

AZERBAIJAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAIJAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
ULUSLARARASI YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA MERKEZİ

Elyazması hukukunda

Ferhadov Elşad Bextiyar

“Turizm sektörünün döviz girdisinin artırıcı etkisi.

Azerbaycan uygulaması.”

konusunda

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İhtisasın şifresi ve adı:

060803 “Turizm ve Otelcilik”

İhtisaslaşma:

“Turizm işi”

Tez Danışmanı:

Yüksək Lisans Proqramının

Rehberi:

Dr.Akbulayev Nurhoca Nazırhoca

Doç.DR.Kadir Bayramli

Nezir

Kafedra Müdiri Evezi :

Öğr.Gör.Aliyev Yusif Nadim

BAKİ - 2018

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
ULUSLARARASI YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA MERKEZİ

TURİZM SÖKTÖRÜNÜN DÖVİZ GİRDİSİNİN ARTIRICI
ETKİSİ. AZERBAYCAN UYGULAMASI.

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

ELŞAD FERHADOV

Danışman

Dr. Nurhodja Akbulayev

BAKÜ - 2018

ÖZET

Bilindiği gibi Azerbaycan petrol ülkesi olarak dünya ekonomik pazarında belli söz sahibi gibi kendini kanıtlamıştır. Ülkenin ekonomik gelişmesinde sürekliliğin sağlanmasında petrol ve gaz faktöründen bağımlılığın azaltılması amacıyla petrol sektörünün çeşitli alanlarının geliştirilmesi zarurettir. Petrol dışı sektör olarak turizm önemlidir.

Nitekim ülkemizin geniş turizm potansiyeli mevcut olub, bu da petrol faktöründen bağımlılığının azaltılmasında önem arz etmektedir. Dünyada turizmin çok geliştiği ülkelerin bu alanda gerçekleştirdiği reformlara ve gelişme yoluna baktığımızda, şahit oluruz ki, turizm endüstrisinden giren kaynakların artışını sağlamak için mutlak şekilde mevzuat maddelerinin iyileştirilmesinin, avantajlı koşullarla yabancı vatandaşların ülkeye turist ziyaretlerinin canlandırılması ve bu alanda turizm tesislerinin ve altyapısının gelişimini desteklemek en önemli faktörlerden sayılıyor.

Bütün bunları dikkate alarak gerçekleştirilen devlet programlarında turizmin her yönden geliştirilmesi için küçük ve orta girişimciliğe geniş yetkiler verilmesi, turistlere hizmet verecek tesisleri yeniden kurmak ve onu dünya standartlarına uyarlanması, ülkenin uluslararası ve iç turizm pazarında rekabet etmek kabiliyyetini artırılması, turizmin geliştirilmesi için ilerici ve etkin yöntemlerden istifade edilmesi temel öncelik olarak kabul edilmelidir.

Turizm ülkeye yabancı para akışı hızlandırır, turizm hizmet ağının genişletilmesine katkı sağlıyor ve böylece çok sayıda yeni işyeri kurulmakta, ülkede istihdamın alan ve yönlerini genişletmektedir.

Bu çalışmada söz konusu meseler araştırılmış, Azerbaycan'ın turizm sektörünün döviz girdisinde artırıcı etkisine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler:Azerbaycan, döviz, turizm, Yol Haritası, turizm işletmeleri, Dünya ekonomisi, turizm politisikasi, rekabet, rekabete dayanıklılık

ABSTRACT

As it is known, Azerbaijan has proved itself as a petroleum country at any moment as having a certain word in the world economic market. In order to ensure continuity in the economic development of the country, it is necessary to develop various areas of the oil sector in order to reduce dependence on oil and gas. Tourism as a non-oil sector is important.

As a matter of fact, our country has a great potential for tourism, which is important in reducing the dependence on the oil factor. When we look at the reforms and developments that countries have developed in the world, the improvement of the legislation in absolute terms in order to increase the sources of input from the tourism industry, the revitalization of tourist visits to foreign countries by advantageous conditions and the support of the development of tourism facilities and infrastructure of this area are the most important factors.

Considering all these considerations, it is necessary to provide broad authority for small and medium entrepreneurship in order to develop tourism in every direction, to restructure the facilities to serve tourists and to adapt them to world standards, to increase the competitiveness of the country in the international and domestic tourism market, should be accepted as the main priority.

Tourism accelerates the flow of foreign currencies to the country, contributes to the expansion of the tourism service network, thus establishing a large number of new businesses, expanding the scope and direction of employment in the country.

In this study, these issues were researched and the increasing influence of Azerbaijan 's tourism sector on the foreign exchange inflow was given.

Keywords: Azerbaijan, foreign exchange, tourism, Road Map, tourism business, World economy, tourism policy, competition, competitive strength

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	iii
KISALTMALAR	vii
GİRİŞ	1

I BÖLÜM

TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. TURİZMİN GELİŞİM TARİHİ	4
1.1.1. Turizm Kavramı.....	4
1.1.2. Turizmin Tanımı ve Özellikleri	7
1.1.3. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	15
1.2. TURİZMİN EKONOMİK TEMELLERİ	24
1.2.1. Turizm Bir Ekonomik Olay Olarak	24
1.2.2. Turizm ve Ekonomik Çevre.....	26
1.2.3. Turizm İşletmesi	28
1.2.4. Turizm İşletmesinin Mali Kaynakları.....	29
1.3. TURİZM VE ONUN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ	31

II BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN DÖVİZ GİRDİLERİNE ARTIRICI ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

2.1. ÜLKEDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNİN SAĞLANMASI İÇİN ONUN POTANSİYEL İMKANLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	43
2.1.1. Coğrafyası.....	43
2.1.2. Kültürü	45
2.1.3. Yolları	45
2.1.4. Turizm İşletmeleri.....	48

2.2. DÜNYA EKONOMİSİNDE TURİZMİN ÖZAGIRLIĞININ ANALİZİ	50
2.2.1.Gelişmiş Ülkeler	53
2.2.1.1.Fransa	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAIJAN'DA DÖVİZ GİRDİLERİNİN KAYNAĞI OLARAK TURİZMİN TEMEL YÖNLERİ

3.1. AZERBAIJAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİNDE DEVLET POLİTİKASI	57
3.1.1. Azerbaycan`da Turizm Sektöründe Devlet Düzenlemeleri Turizm Güvenliyi	61
3.1.2. Modern Azerbaycan Milli Turizm Politikası.....	71
3.2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNE İLİŞKİN STRATEJİK YOL HARİTASININ TEMEL HÜKÜMLERİ	77
SONUÇ	84
KAYNAKLAR	87

KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşmiş Devletleri
AITF:	Uluslararası Turizm Fuarı
AKB:	Azerbaycan Kongreler Bürosu
BDT:	Bağımsız devletler topluluğu
GSYH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
M.Ö:	Miladdan önce
WTO	World Trade Organization

GİRİŞ

Coğrafi konumu açısından turizmi gelişen Azerbaycan'ı konu edindiğimiz tezimizde bu ülkeye turizmden giren dövizlerin etkisinden bahsedilmiştir.

Azerbaycan'da turizm ekonominin öncelikli alanlarından biri sayılır ve devlet programlarının kabul edildi yerine getirilmesi söylediklerimizi doğruluyor. Tesadüfi değildir ki, bugün Azerbaycan uluslararası arenada sadece petrol-gaz ülkesi olarak değil, zengin flora ve fauna, nadir tarihi anıtlar ve koruma alanları diyarı olarak da tanınmıştır.

Ülkenin coğrafi konumu ve sahip olduğu doğa potansiyeli turizm endüstrisinin gelişiminde büyük rol oynuyor. Doğu-Batı, Kuzey-Güney arasında doğal köprü rolünü oynaması ve önemli taşıt altyapılarının kavşağında bulunması Azerbaycan'da turizm endüstrisinin gelişimine güçlü etkiliyor. Ender doğal iklim özelliklerinin de olması "Odlar yurdu" nun öncü turist ülkeleri arasında kendine yer edinmesine olanak sağlıyor. Şahdağ, Bazardüzü, Babadağ, Büyük Kafkas'ın güney eteklerinden akan nehirler, şelaleler, çok sayıda göller, eski insan meskeni Gobustan'ın sert ve aynı zamanda nadir çamur volkanları, koruma alanları ve plajlar Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin önemli ölçüde güçlendiriyor. Flora alemi de zenginliği ile dikkat çekiyor. Uzmanlarımızın araştırmalarına göre, Kafkasya florasının tüm türlerine Azerbaycan'da rastlamak mümkündür. Bin yıllarca rölyef ve iklim değişikliklerine rağmen getiren nadir Eldar şamı da ülkemizin bitki alemine renk katıyor. Dünyada sadece Azerbaycan topraklarında yetişen endemik bitki türlerinin sayısı 370'den fazladır. Bademli, Sirab, Ekşisi, İstisu gibi kaplıcalar da büyük ekonomik-tedavileri önem taşıyor. Dünyada nadir tedavi kaynaklarından biri olarak kabul edilen Naftalan petrolü de Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin artmasına olumlu etkisini göstermiştir.

Konu edindiğimiz tezimizde Azerbaycan'ın döviz girdisinde etkisi ile ilişkin önemli noktalarına ışık tutmaya çalışmışız. Turizmin Azerbaycan ekonomisinde yerini açmaya çalıştık.

Çalışma Giriş, 3 bölüm, netice ile kaynakçadan ibarettir. Birinci bölümde turizmin gelişim tarihi incelenmiş, turizm kavramı, özellikleri, turizmin ekonomik temelleri, turizm işletmesinin rolü, turizmin ekonomik büyümede etkisine değinilmiştir.

İşimizin ikinci bölümünde ise turizm sektörünün döviz girdilerine arttırıcı etkisinin belirlenmesi üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Bu kısımda aynı zamanda turizmin mevcut durumu, ülkenin turizm açısından potensiyel imkanları, dünya ekonomisinde turizmin özağırlığı araştırma konumuz oldu.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde Turizmin gelişmesinde devlet politikasına, devlet düzenlemelerine, turizmin sektörünün gelişimine ilişkin Stratejik Yol Haritasına değinilmiştir.

Böylelikle her bölmede değindiğimiz mevzuların neticelerini toplayıp belli bir taasurata gelinmiştir.

Azerbaycan uygulamasında turizmin döviz girdisine arttırıcı etkisi incelenerek tez işimizde araştırılmıştır.

Araştırma zamanı mevzuyla bir başa alakalı kitaplardan, dergilerde yayınlanmış makalelerden ve internet kaynaklarından istifade edilmiştir. Tercih olunan kaynakların mümkün olduğu kadar bir incil kaynaklar olmasına dikkat olunmuştur. İnternet kaynakları olarak genellikle ekonomi ve istatistik kurumlarının resmi sayfalarında yer almış bilgiler, akademik çalışmaların yer aldığı sayfalar tercih olunmuştur.

Azerbaycan'ın son yıllarda birçok uluslararası kültürel-toplu etkinliklere ev sahipliği yapması da turizm endüstrisine olumlu etkisini

gösteriyor. Nitekim konuklar etkinliklere iştirak etmekle birlikte, ülkenin çeşitli bölgelerindeki çağdaş turizm tesislerinde dinleniyor, tarihi anıtları ile tanışıyor, esrarengiz tabiatını seyretmek imkanı kazanıyorlar. 2012 yılında ülkemizde başarıyla düzenlenen "Eurovision" şarkı yarışması, bu yıl büyük müvəffəqqiyyətlə gerçəkleşmiş ilk Avrupa Oyunları Azerbaycan'ın turizm olanaklarının uluslararası çapta tanınmasına yol açtı. "Eurovision - 2012" şarkı yarışması ve ilk Avrupa Oyunları, Formula 1 yarışları ile ilgili ülkemize gelen binlerce konuk Azerbaycan'ın güzellikleri ile tanıştı ve çağdaş talepler düzeyinde kurulmuş otellerde tatil etti. Ülkeye gelen turistlerin memnun kalması için elverişli ortamın oluşturulması Azerbaycan'a dikkati iki kat artırıyor ve tekrar ziyaret etmelerine ilave teşvik veriyor. Genelde ilk Avrupa Oyunları'nın hem kapsama alanı, hem de katılımcıların bünyesine göre daha çok Avrupa sakinleri arasında büyük ilgi uyandırdığını belirtmek önemlidir. Bu nedenle, oyunlar sırasında yabancı turist akışının büyük kısmı Avrupa ülkelerinin payına düştü. Ayrıca, Oyunlar sırasında Azerbaycan'a komşu devletlerden, aynı zamanda komşu Türkiye, İran, BDT ülkeleri ve Ortadoğu ülkelerinden de misafirlerin geldiği gözlemlendi.

Çalışmanın nesnesi turizmin döviz girdisinin arttırıcı etkisi araştırılacaktır. Çalışmanın amacı Azerbaycanda turizmin döviz girdisine arttırıcı etkisi açıklamaktır.

Çalışmanın uluslararası önemi-Azerbaycan'ın turizm sektörünün gelişimi önem taşıyor. Uluslararası tedavi ve dinlenme tesislerinin faaliyet göstermesi de bunu doğrulamıştır.

Çalışmamızda turizm sektörünün Azerbaycan ekonomisinde, özellikler döviz girdisinde arttırıcı etkisi. Turizm sektörünün döviz girdisinde nasıl bir etkisinin olduğunu açıklamaya çalışmaktayız.

I BÖLÜM

TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. TURİZMİN GELİŞİM TARİHİ

1.1.1. Turizm Kavramı

İnsanlar eskiden şimdiye kadar muhteşem binaları, sanat eserlerini, benzersiz yerleri görmek, yeni diller öğrenmek, diğer ülkelerin kültürünü bilmek, görüşlerini artırmak, tedavi almak, farklı mutfaklar tatmak vs. için seyahat etmişler.

