlı Etkinlikler	15

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİNDE YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ EKONOMİK ETKİLERİ

2.1.ETKİNLİK TURİZMİNİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ.....	17
2.1.1. Yatırım Harcamaları.....	24
2.1.2. Operasyonel Harcamalar	26
2.1.3. Ziyaretçi Harcamaları.....	27
2.2.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ MONETER EKONOMİK ETKİLERİ.....	28
2.2.1. Turizmin gelir etkisi	28

2.2.2. Turizmin Ödemeler dengesine etkisi.....	29
2.3.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ REEL EKONOMİK ETKİLERİ.....	31
2.3.1. İstihdam Etkisi.....	32
2.4.TURIZMIN EKONOMİNIN TEMEL SEKTÖRLER ÜZERİNDE ETKİSİ	33
2.4.1. Turizmin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkisi.....	33
2.4.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkisi.....	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FORMULA 1 2018 AZERBAYCAN GRAND PRIX ÖRNEĞİ

3.1. AZERBAYCANDA TURİZM PAZARI.....	36
3.2. FORMULA 1 2018 AZERBAYCAN GRAND PRIX ÖRNEĞİ.....	40
3.3. ARAŞTIRMA AMACI VE KAPSAMI.....	44
3.4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	44
3.5. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	45
SONUÇ	57
KAYNAKÇA	60
EKLER	65

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Etkinlik Türleri.....	9
Tablo 2: Etkinliklerin olumlu ve olumsuz yansımaları.....	10
Tablo 3: Dünyanın önde gelen turizm ülkelerinde ve Azerbaycan’da turist başına maliyetler, dolar.....	24
Tablo 4: Formula 1 dönemi boyunca doluluk oranındaki artış.....	36
Tablo 5: Formula 1 dönemi boyunca pazarlama.....	36
Tablo 6: Formula 1 dönemi boyunca indirimler.....	37
Tablo 7: İşletmelerin gelir artışı.....	37
Tablo 8: Formula 1’in devamı.....	38
Tablo 9: En çok turist gelen ülkeler.....	39
Tablo 10: Formula 1 dönemi boyunca istihdam.....	39
Tablo 11: Tur acentalar.....	40
Tablo 12: Tur acentaların turlarındaki değişim.....	41
Tablo 13: Turlara en çok katılan ülke.....	41
Tablo 14: Turlar.....	42
Tablo 15: Tanıtım.....	42

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sportif Etkinlikler.....	12
Şekil 2: Bakıda Novruz Festivali.....	13
Şekil 3: Kartaca Turizm ile Pasha Travel Azerbaycan’da İş Birliğinde.....	14

GİRİŞ

Uluslararası arenada mevcut turizm potansiyeli, turistlerin sayısız ziyaretlerinin organizasyonu, çeşitli turizm türlerinin geliştirilmesi, yasal ve normatif eylemlerin benimsenmesi, turizm sektöründe küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi ve modern turizm altyapısının yaratılması için hedeflenen önlemler alınmaktadır. Son yıllarda turizm alanında çok sayıda uluslararası etkinlik düzenlendi ve uluslararası rotalar geliştirildi. Literatürdeki çalışmalara baktığımızda etkinliklerin beraber ele alındığı az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu tez çalışması Azerbaycan'da gerçekleşen 2018 Formula 1 yarışmasının ülkemize etkilerini araştırmaktadır. Çalışma kapsamında Baküde otel ve tur acentalara uygulanan görüşmeler sonucu elde edilen verilere dayalı olarak tabi oluşturulmuştur. Bu analiz sonucunda toplanan etkinliklere ilişkin veriler karşılaştırılmıştır.

Araştırmanın amacı turis harcamalarının ekonomiye etkilerinin turizm ve etkinlikler açısından belirlenmesi ve spor turizm açısından çok önemli 2018 Formula ONE Azerbaycan Grand Prisi'ne katılan yabancı ziyaretçilerin yapmış oldukları harcamaların bölge ekonomisi üzerindeki etkilerinin ortaya çıkartılması ve arz ve talep kapasitesini belirlemek, turizm işletmelerinin yeterli nitelikte ve özellikte olup olmadığını ortaya koymak, etkinlik turizmin potansiyelini, mevcut durumunu ve sorunlarını tespit etmektir. Araştırmada mülakat tekniği kullanılmıştır. Konu ile ilgili derinlemesine literatür taraması yapılmış ve bu bağlamda mülakat soruları oluşturulmuştur. 12 sorudan oluşan soru formu hazırlanmış ve yüz-yüze görüşme yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE ETKİNLİK TURİZMİ

1.1. TURİZMİN TANIMI

Turizme dair birçok tanım olmasına rağmen, bu kültürel fenomenin hala kapsamlı bir tanımı yoktur. Seyahat insan yaşamını ve faaliyetlerini karakterize eden bu kavramlardan biridir. Bu kavramlar rekreasyon, eğlence, spor, çevre, bilim, kültür, tarih ve dini anıtlar, farklı ulusların yaşamları ve gelenekleri ile aşinalıktır. İnsanlar seyahat ettiğinde, çevreye dair bilgi zenginleşir, hayal güçleri genişler ve sonunda değişirler. Keşifler ve yolculuklar, yeni coğrafi alanların keşfine yol açtı ve onlara gerekli bilgi ve uygulama hacmini toplama ve özetleme kapasitesini verdi. Turizm ve rekreasyonel ihtiyaçlar, insanların ve doğanın, hatta sanatın güzelliğini ve doğanın insanlara, özellikle ticaretin ve sanayinin gelişmesine ve iletişimine, hatta insanlara ve topluluklara daha yakın olduklarını gösterebileceği faaliyetleri toplusu olan “modern” periyodik faaliyetlerdir. (Efendiyeva, 2007:17).

Turizm, 19. yüzyıldan beri sosyo-ekonomik bir alan olarak büyümektedir. Bu döneme kadar ise turizm kişisel gezi ve seyahat karakteri taşımış, kayıt olmadan, dünyanın farklı yerlerinde seyahat eden insanlara "turist" adını vermişler. 1954 yılında Birleşmiş Milletler toplantısında “Turizm” sözü tartışma edilmiş, onun uluslararası anlamı, kulturoloji ve sosyo-ekonomik önemi belirlenmiştir. Günümüzde, tüm dünya sosyo-ekonomik ve kültürel mirası, küresel ölçekte büyümüşür. Bu yönde Azerbaycanlı bilim adamlarının bazı araştırmaları vardır. Yegane, E.M. Hacıyev, B.E.Bilalovun ve başkalarının isimlerini xüsusi olarak

belirtmek olar. B.E.Bilalov «turizm» kelimesinin anlamını aşağıdaki formada anlatmıştır:

“Turizm-Fransız sözü olmaqla menası gerçek kişilerin geçici olacağı ülkede (bölgede) ücretli faaliyetle meşgul olmamak şartı ile dinlenme, sağlık, tanışma, öğrenme (tarih ve kültür servetlerinden faydalanma ve sair), iş-meslek (görev yükümlülüklerinin yürütülmesi hariç), spor ve dini amaçlarla daimi yerleşim yerlerinden geçici gitmeleridir.Bütün çimerlikler tekniki avadanlıklarla temin edilmiş, turistlerin istirahat ve eğlencesi için her türlü ortam yaratılmışdır.Turistlere hizmetin kalitesine göre İspaniya Fransadan sonra ikinci sıradadır. Şu anda Madrid, Avrupa’da kültür, sanat ve turizm merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Petrol dışı sektör olarak Azerbaycan, bu turizm sektörün gelişmesi için bir önceliktir (Memmedov, 2002:48).

Turizm çok yönlü bir kelimedir. Bu kelimenin ilk basit kavramı rahatlama ve seyahattir. Turizm Fransızca bir sözcüktür ve anlamı yürüyüş, eğlence anlamına gelir. Ancak, bu kelimenin başka anlamları vardır. Örneğin turizm, insanlar dinlendiğinde tüm karmaşık süreçleri belirleyen ve düzenleyen bir faktördür. Aynı zamanda turizm, ülke ekonomisinin bir alanı olarak görülmektedir. Turizmin kaynağı, turizmin gelişimini inceleyen yeni bir bilim olan “turizm” kelimesidir. Turizmin bir diğer anlamı turistler için hizmet alanıdır. Turizm, toplumun gelişimi ile ilgilenme, rekreasyon talebini karşılayabilme ve hizmetlere olan talebi karşılama kapasitesine sahiptir. (<http://medeniyyet.az/>,2018).

Birleşmiş Milletler’in tanımı turizm, dinlenme ve fiziksel niyetlerin restorasyonu ile yeniden tanımlanmaktadır. İnsanlar açısından turizm, rahatlama, yeni izlenimler ve eğlence ile ilgilidir. O, keşfedilmemiş

yerleri, doğa varlıklarını, tarih ve kültürleri, çeşitli ulusların adetlerini aŗkarlamak ve öğrenmek eğilimi ile güçlü ŗekilde insanların hayatına girmiŗti. Turizm, temel olarak bir sosyo-ekonomik alan olarak, on dokuzuncu yüzyılın ortalarından itibaren evrim ge ermeye baŗlamıŗtır. Bu döneme kadar ise turizm kiŗisel gezi ve seyahat karakteri taŗımıŗ, gecelemeden çeşitli bölgeleri, ülkeleri gezen adamlara ‹turist› demiŗler. Turizm dünya ekonomisinde en karlı alanlardan biridir(Elirzayev, 2010:113).

Araŗtırmalar, turizmin dünya çapında her yıl 735 milyar dolar gelir elde ettiğini gösteriyor. Turizmin organizasyonu en aktif dinlenme ve eğlence biçimlerinden biridir, fakat aynı zamanda birçok sosyo-ekonomik, kültürel, politik ve kültürel iŗlevlerin uygulanmasında özel bir rol oynar. Turizm, modern dünyanın sosyal ve ekonomik iliŗkilerini düzenleyen, farklı ülkeler ve halklar arasında karŗılıklı iliŗkiler yaratan, iŗ alanlarının kapsamını geniŗleten küresel bir önem alanıdır. Dünyanın her yerinde turizm, devletler ve uygarlıklar düzeyinde büyük ilgi görüyor. Bu nedenle uluslararası finansal kurum ve kuruluŗlar turizmin geliŗmesine giderek daha fazla ilgi duyuyor. (Hesenov, 2012:115).

Turizm sektöründe dünyadaki her 10 iŗ iden biri olmak üzere 250 milyondan fazla insan istihdam edilmektedir. Toplam yatırımın% 7’si, dünya tüketim harcamalarının% 11’i, vergi gelirlerinin% 5’i ve küresel ticaret hizmetlerinin üçte birini tutmaktadır.  lkeler arasındaki yakınlama, ekonomik ve kültürel iliŗkiler ve karŗılıklı anlayıŗta turizm vazgeçilmez bir role sahiptir. Bu nedenle, turizmin geliŗmesi zamanımızın en önemli konularından biridir. Günümüzde turizm sektörü, dinamik olarak geliŗen uluslararası ticaret biçimlerinden biridir. Geçtiğimiz on yıl boyunca, yabancı turistlerin seyahatlerinin yıllık, yıllık

ortalama % 12'lik bir artışla ortalama artışı % 4,3'e yükseldi. 1950'den 1995'e kadar, yabancı turistlerin sayısı (DTÖ verilerine göre) yılda 22,6 milyon olmakla 25 milyondan 560 milyona'ya yükseldi. Uzmanlara göre, dünya çapında turistik yerlerin sayısı 2020 yılına kadar 1602 milyona ulaşacak. Uluslararası turizmin gelirleri 1995 yılında 399 milyon dolara, 1998'de 444,7 milyon dolara ve 2000'de 476 milyon dolara ulaştı. Ve 2020'de 2 milyar dolar olması beklenmektedir. Turizm gelirleri devlet gelirlerinin ayrılmaz bir parçasıdır ve turizm ekonomisi ekonomik politikalardan kaynaklanmaktadır. Ona göre de her bir ülkenin turizm sahəsi onun ekonomik, sosyal potansiyalinin formalaşmasına ve yönetilmesine etki etmektedir. Turizmin gelişmesi her ülkenin ekonomik stratejisinin bir parçası olduğuna göre onun formalaşması, dinamikleri, strukturu o ülkenin uygun yapıları ile sınırlanmakta. Turizmin gelişmesi, birçok ülkede stratejik bir rol oynamaktadır ve bu rol, GSYİH içindeki turizmin özgül ağırlığı ile ölçülmektedir. Böylece, turizm gelirlerinin GSYİH'ye oranı, turizm kaynaklarının tüketim kaynaklarına oranı, turizmin ülkenin potansiyel potansiyelini şekillendirmedeki rolünü değerlendirmektedir. Bazı ülkelerde turizm gelirleri % 30-% 40'a çıkabilir (<https://azertag.az>, 2018).

Turizm ekonomisi, stratejik trendlerin çözümü için pazardan en iyi şekilde yararlanmak için iyi bir fırsattır. Turizmin ön koşullarını arazi ve toprak ekonomilerini belirler. Altyapı projelerinin, yatırım teşviklerinin ve bazı ülkelerin kredi programlarının geliştirilmesi bölgenin turizm potansiyelini artırıyor. Genel ekonominin gelişmesini teşvik etmek ve nüfusun istihdamını teşvik etmek için turizm düzenlenebilir. Bu nedenle ekonomiyi ve turizm sektörünü sistematik olarak değerlendiririz. GSYİH da turizmin yeri, özel ağırlığı, insanların istihdamdaki rolü,

doğal kaynakların, para kaynaklarının ekonomik dolaşıma dahil olunması derecesi turizmin rolünü belirleyen göstergelerdir. Ülke ekonomisi ile turizm birbiriyle ilişkilidir. Toplam ekonomik faktörler turizm üzerinde olumsuz ve olumsuz etkilere sahiptir (Hüseynov, 2007:123).

1.1.1.Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Olumlu etkiler şunlardır:

- Gerçek gelir artışı. Gerçek gelirlerdeki artışla birlikte, tüketicilerin emrinde daha fazla para vardır ve sonuç olarak turizm talebi artar;
- Gelirlerin daha geniş dağılımı. Toplumdaki gelir arttıkça, daha fazla insan turizm ürünlerini alabilir;
- Sabit döviz pozisyonu. Döviz kuru istikrarlıysa, nüfus büyük miktarlarda satın alabilecektir. Böyle bir durumda tatilinizi planlamak kolaydır.
- Turizmin olumsuz etkileri:
- Ekonomik krizin etkileri; - İşsizliğin arttırılması, ücretlerin azaltılması vb.
- Para birimi istikrarsızlığı. Yabancı paranın döviz kuru daha yüksek ise, nüfus daha az alacak. Bu, bu nüfusun yabancı ülkelere seyahat edeceği anlamına geliyor. Turizmin bölge ekonomisi üzerinde büyük etkisi vardır. Turizm, toplum üzerinde üç ana etkiye sahiptir: ekonomik, sosyal ve insani yardım (Hesenov,2012:115).

1.1.2.Turizmin Ekonomik Etkikleri

Ekonomik bir etki olarak turizm, iki şekilde görülmektedir:

- Bir ekonomik kompleks olarak. Yüksek düzeyde küresel ekonomik ilişkilerin, süreçlerin ve ilişkilerin gelişimi olarak açıklanmaktadır;
- Ekonomik büyüme için önemli bir katalizör rolünü oynamaktadır.

Modern Dünyada Turizm:

- Endüstriyel form;
- Saklanabilen ve iletilebilen bir hizmet olarak hizmet eder;
- Yüksek verimlilik ve yatırımın hızlı geri dönüşü (ROI);
- Yeni alanların ekonomik gelişiminin öncüsü olarak kabul edilir;
- Doğa ve kültürel mirası korumak için etkili bir araç olarak hareket eder;
- Neredeyse tüm ekonomi alanlarına ve her türlü insan faaliyetine karşılık gelir (<http://medeniyyet.az/>,2018).

Gelişmiş ülkelerde yabancı turizmin, demir ve demir dışı metallerin uluslararası ticaretinden elde edilen gelirden iki kat fazla olduğu bilinmektedir. Turizm gelirleri, ziyaret sırasında ziyaretçilerin toplam tüketim maliyeti olarak tanımlanan seyahat harcamaları sonucunda ortaya çıkmaktadır. Turist masrafları şunları içerir: (Elirzayev,2010:113).

- Karmaşık seyahat;
- Eğlence ve tur paketleri;
- Yerleştirme;
- Beslenme ve içecekler;
- Ulaşım;
- Eğlence, kültür ve spor aktiviteleri;
- Seyahatin ayrılmaz bir parçası olan sarf malzemeleri;
- Tıbbi hizmetler vb.

Yukarıda belirtilen turizm harcamaları ekonomiyi doğrudan etkilemektedir, yani turizmin ekonomik faaliyeti milli gelir oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Genel olarak, ülke ekonomisini ve toplumunu etkileyen alanlar şunlardır:

Bir turist işletmesinin kurulması, müşterilerin ürün ve hizmetlerini, çalışanlara maaşlarını ve diğer ödemeleri, hissedarlardan elde ettikleri gelirleri, devlet vergileri ve ödemeleri sunmasından kaynaklanmaktadır. Turizm, yeni bir tüketici talebi biçimini yaratmaktadır. Çeşitli ürün ve hizmetler için turistlerin talebi, yerel endüstrilerin gelişimine katkıda bulunur. Bu sayede tüketim malları üretimi ve nüfusun yaşam standardı artmaktadır (Abbasova, 2016: 114).

Turizm sayesinde, aşağıdakiler dahil yerel işletmeler gelişmektedir:

- Kültür ve eğlence (müzeler, sergiler, anıt kompleksleri ve anıtlar, şov dünyası, film işi) ki bu da bölgeye ve yerel nüfusa vergi yoluyla;
- Taşımacılık şirketleri ve firmaları (toplu taşıma, araba kiralama, gezi otobüsleri, iç hava yolları, esas olarak turizm gelirlerine odaklanma);
- Hatıra yapımı turistik ekipman, halk işçiliği üreten işletmeler (bu tür işletmelerin ürünleri dünyanın dört bir yanındaki turistleri hedef almaktadır).
- Döviz alanı. Turizm erdemli bir döviz akışını teşvik ediyor. Ayrıca, döviz kazancı sadece turist paketi için değil, aynı zamanda turistlerin günlük giderleri, ek hizmetler için ödeme, vb. İçindir. turizm merkezlerinde döviz bürolarında para değişimi şeklinde.
- Üretim altyapısı. Turizm, sadece turistler için değil, aynı zamanda yerli halk için de kullanılabilecek rekreasyon yapısını yaratır. Yeni turizm merkezlerinin oluşumu, ürün ve eğlence tesislerinin, altyapı

ve altyapıların oluşturulmasının yanı sıra, tüketici piyasasını ve diğer iş faaliyetlerini de olumlu yönde etkileyecek yollar ve plajların oluşturulmasına eşlik ediyor. Gelişmiş turist altyapısı, bir veya daha fazla bölgedeki yerli nüfusun yaşam standardının bir göstergesidir (Abbasova, 2016: 115).

Turistlerin kaldığı yerde yatırılan para, bulundukları ülkeye gelir getiriyor. Bu zincirleme reaksiyona yol açar: maliyetler, gelirler, harcamalar, vb. onunla birlikte gelir. Fonların ilk cirosuyla kazanılan her bir manat, işletme hesabından çekilir. Böylece, üçüncü şahıslar hala seyahat şirketleri için bazı malların tedarikçileri olarak hareket ediyorlarsa yeni gelirler turist harcamalarının yarattığı ana gelir nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, kazanç yeni gelirler oluşturulur. Turizm, ülke için gelir kaynağının yanı sıra büyük nüfusların kendi ürünlerini üretme yeteneklerini de desteklemektedir. Birçok turist, turistlere hizmet vererek aile gelirini sağlıyor. Deneyimler, artan turizm dünyasında, nüfusun yaşam tarzı ve gelir getirici alışkanlıklara karşı daha savunmasız olduğunu göstermiştir. Turizmin gelişimi, ülkenin ekonomik potansiyeli, nüfusun turizm ihtiyaçları ve geri ödeme için kaynak potansiyeli tarafından belirlenir. Ülkede kalkınma için turizm eksikliği vardır (<http://medeniyyet.az/>,2018).

Avantajları şunlardır:

- Nakit akışı da dahil olmak üzere ülkeye nakit akışı;
- Yeni iş yerleri açmak;
- Yerli ve yabancı turistlerin kullandığı yeni bir rekreasyon ve reform biçimi yaratmak.

- Sermaye çekiciliyi yaratmak. Yabancı yatırımı ülkeye getirmek için bir ortam oluşturuldu. Tatmin edici olmayan özellikler aşağıdaki sonuçları etkiler:
- Yerel nüfusun maliyeti azalmakta ve doğal kaynakların ve çevrenin geri dönüşümünün maliyeti artmaktadır.
- Yabancı ülkelere para akışına neden olur;
- Sosyal ve çevresel sorunları etkiler.

Turizm gelişiminin karmaşık ve sistematik bir tanımı, göstergelerinin plan ve perspektif dinamiklerini vermektedir. Uluslararası turizm yıldan yıla gelişmektedir. Tahminlere göre, turizm 2020 yılına kadar en yüksek gelişme oranına ulaşacak. O yıl dünya çapında turist sayısı 1,5 milyarı geçecek ve bu, mevcut dönemden iki kat daha fazla olacak. Dünyadaki gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğu kentsel akış ve işsizlik gibi önemli sorunlarla karşı karşıya olduğundan, turizm sektörü hem yatırım hem de yeni işlerle mevcut sorunların çözümünde önemli bir rol oynamaktadır. Bu özelliklere göre, turizm sektöründe son yıllarda yapılan yatırımlar, diğer hizmetlere yapılan yatırım hacminin çok üzerindedir. Turizmde bir iş kurmak için gerekli olan malzeme miktarının diğer alanlara kıyasla nispeten düşük olduğuna dikkat edilmelidir. Genel olarak, turizmin gelişimi aşağıdaki alanlarda sosyal, ekonomik ve teknolojik açıdan önemlidir (Abbasova, 2016: 118):

- Turizme dayalı yeni işletmeler yaratıldı ve işletmeler oluşturuldu.
 - Yerli halk ek gelir ve kar kazanabilir.
 - Daha fazla yerel ürün için artan talep.yeni Pazar oluşturmak
 - Ülkede turizmin gelişmesi için yeni bir altyapı oluşturulmuştur.
- Ayrıca, tüm servis tesisleri, yardımcı programlar yükseltilmekte.

- Turizmin gelişimi ile ilgili yeni uzmanlık ve teknolojiler yaratılmakda.
- Çevreyi korumanın önemi daha iyi anlaşılmış ve bu doğrultuda toplum temelli çalışma yürütülmektedir.
- Toprağa karşı tutumlar iyi bir şekilde önemli ölçüde değişmekte ve bakımı artmaktadır.
- Devlet düzeyinde sağlık hizmetleri de yeni bir kalite temelinde geliştirilmekte ve dünya standartlarına uyarlanmaktadır. Böylece toplumun yaşamında radikal bir gelişme var(<https://az.trend.az>).

1.2. ETKİNLİK TURİZMİ

Ülkede turizmin gelişmesi bir öncelik olmakla birlikte bu yönde istikrarlı tedbirler alınmakta, devletin istikrar, güvenlik, konukseverlik, modern altyapı, tarihi anıtlar ve turizm desteği de ülkemize uluslararası turistleri çekmektedir. Turistlerin banka kartlarına yüzde 70 daha fazla harcamaları ilave olmuştur. Turist sayısı sadece yüzde 20 artmasına rağmen harcanan para yüzde 70 arttı. Bu çok olumlu. Turizmin ülkeye para kazandırmasıyla turizm bir tür ihracattır. Yeni 2015 Avrupa Oyunları, dünya çapında birçok ülkeyi şaşırttı. Ek olarak İslami Dayanışma Oyunlarının 2017'yi de göstermek mümkün. Bu önlemler sayesinde ülkemiz dünyayı daha yakından tanımak mümkün olmuştur. Örneğin, Bakü Avrupa Oyunlarına 50'den fazla ülke katıldıysa, en azından bu oyunlar dünya çapında yaklaşık 56 ülkeye televizyonda canlı yayınlanmış ve bu dönemlerde Azerbaycan kültürü ile ilgili reklam aralıkları yayınlanmıştır. Bu mega olayın başlangıcında bile, Azerbaycan tarafından geçirilen kültür tarihinin evrimsel aşamaları, tüm dünyanın hayrete düştüğü kadar muhteşimdi. Bu arada, misafirler 56 ülkeden

geldi. Bu da Azerbaycan’da turizmin gelişmesinde de vazgeçilmez bir rol oynamıştır (<https://azertag.az>, 2018).

Tablo 1: Etkinliklerin olumlu ve olumsuz yansımaları

Etki türü	Olumlu	Olumsuz
Ekonomik	• Daha yüksek yaşam standardı • Daha yüksek harcama • Daha yüksek gelir • Artan para sirkülasyonu • İstihdam yaratma • Spekülatif kazançlar • Mülkiyet edinme teşviği • Kentsel dönüşüm • Artan sermaye(yatırım)	• Adaletsiz gelir paylaşımı • Etkinlik sırasında fiyat artışı/enflasyon • Gelir ve giderlerde mevsimlik etkiler • Mevsimlik, düşük ücretler, vasıfsız ve kalfa düzeyinde yarı-zamanlı istihdam • Emlak ve kira bedellerinde artış, emlak spekülasyonu • Çevre sakinlerinin yaşadıkları alanların turist konaklama alanlarına dönüştürülmesi • Ticari sponsorlara ve devlet sübvansiyonuna güven • Vergi kaçırma
Turizm / Ticaret	• Yatırım fırsatlarına teşvik • Büyüme katalizörü • Sponsorluklar yoluyla marka promosyonu • Dünya çapında tanınma • İmaj kazanma ve yenileme • Destinasyon/Bölge bilinci • Bölge hakkındaki farkındalığın artması • Artan ziyaretçi sayısı • Statik çekicilik ve tesislerin animasyonu • Turistik ürünlere değer katması ve ürün çeşitliliğini arttırması • Turistik ürünleri rakiplerinden ayırması • Mevsimlik artışları genele yayması	• Yöreselliğin kalkması • Rekabet artışı • İmaj kaybetme (yetersiz hizmet/tesis veya kötü uygulamalar sonucunda kötü şöhret) • Yolcuların geçici olarak yer değiştirmesi • Etkinliklerin, genel turizm ürünlerinden daha fazla planlama ve araştırma gerektirmesi • Etkinliklerin önemli derecede promosyonel çalışma gerektirmesi • Yerel insan gücü ve hükümet desteği için yeni rekabet koşullarının oluşma ihtimali sonucunda bölgedeki mevcut girişimde oluşacak negatif reaksiyonlar • Konaklama sektöründe aşırı doluluk

Kaynak: (Eryılmaz, Cengiz, H. 2012: 81)

1.2. 1. ETKİNLİK TÜRLERİ

Son birkaç yıldır Azerbaycan uluslararası kültürel etkinliklere, siyasi etkinliklere ve spor etkinliklerine ev sahipliği yaptı. Bütün bunlar ülkemizdeki ilgiyi artırıyor. Azerbaycan’a seyahat eden turistler, farklı sosyal geçmişlerden birçok ülke ve insanı görebilir. Bugün, ülkemizi iş amaçlı ziyaret edenlerin sayısında da bir artış var. Yeni kurulan Ulusal Turizm Propaganda Bürosu bu yönde aktif olarak çalışıyor. (<http://www.1news.az>, 2018)

Tablo 2: Etkinlik Türleri

KÜLTÜREL KUTLAMALAR - Festivaller - Karnavallar - Dinsel Etkinlikler - Törenler - Tarihi Törenler ve Merasimler SANAT/ EĞLENCE - Konserler - Diğer Gösteriler - Sergiler - Ödül Törenleri İŞ AMAÇLI / TİCARİ - Fuarlar, Pazarlar - Ticari Gösteriler - Sergiler - Toplantı ve Konferanslar - Tanıtım etkinlikleri	SPOR ETKİNLİKLERİ - Profesyonel - Amatör EĞİTİMSEL VE BİLİMSEL - Seminerler, Workshop - Kongreler REKREASYONEL - Eğlence amaçlı oyunlar ve spor etkinlikleri - Eğlence Etkinlikleri POLİTİK - Resmi Törenler - VIP Ziyaretler	ÖZEL ETKİNLİKLER - Bireysel Kutlamalar - Yıldönümleri - Aile tatilleri - Partiler, Galalar - Rezonans
--	---	--

Kaynak: (Deniz.Y, 2013: 168)

1.2.1. 1. Spor Etkinlikleri

Bakü'deki prestijli uluslararası yarışmalar tüm dünyanın ilgisini çekmektedir. Bu oyunlar büyük bir spor, dostluk, kardeşlik simvolu taşımaktadır. Azerbaycan tüm Müslüman ülkelerden önde gelen sporcuları kabul etti. Burada oynanan oyunlar, Azerbaycan'ın gücünü bir kez daha gösterdi. Azerbaycan'ın dünya ölçeğinde büyük bir spor devleti olduğunu gösterdi. Azerbaycan takımı 2015 yılında Avrupa Oyunları'nda ikinci ve 2017'de İslami Dayanışma Oyunlarında ikinci sırada yer almaktadır. Üç binden fazla sporcu, binlerce uzman, misafir ve oyun katılımcıları Azerbaycan gerçekleri ile tanıştı ve bu yıl Bakü'de Formula-1 yarışının üçüncü kez yapıldığını da belirtmeliyim. 20 yarış arasındaki bu yarışmalar yılın en iyi yarışları olarak kabul edilmiştir. Bu bizim büyük başarımız olmuştur. Birçok "Formula-1" yarışından farklı olarak, bu bir şehir yarışıdır ve aynı zamanda Bakü'nün güzelliğini tüm dünyada gösterir, yarım milyar izleyici tarafından izlenir. 2016 yılına

kadar ülkemize gelen turist sayısının 2017'nin 11 ayında yüzde 20 oranında artması tesadüf değil. Tabii ki bunlar sadece Formula 1 değil, halkımızın gelişimi, istikrarı, güvenliği, misafirperverliği, modern altyapısı, kentimizin güzelliği, modern oteller, vize rejiminin sadeleştirilmesidir. Aynı zamanda, Formula 1'in ülkemizin propagandası için nadir bir olay olduğunu düşünüyorum. Yani, beş yüz milyon seyirci bu yarış düzenli olarak izliyor ve Bakü'nün Azerbaycan'ın güzelliğini görmektedirler (<http://medeniyyet.az/>,2018).