İlk çağlardan itibaren insanlar çeşitli nedenlerle seyahat ediyorlardı. Seyahatlerinin amacı yemek ihtiyaçlarını karşılamak idi. İnsanlar beslenme, ticari, dini ve sağlık nedenlerinden devamlı olarak yaşamını sürdürdükleri bölgelerden başka bölgelere geziler etmekteydiler [22, s.2]. Seyahatin tarihi mö 4000 yıllarında Şümerlerle birlikte başlamıştır. İnsanlar milattan önce 3000 yıllarında Eski Mısır'a tapınak ve piramitleri görmek için gidiyorlardı. Bu yürüyüş nedeniyle Eski Mısır'da birçok konuk evleri bulunmuştur. Turizm amacıyla yürüyüşler Eski Yunanistan'da da tesadüf edilmiştir. M.ö 700 yıllarında olimpiyat oyunları'nın başlaması Olimpiyata bakmak için birçok turistlerin gelmesine sebep olmuştur. Turizm tarihi incelendiğinde turizm maksadıyla ulaşım yapısının geliştirenlerse Romalılar olduğu görülmektedir. Romalılar tarafından geliştirildiği bilinen söz konusu karayolu ulaşım yapısı sayesinde günde 120-150 km. mesafe kat etmektedir [14]. Hatta bu devletin topraklarında zenginler için Balea adlı kıyı tatili böyle olmuştur.

Ortaçağ'da Roma İmparatorluğu yıkıldıktan sonraki dönemlerde seyahatlerin azaldığını ve seyahat etme maksatlarının değiştiği görülmektedir. Ortaçağ'da de geziler daha ziyade inanç sebepleriyle

etmekteydi. Buhar makinelerinin kullanılmaya başlandığı Sanayi Devriminden sonra demiryolu ve denizyolu ulaşımının gelişmesi ve nüfus artışı sonucunda turizm maksatlı geziler önemli ölçüde artmıştır [15].

Turist sözü 1772 yılında, turizm sözü ise 1811 yılından kullanılır. Turizm (fransız sözü olup eğlence, gezi anlamına gelmektedir) toplumun gelişimi ile formalaşmış, manevi ihtiyacının getirilmesiyle genişlenen faaliyet türüne daxildir. Belirtmek gerekir ki, edebiyatlarda kitlesel turizmin ilk organizatörü İngiliz Thomas Cook adlı kişi olarak biliniyor. O daha, 1841 yılında Lankasterden Dolngboruga kadar demiryolu ile 570 kişinin toplu gezintisini teşkil etmiştir. Bu olay ile Thomas Cook çağdaş turizmin temelini atmıştır. O, ayrıca 1847 yılında seyahat ve geziler toplumu yaratmış, bir grup zengin İngiliz vatandaşının Akdeniz seyahatini organize etmiştir. 19.yüzyılın sonunda Thomas Cook tarafından yaratılmış bu toplum 53 ülkede faaliyet gösteren ve 324 şubesi olan muhteşem bir şirkete dönüşmüştür. Aynı şirketin 12 bin çalışanı olmuştur. Daha sonra Amerika'da turizm ile uğraşan "Amekso" adlı şirket kurulmuştur. 1918 yılında bu şirketin firmaları tüm kıtaları kaplamıştır. 1869 yılında Avrupa'da Uluslararası Otel çalışanları Derneği kurulmuştur. Bu Dernek 1921 uygulamadır yılında Uluslararası Otel Birliği ile birleştirilmiştir.

Tabii ki, bu gelenek giderek gelişerek tüm dünyaya yayılmıştır. Farklı ülkelerde turizmin sosyo-ekonomik ve kulturoloji önemini değerlendirerek onun uzun vadeli kalkınma programını hazırlamışlar. Örneğin Fransa'da çözüme 1960 yıl turizmin kalkınma programı hazırlanmış, 1967 yılında devlet çeşitli iş adamlarını da bu programın aklanır çekmiştir. Tüm plajlar teknik donanıyla teçhiz edilmiş, turistlerin tatil ve eğlencesi için her türlü ortam yaratılmıştır [15, s.8].

Dünyada turizm hareketlerinin kökten değiştiği dönem ise İKİNCİ dünya savaşından sonra olmuştur. Bu dönemde uluslararası turizm hareketlerinin artması nedenleri şunlar olmuştur:

- ❖ Ekonomik büyüme sonucunda gelirlerin önemli ölçüde artması;
- ❖ Çalışma saatlerinin kısalması sayesinde seyahat için ayrılan vakitlerin artması;
- ❖ Ülkeler arasında gezileri sınırlayan kanuni düzenlemelerin ortadan kaldırılması neticesinde seyahat özgürlüğünün artması;
- ❖ Hava yolunun gelişmesi sonucunda seyahatin ucuzlaması;
- ❖ Ulaşım araçlarının kalitesinin ve güvenilirliğinin artması;
- ❖ Yaşam süresi ortalamasının uzamış olması, kadınların iş hayatına katılmış olması, emekliliğe ayrılma sürelerinin uzaması gibi demografik değişiklikler vb.

Günümüzde ise Dünya Turizm Örgütü'nün "Tourism: 2020 Vision raporunda belirtiliyor: Toplumda eğlence ve boş zamanın giderek artması, eğitim düzeyinin yükselmesi, çevresel sorunlara, estetik değerlere, bireyin, toplumun gelişimine verilen önemin artması vs. turizmin gelişimini hızlandıran faktörler arasındadır [21, s.9].

Dünyadaki turizm tarihi gibi ülkemizin de turizm tarihini incelerken ilginç noktalara rastlanıyor. Nitekim Azerbaycan'a ilk seyahatler ticaret, dini, siyasi ve takdir edebilme amaçları ile henüz milattan önce olmuştur. Onlar arasında Plinin, Plutarque, Heradot, Ptolomey ve Strabon olarak anılmış isimlerini çekmek olur. Azerbaycan'ın eski dönemlerde Büyük İpek Yolu üzerinde önemli bir durak olarak tanınması ülkemizde yabancı tüccarları ve kervanları kabul eden ve onlara hizmet veren uygun altyapıların-kervansarayların oluşmasına neden olmuştur. Böylece, İpek Yolu hattı üzerinde bulunmuş olan Tebriz, Marağa, Erdebil, Gence, Nahcivan, Ordubad, Nuha (Şeki)

şehirleri tarihi gelişim sonucunda önemli uluslararası ticaret merkezlerine dönüşmüşlerdi. Çeşitli dönemlerde Azerbaycan'da olmuş yolcuların, tüccarların, diplomatların (Marco Polo, Ryui Qonzales Klaşvio, Afanasi Nikitin, İosafat Barbaro, Ambrocco Kontarini, Antonie Cenkinson, Vincensi Alesandri, Sadko, Evliya Çelebi, Fedor Kotov, Y.T.kruşinski vs,) Azerbaycan halkının gelenek göreneklerinden, misafirperverliğinden ve mutfağından geniş bahsediliyordu.

Modern anlamda turizm ile seyahatin ülkemizde organize vaziyet almasını tarihçiler 1908 senesine ait ediyorlar. Nitekim 1908 yılında Kırım Kafkas dağ kulübünün şubelerinden biri Bakü'de açılmıştı. Sovyet devrinde ise turizm emekçiler arasında özfaaliyyet turizminin gelişmesi, turizme geniş, organize toplumsal hareket şekli vermek, etnoloji öğelerinin turizme uygulanması vs. üzerinde toplanmıştır. Sovyet döneminde Azerbaycan'da turist üsleri, tatil ve sanatoryumlar şebekesi kurulmuştur. Turizm alanı ile ilgilenen uzmanlara göre sovyet döneminde Azerbaycan turizmi en yüksek gelişme düzeyine 1987 yılında başarmıştır. Aynı sene digger ülkelerden elli; SSCB'nin değişik bölgelerindense iki yüz elli bine yakın turist gelmiştir [32].

1.1.2. Turizmin Tanımı ve Özellikleri

İnsanların birbirlerinden nasıl farklılaştığını ortaya koymak çok önemlidir, çünkü turizm endüstrisinin yöneticileri için bu temel koşuldur. Aksi halde ise piyasa (turist hizmetlerinin alıcılan) bunu asla bilmeyecektir.

Bu konunun temel görevini aşağıdaki gibi belirlemek mümkündür: Biz turist hizmetlerinin özelliğini ve onların turist örgütünün yönetimine etkisini göstermek istiyoruz. Bununla ilgili yönetim enstrümanının hangi derinlikte ve yönde geliştiğini belirlemek gerekir.

Turizmin birinci özelliği onun parçaları arasında qarşılıqlı ilişkilerin karmaşıklığı ve onun yaşama oldukça derin dahil olmasından ibarettir. Turist kurumlarının büyük çoğunluğu küçük hacimli olurlar. Büyük turistik tesisleri sadece nüfusun yoğun yaşadığı bölgelerde yaradıhr ve turizm endüstrisi için karakteristiktir. Dikkate almak gerekir ki, o, tek tipli örgütü yönetim yapısı olan fabrika atölyeyi değildir. Turizm endüstrisinde birçok turist kurumları ve kuruluşları şu veya bu şekilde tek bölgesel yönetim sistemine uygun gelmelidir. Bu sırada pazarda rekabet gücü ve uzun vadeli çalışma yeteneğinin sağlanması temel amaçtır. Fakat bölge yönetiminin en önemli sorunu aynı zamanda hem turist örgütünün en belirgin alameti gibi hareket etmesidir. Burada öncelikle "kim gerçekçi şekilde bölgeyi yönetmesi ve bu nedenle sorumlu olduğu" sorusuna cevap aramak gerekir[17].

Kompleks hizmetler öneren turizm bölgesine yapılan talepler dikkate alınırsa turist örgütü'nün çifte sorumluluğu ortaya çıkar. Açıktır ki, herhangi bir diğer örgüt olarak turist örgütü de öncelikle kendi çalışmalarının sonuçlarına göre sorumluluk taşıyor. O, turist bölgesinde koordinasiyaedici organ işlevini yerine getiriyor. Çifte sorumluluğun üstesinden gelmek için tüm turistik bölgesini incelemek ve denetlemek gerekir.

Turist hizmetlerine olan öğrenci etkileyen diğer faktör yaştır. Yaşlı ve yaşlı kişiler ve küçük çocuklar yolda qarşılaş-dıqlart çeşitli zorluklar yüzünden çok sık seyahat koşmalar. Ancak aktif emek çalışmalarını tamamlamış burs yaşlı bazı kişilerin turist hizmetlerine büyük ihtiyaçları oluyor. Bu talep özellikle bu kişilerin mali sorunları ve sağlık yöneden olumsuz veriler olmazsa qarşılanmaktadır.

Belli turist hizmetlerine olan talebin bağı olduğu sonraki faktör eğitim veya meslektir. Seyahatlerin frekansı belirli bir kişinin kendi

meslek faaliyetine ne kadar bağılı olduğundan bağılıdır. Küçük işletmelerin girişimcileri ve onların aileleri, her yıl birkaç hafta süren tatillerinden kullanan subay ve memurlara oranla daha aralıklarla seyahate çıkıyorlar. Tatil yapanların eğitim ve meslekleri sadece onların gerçekleştirdikleri yolculukların sayısına değil, hem de turist hizmetlerinin türüne etkiliyor, bu faktörlerden hem de kişinin kendi tatilini birkaç yapacağı bağılıdır [1, s.49].

Turist hizmetlerine olan çeşitli taleplerin üçüncü sebebi ictimai faktörlerin yüksek önem arz etmesidir. Bunlara ülkedeki ekonomik durum, çevre ve sosyal faktörler dahildir.

Turist talebinin spesifikliği turizmin diğer özelliğidir. Turist hizmetlerine olan ihtiyaç 3 temel sebebe göre homojen değildir. Bunlardan birincisi - turist ürününün tutulabilir mi.

Turist hizmetini sözleşme imzalanan zaman görmek ve bir ürün gibi "tadını" denetlemek imkansızdır. Turist firmasının yöneticinin işinde karmaşıklık ondadır ki, işte onun hizmetlerinin elverişli olduğuna alıcısını inandıramazsın, çünkü turist ürününün kalitesi oldukça geniş sınırlarda belirleniyor ve bu sadece mal gönderenlerden değil, hem de teklifin vakti ve yerinden bağılıdır. Turist ürününü korumak imkansızdır, zira eğer müşteri son anda seyahatden vazgeçiyorsa, onu pratik olarak hangi ülkeyle yer etmek mümkün olmuyor [2, s.67].

Turist hizmetleri tüketicilerinin çeşitliliği - bu hizmetlere olan talebin homojen olmamasının daha bir nedenidir. Turistlerin farklı kategorileri gezinin amaçları, turist hizmetlerine yaptıkları talepler, ayrıca ödeme gücünde oldukları değerlere göre keskin farklılaşıyorlar. Turistlerin her kategorisine turist pazarının belli bir tipi uygun geliyor. Eğer tatil yapanların özel kategorileri - dağ evlerinin müşterileri, özel kliniklerde tedavi alanlar veya eğitim kurumlarının öğrencileri de

dikkate alınsa, bu durumda çok farklı görünüm oluşur. Pazarın sonraki bölmek (yani türlere ayrılması) turistlerin yaşadığı ülke tarafından belirleniyor. Turizm pazarının belirlenmesinin yeni yöntemleri tatil yapanları hem de hayat tarzına göre gruplara ayırıyor (örn. "yeni ruslar", "yeni azerbaycanlılar" vb.) [5, s.21].

Turist hizmetlerinin üreticileri tatil yapanların belli tiplerine tam yönelmiş olurlar. Üreticiler onların taleplerini iyi biliyor ve bu taleplerin karşılanması onlara hayli gelir getirir. Turist talebine, ailenin yapısı, geliri, onun üyelerinin yaşı, eğitim ve meslekleri gibi etkenler büyük etki gösterilmiştir.

Gelir - turist talebine etkileyen önemli bir faktördür. Yalnız mali imkanı olan kişiler seyahate çıkabilir. Bir başka deyişle, sadece o turist talebi turist talebine dönüşüyor ki, onun sağlanması için kaynak vardır. Turizm sorunlarının bilimsel tetkikinde gelirin düzeyi ve turist hizmetlerine talebin karşılıklı 2 temel ilişkisi ortaya çıkmaktadır: I. Sadece hayatı talepleri karşılamak iktidarında o! an gelir (turizm için değildir); II. Yüksek kategorili malları almaya olanak veren gelir (turizm açısından çok verimlidir).

Birinci durum hiç de şaşırtıcı değildir. Tabii ki, eğer tüm gelir ailenin yaşaması için sarf ediliyorsa, bu durumda turist hizmetlerine talep de olmayacaktır.

Ailenin yapısı da turist talebinin hacmine ve türüne etki göstermektedir. Araştırmaların sonuçları gösteriyor ki, seyahat edenler arasında içeriği az nüfuslu olan aile sahiplerine daha çok rastlanır. Bu rakam çok sayıda (5 kişiden yukarı) ailelerde daha aşağıdır. Az nüfuslu üyeleri olan aile sahiplerinin çoğunluk teşkil ettiği toplumda (bu listeye ıssız adamlar çocuksuz aileler ve usaqları artık bağımsız olan çift ikilisi dahildir) turist hizmetlerine talep çoğalıyor. Bu tür durumlarda insanlar

daha sık seyahat ediyorlar. Onlar tatilin kalitesine yüksek talepler öne sürüyorlar. Fiyat bu kategori kişiler için ikincil rol oynuyor. Böyle bir ortamda işletme yardımı ile hem tüm bölgenin, hem de münferit turist teşkilatı'nın kalkınma stratejisi işletildi hazırlanmalıdır [9, s.8].

Yönetim nesnesi gibi turizmin ikinci özelliği pek açık olmayan ve zor ölçülen amaçların mevcudluğudur Kendi karşısında kazanç sağlamak amaçları atan şahsi turist kurumlarının yönetimi için açık, net ve ölçülebilir hedefler (kazanç, gelir kaldırılması vb). Karakteristiktir. Turist örgütlerinin menecmentı için bu tür amaçlar yoxdur.

Turist örgütü qeyri-rentabel olup, kazanç istikametine meyilli olamaz. Eğer turist örgütü uzun sürede kazanç elde ediyor ve gelir sağlasa bile, onu kullanmıyor, çünkü bu paralar tüm bölgeye ait olur. Bu müessesenin yöneticisi kendi işini kendisi değerlendirmelidir kendi üyeleri ve tüm bölge için gerekli hizmetleri ne kadar verimlilikle ve talepleri dikkate alarak göstermektedir. Hizmetlerin gösterilmesinden belirlemek olur ki, örgüt üyeleri önceki yerleri tutmaya ve gelecekte de faaliyet göstermeye ikna etmeye kadirdir, yoksa yok? Örgütün kendi üyeleri için önerdiği bazı hizmetler (örn; Çıkarların korunması pazarlama vb nesnel olarak hissedilmiyor. Bu kuralda da bütün bir bölge için başarı derecesini belirlemek oldukça zordur. Çoğunlukla turizmin herhangi bir bölgede gelişme derecesini geceleme yerlerinin göstergeleri aracılığıyla belirlemeye can atıyorlar. Fakat bu veriler değerlerin toplanması hakkında hiçbir şey söylenmemiştir.

Değerlerin toplanması göstergelerini hesaplamak için çok sayıda ilkin araştırmalar gerekmektedir ki, bu da kısıtlı zaman çerçevesinde ve finans araçlarının azlığı yüzünden çoğu zaman mümkün olmamıştır.

Turist örgütü ölçülen amaçlara sahip olmadığından onun verimliliğini ve başarısını objektif şekilde değerlendirmek mümkün

değildir. Burada söz konusu olan turizm endüstrisinde yaşanan süreçlerin zanlı karakterinden gitmektedir. Turizm endüstrisi kelimenin gerçek manasında başarı kazanmadığından, kamuoyu arasında büyük zorlukla tanınmaya başlar.

Turizm işletmenin üçüncü özelliği bölgeye sınırlı etkisinden ibarettir. Kişisel turist kurumunun yönetici kadroları tüzükte onlar için öngörülmüş ve aydın şerh edilmiş yetkilere, kendi tarım faaliyetlerinde kararlar kabul etmek ve talimatlar vermek haklarına sahiptirler. Turist örgütlerinin işletmelerinin, aksine hem kendi örgütü, hem bölge düzeyinde kimseye etkileme olanakları çok kısıtlıdır.

Turist örgütleri devlet meseleleriyle meşgul olduklarından ve çoğunlukla bu amaçla devlet kaynaklarından istifade ettiklerinden onlara siyasetin etkisi oldukça büyük olur. Sonuçta - doğal olarak onun çalışmalarında girişimcilik özgürlüğü sınırlanıyor. Tüm bunlardan dolayı işletme kendi bölgesinde faaliyet gösteren siyasi güçlere dikkat etmelidir, çünkü onun personel kadrosunun ücretleri çoğu zaman devlet bütçesinden karşılanmaktadır [5, 13].

Turizmin yeni özelliği ilginç müşteriler tarafından gösterilen güçlü etkiden oluşmaktadır.

Turizm işletmelerinin her biri kendi faaliyetini çeşitli ilginç kişilerin ve müşterilerin arasında yaşama geçirir. Turist örgütleri çok sayıda ilginç kişilerle çalışıyor ki, onlar da örgüte güçlü etkilerler. Ayrıca, farklı grupların kendi dahilinde de çeşitli çıkar ve çıkarlara rastlanıyor. Turist örgütleri kendi katılımcılarının hepsinden kendilerini aynı uygulamayı bekleyemez, çünkü otel sahipleri, yerel sakinler ve gelen turistler arasında bazı çelişkiler mevcuttur. Örgütün üyeleri 3-4 çıkarı ve çıkarları olan gruba bölünebilir. Ötellerin temsilcileri tabii ki, bir günlük turistlerin azaltılmasını talep edecekler, asansörlerin sahipleri akın'ın

genişlenmesinde ısrarlıdırlar, çünkü onların çıkarları bunu gerektiriyor. Hatta bir grubun içinde (örneğin, otel kompleksi temsilcileri arasında) bile farklı çıkar ve menfaatler çatışıyor. Büyük oteller çoğunlukla tatil servisinin teklif edilmesinde az ilgilidirler, bu oteller konukların yerleştirilmesi ve dinlenmenin düzenlenmesi için gerekli olan tüm cihazlarla donatmıştır. Transit (yolüstü) turistlerin hesabına yaşayan, pek büyük olmayan oteller turist örgütünün tatil önerinin iyileştirilmesinde ve uygun önlemlerin uygulanmasından yanadır [7, s.17].

Son yıllarda bazı turizm bölgelerinde yerel sakinler ve tatilde olan turistler arasında fikir ayrılıklarına rastlanmıştır. Yaşlılardı yaşlarında olan turistler sakin tatil yapmayı seviyorlar. Uzun sürede bölgeye yeni turistlerin teşvik edilmemesi bu tür turistlerin çok hoşuna gitmiştir. Onların çıkar ve çıkarlarına dokunulduğunda ise, yaşlılar bu bölgede herhangi bir turizm türüne karşı grup halinde birleşerek çıkabilir.

Turist örgütleri turizmin gelişmesinde ilgilenen, dahası turist faaliyetlerine katılan tüm nüfus grubu birlikte, herhangi bir diğer kurum olarak kredi verenlerle, siyasi yapılarla, kent yönetim organları, turistler ve ayrıca mal gönderenlerle işbirliğiyapılmıştır.

Yönetim nesnesi gibi turizmin önemli özelliği turist ürününün spesifikliği, onun şekillenme kaynağından ay-rılmazlığıdır. Maddi formda olan ürün (et, elbise vs). Onun üreticisinden bakılmaksızın mevcuttur, turist hizmeti (o da üründür) onun doğduğu kaynaktan ayrılmaz. Örneğin, turist ürününün tüketicisi nisan ayında haziran için tur sipariş etmişse, ancak mayıs ayında turist firması kendi faaliyetini dayandırmışdırsa, o zaman bu hizmet tüketicie gösterilmeyecektir, çünkü onun kaynağı artık mevcut olmayacaktır.

Turist ürünü hizmet biçiminde tezahür ettiğinden, onun gerekli işareti olarak müşterinin varlığı ve bu hizmetin anbarlaşdırılmasının

qeyri-mümküniüyü gibi özellikler ortaya çıkabilmiştir. Yani bu demektir ki, turist hizmetini posta ile göndermek olmaz. Turist üretiminin gerçekleştirilmesi sırasında özel açılar güçlü olduğundan turist hizmetlerinin gösterilmesinin avtomatlaşdınlmast ürün üretimi sürecinde olduğundan daha az ölçüde olabilir. Gerçekten de, turistin davranışını yüksek ihtimalle öngörmek mümkün değildir. Onun tavrı sadece nesnel nedenlerden değil, sübjektif unsurlardan bağlıdır. Bu nedenle turizmin yönetiminde esas dikkat personelin yönetilmesine ve kişiler arası ilişkilerin düzenlenmesine getirilmelidir [6, s.10].

Turist ürününün dış efektleri de turist endüstrisinin özelliği olarak kabul edilir. Bu anlamda turistin onu çevreleyen insanlarla iletişimini bağımsız ortamda olan ilişkiler gibi gözden geçirmek gerekir. Aynı zamanda onun yaşamı, işi, boş zamanı, seyahatte geçirdiği tatil, başka seyyah ve tatil yapanlarla, ayrıca yerel nüfus ile görüşmeleri turistin günlük hayatında nasıl bir iz bıraktığını dikkate almak gerekir. Seyahat edenin onlara yaklaşımı ve onun nedenleri insanın yaşamaya ve çalışmaya nasıl alışkanlık etmesi, boş zamanın organizasyonunda hangi olanaklara sahip olması ile rivayetler var. Araştırmalar gösteriyor ki, misafirin tavırları onu kabul eden insanların ve diğer gezginlerin turiste olan ilişkilerine hayli etkilelemektedir.

Örneğin, eğer plajda turistler yüzme kıyafetleri olmadan girebilmiştir, geceyarı'sına kadar çınlayan bayramlar düzenlenebilmiştir, yeni spor dalları ile uğraşıyorlarsa ve bu hareketler çevrenin yozlaşması ile eşlik ediyorsa, bu durumda bu hareketler yerel sakinlerin turistlere olumsuz tutum sergilemesine ve bu ise turistlerin tatilinin kötüleşmesine yol açılabilmiştir [11, s.6].

Turizm ekonomi, ekoloji, siyaset gibi alanlarda büyük etki gösterir ve aksine, onlar da turizme etki ediyorlar. Turizm bölgesi misafirlerden

kazanç elde edilmiş ve gelir sağlanmıştır. Konuklara servis edilmesinden elde edilen kazanç ilkin sermayedir ve bölgenin daimi sakinlerinden alınan gelirden daha çok önemlidir. Turizmden alınan gelir yeni akımla yerel ekonomik döngüye girer ve artırıcı verim vermiştir: O yerel ekonomiden "geçip gitmiştir". Örneğin, otel bakkaldan ekmek alır. Sonuncu ise ilk olarak turistten aldığı parayla kendine yeni bina inşa ettiriyor. Bölgede daha çok hizmet satılıyorsa, bu durumda kalan paranın miktarı da yüksek olacaktır, yani yerli üretim daha da güçlenecektir [1, s.16]. Ekolojik açıdan da turizm bölge için uygun olabilir. Bu turizmden alınan gelirin bir kısmının peyzajın korunmasına sarf edilmesiyle mümkündür.

1.1.3. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Çağdaş turizmin temeli ve başlangıcı konusunda farklı düşünce ve görüşler mevcuttur. Bazı yazarlar (M.Nemolyayeva ve L.Hodorkov) ingiliz edebiyatına istinad ederek, turizmin temelinin 1841 yılında atıldığını ve ilk dış seyahatin 1855 yılında Paris'te düzenlenen Dünya fuarına düzenlendiğini kaydediyorlar. Diğer yazarlar (R.Zaçinyayev ve N.Falkoviç) yabancı turistlerden oluşturulmuş ilk organize turist grubunun 1863 yılında İsviçre'ye seyahat ettiğini, üçüncü kısım (M.Birjakov vb). İse İngiltere'den Fransa'ya ilk organize turların daha 1815 yılında düzenlendiğini kaydediyorlar. Geniş kitle için öngörülen ve Londra'dan Paris'e düzenlenen bu turların girişimcisi, yazar ve seyyah D.Qalinyani olmuştur. Artık 1829 yılında dünyada ilk kez K.Baydeker tarafından hazırlanan ve yayınlanan "gezginlerin ima yollu defteri" çıkmıştır.

Tüm bunlara rağmen seyahatlerin organize ve toplu halde kaydırmasının verimini ve içeriğini ilk olarak anlayan ingiliz papazı

Thomas Cook çağdaş turizmin kurucusu sayılır. O, 1841 yılında Lankasterden Dolngborug kentine demiryolu aracılığıyla ilk kitlesel yürüyüş organize etmiştir. Bu seyahatte 600'a yakın kişi katıldı. Thomas Cook "Midlend reyluey" şirketinin sahipleri ile iletişim kurarak şirketten yarı fiyata (toptan satış gibi) 580 bilet almayı başarmış, ardından biletleri seyahat arzusunda olanlara satmıştır. Bu, onun turizm faaliyetinin, ayrıca çağdaş turizmin, turizm alanının başlangıcı idi.