Şekil 1: Sportif Etkinlikler



Kaynak: <http://www.balikesirspor.web.tr/> 11.11.2017

1.2.1.2. Festivaller

Festivaller, farklı turizm alanlarına adanmış, yerli ve uluslararası turizmin gelişimini desteklemektedir. Dünya çapında festivaller düzenleyen Azerbaycan turizm potansiyelini artırmayı hedeflemektedir. Kuruluşlar ayrıca yerli ve yabancı turistler için büyük fırsatlar yaratmanın yanı sıra ulusal gelenekleri ve ulusal mutfak örneklerini tanıtmak için yeni fırsatlar yaratmaktadır.(Yakın E,2011,46)

Geçtiğimiz yıl bölgelerimizde düzenlenen festivaller, yerli halkla birlikte yabancı ülkelerden gelen turistlerin ilgisini çekti. Bu olaylar, Azerbaycan halkının gelecek yüzyıllara gelmesi için sahip oldukları zengin değerlerin korunmasıdır. (<http://turizm.fins.az>, 2018)

Şekil 2: Bakıda Novruz Festivali



Kaynak: <https://www.gettyimages.com> 10.05.2018

1.2.1.3. İş Amaçlı Etkinlikler

Yurtdışında iş seyahatlerini kapsayan iş turizmi, modern zamanlarda turist akışının ana trendlerinden biri olarak kabul edilir. Bu umut verici turizm türü, toplantı, kongre ve konferanslar, ticaret ve bilimsel-teknik işbirliği toplantıları, propaganda ve kampanyaların yanı sıra çeşitli

alanlarda faaliyet gösteren şirketler arasında uluslararası sergilere ve fuarlara ziyaretleri içermektedir.

Son yıllarda, iş turizmi ülkemizde gelişen turizm türlerinden biridir. 2013 yılında, bu turizm türünü tanıtmak ve geliştirmek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde Azerbaycan Kongre Bürosu kurulmuştur. 6 Aralık 2016 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararı ile onaylanan “Azerbaycan Cumhuriyet’nde Özel Turizm Sektörünün Gelişimi Stratejik Yol Haritası” na iş turizminin gelişmesine destek verildi (<http://medeniyyet.az/2018>).

Şekil 3: Kartaca Turizm ile Pasha Travel Azerbaycan’da İş Birliğinde



Kaynak : <http://www.turizmguncel.com> 13.05.2018

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİNDE YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ EKONOMİK ETKİLERİ

2.1.ETKİNLİK TURİZMİNİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ

Şu anda, ekonomik faaliyetin önemli bir alanı olarak turizm büyük önem taşımaktadır ve bir dizi karakteristik özelliğe sahiptir. Turizm, bir bütün olarak toplumun çıkarlarının, mikro ve makro düzeylerde bir gelir kaynağı olarak çıkarlarının bir göstergesidir. Altyapı, yerel sanayi ve folklorun gelişimine katkıda bulunan, otellerin inşasını hızlandıran bir tür iş dostu faaliyet olduğu için bu alan, ülkede ilave işlerin açılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (2020) tahminlerine göre, turist sayısı 1,6 milyara ulaşacaktır. Turizm gelirleri ise 2 trilyon dolar gelire ulaşacaktır. Ülkenin GSYİH oluşumu ve dış ticaret dengesi için turizm çok önemlidir. Ancak turizm, ulaşım ve iletişim, inşaat, tarım, tüketim malları ve diğerlerine odaklanmaktadır. Alanlar üzerinde güçlü bir etkisi vardır ve sosyo-ekonomik kalkınma için özel bir katalizör görevi görür.

Aynı zamanda, bölgenin kendisi de demografik, doğal-coğrafi, sosyo-ekonomik, tarihsel, dini, politik ve yasaldir. (www.azerbaijan-news.az/ 2018)

Dünya Ekonomik Pazarı verilerine göre, turizmin ekonomik kalkınma göstergeleri, çoğu ülkede dinamik olarak gelişmekte olan bölge olarak istikrarlı bir şekilde artmaktadır. Bu yönde özel eğitime sahip olmayan birçok işçi var. Ancak bu, turizmde yüksek vasıflı emeğin kullanılmadığı anlamına gelmez. Aksine, turizm geliştikçe, daha nitelikli, profesyonel çalışanlara talep artar ve coğrafi kapsamı, ekonominin diğer alanlarına

göre genişler. Dünyada turizmin gelişmesi, bilimsel ve teknolojik ilerleme, nüfusun yaşam standartları ve etkin eğlence, tatil, ekonomik ve politik istikrar gibi faktörleri etkilemektedir (Mehpare.T.A, 2013: 2-32). Yurt içi turizmin yanı sıra, dış turizmin gelişimi de her ülkenin ekonomisinin temelini oluşturuyor. Son yıllarda iş seyahatleri, emekliler ve yaşlı gezginlerin rolü artmıştır. Bu bağlamda, uluslararası turizmin gelişimi birçok faktörle açıklanabilir: (www.azerbaijan-news.az/ 2018)

- Ekonomik kalkınma ve sosyal ilerlemenin sonucu olarak iş ve faiz artışına ilişkin ziyaret sayısını arttırmak;
- Her türlü ulaşımın iyileştirilmesi yoluyla seyahat maliyetinin azaltılması, nüfusun tüm katmanlarının kullanılması için elverişli koşullar yaratılması;
- Bu, ekonomik olarak gelişmiş ülkelerdeki çalışan ve asker sayısını artırmakta, maddi ve kültürel düzeylerini arttırmakta, ilişkilerini ve ahlaki değerlerini yönlendirmektedir. Ayrıca, çalışanların iş gücü ve uzun süreli tatillerinde yoğunlaşması, daha fazla boş zaman aktivitesi için temel oluşturmuştur.

Devletlerarası ilişkilerin ve kültürel değişimlerin genişlemesi, turizm gelişimini hızlandırdı. Hizmetin gelişmesi, telekomünikasyon, genişletilmiş coğrafya ve turizm değişimlerinin ölçeğinde teknolojik ilerlemeyi teşvik etti. Son olarak, para çekilmesi ve sınır ilişkilerinin sadeleştirilmesi üzerindeki kısıtlamaların hafifletilmesi turizmin gelişmesini teşvik etmiştir. Uluslararası ölçekte turizmin gelişmesi için ekonomik fırsatlar, farklı ülkelerde örgütsel ve ekonomik süreçlerin geliştirilmesi için elverişli koşullar yaratmıştır. Birçoğu için uluslararası turizm aşağıdakileri içerir. (Eryılmaz,S., 2012: 77-96):

- Önemli bir para girişı kaynakları;
- Ödemeler dengesinin artırılmasında teşvik edici bir faktör;
- Birçok sektörün (turizm sektörüne hizmet eden yeni işletmeler ve alanlar) geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesinde güçlü bir ivme.

Ekonomik ilişkilerde turizme üretim, mal alışverişı ve dağıtımı alanında bir dizi halkla ilişkiler toplusu, bazı endüstrileri ve ekonomik faaliyet türlerini içeren ülkenin ulusal ekonomi kompleksinin bir kısmı, turizm mallarının üretimi, tüketimi, dağıtımı ve değişimi konusunda bir sosyal bilim öğrenme davranışı olarak kabul edilir. Ekonomistler bu alanlarda gerçekleşen süreçleri analiz eder ve bireyler, kuruluşlar ve genel halk için sonuçlarını tahmin ederler. Turizm ekonomisi sistemi, insanların, ailenin, şirketin ve toplumun her düzeyindeki ihtiyaçlarını karşılamak için turist hizmetlerinin üretimi, dağıtımı, değişimi ve tüketimi gibi insanların davranışlarını araştıran modern bir ekonomik kuramdır. (Argan M., 2004: 162-169).

Bu durumda turizm, ulusal ürünün ülke içinde yeniden dağıtımında aracı rolünü oynar. Seyahat ettikleri ülkelerde, turistler yerel ürün ve hizmet satın alarak ve bu ülkelerde yeni işler yaratarak yerli ürünlerini artırıyorlar. Modern turizm öncelikle ekonomik bir ifade alanıdır; hasat edilemeyen veya taşınamayan turistik mallar ve hizmetler olarak; yeni işler, ulusal ekonominin hızlı gelişimi için elverişli koşullar; turizmin uzmanlaştığı ülkelerin yararına olan yeniden dağıtım mekanizması biçimindeki milli geliri gösterir; ulusal gelir, istihdam artışı, yerel altyapı gelişimi ve yerel nüfusun yaşam standartlarının büyümesi gibi bir çarpan; yüksek verimlilikli yatırımlar ve kısa vadeli yatırımlar ile karakterize edilir; doğanın korunması ve kültürel mirasın korunması için etkili bir araç olarak, bu unsurlar kaynak tabanının temelini

oluşturduğundan; ulusal ekonominin tüm yönleri ve insan faaliyetinin tüm yönleri ile uyumlu olarak birleşir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin yüksek turizm potansiyeli olmasına rağmen, dünya turizm piyasasında büyük bir yer tutmuyor Öyle ki, 2011 yılında ülkemize gelen yabancı turistlerin sayısı 1 milyon 561.9 bin kişi olmuştur ve DTÖ-nin 2011 yılına olan bilgisine göre Azerbaycan'a gelen yabancı ülke vatandaşlarının sayısı 1 milyon 562.0 bin kişiye ulaşmıştır, bu ise dünya devletleri arasında 83-cü yer demektir (<https://azvision.az/2018>).

2011 yılında yabancı ülkeden Azerbaycan'a gelen yabancı sayısı 2 milyon 239.2 bin kişiye ulaşırken, 1 milyon 561,9 bin kişi (% 69,8) turizme geldi. Gelenlerin kalan kısmı farklı amaçlarla Azerbaycan'ı ziyaret etmiştir: iş turizm - 591,9 bin kişi (26,4 faiz), bireysel ziyaretler - 374,7 bin kişi (16,7 faiz), diğer amaçlar - 677,3 bin kişi (30, Yüzde 2). Yurtdışına giden Azerbaycan vatandaşlarının sayısı 3550, 2 bin kişiydi. İstatistiklerden de görüleceği gibi, Azerbaycan'ı ziyaret eden turist sayısı turist sayısından 1,59 kat daha fazla. Böylece turizm, ülkenin (bölge) ekonomisine, ekonomik, sosyal ve insani temellerine olan etkilerine katkıda bulunur (<https://travelnews.az/2018>).

Turizmin gelişmesinde genel ekonomik, teknik ve sosyal başarıların doğrudan etkisi vardır. Endüstrileşmiş ülkelerde artan yaşam standartları, çalışan izinlerinin uzamasına ve yüksek emeklilik maaşlarına yol açmaktadır. Bunun turizmin gelişimi üzerinde önemli bir etkisi vardır. Aynı zamanda, seyahatlere ve turizmde talep pazar mekanizmaları (turist, gezi ve diğer hizmetlere telebatla, bu hizmetlerin teklifi ve paylaşımı ile) ve ekzogen değişikliklerle, yani, turizm aracılığıyla teklife

önemli ölçüde etkileyen turizmle ve seyahatle doğrudan ilgisi olmayan etkenlerle belirlenir. Dışsal faktörler arasında demografik ve sosyal değişimler, ekonomik yasal gelişmeler, ticaret, ulaştırma altyapısı, bilgi teknolojisi gelişimi ve seyahat güvenliği bulunmaktadır. Demografik ve sosyal değişikliklere nüfusun yaşlanması, yeterli alan sağlanan fayda ile emekli olma, yalnız ve kimsesizlerin sayısının artması, çalışan kadınların, çocuksuz ailelerin sayısının çoğalması vb. endişe ediyor. Böylece, demografik yapı ve toplumun sosyal modellerinde meydana gelen değişiklikler çok sayıda olan insanların seyahat etmesi için vaktin, isteğin ve mali imkanlarının olması ile ilgilidir. Turist etkinliği, alıcı ülkeler (turistler) ve turistlerin alıcıları tarafından ayırt edilir. Bunlardan ilki ABD, Almanya, İngiltere, Belçika, Danimarka ve diğerleri. gibi ülkeleri aid etmek olar. İkincisi Fransa, ABD, İspanya, İtalya, Macaristan ve diğerlerini içermektedir (Aymankuy Y., 2003: 41).

Dünya Turizm Örgütü'nün uzmanları, turizmin gelişme eğilimi ile ülkedeki genel ekonomik durumu arasında yakın bir bağlantı olduğunu buldular. Seyahat dinamikleri, ülkedeki ekonomik duruma çok duyarlıdır. DTÖ istatistikleri, geçtiğimiz birkaç yıl içinde dünyanın tüm bölgelerinde uluslararası seyahat ve gelirlerin arttığını gösteriyor. Dünyadaki her turist bölgesinde turizm pazarının analizi, tarihini, bugünkü durumunu ve küresel turizm sektörünün geleceğini kapsayan bir dizi hedefe sahiptir (Erdem H, 2010: 147-148):

- Uluslararası turizmin arttığı ve azaldığı bölgeleri tespit etmek;
- Turist sayısının coğrafi dağılımındaki büyük farklılıkların nedenlerini, gelirlerini ve dinamiklerdeki farklılıkları analiz etmek;

- Ekonomiyi daha da genişletmek için uluslararası turizm potansiyeli olan ülkeleri araştırmak.

Uluslararası turist alışverişlerinin coğrafi yoğunlaşması, ticaretin coğrafi yoğunlaşmasına karşılık gelir, ancak iki önemli farklılığa sahiptir. Birincisi, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Portekiz ve Yunanistan gibi olumlu bir turizm gelirleri dengesi olan ülkeler, ticaretle genellikle negatif bir dengeye sahiptir. Turizm borsaları alanında negatif bir dengeye sahip olan ülkeler, örneğin Almanya, Japonya ve benzeri gibi olumlu bir ticaret dengesine sahiptir. İkincisi, benzer talep modellerine göre, endüstriyel ülkeler arasında turist mallarının takası, ticarette olduğu gibi, farklı ürün türlerinin değişimi olabilir. Gerçekten de, sanayi ülkeleri arasındaki mal borsaları genellikle aynı kategorideki ürünlerin değişimi ile aynıdır, örneğin otomotiv veya Avrupa ülkelerinde ABD ve Japonya arasındaki ticaret. Buna ticaret içi denir. Turizmde, örneğin kültürel hizmet alanında, ancak daha küçük boyutlarda, bu tür mal alışverişi de vardır. Kural olarak, başta Akdeniz havzasında olmak üzere kuzey Avrupa nüfusu tatillerini geçiriyor ve güney ülkelerinin sakinleri kayak merkezlerinde tatil yapmayı tercih ediyor. Turizm ve sosyo-kültürel alanların ekonomik alanı, dünya ekonomisinin çoğunu kapsamaktadır. Pek çok gelişmiş ülke turizm ve hizmetlerini ekonomik kalkınmaları için bir öncelik olarak sunmaktadır çünkü yatırım açısından oldukça caziptirler ve ülkenin ve bölgelerin altyapısını artırabilir ve ülkeye nakit getirebilirler (Karaküçük S., 1997: 15-26).

Uluslararası uygulamaların gösterdiği gibi, turizme yapılan büyük çaplı yatırımlar özel sektöre özel ilgi göstermekte ve bu yatırım programlarında devlete eşit haklara sahiptir. Bu gerçek Türkiye’de

gösterilebilir. Birincisi, Türk devleti turizm sektörüne büyük yatırımlar yapmış ve daha sonra turizm tesislerini yönetim sözleşmelerine dayanarak yerel ve yabancı yöneticilere devretmiş, vergi ve banka kredileri ayrıcalıklarına dönüştürmüştür. Bu adımları izledikten sonra, devleti takip eden özel sermaye, bu sürece aktif olarak dahil olmuştur ve devlet, katılımını sınırlandırmış ve turizm altyapısının sosyal bileşenlerine dikkat çekmiştir. İtalya’da turizmin kalitesini yükseltmek için devlet standartlarında denetime tabi tutulan varlıklar, devlete ait işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır. En son teknolojiye sahip işletmelere (vergi ödemeleri, krediler, sübvansiyonlar) ve maddi olmayan (fuarlara ücretsiz katılım, ilgili kalite markalarının sunulması vb.) hizmetleri sunmaktadır. “Azerbaycan Cumhuriyeti 2010-2014 için Turizm Geliştirme Devlet Programı”nın doğrudan etkisi kanıtlanmıştır: oteller ve restoranlar, Gabala ve Gusar’ın kış ve yaz turistik kompleksleri, altyapı geliştirme, yol inşaatı vb. Ancak, bu programın gerçekleştirilmesi ekonominin diğer sektörlerinde yatırım gerektirir: inşaat, iletişim ve bilgi teknolojileri, işleme endüstrisi, tarım, vb. Bu programın uygulanmasından multiplikativ (artma) verim bu işe sahip olma çeşitli konuları içeren edilmesini öngörmektedir (reklam acentalarını, ticaret ve sosyal iâşe kurumlarını, eğlence organizasyonlarını, ulaşım kurumlarını) ve faaliyetleri sonucunda elde edilen malzemeler yerel bütçeleri ve devlet bütçesine dahil olacaktır (Hüseynov, 2007: 40).

Uluslararası turizm, ekonomideki düşüş riskine rağmen gelişimini sürdürecektir ve turizm talebinin kendi belirleyicileri olacaktır. Diğer bir gerçek ise turizm sektöründeki uluslararası eşitsizliğin önemli olduğunu teyit etmektedir. Uluslararası işbirliği, turizmi geliştirmek için eşitsizliği

ortadan kaldırmak için yeni yaklaşımlara dayanmalıdır. Böylelikle, uluslararası işbirliğinin ve turizmin (oteller, ulaşım, turizm şirketleri) ana bileşenleri arasındaki anlaşmalar, turizmin gelecekteki gelişimini garanti etmelidir. Çeşitli sosyo-kültürel faaliyetlerin yanı sıra turizm de, insanlara seyahatin gereklerini sağlayan önemli bir ekonomi alanıdır ve gelecekteki gelişimi ve iyileştirilmesi ülkenin gelirini artırabilir (Köçerli, Azerbaycan qezeti.2013).

2.1.1.Yatırım Harcamaları

Dünya ekonomisine entegrasyon alanında gelişmekte olan Azerbaycan Cumhuriyeti'nde de odak nokta, turizme yapılan yatırımı radikal bir şekilde değiştirmektedir. Bu zorunluluğun bir başka nedeni de ekonominin çeşitlendirilmesi ve cumhuriyetimizde yeni öncelik alanlarının oluşturulmasıdır. Ancak, turizmin ekonomide öncelikli bir alana dönüşmesinin, yabancı yatırımların cumhuriyete katılım mekanizmasında ve dağıtımında radikal değişiklikler gerektirdiği unutulmamalıdır. Çünkü, şu anda Azerbaycan'daki turizm, dünyanın birçok ülkesine göre neredeyse yetersiz. Sonuç olarak, Azerbaycan'daki turist başına maliyet sadece 8 \$'dır ve bu da nispeten düşüktür.

Ülkenin ekonomisinde turizmin rolünün belirlenmesi amacıyla hesaplanan makroekonomik göstergelere göre, 2014 yılında turizm sektörü GSYH'nin yüzde 4,1'i olan 2,4 milyar manatlık bir ek değere sahip olmuştur. Turizm sektörüne yapılan yatırımların hacmi 2.2 milyar manat ya da toplam yatırımların yüzde 12,5'ini oluşturuyordu. Turizm sektöründe işe alınan işçi sayısı 42.000'dir. İç turizme ilişkin istatistiklerin elde edilmesi amacıyla "2013-2017 yıllarında Azerbaycan Cumhuriyeti'nde resmi statistikanın gelişimi Devlet Programı" na göre, 2016 yılında ülke genelinde turizm seferleri ile ilgili masraflar, turistlerin

seferlerin amacı ve yaş grupları üzere sayısı, sefer bölgeler vb. hanehalklarının örnek bir istatistiksel gözleminin elde edilmesi beklenmektedir. Azerbaycan'da turizmin gelişmesi ve geleceğine dair büyük beklentiler, ülke istatistiklerinden önce önemli görevleri yerine getiriyor. Turizm istatistiklerini daha da geliştirmek için bir uydu sistemi tanıtılması planlanmaktadır. Bu yöntemin kapsadığı tablolar arasında iç turizm, gelir turizmi, seyahat turizm masrafları, turizm sektöründe istihdam, katma değer, yatırımlar, sermaye tüketimi ve benzeri yer almaktadır. Bilginin daha ayrıntılı bir açıklaması, ilgili istatistik göstergelerin uluslararası karşılaştırılabilirliğini ve turizm sektöründeki mevcut durumun ayrıntılı bir analizini sağlayacaktır (Halk qazetesi, 2015).

Tablo 3: Dünyanın önde gelen turizm ülkelerinde ve Azerbaycan'da turist başına maliyetler, dolar

Ülkelerin adları	Gelen turistlerin sayı, mln. Kişi	Seyahat masrafları, mlrd. Dollar	Turist başına maliyetler (dolarla)
Fransa	26,5	17,0	6415,1
İspaniya	49,5	18,4	3717,2
ABŞ	45,5	58,9	12945,1
İtaliya	39,1	14,2	3631,7
ÇİN	33,2	13,1	3945,8
Böyük Britaniya	22,8	36,5	16008,7
Rusiya	21,9	14,7	6712,3

Federasyonu			
Meksika	19,8	7,9	3989,9
Kanada	19,7	11,6	5888,3
Azerbaycan (mln. dolar)	1,5	12,9	8,1

Kaynak : Tablo DSK-nın verilere göre hesaplamıştır (09.05.2018)

İstatistiksel verilerden görüldüğü gibi, turizmde kişi başi harcamalar açısından, Almanya birincidir, Büyük Britanya ikinci ve ABD    nc  sırada yer almaktadır. Cumhuriyetimizdeki turistlere yapılan harcamaların kişi başına 8.1 dolar olması bu yönde önemli önlemler gerektirmektedir.

2.1.2.Operasyonel Harcamalar

Bir ürünü üreten veya hizmet eden her girişim, bir kar elde etmektedir. Kar, iki faktöre bağlıdır: eylem yoluyla elde edilen gelir ve bu faaliyetin maruz kaldığı maliyetler (harcanan finans, malzeme ve iş gücü kaynakları).  r n fiyatının piyasa yasalarına uygun olarak oluşturulması durumunda, üretim maliyetleri işletmenin finansal ve ekonomik performansına bağlıdır. İşletmenin yönetiminin kaynaklarını yetkin olarak kullanma derecesi, gelirleri daha da büyük olacaktır. Her bir şirketin muhasebe kayıtlarında kaydedilen gelir yansıtılmaktadır. Ama aynı zamanda kayıp karlar da var: fırsatların yetersiz kullanımı nedeniyle kayıp karlar ortaya çıkıyor. Örneğin, kullanılmayan fonların bankaya atılması ya da başka bir şirketin hisselerine yerleştirilmesi olasılığı. Diğer bir örnek, çalışanların müşterilere düşük veya düşük seviyede

hizmet verememesi, böylece müşterinin gelirini azaltması vb. (Bilalov, 2005:52)

2.1.3.Ziyaretçi Harcamaları

Yolculuk masrafları için zaman çok önemlidir. Böylece, gerçek ürün tüketilene kadar taşıma, yerleştirme araçları vb. Hizmetler önceden rezerve edilmiş ve ödenmiştir. Aynı zamanda, uygun kullanımdan sonra, kredi kartı veya menkul kıymetler ile ödeme yapılabilir. 2008 yılı Ulusal Hesaplar Sistemi uyarınca, hanehalkları (bireyler) nihai tüketici mallarına ve hizmet ödemelerine ilişkin hakları geçtikten sonra dikkate alınmaktadır. Bu kurallar turizm masraflarına da uygulanır. Taşıtlar üzerinde üretilen tüketim maliyetleri nakliye, teslimat, seyahat bürosunda ve avans hizmeti sırasında dikkate alınır. Turist harcamaları, bir turizm gezisi sırasında esas olarak tüm mal ve hizmetlerin bir sonucudur. Ayrıca seyahat ve seyahat masrafları (aşılama, kimlik kartı, sağlık muayenesi, seyahat bürosu hizmeti vb.) Seyahat masraflarına dahildir. Ayrıca, yolculuk sırasında (özellikle giyim, ilaç) satın alınan veya kullanılması amaçlanan ürünler de dahildir. Geçen yıl ülkemizi 2 milyon 691 bin 998 turist ziyaret etti. 2016'dan yüzde 20 daha fazla. Azerbaycan'a gelen toplam yabancı sayısında, Rusya ilk sırada yer aldı. Sonraki yerleri Gürcistan (537 bin), İran (362 binden fazla), Türkiye (300 binden fazla), Birleşik Arap Emirlikleri (100 binden fazla) yanı sıra Ukrayna, Irak, Suudi Arabistan ve diğer ülkeler paylaşıyor. Turizm sektörüne yapılan yatırımlar 91 milyon manat oldu. Geçen yılki dış ticaret işlemleri 1 milyar manatını aştı. Bu, 2016 yılına göre yüzde 70 artış anlamına geliyor. Nakit dışı ödeme sayısı yüzde 70 arttı. Ocak ve Şubat 2018 döneminde yabancı vatandaşların banka giderleri 190

milyonu aştı. İki ay içinde, bankanın Azerbaycan'daki yabancı vatandaşlara yönelik harcamaları 179 milyon oldu.(Azerbaycan,2018:6.)

2.2.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ MONETER

EKONOMİK ETKİLERİ

Turizmin makroekonomik analiz ve herhangi bir alan üzerindeki etkisini belirlemek için, hangi turistlerin hizmet ve mallarının ülke ekonomisine ait olduğunu bilmek gerekir. Burada asıl amaç, nerede hizmet edeceğinizi ve nerede alışveriş yapacağınızı belirlemektir. Bu vakaların bazıları hariç, aynıdır. Örneğin, uluslararası taşımacılıkta nakliye hizmeti sunan nakliye şirketi, nerede veya ne zaman harcayacağı önemli olmayan bir ülke olarak düşünülebilir. Ekonomideki turizm maliyetlerinden elde edilen gelir, tamamen turistlerin doğrudan ülkeye gittiği yer tarafından kanıtlanamaz. Seyahat ve ekonomi arasında kesin bir ilişki yoktur. Örneğin, uluslararası seyahatle ilgili tüm masraflar turistlerin yaşadığı ülke dışında gerçekleştirilmez, bazı hizmetler de o ülkenin sakinlerinden alınabilir. Seyahat masrafları seyahat edenler ile ilgilidir, bu masraflar normal habitatlarda veya seyahat ettikleri farklı yerlerde gerçekleşebilir ve her iki durumda da masraflar seyahat masraflarından karşılanır. Bu, satın alınan malların ve hizmetin (yakıt alımı, seyahat bürosu servisi, seyahat için gerekli aşılama) veya turistik talebin doğasından kaynaklanabilir (bazıları seyahat, seyahat veya diğer seyahatler için satın alınabilir). aynı şeyi yapmayı tercih ediyorlar(AR.DSK,2011:17).

2.2.1. Turizmin gelir etkisi

Turizm, lke ekonomisine gelir sağlayan, yeni istihdam alanları ve vergi gelirleri sağlayan çok önemli bir ticari sektördür. Turistlerin yolculuk boyunca yaptıkları harcama ve çarpan etkisi, bu da bir turizm hedefi ve ya ülkesi için ekonomik açıdan etki yaratır. Turizm sektöründe yapılan harcamaların ekonomik etkisi, yerli ve yabancı turistlerin yaptıkları harcamalarının bir fonksiyonudur (Charles R., 2000:29).

Turistin gittiği ülkede yaptığı bu harcamalar yerli ülkenin turizm gelirinin oluşturulmasında çok önemli rol oynamaktadır. Turizm sektöründe ortaya çıkan bu gelir miktarının ne kadar olduğunun belirlenmesi için bu sektörde üretilen mal ve hizmet miktarının ayrıntılı şekilde bilinmesi gerekir. Turizm sektöründe meydana gelen bu gelir ülkenin milli gelirinde belirli bir yer tutmaktadır. Bu oran her ülkede farklı şekilde kendini göstermektedir. Turizmin gelir yaratıcı etkisi  şekilde ele alınır:

1. Direkt Gelir Etkisi: Turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda oluşan gelire denir. Bir turistin lokantada yemek yiyip hesap ödemesi direkt gelir etkisine örnek olarak gösterilebilir.

2. Endirekt Gelir Etkisi: Bu etki ise birinci aşamaya bağlı olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan oluşan gelire "Endirekt Gelir Etkisi" denir

3)Uyarılmış Gelir Etkisi: Turizmden sektöründe turistlerin yaptığı harcamalar sonucunda ortaya çıkan gelirin, istihdam edilen ya da turizmden gelir sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucunda oluşan gelire "Uyarılmış Gelir Etkisi" denir (İçöz ve Kozak, 2002: 209).