1847 yılından "Cook" toplumu dış seyahat ve gezilere özel biletlerin yayılması ile ilgilenmeye başlamış, bilet satışını benimsemekten sonra, Cook kilise işlerini bırakıp kendi bireysel işini kurmuştur [24, s.36].

1848 yılında Kukun ajansı Britanya devlet şirketine dönüşmüştür.

1852 yılında T.Kuk Londra'yı kalıcı yerleşim yeri seçerek bu kente göçmüş ve burada tarihte ilk kez turizm şubesi kurmuştur. O birkaç ulaşım şirketleri ile anlaşma yapıp, onlara komissiyon hakkı vermeye başlamıştır [23, s.8].

1863 yılında T.Kuk İsviçre'ye ilk turist grubu gönderdi. Böylece organize uluslararası turizmin teşkiline başlandı.

1889 yılında Paris'te düzenlenen ilk Dünya fuarına Kukun şirketi, bugünün diliyle söylersek 400 bin turist yollayışı (izni) satmıştı. O zamanlar en popüler turist güzergahlarından biri İngiltere'nin sömürgesi olan Mısır idi. Nil nehri ile seyahat için T.Kuk 27 vapur ve 800 küçük hacimli yelkenli gemi elde etmiştir.

19.yüzyılın sonlarında Uluslararası Yatak Vagonları Toplumu ile birleşen T.Kukun firması, dünyanın 53 ülkesinde 12 bin personelin çalıştığı 324 filialı olan şirkete dönüşmüştü.

Amerikalılar İngilizlerden hiç de geri kalmak istemiyorlardı. T.Kukun uluslararası turizm düşüncesi temelinde "Amerikan ekspres"

("Amekso") şirketi kurulmuştur. Birleşik devletlerin arabalarla yolcu taşıyan üç şirketinin birleşmesinden oluşan "Amekso" önce karışık ajans olarak faaliyet göstermiş, 1918 yılından itibaren ise tüm kıtalarda şubeleri olan sadece turistik şirketine dönüşmüştür.

1869 yılında Avrupa'da kurulan "Otel çalışanlarının uluslararası birliği" ilk turizm örgütleri birliği idi. Bu dernek, 1921 yılında düzenlenen Uluslararası oteller birliği ile birleşerek, 1946 yılında Uluslararası oteller birliğine dönüştü [5, s.15].

O zamanlar, genellikle zengin insanlara hizmet veren turizm sadece ulaşım ve yerleşme hizmetleri teklif ediyordu. Bu henüz modern "20.yüzyılın fenomeni" olan misafirperverlik endüstrisi olmasa da yavaş yavaş gelişmekteydi.

Turizmin uluslararası düzeyde olması, sadece sosyal ilişkilerin belirli gelişim aşamasında, uluslar arasında yüksek gelişmiş ve sürekli ekonomik, siyasi ve kültürel ilişkilerin olması temelinde mümkün olmuştur. Bu da uluslararası pazarın şekillenme periyodik, uluslararası ticaretin artması ve yeni ulaşım araçlarının ortaya çıkması ile örtüşmüştür.

Bugün de en seçilen turizm bölgesi, uluslararası turizm ilişkilerinin temel ilçesi olan Avrupa - turizmin beşiği sayılır. Avrupa'da turist otellerinin yapımı, demiryolu örgütlerinin girişi ile hayata geçirilmiştir. Otellerin yapılmasının temel nedeni demir yolları ile yolcu akışının artması idi.

Her turizm bölgesi için, yani belirli doğal ortamı olan (elverişli iklimi, deniz ve güneş, sıcak ve şifalı su kaynakları, çekici manzara, mimari ve kültür anıtları) arazide yolcu - turistlerin kabulü, yerleşmesi ve beslenmesinin sağlanması gerekiyordu. Böylece de turizm tesislerinin yapımına ihtiyaç oluşmaktaydı.

Demiryolları ayrıca uluslararası turizmin gelişimi ile ilgili tüm etkinliklerin ve reklamın belirlenmesini de üstlenmişti.

Turizm büyük gelir getirdiğine göre, tüm yerli tarım alanları onun gelişimine ilgi göstermeye başladılar. Ama turist talebinin karmaşıklığı ve özgünlüğü onların karşısında yeni, daha karmaşık sorunlar koydu. Turist mevsiminde turizm ilçenin tüm tarım, belediye - ev hizmetlerin hacmi artan taleple uygun olmuyordu. Turistlerin istek ve arzularını yerine getirmek için hizmet alanlarını genişletmek zorunluluğu ortaya çıkıyordu. Bu da reklam ve iletişim hizmetlerinin, kültürel - eğlence tesislerinin gelişmesine neden olmuştur.

Turizmin gelişmesi ile ilgili bu sorunlar daha da arıtr, onların çözümü ise zorlaşıyordu. Böyle zorluklarla karşılaşan sıradan yerli tarım örgütleri ve yerel yönetim organları yeni fonksiyonların üstesinden gelebileceğini bilmiyorlardı. Bu nedenle bağımsız turizm alanında uzmanlaşmış örgütlerin kurulması konusu günün talebi idi. Onların işlevleri ve faaliyeti modern turist ajanslarına ve turoperatorlara uygun idi.

Öncelikle bu örgütler "abatlaştırma toplumu", "yabancıları kabul eden dernek" vb. deniyordu. Onların teşkili 20.yüzyılın ortalarına tesadüf ediyordu, ama 20. yüzyılın 70'li yıllarında Almanya, İsviçre'de, Avusturya'da, Fransa'da ve diğer ülkelerde daha geniş boyut kazanmıştı. Bu kuruluşlar kompleks turist hizmetinin oluşumu ile uğraşan çağdaş turoperator'ların timsali idi [8, s.12].

Benzer toplumların oluşturulmasında yerel yönetim organları da ilginçti ve onlara kapsamlı yardım ediyorlardı. Çünkü bu toplumlar yerel yönetimlerin çözmeli oldukları konuların icrasını (gelen turist akımının kordinasiyasını, onların yerleşme, beslenme, boş zaman vb. teşkili ilgisini) üstlendiler.

Turist firmalarının faaliyetlerinin uzmanlaşma süreci devam ediyordu. Bazı firmalar kendi güçlerini hizmetler paketi üretiminde toplar, yeni bölgelerin işletilmesi ile ilgilenirler, turizmin yeni çeşitlerini hazırlıyorlardı, diğerleri ise daha çok hizmet ürününün satışa önem vermiştir ve tur acentalar gibi gelişmekteydi.

Uzun süre turizmde herhangi bir örgüt form (yani devlet, sosyal vb) olmamıştır.

Turizm bölgelerinde turizmin oluşturulması ve gelişiminin genel süreci yaşanıyordu. Ama bu süreç tüm ülkeler için karakteristik değildi ve her bölgede kendine özgü gelişme yolu geçiyordu. İşte bu yüzden de halihazırda, ülkeler ve bölgelerdeki turizmin gelişmesinde, ayrıca turizm tesislerin teşkili biçimlerinde ve yönetim yapılarında çeşitlilik gözlenmiştir. Turizmin daha sonraki ve karmaşık gelişim düzeyinde, çeşitli turizm örgütlerinin faaliyetlerinin koordine edilmesi zarureti doğurmuştur. Bu da çeşitli devlet yönetim organlarının, ayrıca uluslararası toplumlar ve ittifaklarının oluşturulmasının gerekliliğini ön plana çıkarılmaktaydı.

1931 yılında kurulan ve bugün de faaliyet gösteren, Amerika turist ajanslar derneği (SES), Amerika'da turizm faaliyetini devlet seviyesine yükseltmiştir [9, s.17].

20.yüzyılın birinci yarısında ulusal ve uluslararası turizm kendi çevresine yeni ülkeler çekerek, gelişimini yeni yönlerde sürdürüyordu. Ama daha o zamanlarda turizm ve geziler göre nüfusun varlıklı kesimleri için erişilebilir idi. Onlar eğlence, dinlenme ve tedavi amaçlı pahalı seyahatlerde sık istirak ederlerdi. Aynı dönemde Fransa, İtalya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya ve İsviçre'nin dağlık bölgelerinde bulunan, uluslararası tatiller gibi ulusal turizm merkezleri oluşturmuştur.

Birinci ve ikinci dünya savaşları arasındaki dönemde iç ve dış turizm seyahatleri niteliksel olarak yeni bir karakter alır. Onlar sadece eğlence ve sağlık, ayrıca sırf takdir edebilme amaçlarıyla unutulmaz anı (hafıza) yerlerine baş çekmeye ve dikkate değer tarihi mimarlık yapıtlarını seyretmeye can atmaktadırlar.

Uluslararası turizm hareketinin büyük kısmı Avrupa ülkelerinin payına düşüyordu. Seyahatler genellikle Avrupa ve diğer kıtaların nüfusu arasındaki akrabalık ilişkileri ile stimullaş'ıyordu. O zamanlar dış turizm göre tek tek bireylerin seyahati niteliği taşıyordu. Grup halinde yürüyüşler, mitingler ve seyahatler giderek ulusal turizm tecrübesine uygulanıyor, turizm ve gezilerin gelişmesi için maddi ortamın oluşturulması için çalışmalar yapılıyordu. İkinci dünya savaşı sırasında uluslararası turizmin hacmi keskin biçimde azalır. Savaştan önceki turizmin seviyesi 20.yüzyılın 40'li yılların sonunda restore edilmiştir. Bu dönem, Avrupa ülkeleri, ABD ve Kanada arasındaki turizm seyahatlerinin ve değişimlerin canlanması ile tanımlanmaktadır. Esasen ABD turistlerinin hesabına - Meksika, Panama ve Küba'da turizm başarıyla gelişiyor. Japonya ve birçok başka ülkeler dış turizm için kendi sınırlarını açmıştır [24, s.38].

Bu dönemi - uluslararası turizmin toplu geliş tarihinde dönüm dönemi adlandırmak mümkündür. 1958 yılında ilk transatlantik avia yolcu uçuşu gerçekleştirilmiştir. Bu önemli olayla turizmin olanakları, gelenekler ve seyahatlerin mesafeleri anlayışlarında önemli dönüm oluştu ve uzak mesafelere olan seyahatlere, kısa süreli yürüyüşlere ve gemiyle gezinti ticaretinin gelişmesine büyük etki gösterdi. Tüm dünya pratik olarak her turist için erişilebilir olmuştur.

Hava ulaşımı insanlara daha çabuk zaman çerçevesinde uzak mesafelere seyahat etmeye olanak vermiştir ve turizmi beynelmilel,

demokratik ve kitlesel ediyordu. Aynı dönemde gemiyle gezinti endüstrisi (bugün on millionlarla turisti çeken) oluşmaya başlamıştır.

20.yüzyılın 50'li yılların başlarından itibaren turizm ilişkileri, yolculuklar ve alışverişler daha da pekişmiştir ve genişliyordu. Batı Avrupa ülkeleri arasında yapılan özel anlaşmalar turizmin gelişmesine yeni bir ivme kazandırmıştı. Bu anlaşmalar ülkeler arasında çok sayıda turist grupları değişimini öngörmektedir [6, s.14].

Genellikle varlıklı, zengin insanlara hizmet üzerine kurulan turizmini, nüfusun orta kesimlerini (hizmetçiler, öğrenci gençlik, bilimsel-teknik alanların aydınları) daha çok kapsayan turizm yer etmeye başlamıştır.

Turizm işinin büyük işletme sahipleri, daha fazla gelir sağlamak amacıyla, turizmin daha kitlesel formlarına tercih ediyorlardı. Trafikte, yerleşme araçlarında, beslenmede ve hizmetin diğer türlerinde teknik gelişmenin gelişmesi buna izin veriyordu.

Uluslararası turizm ilişkilerinde seyahatlerin ve turist alışverişinin yasal çerçevesinin şekillenmesinin büyük önemi vardı. Geçen yüzyılın 50'li yıllarında bu işe başlatılmıştır.

Daha 1954 yılında "turist" anlayışı hakkında kaldırılmış konu 1963 yılında BM'İN turizm ve geziler üzere Roma konferansında gündeme getirilerek, kabul edilmiş ve onaylanmıştır. Bu kadar ayrı-ayrı ülkelerde "turist" kavramının farklı biçimde açıklaması veriliyordu.

Tek "turist" anlayışı - uluslararası istatistik kaydın yapılması, turistler için gümrük kurallarının, çeşitli ulaşım avantajlarının (indirimlerin) uygulanmasında esas alınır [3, s.23].

"Turist" anlayışı şöyle seslenilir

: Kendi kalıcı yerleşim yerinden uzakta 24 saatten az olmamak koşuluyla, herhangi bir amaçla (gittiği yerde ödeme kaynağı olan meşguliyeti olmadan) seyahat eden kişi.

Bu anlayışa göre, dinlenme, tatil, tedavi, eğitim, din, spor, akrabalarla görüşme, kongre ve sempozyuma katılmak, eğlence amaçları ile seyahat edenler - "turist" denmektedir.

Şu anda en büyük nüfuza sahip olan sivil toplum örgütü - Resmi turizm örgütlerinin uluslararası birliği (IUOTO) temelinde 1975 yılında kurulan Dünya Turizm Örgütüdür (WTO). Bu örgüt BM himayesi altında faaliyet gösteriyor. Bugün 141 ülke (ayrıca Azerbaycan) ve toprak, kendi ulusal turizm bakanlıkları, devlet ve özel sektör kuruluşları ile törende temsil edilebilir. WTO'NUN en önemli tedbirleri - onun iki yılda bir düzenlenen asamble.

27 eylül 1975 yılında WTO'NUN tüzüğü kabul edilmiştir. 1979 yılında İspanya'nın Torremolinos şehrinde düzenlenen WTO'NUN Genel kurulu'nun III. toplantısında 27 eylül Dünya Turizm Günü gibi görkemli bir şekilde kutlanması yönünde karar alındı. İlk defa Dünya turizm günü 1980 yılında kutlandı. 1980 yılının 10 ekim tarihinde Filipinler'in başkenti Manila kentinde düzenlenen turizm üzere Dünya konferansında Manila bildirisi kabul edildi. Bu deklarasyon, turizmin bir faaliyet türü gibi milletlerin hayatında önemli rolü olan, sosyal, kültürel, eğitim ve ekonomik alanlara, devletlerarası ilişkilere etkisini gösteren alan olduğunu beyan etti [18].

WTO'nun 17-26 eylül 1985 tarihinde Bulgaristan'ın başkenti Sofya'da yapılan Genel kurulunun VI oturumu uluslararası turizmin hukuki altyapısının geliştirme konularına atanmıştır. Bu oturumda kabul edilen Turizm Şartı ve Turistin Kodeksinde uluslararası turizm ilkeleri törenlerle yansdı. WTO'nun uzmanları bu belgeleri hazırlarken, BM

Tüzüğüne (mad. 3, § 1, 1948 yılında BM Genel meclisi'nde kabul edilmiş İnsan haklarının Dünya bildirisine (mad. 24 ve 1966 yılında BM Genel meclisi'nde kabul edilmiş Ekonomik, sosyal ve kültürel haklar Uluslararası pakta dayanmışlar.

Dünya turizminin gelişmesinde ismi geçen bu iki belgenin önemli rolü var. Belgeler hümanitar ve ilerici bir nitelik taşımakla birlikte, aynı zamanda turizm hareketinin tüm birimlerinin turist alışverişi ve seyahatlerinin organizasyonunda normal ilişkilerin oluşmasına olanak sağlanıla bilir, ayrıca halklar arasında dayanışmayı, birbirine saygılı yaklaşımı ön plana çıkarılmaktadır.

14 kasım 1994 tarihinde Japonya'da düzenlenen turizm bakanlarının Dünya konferansında turizm alanı için çok önemli olan ve günümüzde devletlerarası ilişkilerin gelişmesi için turizmin önemini beyan eden bir belge "Turizm bildirisi" kabul edildi.

20.yüzyılın 70'li yıllarında turizmin en yüksek gelişmeyi Avrupa'da (turizm hizmetlerinin toplam hacminin -% 72,6) ve Kuzey Amerika'da (% 18,3) kayda almıştı. Dünyanın diğer regionlarının payına ise turizm hizmetlerinin% 9,1'i düşürmektedir.

Bu eğilim 80 yıllarında da tutulmuştur. 1985 yılında seyahat eden yabancı turistlerin% 70,3'i Avrupa ülkelerinin payına düşüyordu. Onlara hizmetten Avrupa ülkeleri 58,9 milyar ABD doları elde etmişlerdir.

90 yıllarında Avrupa turizminin gelişmesi istikrarlı kalmış, Asya ve Güney Amerika kıtasında, Avustralya ve Japonya'da turizm etkin gelişmeye başlamıştır.

1.2. TURİZMİN EKONOMİK TEMELLERİ

1.2.1. Turizm Bir Ekonomik Olay Olarak

Ekonomi maddi nimetlerin ve hizmetlerin üretimi ve tüketimi, dağılımı ve alışverişi sırasında oluşan ilişkilerdir. Maddi nimetlerin oluşturulması için kaynaklar sınırlı olduğundan ekonomik süreçler sırasında onların değeri ve fiyatı oluşmuş, kullanım şartları oluşturuluyor. Turizm de bir hizmet alanı olarak insana gereken rekreasyon ve manevi zenginlik ihtiyaçlarını karşılayan hizmetleri önerilmektedir. Turizm hizmetleri sırasında oluşan ekonomik ilişkiler ise burada turizm kaynaklarının, altyapının ve emek kaynaklarının kullanımı sırasında oluşan gelirlerin dağılımını, önerilen hizmetlerin satışı, tur grupların seyahatleri sırasında yapılan çalışmaları, gösterilen hizmetlerden turizm işletmesinin, yerel halkın ve devletin elde ettiği gelirleri kapsanılır.

Turizm ülke ekonomisinde, bölgelerin inşafında önemli rol aynalar. Ekonominin istenilen bir alanında temel amaç gelir elde etmektir. Bu açıdan yaklaşıldığında turizm sadece hizmet sektöründe değil, ekonominin diğer alanları ile (örneğin petrol sektörü, avtomobilqayıma, elektronik, giyim endüstrisi vs). Rekabette oluyor. Nitekim uluslararası istatistiklerde her yabancı turistin getirdiği gelirin miktarı ortalama 400-1100 dolarla ifade ediliyor. Bu ise çağdaş değerlerle 2-3 tondan fazla ham petrolün satışından elde edilen gelir demektir. Hem de bu gelir petrol gibi stratejik hammaddenin ihracı ile değil, turizm ürününün ihracatı ile gerçekleşiyor. Turizm ürünü olarak turistlerin ülkeden yapılabileceğine değerli şeyler ise en iyi ihtimalle hediyeelik eşyalar, halk sanatı örnekleri vb olabilir. Dolayısıyla, yabancı turistlerin ülkeye getirdikleri servet onların götürebilecek kat kat fazladır. Bunun temel nedenlerinden biri ise turizmin bir sanayi gibi kendisinden başka diğer

hizmet ve gayri-hizmet alanlarının da işine etki edebilmesi ve burada oluşan ekonomik ilişkilerin çok geniş ve kapsamlı olmasıdır. Bu ortamı yaratan faktörler ise [1, s.32]:

- Turizm talebinin geniş olması;
- Eğlence ve rekreasyon hizmetlerinin çok geniş çeşitlilikte olması;
- Turizm hizmet kurumlarının, özellikle küçük girişimcilik tesislerinin bölgesel çapta çok geniş yayılması;
- "Görünmez ihracat" gibi turizmin ülkeye vayulta akın'ın arttırması ve tediye dengesine olumlu yönde etkilemesidir.

Ekonomik gelişme olarak turizm hizmet tesislerinin karşılıklı ilişkileri ile de açıklanabilir. Bu, her şeyden önce turizm işletmelerinin yüksek derecede uzmanlaşması, onların konforlu hizmetler yapması için yeni teknolojik yeniliklerden kullanımına dayanır. Ayrıca turizmde emek dağılımının derinleşmesi ve turizm hizmetlerinin turizm ürünü bünyesinde çok ciddi entegrasyon-işletim ilişkilerine sahip olduğunu da belirtmek gerekir. Bunların anlaşılması kurumlar arası ekonomik çıkarların doğru değerlendirilmesi ve tek rekreasyon kompleksinin oluşmasına önemli etki ediyor.

Turizmin ekonomik içeriği onun ekonomik etkisinde ortaya çıkıyor. Verim derken, herhangi bir faaliyet için çekilmiş masraflara göre elde edilen ekonomik, sosyal ve insani sonuçlar anlaşılır. Ekonomik verim derken, turizm kaynaklarının, turizm altyapısının, turizmdeki emek kaynaklarının ve turizm ürününe dahil edilebilecek diğer ek hizmetlerin buraya dahil etme olanakları ve onlardan beklenen sonuçlar öngörülüyor. Ekonomik verim turizm kaynaklarından dayanıklı kullandığında, yani istenilen turizm faaliyeti ona harcanan turizm kaynağının önceki durumunun sağlanması için yeterli olacak miktarda kendi sahibine gelir

sağladığı ve turizm kaynaklarının gelecek nesiller için korunduğu takdirde verimi ortaya çıkıyor [5, s.45].

Turizmin ekonomik verimi turizm altyapısının oluşturulması ile daha belirgin ortaya çıkıyor. Turizm altyapısı dendiğinde önceki bölümde belirtildiği gibi, turizm ürününün içinde kendine yer edinen ve turizm kaynaklarını kullanıma uygun edebilecek her türlü yol, mühendis teknolojik güvenlik cihazları, bina ve ekipmanlar öngörülüyor. Ekonomik verimlilik açısından turizmde altyapının kullanımı turizm rezerv larının plansız ve amaçsız kullanımından daha verimlidir. Çünkü altyapı insan tarafından oluşturuluyor, kullanmasa bile zaman zaman yenilenmelidir. Kullanıp takımdan çıktığında ise öncekinden daha iyi ünde restorasyonu çok kolaydır. Ancak turizm kaynaklarının yukarıda belirttiğimiz şekilde kullanımı onların bir defalık aşınmasına veya çok zor restore edilmesine yol açıyordur.

1.2.2. Turizm ve Ekonomik Çevre

Turizm faaliyetleri geniş sosyal-insani içeriği ile hem ekonomik gelişmenin seviyesinden de çok bağlıdır. Turizm işinin başarılı gelişmesine devletin kanunları ile beraber rekreasyon rezervlerinden kullanım koşulları da etkiliyor. İlk olarak turizm gezilerine gitmek, turizm işini düzenlenmesi ülkemizde dahil, dünyada uygun yasalarla düzenleniyor. Ayrıca hükümetin özel normatif belgeleri ve turizme ilişkin ortak uluslararası düzeyde kabul edilmiş belgeler de hukuki şartlar sayılıyor. Turizm için ekonomik ortamın en önemli şartları sosyo-ekonomik koşullardır. Bunlara kısaca göz atmakta fayda vardır.

İlk olarak, ülkenin genel ekonomik kalkınma düzeyi, Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYH'nin) hacmi, onun kişi başına düşen kısmı, nüfusun ücret gelirleri, hizmet sektörünün gelişim düzeyi ve buna bağlı

olarak nüfusun harcamalara olan eğilimini belirtmek gerekir. Ayrıca, şekillenmiş turizm talebi, turizm firmalarının teklif ettiği hizmetler, yani turizm önerisi, tüketim sepeti ve buna uygun tüketim asgari'nin hacmi de turizm faaliyeti etkileyen ekonomik ortam sayılır. Turizm talebi toplumun genel ekonomik-kültürel ve sosyal gelişimi sonucunda bireylerin kendi rekreasyon ihtiyacını karşılamak için dünyanın ve ülkesinin istenilen turizm ve rekreasyon kurumunun hizmetlerinden yararlanabilmek isteğidir. Turizm önerisi ise bölgede mevcut olan turizm kaynakları, turizm altyapısı ve turizm işadamlarının girişimi temelinde şekillenen zarf hizmetler ve onların belirli fiyatlarla satışa çıkarılan turları sayılıyor. Turizm için ekonomik ortam buraya katılan öznelerin, genellikle, turizm işletmesinin pazar olanaklarının değerlendirilmesi ile daha net görünüyor. Pazar olanakları derken, ekonominin her alanında düzenleneceği halde yüksek gelir ve rentabellik gözükebilecek istenilen üretim ve hizmet alanı anlaşılır. Bu ise turizmi kapsayan ekonomik veya gayri-ekonomik tüm faktörleri dikkate alarak gerçekleştirilen programlaşma ile mümkündür. Nihayet, turizm için ekonomik ortamın en son ve en önemli şartları turizmin devlet düzenlenmesi ile gerçekleştiriliyor. Turizmin devlet çözümü derken, ulusal ve uluslararası belgeler temelinde, ayrıca bölgesel çapta verilen kararlara göre turizm faaliyetini arzu edilen istikamete yöneltmek, onun ekonomik, sosyal, uluslararası ilişkilerin iyileştirilmesi gibi biçimlerinden yararlanma, bölgede yeni işyerleri yaratmak, halkın tüm kesimlerinin, özellikle dar gelirli, fiziksel olanakları sınırlı insanların, öğrencilerin, asker ailelerinin, öğrencilerin turizm. Ziyaretlerine teşvik edilmesine ortam yaratmaktır. Ayrıca devlet düzenlenmesinde teşviketme ve canlandırma yöntemlerinden, indirimli kredilerin verilmesi, kadro

potansiyelinin oluşturulması, ortak altyapının oluşturulması ve. Vs gibi önlemler dahildir [5, s.47].

1.2.3. Turizm İşletmesi

Turizm işletmesi herhangi turizm-hizmet faaliyeti ile uğraşan, kurulduğunda tüzüğünde bu konuda amaçları açık gösterilen ve ilgili devlet kurumlarında tescilli bir idare birimidir. Böyle turizm işletmesi gerçek ve tüzel kişi olarak faaliyet gösteriyor, menfaat elde etmek ve onu da daha da artırmak amacını güdüp, turistlere yüksek kaliteli servisler göstermek için uzmanlaşıyor. Turizm işletmesinin işine etkileyen iki ortam vardır [7, s.43]:

a. Dış ortam;

b. İç ortam.

a. Dış ortam turizm işletmesinin faaliyet profili ilgili rekabetin düzeyi, dünya turizm pazarına etkileyen dış etkenler, devlet yönetimi etkisi, genel turizm infrasturukturunun gelişme düzeyi olarak biliniyor.

b. İç ortam turizm işletmesinde işin düzenlenmesi düzeyi, buradaki kurum kültür, bölgenin turizm piyasasının bu durumu, işçilerin uzmanlaşma seviyesi olarak kabul edilmektedir.

Turizm işletmesi gerçek ve tüzel kişi olarak oluşmuştur faaliyet gösterebilir.

Gerçek kişi olarak turizm işletmesi kolay düzenlenen, bir iş profili üzere faaliyet gösteren sınırlı yükümlülükleri olan ve sadece küçük ve orta boyutlu girişimciler olarak faaliyet gösteren tarım kurum. Böyle küçük girişimciler, özellikle turizmde bir takım üstün vasıflara sahiptir. Onlar piyasanın şartlarına çevik uyum ve dar uzmanlaşmaya sahiptirler. İflas ettiği takdirde pazarın durumuna ciddi etki etmiyor, keskin sosyal bozukluklar yaratmıyorlar. Onların eksik yönleri ise sınırlı mali

imkanlarına sahip olması, uzmanlaşmanın zayıf olması vs. sayılmaktadır [2, s.64].