2.2.2. Turizmin demeler dengesine etkisi

Uluslararası turizm sebebi ile ortaya çıkan döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin ise döviz arzını artırıcı bir rolde etkilemektedir. Bu etkilenme aynı zamanda ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir. Turizm gelirlerinin bu özelliği özellikle döviz konusunda sıkıntı çeken ve ödemeler dengesi büyük bir ölçüde açık veren ülkeler için çok önemli bir döviz kaynağı meydana getirmektedir. (Muhsin K, Ebru Z, Metin Y, 2004, s.89)

Dış turizm gelirleri özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ülke ekonomileri açısından çok önemli bir konuma sahiptir. Çünkü turizm gelirleri dış ülkelerden alınan ekonomik yardımlar ile kıyaslandığında çok önemli üstünlüklere sahiptir. Her şeyden önce turizm mal ve hizmetlerinin fiyatları, gelişmekte olan ülkelerin geleneksel dış satım ürünlerinin fiyatlarına oranla çok daha fazla kendi denetimi altındadır. Ayrıca, gelişmekte olan ülke için bir çeşitlendirme olanağı yaratmakta ve döviz gelirlerindeki meydana gelen büyük dalgalanmaları da ortadan kaldırmaktadır. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini 2 ana grup başlık altında incelemek mümkündür:

- 1) Ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkması sonucu meydana gelen etkiler
- 2) Ülkeye yurt dışından giriş yapanların meydana getirdiği etkiler

Her iki etkinin birlikte ele alınması sonucunda ülkenin dış turizm bilançosunu hazırlamak gerekir. Bir ülkenin dış turizm bilançosunu yıllık olarak düzenlendiğinde üç durum söz konusu olabilir.

- 1) Denk dış turizm bilançosu: Dış turizm bilançosunun denk olması, bir yıl içerisinde turistik hareketler sonucunda ortaya çıkan döviz giriş-çıkışının eşit olmasıdır.

2)Aktif dış turizm bilançosu: Aktif dış turizm bilançosu turistik hareketler sonucu ülkeye dahil olan dövizin çıkan dövizden fazla olduğunu gösterir.Bu durumda turizm gelirleri ödemeler dengesinin açıklarının kapatılmasında kullanılabilir.

3)Pasif dış turizm bilançosu: Turistik hareketler sonucunda ortaya çıkan döviz çıkışının, döviz girişinden fazla olmasıdır.İstenmeyen bu durumun ortadan kaldırılması, baska bir ifade ile turistik döviz talebinin azalması amacıyla dış seyahatlerin kısıtlanması,dış seyahat vergilerin artırılması gibi tedbirler getirilebilir (Arzu K, 1998: 31).

2.3.YABANCI ZİYARETÇİ HARCAMALARININ REEL EKONOMİK ETKİLERİ

En modern turizm hizmetleri otomatik yeni teknoloji uygulanmaktadır. Bununla birlikte, turizm en hizmet bölgesidir işçi kabul alanı. Bir yabancı turist için dokuz iş gereklidir. Bu, turist hizmet alanının işsizlik sorununu çözmeyi amaçladığını göstermektedir. alandır. Dünyada uluslararası turizm sektöründe yaklaşık 300 milyon iş var. Bunun çoğu turist hizmetlerinden geliyor. Turizm sektörü çok geniş bir alandır. Yani, her otel inşa edilmiş Otel kompleksinde yüzlerce kişi çalışıyor. Bu da işsizliğinizi ortadan kaldırıyor kaldırma üzerinde kendi etkisi vardır. Son üç yılda oteller ve oteller komplekslerin sayısı ikiye katlandı. Turizm hizmetlerinin geliştirilmesi büyük yatırımlar yapmanın bir yoludur. ayrıca birçok işin yaratılmasını gerektirir. Böylece Turizmin gelişimi, işsizlik, ciddi bir sosyal ve ekonomik sorun gibi bir çok iş yaratıyor. sorunu çözmek için yardımcı olur. Sosyal sorunların çözümünde turizmin sosyal anlamı ve gelişimi çalışmaları bölgelerdeki bölgelerin

sosyal altyapısının genişletilmesi Potansiyel kullanımında önemli bir rol oynar. Gelişen turizm Bölgelerde istihdam için koşullar yaratılmaktadır. Kırsal turizm ilerliyor ediyor. Tarımda mal ve sanayi ürünlerinin alıcısı büyüyor, gelirler, ulaşım ve altyapı genişliyor (Elimuradova,2015:35).

2.3.1. İstihdam Etkisi

Turizm sektörünün ortaya çıkardığı parasal etkilerinin yanında ekonomide reel etkilerde meydana getirmektedir.Turizmin ortaya çıkardığı reel etkilerinden en önemlisi ise, emek-yoğun üretimine dayanan istihdam etkisidir. Bu sebeple turizm sektörü doğrudan istihdama katkıda bulunması ve dolaylı istihdam imkanlar sağlaması nedeniyle, ülkedeki toplam istihdamı önemli bir ölçüde etkilemektedir. Turizm sektöründeki istihdamın kendine özgü bir takım özellikleri bulunmaktadır.

1)Turizm en önemli özelliklerinden birisi mevsimsel ve dönemsel olmasıdır. Sezonun yüksek olduğu dönemlerde (yaz) istihdam artarken, düşük sezonda (kış) ise istihdam azalmaktadır. Özellikle kitle turizmin yoğun olduğu bölgelerde (Bodrum, Antalya, Kuşadası vb.) sektörün mevsimsel işgücü ile çalıştığı görülmektedir.

2) Tam veya yarı zamanlı çalışanların yoğun olması nedeniyle ulusal ve uluslararası düzeyde ne kadar kişinin turizm sektöründe çalıştığını istatistiksel olarak belirlemek oldukça güçtür.

3) Turizm sektörü- diğer sektörlerden büyük oranda işgücü transfer ettiği için, yarı kalifiye ve niteliksiz işgücüne istihdam imkanı sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelerde bile, bu tür işgücünün sektör içinde oluşan istihdam oranı, yaklaşık olarak %30-a yakındır.

4)Turizm sektöründe işgücü devir oranı diğer sektörlerle göre oranla daha yüksek olmaktadır. Çalışma şartlarının zorluğu, mevsimsellik özelliği ve ücretlerin düşüklüğü bu oranı daha da yükseltmektedirTurizm sektörünün ortaya çıkardığı parasal etkilerinin yanında ekonomide reel etkilerde meydana getirmektedir.Turizmin ortaya çıkardığı reel etkilerinden en önemlisi ise, emek-yoğun üretimine dayanan istihdam etkisidir. Bu sebeple turizm sektörü doğrudan istihdama katkıda bulunması ve dolaylı istihdam imkanlar sağlaması nedeniyle, ülkedeki toplam istihdamı önemli bir ölçüde etkilemektedir (Erdem H, Serkan Ç, 2010: 147)

2.4.TURİZMİN EKONOMİNİN TEMEL SEKTÖRLER ÜZERİNDE ETKİSİ

Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm sektörü,ekonomideki diğer sektörlerle yakından ilgilidir. Ekonomide yer alan sektörlerin birbirlerine sağladıkları mal ve hizmet miktarı ile üretim miktarı arasındaki ilişkiler sektörleri birbirine bağımlı hale getirmektedir. Turizm elde olunan gelirlerin bir bölge ya da ülke ekonomisi için de meydana getirdiği etkiler tarım, sanayi ve hizmetler gibi sektörleri de olumlu yönde etkileyebilmektedir (<https://az.trend.az>).

2.4.1.Turizmin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörünün, etki ettiği sektörler sırasında tarım sektörü yer almaktadır. Bu sektörde turizm sektörüne bağlı olarak ek talep artışı meydana getirmektedir. Bu da üretim artışına neden olmaktadır. Bu üretim artışı tarım sektöründeki gelir ile üretim hacmini artırarak yeni istihdam olanaklarının artmasına neden olmaktadır (Meryem ,2011: 74)

Turizm sektörünün gelişmesi, aynı zamanda tarım sektöründe üretim kalitesinin ve çeşitliliğinin artmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerinin bulunmasına yardım etmektedir. Tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde meydana gelen önemli sorunlardan bir tanesi de işsizlik sorunudur. Turizmin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan ek talep ve bölgede açılan yeni turistik işletmeler sayesinde, işsizlik sorununa kısmi de olsa çözüm olabilecektir (Çıkın, 2009: 6-7)

2.4.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisi en çok tüketim ve ara malı üreten sanayi kollarında meydana gelmektedir. Yatırım malı üreten sektörlerde turizm sektörünün etkisi oldukça zayıftır. Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerinde etkisi daha çok turistik yatırımların artması sonucu bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülmektedir. Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerinde etkisi daha çok turistik yatırımların artması sonucu bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülmektedir. Bu etkileri aşağıda ki gibi sıralamak mümkündür:

- Turistik yatırımlar için yeni yol yapımı gibi alt yapı yatırımları gerekir. Bu da söz konusu ağır sanayi ürünlerine olan talebi artırır.
- Alt yapı harcamalarının yanında birincil üst yapı yani, konaklama tesisleri yapımında, çimento, demir, çelik, kum, taş gibi malzemelere ihtiyaç olacaktır. Böylece, bu ürünleri üreten sanayi kollarına ek talep olacak ve sektörlerde ekonomik açıdan bir canlanma olabilecektir.
- Son yıllarda her sektörde olduğu gibi bilgisayar teknolojilerinin de turizm sektöründe artan oranlarda kullanılmaya başlanması, bu sanayi dalında, ek talep ve gelir artışına neden olmaktadır.

- Turizm yatırım harcamaları en çok inşaat sektörünü etkilemektedir.
- Turizm, sanayi sektöründe iş hacminin ve üretimin artırılması yanında, bu sektörde istihdam hacminin artmasına da yardımcı olmaktadır.
- Tarıma dayalı sanayilerde de turizm nedeniyle, talep artışına paralel olarak üretim miktarı da artacaktır (Bahar, 2007: 8)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FORMULA 1 2018 AZERBAIJAN GRAND PRIX ÖRNEĞİ

3.1. AZERBAIJAN'DA TURİZM PAZARI

Azerbaycan - zengin doğal kaynakları, antik kültürü, tarihi ve insanları ile mucizevi bir ülke; Yaşam tarzı, birçok farklı kültür ve medeniyetin gelenek ve törenlerinin eşsiz ve uyumlu bir kombinasyonunu sunar. Azerbaycan ülkenin coğrafi adıdır.Yerel nüfus, ateşi Tanrı olarak görüyordu ve böylece ona tapıyorlardı. "Azer" ateş demektir. Türk toprakları "Azer" bu toprakları yüzyıllardır tanımlamak için kullanılmıştır. Azerbaycan, insan uygarlığının en eski yerlerinden biridir. İnsanlar tarihsel gelişimlerinin her aşamasında burada bulunmuşlar. Azerbaycan'da medeniyetin en erken safhalarında bile yerleşimler oluşmuştur.Zaman, neslimiz için bir dizi antik arkeolojik ve mimari anıtları korumuştur. Antik çağlardan günümüze kadar korunan eski mezar taşları, el yazmaları ve halı örnekleri, bunları okuyabilen ve okumak isteyenlere çok fazla bilgi sağlayabilir (<https://azerbaijan.orexca.com>).

Azerbaycan hükümeti tarafından yürütülen “Açık Kapılar” politikası ile Cumhuriyet'te toplumun sosyal ve ekonomik reformu ve demokratikleşmesi politikası, bağımsız Azerbaycan vatandaşlarının dünya görüşlerinin kapsamını genişletmelerine ve Yabancı ülkeleri ziyaret etmek için harika fırsatlar sunuyor. Yabancı turistlerin Azerbaycan'a ziyaretleri de her geçen gün artmaktadır. Azerbaycan, turizm endüstrisinin gelişmesi için büyük bir potansiyele sahiptir - antik kentler, saraylar, kaleler, türbeler ve camiler gibi büyüleyici manzaraları

ülkenin turizm potansiyeleni ortaya koymaktadır. Azerbaycan her zaman sonsuz ateşi kaynakları ile meşhur olmuştur : "Ateşgah", Absheron'da Yanardag (yanan dağ) ve Nahçıvan, Kelbecer, Masali, Lenkeran ve Babadağ illerinin bazı kısımlarında kaplıcalar bulunmaktadır.

Surakhani'de bir sonsuz alev bölgesi var. Antik çağlardan, uzak yerlerden gelen ateşli tapanlar ve hatta Hint rahipleri, Absheron'a ateş bulmak için geldiler ve burada buldular. Surakhani'de ve Ateshgah'da büyük tapınaklar inşa ettiler. Azerbaycan topraklarında 6 binden fazla tarihi mimari eser bulunmaktadır. Azerbaycan'ın doğal iklim koşulları da eşsizdir. Bilindiği gibi dünyada 11 ülkeden Azerbaycan'da 9 iklim bölgesi var. Azerbaycan pitoresk doğal manzaralar, kültür anıtları ve modern turistik tesislerle donatılmıştır. Ormanlarla çevrili Xudat-Yalama sahil ve Abşeron ve Lenkeran sahilleri, dinlenmek ve rahatlamak için güzel yerlerdir. Bu yerlerde uzun bir yüzme mevsimi sağlayan beş veya daha fazla ay boyunca 22-26 ° C'lik sabit su sıcaklıklarına sahip ince kumlu plajlar vardır. Alpinizm ve kış sporları için en cazip alanlar Şamaxı ve Gusar'dır. Birçok hayvan ve kuş türü lisanslı avlanma nesnesidir ve rezervlerde izlenmesi ve fotoğraflanması çok kolaydır. Özellikle, kış aylarında iki yüz kuş türünden kuş türünün bir milyondan fazla bireyin toplandığı Gizilagac rezervi, bu amaç için idealdir (<https://azerbaijan.orexca.com>).

Azerbaycan'da bir dizi sağlık tesisi ve kaplıca vardır, bu da doğal tedavilere neden olan birçok hastalığın tedavisi için bir fırsat yaratır. Maden kaplıcalarının bulunduğu beldelerin çoğu turistik merkezler olarak işlev görmektedir. Naxçıvan özellikle mineral kaynakları bakımından zengindir; Dünyada bilinen tek petrol petrol yatağı - Naftalan - tamamen benzersizdir. Bakü ve Abşeron yarımadası;

Nahçıvan, Guba-Haçmaz, Şeki-Zagatala ve Lenkeran-Astara bölgeleri; ve Şirvan ve Gencebasar'ın tarihi bölgeleri Azerbaycan'daki gezginler için en çekici olanlardır. Bu mekanların güzel doğası, sayısız antik kalıntı, harika etnografik çeşitlilik ve yerel ustaların şaşırtıcı becerileri, misafirlerine Azerbaycan'ın unutulmaz bir izlenimini bırakacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Azerbaycan Basın Konseyi ile birlikte “Turizm ve medya: kalkınma yolunda ortak eylem” konulu bir konferans düzenlendi. Programda konuşan Basın Konseyi Başkanı Eflatun Amaşov konunun aktuallığına dikkat çekerek bildirdi ki, bugün birçok dünya ülkelerinin gelirlerinin önemli bölümünü turizm oluşturuyor: “Bu alanda çok sayıda iş yerleri açılır. Türkiye’deki turizm gelirleri yaklaşık 25 milyar dolar. Bazı ülkelerde bu rakam 50 milyar dolara ulaşıyor. “Amashov, medyanın turizmin gelişiminde önemli bir rol oynayabileceğini, topluma süregelen çalışma, yenilikler, yasama temeli ve diğer konular hakkında bilgi verebileceğini vurguladı. Başkan Vugar Safarli yönetiminde Devlet Destekleme Teşkilatı Destekleme Direktörü Murahhas Azeri, Azerbaycan’da turizmin son yıllarda gelişmekte olduğunu ve ülkemize gelen turist sayısının her geçen yıl arttığını söyledi. Ona göre, turizm dünyaya Azerbaycan’ı tanıtmak için çok önemli bir alan: “Devlet düzeyinde bu yönde önlemler alınmaktadır. 2011 yılının ülkemizde Turizm Yılı ilan edilmesi tesadüf değildir. Azerbaycan’a gelen turist sayısı o zamandan beri artmaktadır. Medyada bu alanda çok fazla çalışma vardır. Medya, turizm alanında yapılan çalışmalara halkın dikkatini çekmektedir. Medya, turizm endüstrisini daima odakta ve ışıktta tutmalıdır” (<https://www.stat.gov.az/2018>) .

Kültür ve Turizm Bakanı Abulfaz Garayev, izleyicinin izlediği sonuçları hakkında bilgilendirdi. Bakanlığın resmi internet sitesine göre, 2015 yılında 2016 yılında 1642 olan 800 bilgi verildi. 2015 yılında 76 bin, 2016 yılında 99 bin, geçen yıl turizmde 34700 ve bu yıl 56280 yılında kültürle ilgili bilgi ajansları ve web siteleri bulunmaktadır. Televizyon programları, kültür programlarına göre turizme ayrılan program ve program sayısında artış olduğunu göstermiştir. Gazetelerde kültür ve turizmdeki düşüş kendini gösterir. Bakan, Bakanlar Kurulunun son toplantısında, devlet başkanının turizm konusundaki konuşmasında önemli noktaların altını çizdiğini söyledi. E. Garayev, ülkenin turizm durumu hakkında konuştu ve devletin fiyat politikasını otellerde tanımlamadığını ve fiyatların bireysel girişimciler tarafından belirlendiğini belirtti: “Devlet olarak, girişimcileri eğitebilir, eğitimler verebilir ve fiyatların formülasyonunda onlara tavsiyelerde bulunabiliriz.” Bakan, Azerbaycan’daki turizm pazarının tekel konusu olmadığını belirtti: “Herkes bu alanla ilgilenebilir. Bu alandaki her şey çok şeffaf ve bu nedenle devletin müdahalesi buna değmez. Azerbaycan’da turizmin gelişimi önceliklerden biridir. Hem iç turizm hem de yabancı turizm geliştirilmelidir. Yurtiçi turizmi buna göre geliştirmeli, böylece Azerbaycan vatandaşları para akışının sınırlarını aşmayacaklar. Turizm, Azerbaycan ekonomisinin en karlı bölgelerinden biri olmalıdır. “Turizm” konulu tasarı, yeniden detaylandırma için Milli Meclis’e sunuldu. Bazen basında çıkan haberlerde Gürcistan’ın bir turizm olgusu olduğu bildiriliyor. Cennet gibi bir şey, cehennem burada. Ama öyle değil. Gürcistan’da da birçok sorun var. Yağları yok. Azerbaycan’da yaratılan bütün şartlar devlete mal oldu” (<https://www.stat.gov.az/2018>).

3.2. FORMULA 1 2018 AZERBAIJAN GRAND PRIX ÖRNEĞİ

Formula 1 (F1) Dünya Şampiyonası, tek vuruşlu, açık tekerlekli bir araba yarışıdır. Bu yüksek profilli turnuvalarda sürücüler “pilot” olarak adlandırılır ve arabalara “bolid” denir. Yıl boyunca, farklı ülkelerde, yani Grand Prisi’de F1 sahne yarışları düzenleniyor. Tüm dünyada geniş seyirci izleyicileri olan bu turnuvalar, Yaz Olimpiyatları ve Dünya Kupası’nın gerisinde kalıyor. Daha fazla hız severlerin ilgisini çeken Formula 1 Grand Prisi, bir zamanlar sadece Avrupa ülkelerinde olmuştur, ancak şu anda dünyanın her tarafında düzenlenmektedir. Formula 1 yarışları Jan Todt liderliğindeki FIA (Uluslararası Otomobil Federasyonu) tarafından düzenleniyor. 1904’te Paris’te kurulan federasyon, motor sporları üzerine düzenlenen her türlü yarış ve organizasyondan sorumludur. Formula 1 yarışı, 20. yüzyılın 20-30’una kadar uzanmaktadır. O yıllarda gerçekleşen Avrupa Grand Prisi turnuvaları büyük ilgi gördü. Ancak, İkinci Dünya Savaşı’nın başlangıcında, bu yarışmalar da duraklatıldı. Sadece savaş başladıktan sonra FIA, yeni ırklarla formül yarışlarını başlattı. Bu tür ilk resmi dünya şampiyonası 13 Mayıs 1950’de Silverstow, İngiltere’de gerçekleştirildi. 21 yaşındaki oyuncu, İngiliz kraliyet ailesi tarafından takip edilen turnuvadaki zafer için savaşıyor. İlk olarak hem sınıflandırmada hem de ana sahnelerde bitiş çizgisine gelen Alfa Romeo’nun İtalyan pilotu Giuseppe Nino Farina, F1 yarışının ilk galibi olarak ön plana çıktı. Esas rakibi takım arkadaşı Arjantinli Juan Manuel Fencio oldu. Ama sonra, X.M. Fanxio yenilgiye uğradı. Kariyeri boyunca 5 kez dünya şampiyonu ünvanını kazandı (1951, 1954, 1955, 1956 ve 1957) ve rakiplerine bir şans vermedi. En fazla şampiyona tecrübesi olan Formula 1 pilotu hala Michael Schumacher. Alman sürücü varlığında 7 şampiyon var.

Schumacher ile birlikte, efsanevi pilotlar Ayrton Senna, Xuan Manuel Fanxio, James Hant, Stirling Moss, Alberto Ascari, Niki Lauda, Alan Prost ve diğ erleri. Formula 1'deki en başarılı takımların listesi, Ferrari, McLaren, Williams ve Mercedes gibi takımların isimlerini içerir. İtibarından dolayı dünyanın en heyecan verici spor türlerinden biri olan F1 yarışmalarına katılmak kolay değıldir. Sürücüler, Grand Prisi'te gerçekleştirmek için bir süper lisans almalı, bu yüzden bu lisans her bir pilota verilmez. Sadece diğ er önemli yarışmalarda başarılı olanlar ve takımlarıyla normal bir tutumları olanlar, Grand Prix için FIFA kurallarına uyabilirler (<http://www.faa.az/2018>).

Formula1 de en çok starta çıkan sürücü Rubens Barrikellodur-322 yarış. En yüksek zafer sayısı - 91, podyum - 155, poul - 68 ve hızlı şerit - 77 Michael Schumacher tarafından hesapa alındı. Bugün en çok puan alan şoför Sebastian Fettel – 1869 puan. Michael, 1994-95 yıllarında Benetton'da, 2000-2004'de de Ferrari'de şampiyon oldu. Formula 1 bir spor olayı olarak kabul edilir, ancak Maria Teresa de Fillips, Lella Lombardi, Galica Divina, Desire Wilson ve Covanna Amati gibi kadın sürücüler de koşularda. Lella Lombardi, 1975'te İşpanya'nın Grand Pri'sinde 6. sırayı alan tek kadındı. Yarışın yarısı durduruldu, ardından ilk 6 sırada 9-6-4-3-2-1 sayı ile atıldı. Lellan, Formula1 kariyerinde toplam 0,5 puan aldı. Tarihte yarım puanlar tekrarlandı – 1984'te Niki Lauda Alen Prostu    nc  kez dünya şampiyonu oldu ve sonbaharda 0,5 puan aştı (<https://azvision.az/2018>).

Ülkemiz, Formula 1 yarışları için yeni bir sınır olan Doğı Avrupa ve Batı Asya'nın kesişme noktasında yer almaktadır. Azerbaycan, bir spor merkezi olarak popülerlik kazanmış modern bir Avrupa  lkesidir. Bakü'de Formula 1 yarışına katılacak olan anlaşma, dünyanın en büyük

spor karşılaşmalarının da katılmasıyla süregelen başarının çok önemli bir adımı (<https://az.trend.az/2018>).

Artık Azerbaycan dünyada turizm ülkesi olarak bilinir. Şüphe yok ki, son yıllarda ülkemizde düzenlenen uluslararası önemli tedbirler, özellikle de I Avrupa Oyunları, Dünya Satranç Olimpiyatı, İslam Dayanışma Oyunları, “Formula1” yarışları, Beşeri ve Kùltürlerarası Diyalog forumları, aynı zamanda Azerbaycan’ın uluslararası turizm fuarlarında düzenli katılımıyla ülkemizin turizm potansiyelinin tebliğine önemli ortam yaratmıştır. “Azerbaycan’da turizm hızla gelişmektedir. Geçen yıl turist sayısı% 11, bu yılın 3 ayında% 25 artmıştır. Bunu şimdi gözle görülebilir. Hem Bakü’de, hem çeşitli bölgelerde turistlerin sayısı keskin artmıştır. Bunun, elbette ki, nedenleri vardır. Bu, öyle kendiliğinden oluşan bir görev değildir. Son yıllarda görölmüş işler işte bu duruma yol açtı. İlk olarak, Azerbaycan’da varolan istikrar, huzur, toplumsal siyasal asayiş, elbette ki, Azerbaycanı turistler için çok cazip bir ülkeye çevirir”. Bu ifadeler Cumhurbaşkanı İlham Aliyev’e aittir. Gerçekten de, son yıllarda turizm ekonominin önemli sektörlerinden birine dönüşerek hızla gelişmektedir. Sayın Başkanımızın bu alanda imzaladığı kararnameler, kabul olunmuş devlet programları bu gelişmeye güçlü teşvik vermektedir. Bugün yapılan amaca yönelik tedbirler sonucunda ülkemizde geniş bir turizm altyapısı oluşturulmuştur. Azerbaycan’a gelen her turist çok iyi biliyor, dinlenmek için tüm şartlar var. Ayrıca, “ASAN VİZE” nin lansmanı ve basitleştirilmiş elektronik formda vize alınması da ülkemize turist akışı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. (Bayramov, 2014:12).

Formula 1 Azerbaycan Grand Prisi, Azerbaycan’ın Bakü şehrinde birkaç yıl boyunca düzenleniyor. Bu bağlamda, kentimizdeki turist sayısı

önemli ölçüde artmıştır. Bakü Bulvarı, özellikle eski Icheri Sheher’de, turistlerin daha fazla olduğu yerlerde her zaman ziyaret eden turistleri görebiliriz. Turistlerin yerel mutfağımıza ve eski tarihi eserlere daha çok ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Şehirde BDT ülkelerinin yanı sıra daha fazla Arap ülkesi, Avrupa ve Avustralya’nın da olduğunu görürdük. Özellikle, Rusya’dan Azerbaycan’a turist akışı önceki yıllara göre önemli ölçüde artmıştır. Görünüşe göre bu, Rusların Formula-1 yarışlarına gösterdiği büyük ilgiden kaynaklanıyor ve Rusya’nın Bakü’deki yarışmaların bilet sayısı bakımından ilk beşte olması tesadüf değil. En çok bilet alan diğer insanlar İngiltere, Ukrayna, Gürcistan ve Birleşik Arap Emirlikleri. (Mensimov, 2017: 9).

Azerbaycan, 2016 yılının Haziran ayında yüksek seviyeli Formula 1 yarışlarını tutarak tüm dünyadaki turizm potansiyelini gösterdi. Respublikamızda Dünya Satranç Olimpiyatları’nın, İslam Dayanışma Oyunları’nın yapılması ülkede turizmin gelişimine yeni bir ivme vermiştir. Bakanlar Kurulu 2016 yılının birinci yarısının sosyo-ekonomik gelişmesinin sonuçlarına ve önümüzde duran görevlerin tartışmasına ilişkin oturumunda Cumhurbaşkanı bu alana özel ilgi ve yakınlık gösterilmesi gerekliliğini bir kez daha fark ettim: “Birkaç yıl önce “Eurovision”, Avrupa Oyunları’nın yapılması büyük ilgi uyandırdı. Yani, zaten Azerbaycan’ı tanıyorlar. Elbette ki, ülkemizin tanıtılmasında “Formula-1” yarışının özel yeri var. Çünkü bu yarışın seyircisi 500 milyon kişidir. “Formula-1” yarışı futbol üzere dünya çempionatı ve yaz olimpiyat oyunlarının seviyesinde olan tedbirdir, onlardan geri kalmıyor. Eğer dünya şampiyonası ve olimpiyat oyunları bir şehirde bir kez edilirse, yahut şimdi belki de elli yılda iki kez edilirse, “Formula-1” yarışı Azerbaycan’da en az beş yıl yapılacaktır.

Avantajımız, bir şehir yarışı olması ve Bakü'nün güzelliğinin zaten 500 milyon kişiye sunulması" (Bayramov, 2014:12).

3.3. ARAŞTIRMA AMACI VE KAPSAMI

Dünya turizminin yapısı her geçen gün değişmekte ve sadece tatil amaçlı seyahatler turizm olayını tanımlamakta yetersiz kalmaktadır. Her geçen gün etkinlik turizmi, olimpiyatlar, grand pri'ler ve sampiyonalar gibi kavramlar daha çok tartışılır hale gelmektedir.

Etkinlik turizminin önemli bir parçasını spor turizmi oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı; Spor turizm açısından çok önemli 2018 Formula 1 Azerbaijan Grand Pri'sine katılan yabancı ziyaretçilerin yapmış oldukları harcamaların bölge ekonomisi üzerindeki etkilerinin ortaya çıkartılması ve arz ve talep kapasitesini belirlemek, turizm işletmelerinin yeterli nitelikte ve özellikte olup olmadığını ortaya koymak, etkinlik turizmin potansiyelini, mevcut durumunu ve sorunlarını tespit etmektir. Bu bağlamda, sorunlardan yola çıkarak önerilerde bulunulması amaçlanmıştır.

3.4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada mülakat tekniği kullanılmıştır. Konu ile ilgili derinlemesine literatür taraması yapılmış ve bu bağlamda mülakat soruları oluşturulmuştur. 12 sorudan oluşan soru formu hazırlanmış ve yüz-yüze görüşme yapılmıştır. Araştırma kapsamına alınan oteller, ulusal ve uluslararası fuar ve organizasyonlarda yer almak konusunda oldukça hassas aynı zamanda spor turizmi alanında var olduklarını her türlü kitle iletişim aracı ile duyuran, reklam ve tanıtımlarında spor turizmine vurgu yapan turizm acentalarıdır. İkinci aşamada bu işletmelerin spor turizmi ile ilgili birim yetkilileri ile görüşülmeye çalışılmış ve bu mülakatlar

sonucu bir takım verilere ulaşılmıştır. Elde edilen verilere ek olarak kurumların reklam ve tanıtım amaçlı her türlü beyanları dikkate alınmıştır. Spor turizmi alanında çalışmaları olan kamu yetkilileri ile dernek ve birlik yetkilileri ile yapılan görüşmelerde elde ettiğimiz bilgiler de derlenerek araştırma tamamlanmıştır.