Tüzel kişiler diğer alanlarda olduğu gibi turizm alanında da yaratıldığı günden kendi faaliyet program'ı, yükümlülükleri, tüzüğü ile ilgili devlet sicil kaydından geçen, kendisinin destekleyici belgeleri, banka hesabı olan bir iş ortağıdır. Tüzel kişilerin tercihleri onların faaliyet programının net olması, geniş sorumluluklar taşıması, finans imkanlarının çokluğu (gerçek kişilerden farklı olarak tüzel kişiler açık ve kapalı anonim şirketleri gibi şirketleşerek kendi hisselerini dış pazarlarda, borsalarda satmakla ilave mali araçları elde edebilirler) kabul ediliyor. Tüzel kişi şeklinde turizm işletmelerinin şirketler gibi temsilcilik açmak, anlaşmalar yapmak, dış ekonomik ilişkilere katılma olanakları vardır.

Tüzel kişilerin çatışmaz özellikleri ise onların piyasaya gayri-hızlı uyum yeteneği, piyasadaki elverişsiz durumdan çok çabuk etkilenmesi ve iflas etmesi halinde turizm pazarının iştirakçilerine ciddi zarar görmesidir [3, s.22].

Turizm işletmesi gibi turizm endüstrisinde faaliyet gösteren, temel ve ilave turizm hizmetleri yükümlülük eden firma ve işletmeler olabilirler. Turoperator ve tur acenteler, otel, restoran, ulaşım şirketleri ve diğer turizm-hizmet tesisleri tipik turizm işletmesi hesap etmektedir.

1.2.4.Turizm İşletmesinin Mali Kaynakları

Finans kaynakları üretim faktörlerini harekete geçirilmesi için çok önemli olan ve işletmenin çeşitli kaynaklardan elde ettiği belirli para ve sermaye rezerv. Bunlar turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için talep ediliyor ve turizme yatırım sayesinde belirlenir. Sermaye yatırımı veya yatırım turizmde maddi ve işgücü kaynakları gibi finans kaynaklarının

da hacminin artırılması ve daha geniş iş hacmine ulaşması içindir. İntestisyanın kaynağı çeşitli yerlerden, girişimcinin kendi kaynaklarından, diğer turizm işletmesinin serbest kaynaklarından, banka veya diğer finans kurumlarının kredileri sayesinde karşılamaktadır.

Sermaye yatırımlarının yapısına baktığımızda turizmde geniş alanlar açılıyor. Bunlar alan, tekrar üretim yapısı, teknolojik yapı, toprak-bölgesel yapısı olarak ayrılır.

Arazi yapısı olarak turizme yapılan yatırımların ekonominin diğer alanları ile karşılaştırıldığında onun payını gösteriyor.

Tekrar üretim yapısına göre ise turizm işletmelerine yapılan harcamalara göre yeni inşa edilen tesislerin hacmi anlaşılır.

Teknolojik yapıya baktığımızda temel ve ciro fonlarında yeni makine ve teknolojinin payı öngörmektedir.

Sermaye yatırımının toprak-bölgesel yapısı ise turizme yatırılan sermayenin bölgeler üzere payıdır.

Böylece sermaye bölgede ve genel olarak ülkede turizmin daha iyi yönetilmesi için gereken mali kaynaklarının hacmine denir. Turizmde investisyanın aşağıdaki türleri vardır [15]:

- Doğrudan;
- Risk (venture) sermayesi;
- Portföy;
- Annuitent.

Doğrudan investisya'lar turizm girişimcinin yönettiği kuruma işini daha da genişletmek, gelirini daha da artırmak amacıyla bastırdığı investisyadır.

Risk yatırımı turizm işadamına yeni işleri kapsayan ve eskisinden kat kat fazla miktarda gelir sağlayan ve buna uygun olan risk derecesi de büyük olan işlere girişmesi için talep edilen investisyonudur.

Portföy yatırımı ise turizm işletmesinin işine katmadan, sadece buraya pasif şekilde yatırım yapmak ve firmanın faaliyetlerinden çıkar sağlamak amacı taşıyor.

Annuitent yatırımı ise gerçek kişilerin genellikle pasif yaşama, yani burs yaşına ulaştıktan sonra yılın belli bir dönemini kendi paralarının bir kısmını sermaye olarak yatırması ve böylece sigorta ve emeklilik garantisi almayı öngörüyor. Turizmde investisyonun özendirme, işletme faaliyetinin genişletilmesi, yeni ortakların işe alınması yönleri vardır.

1.3. TURİZM VE ONUN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ

Turist ürünlerinin alım gücü olmaktan ötürü yeterince ekonomik gelişmenin olması gereklidir. Diğer taraftan varlıklı kişi seyahate çıkabilir. Geliri olmayan ekonomide kitlesel turizm de olamaz. İşsizlerin sayısı çok olan, emek hakkında az olan ülkede turizmden söz konusu değildir [11].

Ayrıca iç turizm ülke içinde siyasi ve ekonomik istikrar yaradır. siyasi istikrar ülkede bu nedenle pekişiyor ki, turizmden elde olan gelir halkın çeşitli kesimleri arasında adil ve yapılan emek karşılığında paylanılır. Turizm çok işyerleri yaradır. Turizm ürününü üretmek için birçok kişi yer alıyor. Aynı zamanda bir kişi yabancı turistten gelen gelir 1 ton. ham petrolün satışından elde edilen gelirden fazla elde etmektedir.

GÜ'lerin tecrübesi gösteriyor ki, turizm ekonomiye etki gösteren güçtür. O, devlet bütçesinin şekillenmesinde, ticaret dengesinin istikrara

kavuşmasında önemli rol oynamaktadır. Fakat turizmin rolü bununla bitmiyor. Turizmin gelişimi ülkede işsizlik gibi ağır bir sorunun üstesinden gelir, ülke ekonomisinin tüm alanlarına etkiliyor ve onların gelişiminin katalizörü olmaktadır.

Genel olarak, halkların birbirine yakınlaşması, ekonomik ve kültürel ilişkilerin kurulmasında ve karşılıklı anlayışta turizmin eşsiz rolü vardır. Bu nedenle turizmin gelişmesi zamanımızın önemli konularından biridir.

Uluslararası turizme kontrol WTO tarafından hayata geçirilir. Bu örgütün temel amacı ekonomik büyümeye sebep olan turizmin gelişmesidir.1980'lı yılına kadar turizme gelir kaynağı olarak yanaşırdılar. Fakat WTO'nun Manil konferansı turizmin yeni modern konseptini beyan ve izah etti, turizmin manevi ve eğitici değerleri ekonomik değerinden yüksektir. Konferansda kaydedildi ki, özgür turist ziyaretleri o zaman mümkündür ki dünyadabarış huzur ve istikrarlı ekonomik gelişme oolmuştur.

Ayrıca uluslararası turizmin gelişimine siyasi, sosyal, terör ve doğal unsurlar da etkilemektedir

Ülkeler arası siyasi gerginlik ve savaşların turist akımına, bir başka deyişle turizme büyük darbe vurur. Sadece Irak savaşı sonucunda Ortadoğu bölgesine, bu açıdan hayli zarar deymiştir. Ekonomik zarardan başka manevi ve psikolojik darbe bu bölgeyi sarsıtdı. Hatta mevcut turizm altyapısı dağıldı. Psikolojik darbenin etkisi kendini sadece bu bölgede, hatta birçok yerlerde bile turist tavrına olumsuz etkiledi. İrakda bulunan dini-turistik merkezlerin bazıları imha edildi, bazıları ise yarasız hale gelmiştir [1, s.76].

Ayrıca Kafkasya bölgesinde yaşanan Gürcistan-Rusya savaşı da bu bölgenin turizm açısından güvenliğine güveni azaltdı. Bu kendini buraya

ziyaret eden turistlerin sayısında gösterdi. Bu, ekonomik açıdan büyük kayıp demektir.

Turizmin gelişimine güçlü etkileyen unsurlardan biri de sosyal faktördür. Sosyal açıdan turizm, bölgelerin gelişmesine büyük etkiler. Bölgelerde binlerce işyerleri açılıyor, iletişim geliyor, kültür yükseliyor, yerli halkın bilgisi artır.regionlarda turizmin ikişafı işsizlerin başkente akımını önler.

Uluslararası turizm gelişse de bölgeler üzere onların akımı hiç de eşit değildir. Bununla izah olunur ki, bölgelerin kendilerinin ekonomik ve sosyal gelişimieşit değildir. Örneğin, asya-pasifik bölgesi ülkelerinin çoğu sömürge veya yarımşömürge yapısına sahip idiler. Bu nedenle bu ülkelerin ekonomisi zayıf gelişmiştir. Fakat günümüzde bu ülkelerde turizm büyük hızla gelişmektedir. Bunun nedeni nedir.

Birinci sebep, ülkelerin özgür oması, özgür ekonomik bölgelerin oluşturulması ve ekonominin dinamik gelişmesidir. Ekonominin artması milli ve kişi başına düşen gelirin artmasına ve boş zamanın çoğalmasına neden olmuştur.

İkincisi, turizmin çevik modelinin oluşması ve turizm sektörüne kesintisiz yatırımdır.

Üçüncüsü, uluslararası ilişkilerde gerginliğin azalması ve bölge içi süreçlerin düzene salınmasıdır.

Genel bölgeler üzere turist akımlarının giderek artması bölgelerin çoğunda siyasi istikrarın ve ekonomik gelişimin olduğunu gösteriyor.

Çağdaş turizmin gelişim eğilimlerinin analizi, siyasi, ekonomik ve sosyal faktörlerin etkisi, yeni reklam-enformasyon teknolojisinin uygulanması turizm inkiıafına olumlu etkileyen etkenlerdendir.

Dünya turizm konseyi bu kanaate gelip küresel ısınmanın yarattığı fesatlardan turizm şirketleri kullanmaya başlayıblar.problem şu ki, çok

böyük sayıda turist yer yüzünden silinmekte olan doğa topraklarını, nadir hayvan ve bitki türlerini görmek istiyor. İlk dönemlerde ekolojik turizmle uğraşan şirketlerin temel amacı bu güzellikleri turistlere gösterip, sonradan onları bu güzelliklerin restorasyonuna para ayırmaya teşvik etmek idi. Sonradan turizmin bu türünün büyük miktarda gelir sağladığını gördüler ve asıl amaçlar arka plana geçti. Gelirlerin artmasına rağmen, bu alanın restorasyonu ayrılan para kaynağı büyük ölçüde geri kalır. Son sonuçta ise onların tükenmesi süreci daha hızlı ilerliyor.

Hatta dünya turizm merkezlerinin uzmanları düşünüyorlar, küresel gıda sorunu ve artma turizmin genel inkişaf hızına ciddi darbe vurmaya da, onun haritasının değişmesine neden olacak. Mesele şu ki, ABD ve Avrupa'da tüketim fiyatlarının artışı bireysel tüketici etkinliğinin azalmasına yol açıyor. Örneğin, geçen yılın son çeyreğinde bölgede 2001 yılından beri ilk kez fiyat artışına rağmen tüketim. Harcamaları yüzde 0,1 azaldı [1, s.84].

Turizme etkileyen faktörlerden en tehlikelisi terordur. Bunun en bariz örneği olarak 2001 yıl 11 eylül olayını göstermek mümkündür. Bu olay sadece ABD turizmini değil, genel olarak uluslararası turizme etkiledi. ABD'nin turizm endüstrisi ciddi krizleyüzleşti. Turist seferleri yüzde 11 aşağı indi ve aynı zamanda birçok turistler uçak uçuşlarından vazgeçtiler. Önceden alınan aviabiletlar döndürüldü, 30 Bin işçi havacılıkta kendi işini kaybetti. Turistler daha yakın mesafede bulunan turistik mekanlara ziyaret etmeye başladılar. Bu ise tren ve otomobillerle ziyarete gidenlerin sayısını artırdı. Örneğin, Fransa'da o dönemde uçakla yolculuk yapanların sayısı% 15 azaldı, trenle gidenlerin sayısı ise% 9 arttı. Turist çıkarlarının bu şekilde değişmesi köy yerlerinde, kayak spor tatillerinde, kamping ve aile otellerinde yerleşme yerlerinin daha da

dolgun kullanımına neden oldu. Aynı zamanda da Türkiye'de sıkça yaşanan terör patlamaları bu türdendir.

Turizmde yaşanan tüm olumsuz durumların önüne geçmek için sadece bir veya birkaç devlet değil, bütün dünya devletleri bu sorunun çözümü için ortak faaliyet göstermelidirler. Bu faaliyet karşılıklı anlaşmaların imzalanmasında, normatif yasaların kabul edilmesinde daha belirgin kendini göstermelidir. Devletler arasında güvenlik anlaşmaları imzalanmalı, sınırlara ortak denetim güçlenmeli, modern teknolojinin uygulamasından geniş kullanılmalıdır.

II BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN DÖVİZ GİRDİLERİNE ARTIRICI ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Halihazırda Azerbaycan Cumhuriyetinde ülkenin mevcut turizm potansiyelinin verimli kullanılması ve böylece rekabetkabiliyyetli petrol sektörünün oluşturulması hükümet tarafından temel hedef olarak öne sürülmüştür. Nitekim 2000'li yıllardan başlayarak ülkede kabul edilen devlet programları, yabancı deneyimle birlikte görülen projeler, ülkenin turizm potansiyelini daha verimli kullanmak için uygun ortam yaratmıştır [28].