3.5. ARAŞTIRMA BULGULARI

10 işletmede (5otel/restoran ve 5 turizm acentası) yapılan mülakatta önce otel ve restoranların formula 1 dönemi sürecinde doluluk oranının, gelir artışının, pazarlama faaliyetinin nasıl olduğu, turistlere indirimlerin, otellerde istihdamın nasıl olduğu sorulmuştur. Bilgilerin gizli tutulacağı belirtildiği için araştırmada işletmelerin ismi kullanılmamış ve her bir işletme belli harflerle işaretlenmiştir.

Araştırma zamanı konuyla ilgili otel ve restoranlara aşağıdaki sorular sorulmuş ve işletme yöneticiler tarafından cevaplandırılmıştır:

Formula 1 dönemi boyunca doluluk oranında ne kadar artış olmuştu,geçen yıla oranla yüzde kaç artış görülmüştür? Formula 1 dönemi boyunca pazarlamada hangi değişiklik yapıldı? Formula 1 dönemi boyunca işletmenizde konaklamak isteyen turistler için indirimler yaptınız mı? Formula 1 dönemi boyunca gelir artışı oldumu,100de kaç? Kurumunuza olan katkısı açısından Formula 1 in devam etmesini istermisiniz? Formula 1 dönemi boyunca en çok hangi ülkelerden turist gelmişti? Formula 1 dönemi boyuncaistihdam sayısını artırmak gerekiydi? sorularına ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 4: Formula 1 dönemi boyunca doluluk oranındaki artış

1.Formula 1 dönemi boyunca doluluk oranında ne kadar artış olmuştu,geçen yıla oranla yüzde kaç artış görülmüştür?	
A	10%
B	5% / 10%
C	20%
D	20%
E	10% / 15%

Tablo incelendiğinde Azerbaycan Grand Pri'si dönemi boyunca otel ve restoranlarda doluluk oranında 5% - 20% arası artış olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Formula 1 dönemi boyunca pazarlama

2.Formula 1 dönemi boyunca pazarlamada hangi değişiklik yapıldı?	
A	Hiç bir değişiklik yapılmadı
B	Formula 1 dönemi boyunca pazarlama faaliyetlerinde değişiklikler çok olmayıp.
C	Hiç bir değişiklik yapılmadı
D	Otelin bulunduğu bina şehrimizin simgesi olduğundan turistlerin dikkatini çok çekmektedir ve burdakı manzara ve yüksek kalite ve standartlar ülkemize gelen turistler için çekici bulunmaktadır.
E	Hayır,Pazarlama faaliyyetinde herhangi bir değişiklik olmamışdır

Tablo incelendiğinde Formula 1 döneminde otel ve restoranlar pazarlamada her hangi bir değişiklik yapmadığı ortaya çıkar.

Tablo 6: Formula 1 dönemi boyunca indirimler

3.Formula 1 dönemi boyunca işletmenizde konaklamak isteyen turistler için indirimler yaptınız mı? Formula 1 dönemi boyunca gelir artışı oldumu,100de kaç?	
A	3)Formula 1 süresinde restoranımızda indirimler olmuştur.Yemekler bakımından turistlere özel küçük indirim yapmışız.
B	3)Formula 1 süresinde otelimizde standart fiyatlar uygulanmıştır. Formula 1 süresinden artık otelimizde konaklamak isteyen turistlere indirimler olunmuştur.
C	3)Formula 1 süresinde restoranımızda indirimler yapılmamıştır.
D	3)Hayır.Odalar aynı fiyata sunulmuştur.
E	3)Herhangi bir indirim söz konusu değil,Standart fiyattan satılmıştır.

Tablo incelendiğinde otel ve restoranlarda standart fiyatlar uygulandığı göz önünde bulunmaktadır. Herhangi indirimler yapılmadığı görülmektedir.

Tablo 7: İşletmelerin gelir artışı

4. Formula 1 dönemi boyunca gelir artışı oldumu,100de kaç?	
A	4)Formula 1 geçirildiği sürede restoranımızın gelirinde artış olmuştur.Geçen yıla kıyaslamada bu yıla baktığımızda ülkemize gelen turist sayısının çok olduğundan dolayı restoranımıza daha fazla turist gelmiştir.Bu nedenle de Restoranımızın gelirinde artış önemli ölçüde göze çarpmaktadır.Faiz olarak söylersem yüzde 15 civarında gelirlerimizde artış olmuştur.
B	4)Fomula 1 geçirildiği sürede geçen yıla kıyaslamada gelir artışıda da çok fark olmamıştır.Yaklaşık 10-15% civarında gelir artışı olmuştur.
C	4)İşletmemizin gelirinde formula1 süresinde önemli ölçüde artış olmuştur.Yüzde 20-25% oranında artış olmuştur.
D	4)Formula 1 geçirilmesi otelimizin gelir artışında önemli ölçüde etkilemiştir.Gelirlerimiz yüzde 26 oranında artmıştır.
E	4)Evet,doluluk oranındaki artışdan dolayı gelirlerimizde de artış olmuştur.

Tablo incelendiğinde Formula 1 dönemi boyunca gelir artışında göze çarpacak kadar artış olduğu belirlenmiştir.

Tablo 8: Formula 1'in devamı

5. Kurumunuza olan katkısı açısından Formula 1'in devam etmesini istermisiniz?	
A	5)Öncelikle söylemek gerekirse Formula 1 ve diğer turizm etkinliklerinin geçirilmesi tabiiki ülkemiz açısından çok iyi bir durum.Formula 1 otomobil yarışlarının artık 2016 dan başlayarak geçirilmesi tabiiki bunun sonucunda turistlerin ülkemize gelmesi bizim işletmemize çok iyi yönde katkılar yapmıştır.Bu yüzden formula 1 geçirilmesini isteriz
B	5) Devam etmesini tabiiki isteyerek.Tabiiki otelimize gelir artışı getirir.Bezi olumsuz yönleri de var
C	5)Formula 1 yarışları işletmemize önemli ölçüde katkı yapmıştır. Hem doluluk oranının artmasında,hemde gelir artışında yaptığı katkılardan dolayı geçirilmesini isteriz.
D	5)Tabiki isteyerek,Otelimize büyük ölçüde katkı yapmaktadır
E	5)Tabiki,Formula 1 geçirilmesi azərbaycan turizmine çok önemli ölçüde katkı yapmaktadır, Devamlı geçirilmesini isteriz

Tablo incelendiğinde otel yöneticilerinin turistlerin ülkemize gelmesi ile işletmelerde doluluk oranının yükselmesi ve gelirlerde artış olmasından dolayı formula 1 in devamlı olmasını istediklerini görerik

Tablo 9: En çok turist gelen ülkeler

6.Formula 1 dönemi boyunca en çok hangi ülkelerden turist gelmişti?	
A	6)Formula 1 otomobil yarışı süresinde restoranımızda en çok rusiya ve arap turistler bulunmaktaydı.Ancak italyan,fransız turistler restoranımızda rastlanılmaktaydı.
B	6)Formula 1 müddetinde otelimizde en çok rusiyali turistler konakladılar. İlave olarak fransız ve yunanıstanlı turistler de konaklmışlar
C	6)Formula 1 otomobil yarışı süresinde restoranımızda en çok rus ve avrupalı turistler ziyaret etmişler .
D	6)Otelimizde konaklayan turistler en çok Almaniya,Isvecr,ABD,İngiltere,Avstraliya bu ülkelerden gelmiştir
E	6)Formula 1 süresinde otelimizde en çok konaklamayı tercih eden turistler avrupa ülkelerinden gelmiştir.Örneğin İspanya,İtalya ve diğer ülkeler

Tablo incelendiğinde Formula 1 dönemi boyunca en çok rusiya arap ve avrupalı turistlerin Azerbaycana akınını görmüş oluruz.

Tablo 10: Formula 1 dönemi boyunca istihdam

7.Formula 1 dönemi boyunca istihdam sayısını artırmak gerekliydi?	
A	7)Hayr
B	7)Hayır
C	7)Hayr
D	7)Evet
E	7) Evet

Tablo incelendiğinde Azerbaycan Grand Pri'si dönemi boyunca bazı otellerde istihdam sayısını artırmak gerekli olmamış. Odaların az sayıda olmasından dolayı işçi sayısı yeterli olmuş ilave işçiye ihtiyac duyulmamış. Bazı otellerde ise konaklayan turistlerin fazla olması nedeniyle ilave istihdama gerek duyulmuştur.

Tur acentalarla ilgili aşağıdaki sorular sorulmuş ve işletme yöneticiler tarafından cevaplandırılmıştır:

Faaliyet gösterdiğiniz işletme hakkında kısaca bahsedin?

Formula 1 sırasında turlarınızda artış oldu mu hiç gelirinizi arttıracak?

En çok hangi ülkelerden katılan olub?

Formula 1 turistlerine özel turlar hazırladınız mı? Daha çok hangi turlar düzenlendi?

Turlarınızın tanıtımı nasıl yapılmaktadır?

Ülkemizde başka etkinliklerin gerçekleşmesini ister misiniz? Formula 1 yarışlarına devam edilmesini ister misiniz? sorularına ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 11: Tur acentalar

Faaliyet gösterdiğiniz işletme hakkında kısaca bahsedin?	
A	Tur acentamız 2012 yılında faaliyete başlamıştır. Tüm turizm hizmetlerimiz şirketimizde bulunmaktadır
B	Tur acentamız 2015 yılında faaliyete başlamıştır. Tur acentamız çeşitli turizm hizmetlerine sahiptir. Ülke Çapında İç ve Dış Turizmi, Terapi turları, “Deniz,Kum ve Güneş”Turları
C	Tur acentamız 2014 yılında faaliyete başlamıştır. Ajans hizmetlerimiz mobil hizmetler sunmaktadır. Yurt içi, Yurt dışı, Terapi türleri ve s.
D	Tur acentamız 2005 yılında faaliyete başladı. Yurt içi turizme sık sık hizmet veriyoruz.
E	Tur acentamız 2009 yılında faaliyete başladı. 2 Departament servisi acentamızda bulunmaktadır

Mülakat 2005 – 2015 yıllarında faaliyetde olmuş tur acentalara uygulanmıştır.Tur acentalar genel olarak iç ve dış turizmi hizmetleri sunmaktadırlar.

Tablo 12: Tur acentaların turlarındaki değişim

Formula 1 sırasında turlarınızda artış oldu mu hiç gelirinizi arttıracak?	
A	Formula 1 boyunca turlarda yaklaşık 10-20 faiz artış olmuştur.Bu da yüzde 10-15 civarında gelirlerimizin artmasına neden olmuştur.
B	Formula 1 geçirildiği sürede ölkemize turistlerin gelmesi sonucunda turlarımızda yüzde 15 oranında artış olmuştur. Normal olarak gelirlerimiz de 15-20 faiz oranında artırmıştır
C	Formula 1’de, şirketimizin cirosu yaklaşık yüzde 20 oranında artmıştır.
D	15% - 20%
E	10%

Formula 1 sırasında tur acentalarda gelirinizi arttıracak 10 – 20% artış olduğu tablodan görülmektedir.

Tablo 13: Turlara en çok katılan ülke

En çok hangi ülkelerden katılan olub?	
A	Turlarımıza en çok Avrupa ülkelerinden ve Rusiyadan katılanlar olmuştur.İtalya, Fransa, Hollanda ve diğer
B	Ereb, Avrupalı turistler ve Rus turistler çoğunlukla turlarımızda katılmışdır.
C	Formula 1 turu sırasında turlarımıza çoğu Avrupa, Almanlar, Hollanda, Fransa, Belçika, Norveç ve diğerleri tarafından ziyaret edildi.
D	Almaniya Türkiye Rusya

E	MDB ülkelerinden
----------	------------------

Formula 1 yarışması döneminde ülkemize en çok Avrupa ülkelerinden ve Rusiyadan ziyaretçiler geldiği belirlenmiştir.

Tablo 14: Turlar

Formula 1 turistlerine özel turlar hazırladınız mı? Daha çok hangi turlar düzenlendi?	
A	Evet. Qebele turu, Şeki-Zaqatala turu, Ateşgah Turları
B	Evet. İçerişehar turu,Qobustan Turu, Qebele turu
C	Evet. İçerişehar turları, Qobustan Turu, Qebele ve Quba turları
D	İçerişehar turu,Qobustan Turu,Qebele turu, Şeki-Zaqatala turu, Ateşgah Turları
E	İçerişehar turu, Ateşgah, Qobustan

Ülkemizi ziyaret edenlere genel olarak İçerişehar turu, Qobustan Turu, Qebele turu, Şeki-Zaqatala turu,Ateşgah Turları organize edilmiştir.

Tablo 15: Tanıtım

Turlarınızın tanıtımı nasıl yapılmaktadır?	
A	genelde sosyal medya. Bukletler
B	yurtdışında turizm sergilerinde ve yurtdışında reklam
C	Sosyal medya üzerinden gerçekleşmektedir
D	Sosyal medya üzerinden
E	Sosyal medya üzerinden. Sergiler vasıtasıyla

Tur acentalar sosyal medya üzerinden turların tanıtımını yapmışlardır.

Tablo 16 :

Ülkemizde başka etkinliklerin gerçekleşmesini ister misiniz? Formula 1 yarışlarına devam edilmesini ister misiniz?	
A	Spor yarışları
B	Evet
C	Evet
D	Spor yarışları
E	Spor yarışları

Mülakat sonucunda tur acentaların ülkemizde spor yarışlarının daha çok geçirilmesinin turizme katkısının fazla olduğunu belirtmişler. Formula 1 yarışlarına devam edilmesini tüm acentalarımız istemiştir.

Araştırma sonucunda otel ve restoranlarda ve tur acentalarda yapılmış olan mülakat verilerine dayanarak Formula 1 dönemi boyunca en çok Rusya, Arap ve Avrupalı turistlerin Azerbaycana akınını görmüş oluruz. Azerbaycan Grand Pri'si dönemi boyunca bazı otellerde istihdam sayısını artırmak gerekli olmadığı belirlenmiştir. Odaların az sayıda olmasından dolayı işçi sayısı yeterli olmuş ilave işçiye ihtiyaç duyulmamış. Bazı otellerde ise konaklayan turistlerin fazla olması nedeniyle ilave istihdama gerek duyulmuştur. Mülakat genelde 2005 – 2015 yıllarında faaliyetde olmuş tur acentalara uygulanmıştır. Mülakat uygulanmış tur acentalar genel olarak iç ve dış turizmi hizmetleri summaktadırlar. Formula 1 sırasında tur acentaların gelirlerinde 10 – 20% artış olduğu görülmektedir. Formula 1 yarışması döneminde ülkemize en çok Avrupa ülkelerinden ve Rusiyadan ziyaretçiler geldiği belirlenmiştir. Ülkemizi ziyaret edenlere genel olarak İçerişehir turu,

Qobustan Turu, Qebele turu, Şeki-Zaqatala turu, Ateşgah Turları organize edilmiştir. Tur acentalar sosyal medya üzerinden turların tanıtımını yapmışlardır ve ülkemizde spor yarışlarının daha çok geçirilmesinin turizme katkısının fazla olduğunu belirtmişler. Formula 1 yarışlarına devam edilmesini tüm acentalarımız istemiştir.