2002 yılında kabul edilen "Azerbaycan cumhuriyetinde 2002-2005'li yıllarda turizmin gelişimine ilişkin Devlet Programı" turizm alanında girişimciliğin geliştirilmesi, rekabet ortamının iyileştirilmesi, turizmden devlet ve yerel bütçelere giren kaynağın tutarının artırılması, turistlere sunulan hizmetlerin kalitesinin uluslararası standartlara uyumlaştırılması, turizm altyapısının ve onun altyapısının güçlendirilmesi ve diğer önemli görevler esas amaç. Olarak tespit edilmiştir ve ülkede turizmin devlet düzeyinde geliştirilmesinin ilk aşaması olarak kabul edilebilir [7].

Ülkede, turizm alanının gelişmesine dikkatin artırılması, devlet desteğinin güçlenmesi ve Azerbaycan'a turist ziyaretlerinin sayısının yoğunlaşması, turizm faaliyeti ile uğraşan işletmelerin sayısının sürekli artması ile eşlik etmiştir. 2002 yılından başlayarak her yıl Bakü'de Uluslararası Turizm Fuarının (AITF) düzenlenmesi de bu açıdan ciddi rol oynamıştır. Azerbaycan Cumhurbaşkanı Aliyev'in 6 nisan 2010 tarihli kararı ile onaylanan "Azerbaycan Cumhuriyetinde 2010-2014'li yıllarda turizmin gelişimine ilişkin Devlet Programı" ise ülkemizde bu

alanın gelişmesi için daha ciddi zemin hazırladı.

Tablo 2.1. Ülkede 2012-2016 yılları otel ve otel tipi tesislerde kapasite

	2012	2013	2014	2015	2016
Turizm tesislerinin kapasitesi (toplam)	32834	33951	35 652	37 278	40 042
Bakü	10 217	10521	11,792	12,779	14,020
Abşeron ekonomik bölgesi	1626	1345	1,397	1,351	821
Gence-Gazah ekonomik bölgesi	1430	1533	1,341	1,453	1,475
Şeki-Zakatala ekonomik bölgesi	905	981	1,015	1,072	2,408
Lenkeran ekonomik bölgesi	1125	1176	1,196	1,131	1,137
Guba-Haçmaz ekonomik bölgesi	8119	8703	9127	9691	9572
Aran ekonomik bölgesi	2153	2245	1955	2068	2099
Dağlık Şirvan ekonomik bölgesi	589	582	671	667	731
Nahçıvan ekonomik bölgesi	1522	1448	1448	1448	1448

Kaynak: ARDSK, 2016

Tablo 4.1'de sunulan bilgilerden anlaşıldığı gibi, 2016 yılında 2012 yılına oranla otel ve otel tipi tesislerde kapasite 1,5 kat artmıştır.

2014 yıl içinde 79 otel ve otel tipi nesneye özel izin verilmiştir (lisans). Halihazırda bu tesislerin sayısı 304'dir. Bunlardan 134'i Bakü şehrinde, 170'i ise cumhuriyetimizin bölgelerinde faaliyet gösteriyor.

2014 yılının I. yarının verilerine göre, odaların sayısı 16,876,

(inişilin aynı dönemine göre 7,1 fazla) kapasite ise 34,731 (yüzde 6,1 fazla) olmuştur.

Otel ve otel tipi tesislerde çalışan işçilerin sayısı 8,118 kişi olmuştur ki, bu da önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 5,9 daha fazla. 2014 yılının Birinci yarısında gösterilen otel hizmetinden elde edilen gelir ise yaklaşık 80 milyon manat teşkil etmiştir.

2013 yılının aynı dönemine göre (241 şirket) lisans temelinde faaliyet gösteren turizm şirketlerinin sayısında yüzde 14,5 artış gözlemlenmiştir. Bu da ülkemizde turizm faaliyeti için uygun ortamın oluşturulmasının, girişimcilerin bu alana ilginin artmasının ve turizmin sürekli olarak gelişiminin göstergesidir.

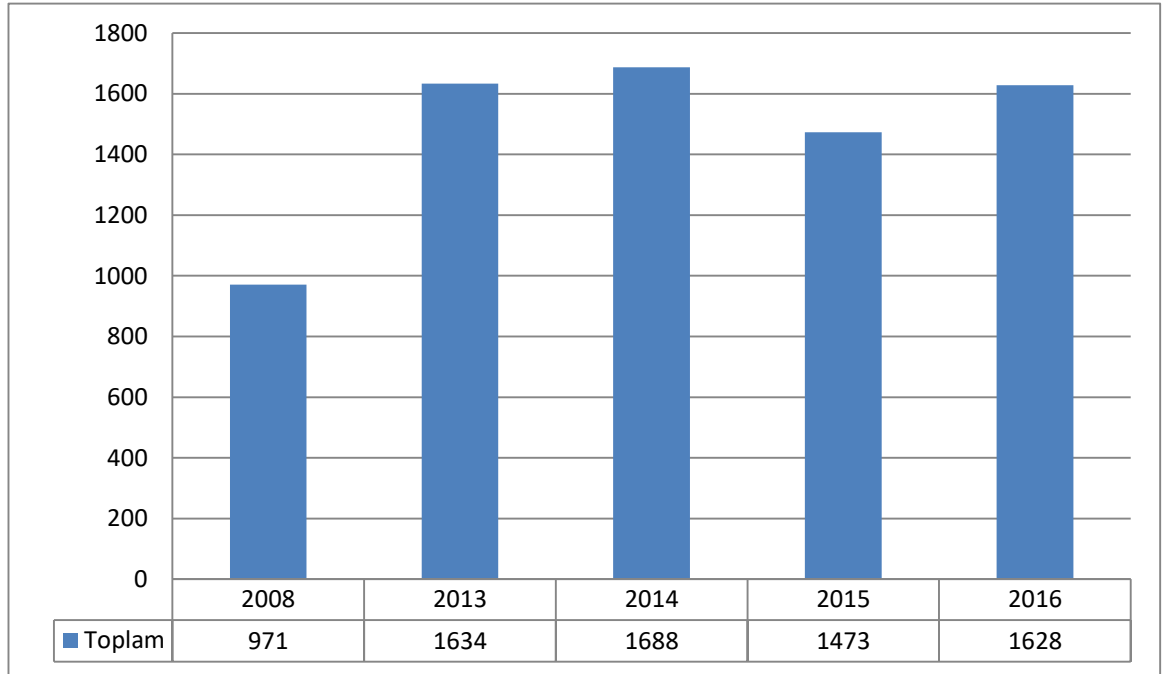
Azerbaycan'ın turizm şirketlerinin ve otellerinin ortak faaliyetlerini içeren ve şu anda 300'a yakın üyesi olan Azerbaycan Turizm Assosiyası faaliyet gösteriyor. Bu örgütün temel amacı kamu sektörü ile turizm endüstrisi arasında köprü rolünü oynamak, üyelerinin haklarını korumak ve turizm endüstrisinin propagandasına destek vermektir.

Bununla birlikte, 2014 yılının başından itibaren Azerbaycan Kongreler Bürosu (AKB) faaliyet gösteriyor. Ülkemize iş önlemlerinin alınması aracılığıyla Azerbaycan'da iş turizmin geliştirilmesi amacıyla faaliyete başlayan örgüt devlet ve özel sektörlerinin birlikte çalışmak modeli üzerine kurulmuştur. Nitekim AKB Kültür ve Turizm Bakanlığının ve ülkemizde faaliyet gösteren marka oteller, turizm ve diğer tür şirketlerin ortak girişimi sonucunda kurulmuştur.

2014 yılında turizm alanında oluşturulan kuruluşlardan biri de Azerbaycan Sağlık ve Termal Turizme Destek Birliğidir. Bu kuruluşun faaliyet alanı Azerbaycan'da sağlık turizminin gelişimine katkı vermek, bu alanda geniş potansiyeli olan ülkemizi bu turizm türü olarak da tanıtmaktır.

Elbette ki, ülkede faaliyet gösteren turizm şirketlerinin ve turistlerin sayısının artmasının bu alanda çalışan işçilerin sayısına doğrudan etkilediği gözlemleniyor. Nitekim araştırmalar sonucunda istatistik veriler gösteriyor ki, 2008 yılına oranla 2016 yılında turizm alanında çalışan işçilerin sayısı 2 defaya kadar artmıştır ki, bunun da nedeni, bu alanın diğer üretim alanlarına oranla daha gelirli ve rahat olması ile ilgilidir.

Grafik 2.1. Turizm faaliyeti ile uğraşan işçilerin sayısı

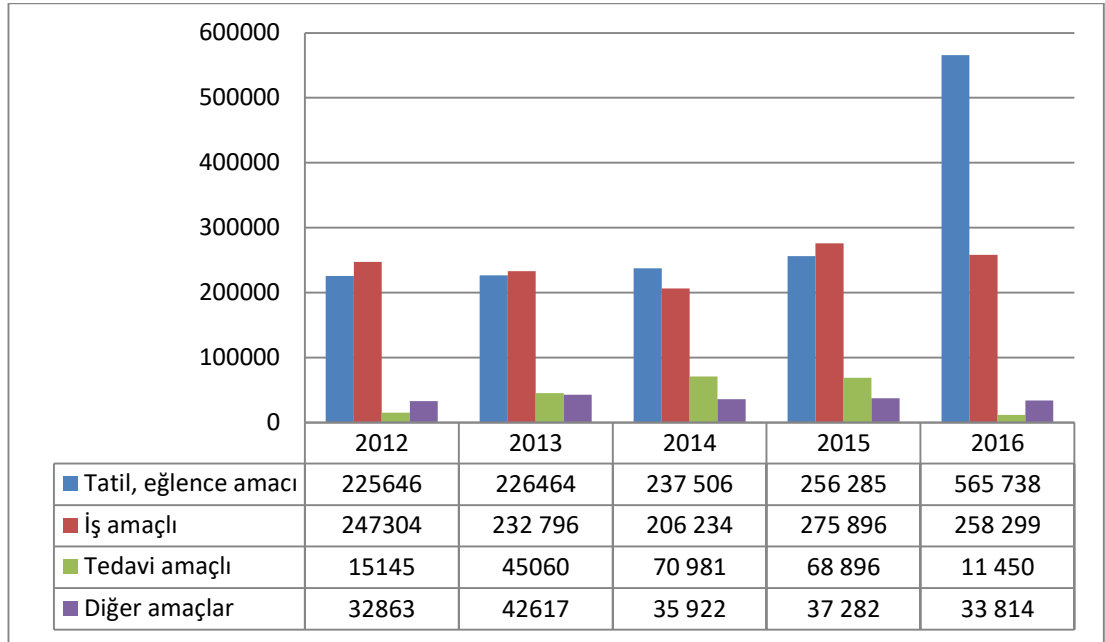


Kaynak: DSK, 2016

Fakat bu sayının artması, bu alanda gösterilen hizmetin kalitesinin artması demek değildir. Çünkü ülkede hala bu alanda eleman yetersizliği ciddi şekilde kendini göstermektedir. Bu da ülkede turizmin verimli gelişmesine ciddi zarar vermektedir.

Ülkenin farklı turizm alanlarında olan potansiyelini dikkate alarak, gelen turistleri amaçlarına göre birkaç türe ayırabiliriz. Temel olarak bunlar eğlence, iş, tedavi ve sair amaçlar olarak 4 türe ayrılmaktadır.

Grafik 2.2. Ziyaretlerin amaçlarına göre turistlerin dağılımı



Kaynak: DSK, 2016

Araştırmalar sonucunda Grafik 4.2'de de gördüğümüz gibi tatil amacıyla gelen turistlerin sayısı 2016 yılında 2012 yılına oranla 2,5 kattan fazla, iş amacıyla gelen turistlerin sayısı 2016 yılında 2012 yılına oranla 0,4 defaya kadar, tedavi amacıyla gelen turistlerin sayısı 2016 yılında 2012 yılına oranla 1,5 defaya kadar, diğer amaç ile gelen turistlerin sayısı 0,5 defaya kadar artmıştır [59].

Bununla da sonuç çıkarmak mümkündür ki, iş ortamının istikrarı ile gözlemlenen, turizm resurlarının kullanımı için ülke dinlenme turizmi açısından seneden seneye daha alımlı gözükmektedir. Tedavi amacıyla gelen turistlerin sayısında artma yer alsa da, sanatoryum ve tedavi tesislerinin kalitelerinde gelişim çok zayıf görülmektedir ve hatta onların sayısında azalma gözlemlenmiştir.