SONUÇ

Ülkede turizmin gelişmesi bir öncelik olmakla birlikte bu yönde istikrarlı tedbirler alınmakta, devletin istikrar, güvenlik, konukseverlik, modern altyapı, tarihi anıtlar ve turizm desteği de ülkemize uluslararası turistleri çekmektedir. Turistlerin banka kartlarına yüzde 70 daha fazla harcamaları ilave olmuştur. Turist sayısı sadece yüzde 20 artmasına rağmen harcanan para yüzde 70 arttı. Bu çok olumlu. Turizmin ülkeye para kazandırmasıyla turizm bir tür ihracattır. Yeni 2015 Avrupa Oyunları, dünya çapında birçok ülkeyi şaşırttı. Ek olarak İslami Dayanışma Oyunlarının 2017'yi de göstermek mümkün. Bu önlemler sayesinde ülkemiz dünyayı daha yakından tanımak mümkün olmuştur. Örneğin, Bakü Avrupa Oyunlarına 50'den fazla ülke katıldıysa, en azından bu oyunlar dünya çapında yaklaşık 56 ülkeye televizyonda canlı yayınlanmış ve bu dönemlerde Azerbaycan kültürü ile ilgili reklam aralıkları yayınlanmıştır. Bu mega olayın başlangıcında bile, Azerbaycan tarafından geçirilen kültür tarihinin evrimsel aşamaları, tüm dünyanın hayrete düştüğü kadar muhteşemdi. Bu arada, misafirler 56 ülkeden geldi. Bu da Azerbaycan'da turizmin gelişmesinde de vazgeçilmez bir rol oynamıştı. Bugün, dünyadaki uzmanlar sporun ekonomik yönlerini büyük bir araştırma nesnesi olarak inceliyorlar. Deneyimler, Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmak isteyenlerin, ekonominin turizmdeki kısa vadeli olumlu etkilerinden ziyade, bu oyunlara uzun vadeli ve stratejik faydaları olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Bu, Uluslararası Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmanın önemini göstermektedir. Bu bakımdan I Avrupa ve IV İslam Hemreyliyi Oyunlarının uzun vadeli dönemde ülke için faydaları Bakü ve bölgelerin, başta spor olmak üzere altyapısının yenilenmesi, bu alana yatırılan yatırımlar, aynı zamanda ülkenin dünyada yaygın olarak tanınmasının

sağlanması sonucunda önümüzdeki yıllar için ekonomik büyüme, dış yatırım ve turizm potansiyelinin önemli bir artışa bağlı olacaktır. Etkinlik turizmi literatüründe belirlenen etkinliklerin ekonomik etkileri ile ilgili elde edilen teorik verilere dayanarak, 2018 Azerbaycan Grand Prix süresince konuya ilişkin bir uygulama çalışması gerçekleştirilmiştir. Artık Azerbaycan dünyada turizm ülkesi olarak bilinir. Şüphe yok ki, son yıllarda ülkemizde düzenlenen uluslararası önemli tedbirler, özellikle de I Avrupa Oyunları, Dünya Satranç Olimpiyatı, İslam Dayanışma Oyunları, “Formula1” yarışları, Beşeri ve Kùltürlerarası Diyalog forumları, aynı zamanda Azerbaycan’ın uluslararası turizm fuarlarında düzenli katılımıyla ülkemizin turizm potansiyelinin tebliğine önemli ortam yaratmıştır. “Azerbaycan’da turizm hızla gelişmektedir. Geçen yıl turist sayısı % 11, bu yılın 3 ayında % 25 artmıştır. Bunu şimdi gözle görülebilir. Hem Bakü’de, hem çeşitli bölgelerde turistlerin sayısı keskin artmıştır. Bunun, elbette ki, nedenleri vardır. Bu, öyle kendiliğinden oluşan bir görev değildir. Son yıllarda görölmüş işler işte bu duruma yol açtı. İlk olarak, Azerbaycan’da varolan istikrar, huzur, toplumsal siyasal asayiş, elbette ki, Azerbaycanı turistler için çok cazip bir ülkeye çevirir”. Bu ifadeler Cumhurbaşkanı İlham Aliyev’e aittir. Gerçekten de, son yıllarda turizm ekonominin önemli sektörlerinden birine dönüşerek hızla gelişmektedir. Sayın Başkanımızın bu alanda imzaladığı kararnameler, kabul olunmuş devlet programları bu gelişmeye güçlü teşvik vermektedir. Bugün yapılan amaca yönelik tedbirler sonucunda ülkemizde geniş bir turizm altyapısı oluşturulmuştur. Azerbaycan’a gelen her turist çok iyi biliyor, dinlenmek için tüm şartlar var. Ayrıca, “ASAN VİZE” nin lansmanı ve basitleştirilmiş elektronik formda vize alınması da ülkemize turist akışı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ülkenin ekonomisinde turizmin

rolünün belirlenmesi amacıyla hesaplanan makroekonomik göstergelere göre, 2014 yılında turizm sektörü GSYH'nin yüzde 4,1'i olan 2,4 milyar manatlık bir ek değere sahip olmuştur. Turizm sektörüne yapılan yatırımların hacmi 2.2 milyar manat ya da toplam yatırımların yüzde 12,5'ini oluşturuyordu. Turizm sektöründe işe alınan işçi sayısı 42.000'dir. Bu çalışmada, 2018 Azerbaycan Grand Pri'sine izleyici olarak katılan yabancı ziyaretçilerin yapmış oldukları harcamaların ekonomik etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda otel ve restoranlarda ve tur acentalarda yapılmış olan mulakat verilerine dayanarak Formula 1 dönemi boyunca en çok Rusiya, Arap ve Avrupalı turistlerin Azerbaycana akınını görmüş oluruz. Azerbaycan Grand Pri'si dönemi boyunca bazı otellerde istihdam sayısını artırmak gerekli olmadığı belirlenmiştir. Odaların az sayıda olmasından dolayı işçi sayısı yeterli olmuş ilave işçiye ihtiyac duyulmamış. Bazı otellerde ise konaklayan turistlerin fazla olması nedeniyle ilave istihdama gerek duyulmuştur. Mülakat genelde 2005 – 2015 yıllarında faaliyetde olmuş tur acentalara uygulanmıştır. Mulakat uygulanmış tur acentalar genel olarak iç ve dış turizmi hizmetleri summaktadırlar. Formula 1 sırasında tur acentaların gelirlerinde 10 – 20% artış olduğu görülmektedir. Formula 1 yarışması döneminde ülkemize en çok Avrupa ülkelerinden ve Rusiyadan ziyaretçiler geldiği belirlenmiştir. Ülkemizi ziyaret edenlere genel olarak İçerişehir turu, Qobustan Turu, Qebele turu, Şeki-Zaqatala turu, Ateşgah Turları organize edilmiştir. Tur acentalar sosyal medya üzerinden turların tanıtımını yapmışlardır ve ülkemizde spor yarışlarının daha çok geçirilmesinin turizme katkısının fazla olduğunu belirtmişler. Formula 1 yarışlarına devam edilmesini tüm acentalarımız istemiştir.

KAYNAKÇA

ABBASOVA AFAQ, (2016), "Turizm ekonomik kalkınmanın, sosyal ilerlemenin katkısıdır," Turizm ve konaklama araştırması; Uluslararası dergisi.

ARGAN MERYEM, (2004), "Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış," Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Sayı:15, No:2, 162-169.

AYMANKUY YAKUT, (2003), Kongre Turizmi Ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde DSK Turizm Türleri, (2011), Turistlerin Konaklama ve Harcamaların Sınıflandırılmasına İlişkin Metodolojik Açıklamalar.

BAHAR OZAN, (2007), "Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri Ve Önemi", Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 19, Ss.1-19.

BİLALOV BAHADUR, QURBANOV FAİQ, (2007), Azərbaycan'da Turizm İşletmeciliği Konuları / Turizm Gelişimi Sorunları Bakü.

CHARLES RICHARD. Goeldner, Brent J. R. Ritchie Ve Robert W. McIntosh, (2000), Tourism: Principles, Practises, Philosophies John Wiley&Sons, Inc, Eight Edition.

ÇAKICICELİL, YAVUZ GÜLSER, (2012), "2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri Ve Olası Etkileri", 1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu.

ÇIKIN AYHAN, HÜSEYİN ÇEKEN Ve METİN UÇAR. (2009), “Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm Ve Ekonomik Sonuçları”, Turizm Ekonomisi Dergisi, 15,Ss. 1-8.

DENİZ YÜNCÜ Ve Diğerleri, (2013), "Kongre Ve Etkinlik Yönetimi",T.C. Anadolu Üniverstesi Yayini, Eskişehir.

ELİMURADOVA FEYZE Firuz Kızı, (2015), Turizmin Gelişimine İlişkin Yüksek Lisans Tezi, Bakü,

ELİRZAYEV ELİ, (2010), Ekonomi ve Turizm Yönetimi, Ekonomi Üniversitesi Yayını, Bakü.

ERDEM HEPAKTAN, ARAŞ GÖR,SERKAN ÇINAR, (2010)"Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri" , Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi,Sayı 2,, Ss.147-148.

ERYILMAZ, SEMİHA SULTAN ve Cengiz HAYRETTİN, (2012), Mega Etkinliklerin Kent Mekanına Ekonomik Yansımaları, Formula 1 Örneği Sigma 4 Özel Sayı.

GETZ, DONALD, (2008), Event Tourism: Definition, Evolution, And Research. Tourism Management, 29.

GETZ, DONALD, (1997), Festivals And Special Events: Life Cycle And Saturation Issues, Trends In Recreation, Leisure And Tourism. Ed.: WILLIAM C. GARTNER Ve DAVID W. Lime. Wallingford, Oxon Cabı Publishing.

HESENOV ARZU, (2012), Azerbaycan’da Turizmin Bölgesel Gelişimi: Sorunlar, Perspektifler. Avrupa göstergesi, Bakü.

HÜSEYNOV İLQAR, EFENDİYEVA NİGAR, (2007), Turizm İlkeleri. Derslik. Azerbaycan dilinde, Bakü.

İÇÖZ ORHAN Ve KOZAK METİN, (2002), Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro Ve Makro Ekonomik Etkileri, Ankara: Turhan Kitabevi.

KARAGÖZ DENİZ, (2006)., “Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.

KARAKÜÇÜK SUAT, (1997), Rekreasyon Boş Zamanlı Değerlendirme Kavram Kapsam Ve Bir Araştırma. Ankara: Seren Ofset.

KILIÇLAR ARZU, (1998) Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri Ve Kemer Örneği,Gazi Üniverstesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi,Ankara.

KÖÇERLİ MAİS, (2013), Azerbaycan’da Turizm, Azerbaycan Qazetesi,.S.22

MEHPARE TOKAY ARGAN Ve Diğerleri, (2013),"Etkinlik Yönetimi", T.C. Anadolu Üniversitesi Yayini, Eskişehir.

MEMMEDOV CABİR, Soltanova HEBİBE, (2002),Uluslararası Turizm Coğrafyası, Ders Vesaiti. Bakü.

MUHSIN KAR, ZORKIRIŞÇI EBRU ve YILDIRIM METİN, (2004), “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Sayı 8,s.89.

ÖZDEMİR, GÖKÇE, (2014), Destinasyon Yönetimi Ve Pazarlanması, Detay Yayıncılık, Ankara.

SABRI HALUK ERDEM, (2001), “Turist Harcamalarının Yöresel Kalkınma Sürecine Ekonomik Etkileri: Alanya Örneği.” Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.

SAMIRKAŞ MERYEM, (2011), "Turizm Sektörünün Bölgelerarası Gelişmişlik Farklılıklarını Gidermedeki Etkisi: Türkiye Örneği", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.

YAKIN EKİN, (2011), Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller Ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

İnternet Kaynakları

<https://Azvision.Az/News/82748/Formula-1-Nedir-Ve-Nasıl-Geçirilir-Arayis.Html> (Erişim Tarihi: 01.11.2017)

<http://Www.Fia.Com/Archieve>, 27.09.2005; MSO Motor Sporları Ve Organizasyonu A.S., Erişim Tarihi 08.12.2017

http://Www.Tursab.Org.Tr/Dosya/1025/02ocspor_1025_1941484.Pdf Erişim Tarihi 07.01.2018

<http://Www.Faa.Az/Article/Formula-> Erişim Tarihi 01.11.2017

<http://Medeniyyet.Az/Page/News/37386/.Html> Erişim Tarihi 12.05.2018

<http://Turizm.Fins.Az/Festival/904519/Azerbaycanda-Keçirilen-Festivaller.Html> Erişim Tarihi 09.04.2018

<http://Medeniyyet.Az/> Erişim Tarihi 18.09.2017

<http://Www.1news.Az> Erişim Tarihi 13.04.2018

<http://Www.Goktepe.Net/Turizm-Tarihi-Ve-Turizm-Çesitleri.Html> Erişim Tarihi 03.02.2018

<https://Www.Stat.Gov.Az/Source/Tourism/> Erişim Tarihi 29.12.2017

https://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf/ Erişim Tarihi 29.01.2018

<https://travelnews.az/2017/12/11/azerbaycana-gelen-turistlerin-sayibelli-olub-statistika/> Erişim Tarihi 29.04.2018

https://azerbaijan.orexca.com/tourism_azerbaijan.shtml Erişim Tarihi 29.03.2018

EKLER

EK 1:

Mulakat soruları

1. Formula 1 dönemi boyunca doluluk oranında ne kadar artış olmuştu,geçen yıla oranla yüzde kaç artış görülmüştür?
2. Formula 1 dönemi boyunca pazarlamada hangi değişiklik yapıldı?
3. Formula 1 dönemi boyunca işletmenizde konaklamak isteyen turistler için indirimler yaptınız mı?
4. Formula 1 dönemi boyunca gelir artışı oldumu,100de kaç?
5. Formula 1 dönemi boyunca en çok hangi ülkelerden turist gelmişti?
6. Formula 1 dönemi boyunca istihdam sayısını artırmak gerekliydi?

Tur Agentlikleri sorular?

1. Faaliyyet gösterdiğiniz işletme hakkında kısaca bahsedin?
2. Formula 1 sırasında turlarınızda artış oldu mu hiç gelirinizi arttıracak?
3. En çok hangi ülkelerden katılan olub?
4. Formula 1 turistlerine özel turlar hazrladinizmi?Daha cok hangi turlar duzenlendi?
5. Turlarinizin tanitimi nasil yapılmaktadır?
6. Ülkemizde başka etkinliklerin gerçekleşmesini ister misiniz?
Formula 1 yarışlarına devam edilmesini ister misiniz?