Halihazırda Azerbaycan Cumhuriyetinde yerel yürütme organlarının hiçbir desteği olmadan köy kotecler biçiminde olan turist

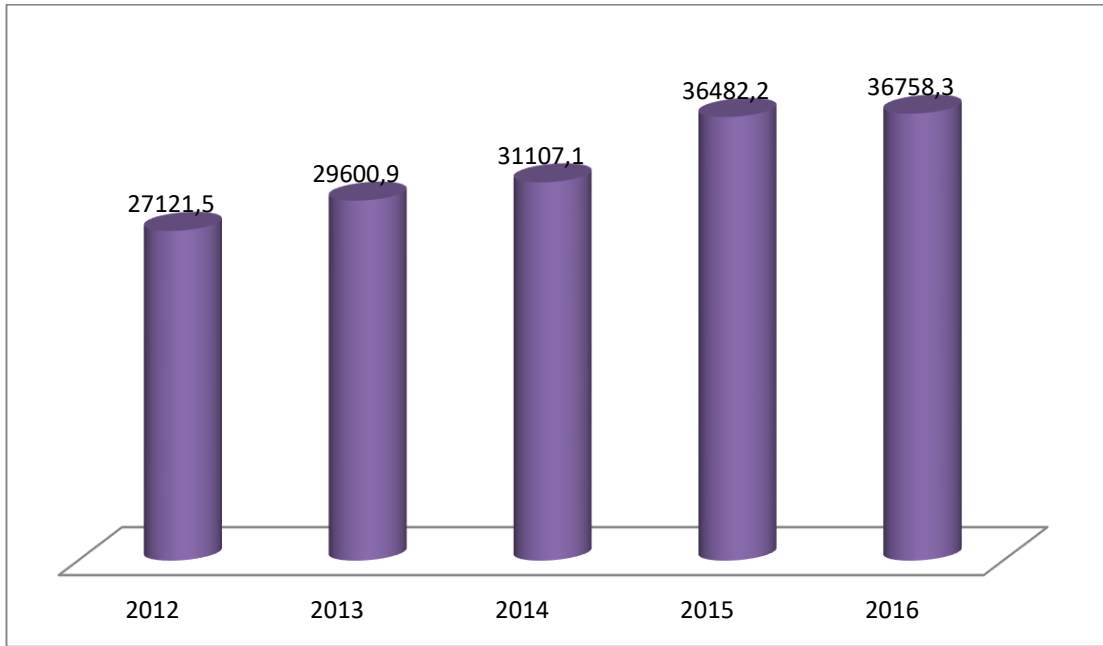
faaliyetleri iyi organize edilmiştir. Resmi tanıtım veya yardım olmadan birkaç yıl içinde binlerce böyle yerler oluşmuştur. Büyük çoğunluğu küçük 2-3 odalı kotecler şeklinde olan bu yerler köyde yaşayan aileler tarafından evlerine bitişik halde yapılmış ve temel öğelerle (oda, yatak, mutfak) donatmıştır. Halihazırda bu yerler hakkında genel bilgi verecek istatistik bilgi kıtlığı mevcuttur. Hatta yerli turizm kuruluşları bu evler, orada çalışanlar, talep edilen yatırımlar ve elde edilen gelir hakkında tam bilgiye sahip değiller. Turizmin bu alanında verimli dönem özellikle yaz ayları sayılır. Diğer dönemlerde ise bu faaliyet oldukça zayıftır.

Ülkemize gelen turistlerin sayısında Türkiye, İran ve BDT ülkelerinin dağıtım avantajı teşkil ediyor. Bunun temel nedeni ise Sovyetler birliği dağıldıktan sonra bağımsızlığını kazanan ülkemize, daha önceleri farklı amaçlarla gelmiş insanların, ülkemizin şimdiki durumunu görmek istemeleri, yaşanan değişimleri gözlemlemek amacıdır.

Ülke içinde olan birçok faktör, turistlerin sayısına ve onların ülke genelinde memnun şekilde tatiline ve ülkeden razı şekilde ayrılmasına doğrudan etki etmektedir. Bunlarda sinemalar, profesyonel tiyatrolar, hayvanat bahçeleri, sirkler, parklar vs gibi tesisleri dahil etmek mümkündür.

Azerbaycan'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin ümümü gelirlerinin analizi, turizm faaliyeti ile uğraşan işletmelerin elde ettiği toplam gelir 2016 yılında 2012 yılı oranla 1,6 kattan fazla artmıştır [59].

Grafik 2.3. Turizm faaliyeti ile uğraşan işletmelerin elde ettiği toplam gelir (bin manat)



Kaynak: DSK, 2016

Son dönemlerde turizm yönünde olumlu dinamik güçlenmektedir. Her yıl Azerbaycan'da 25-50 yeni otel, hotel, motel ve diğer turistik konaklama tesisinin temeli atılıyor. Ayrıca, işadamlarında turizm sektörüne ilgisi arttı. 10 yıl önce ülkede toplam 32 turizm şirketi vardı, bugün ise bu sayı 123'dir. Dünya turistlerinin ilgisini Azerbaycan'a gelmesini teşvik etmek için çeşitli yönlerde aktif çalışmalar yapılıyor. Ülkenin turizm potansiyelinin tanıtımı, yerli gelenekleri, milli mutfak, kültürel ve tarihi mirasını tanıtmak amacıyla kitaplar, broşürler, albümler hazırlanır ve yayılıyor, dünyanın çeşitli televizyon kanallarında reklamlar sergileniyor, hayata geçirilen yeni projeler hakkında reklam ve ilanlar veriliyor, bu doğrultuda internet imkanlarından geniş kullanılır. Son 2 yılda ülkeye gelen turistlerin sayısı yüzde 51 yükseldi. Bu yüksek rakam Dünya Turizm Örgütü tarafından da kutlandı. Dünyada turizm

alanında kriz ve sıkıntıların olmasına rağmen, Azerbaycan turist sayısının artış göstermektedir [6, s.79].

2.1. ÜLKEDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNİN

SAĞLANMASI İÇİN ONUN POTANSİYEL İMKANLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1.1.Çoğrafyası

Azerbaycan turizm sektörünün gelişimini sağlayacak verimli kaynaklara sahiptir. Söz konusu, her şeyden evvel, onun çok elverişli ekonomik ve coğrafi konuma sahip olmasıdır. Nitekim Azerbaycan iki dünya siviliziyasının kavşağında Trans-kafkasya ulaştırma koridorunun ortasında bulunur, infrasturuktur- Avrupa'yı Kafkasya ve Orta Asya devletleriyle birleştiren hava ve deniz taşımacılığı, magistral otomobil ile ulaşım yolları buradan geçiyordur.

86.6 bin kv. km yüzölçümü ve 9 milyon ahalisi olan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin ender doğal iklim özelliğine sahip bir ülkedir.

Bazardüzü, Şahdağ, Babadağ'ın gururla yükselen zirveleri, Büyük Kafkas'ın güney eteklerinden akan nehirler, çok sayıda şelaleler, kristal gibi şeffaf Gökgöl Geyik gölün turkuaz yüzeysel, Gobustan'ın sert ve aynı zamanda manzaralı çamur volkanları, Lenkeran'ın ender korukları, Baku ve Nabran yöresinin tedavi amaçlı ince kumlu plajları, Azerbaycan'ın zengin turizm potansiyelinin önemli bir parçasıdır [11, s.91].

Gezegенimizin 11 iklim bölgesinden 9'inin şu veya bu şekilde, Azerbaycan topraklarında varlığı malumdur. Flora alemi kendisinin parlaklığı ve çeşitliliği ile buraya teşrif buyurmuş gezginleri hayran ediyordur. Burada Kafkasya florasının neredeyse bütün türlerine rastlanmaktadır. Son 13 milyon yılda, dünyada yaşanmış toprak ve iklim

değişikliklerine durgunluk getirmiş Eldar şamı sadece Azerbaycan'ın doğal ortamında korunmuştur [6, s.93].

Azerbaycanın hayvanlar alemi de, bir hayli çeşitlidir. Azerbaycan'da 12 binden fazla omurgalı ve omurgasız hayvanlara rastlanır. Onlardan puanlı geyik, ceylan, muflon, Kafkas dağ keçisi, leopar, ayı ve s gösterilebilir. Burada ayrıca nadir kuş türlerine de rastlanmaktadır.

Azerbaycan'da 1200'den çok irili ufaklı ırmak akıyor. Dağlardan akmış birçok nehirler çınlayan iri şelaleler oluşturur. Dağlık arazilerde ve Aralarındaki hazırki göller, Azerbaycan toprağının asıl süsleme ve bu göllerin en güzeli Göygöl ve Geyik göldür. Hazar'ın suları ile ona yakın ırmaklarda değerli uzunburun, lasos, altın balık türleri mevcuttur.

Doğal çamur 100 yıldan fazladır dayanak-hareket aygıtı, sinir sistemi ve başka hastalıkların tedavisi için verimli kullanılıyor. Bunların arasında, Naftalan tedavi petrolü özel yer tutuyor.

Azerbaycan'ı güneşli ülke olarak adlandırılıyor ve bu da tesadüf değildir. Yıl boyunca güneşli günlerin sayısına esasen Ülke İtalya, İspanya ve Yunanistan'la kıyaslanabilir. Azerbaycan toprakları boyunca 825 km uzanan Hazar'ın deniz kıyılarının tümünün tatil arazisine dönüşmesi için çeşitli ön koşullar vardır. Abşeron yarımadasının Bakü çevresinde bulunan dünyada eşsiz kumsal plajları gezginler arasında büyük ün kazanmıştır. Aynı zamanda Ülkenin kuzeydoğun sahilinde, Yalama-Kütahya bölgesi plajları (Bakü'den 220 km uzaklıkta) doğrudan kıyı şeridinde yetişen geniş yapraklı ormanlar kendisinin katılığı ile turistleri buraya çekiyor.

Azerbaycanda plaj sezonu eylül sonunadek devam ediyor. Yazın suyun sıcaklığı + 24 + 26 C'ye ulaşır.

2.1.2. Kültürü

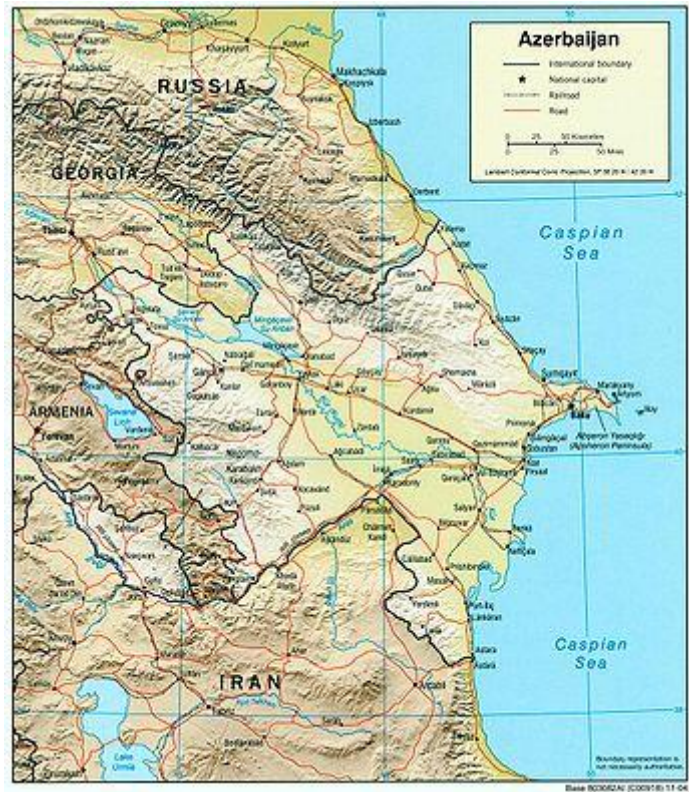
Ülkemiz zengin tarihe ve eski kültüre malik devlettir. Azerbaycanın topraklarında 6 binden çok tarihi mimari yapıları vardır. Onların bir çoğu ülkemizin topraklarından geçmiş Büyük İpek Yolu boyunca eski kervan yollarının üzerinde bulunuyor ve şimdi bile hayret uyandırıyor. Bu anıtlara missal olarak, iptidai insanların Gobustan mezarlıklarındaki (Bakü'den 60 km batıda) kayaüstü resimlerini, İslama kadarki dönemin tören tikilileri- mecusilik tapınaklarını, kulelerini, dağların zirvesindeki arnavut kilselelerini ve ibadethanelerini, muhteşem kale duvarlarını ve şatoları, ayrıca geniş kervansarayları, İslam kültürü devrinin muhteşem saraylarını, memorial ayin ve başka yapıları gösterilebilir. Ortaçağ döneminin anıt yapıları, İpek Yolu marşutunda türbelerle temsil edildi. Örneğin: Kobustan rayonunun idari merkezi olan Mereze kasabası yakınlarında, Diribaba türbesi (15.yüzyıl), Şamahı rayonunda Yedi Gümbez türbeler tesisi (18.yüzyıl), bölgenin Kellehane köyünde mezarlar (17. yüzyıl), 1457 yılında Ağsu şehrinde yapılmış Şeyh Dursun türbesi, İsmaili bölgenin Anıtlar türbeler kompleksi, (15-16. yüzyıllar) Kazak rayonunun Poylu köyünde türbeler kompleksi (19.yüzyıl), Gence'de[35].

2.1.3. Yolları

Ülkemizde, başkent Bakü'den başlayarak bir çok turizm yörelerine ulaşmış yollar, turistik değeri olan güzergahları oluşturur ve devlet içi turlarda kullanılır. Bu sebeple özellikle hafta sonları, tatiller ile yaz aylarında sık trafiğe sahne olan bu yollar, yakınındaki ve varılmış noktalardaki merkezler kadar devletde tanınmış ve vacibiyyet kazanmıştır. Bakü merkez alındığında, bir sıra turistik yollar ile yakın çevresindeki turistik merkezlerin özellikleri böyledir.

Bakü-Şamahı-Pirgulu: Bu turistik yol, Büyük Kafkasların güneydoğu eteklerinden geçmekte olup, konaklama yerleri Şamahı'daki turistik otel ile Pirgulu köyündeki ağaç evlerdir. Şamahı, birçok tarihsel eserlere ve eski yerleşme kalıntılarına malik bir ilçe merkezi olup, yakınlığındaki Pirgulu ise, bol su rezervleri, yeşil çayırıları ile kırsal bir dinlenme ortamı sayılır. Astronomi gözlemevi, buraya bir celbedicilik yaratmıştır. Kış aylarında kar yağışı olan bölge, kayak yapmaya elverişlidir, bir çok turlar düzenlenir ve sade dağ evlerinde konaklama yapılabilir.

Harita 2. Azerbaycan'ın Demiryolu ve karayolu şebekesi



Kaynak: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/aj.html>

Bakü-Gence-Göygöl: Turistlerin şu yolu kullanarak, bölgeyi gezme sebeplerinin başında, Gence'nin tarihsel zenginliği gibi, Göygöl

gölünün mevcudluğu olmuştur. Yakın zamanda oluşan heyelan setti bu göl 1566 m yüksekliktedir. 1139 senesinde meydana gelmiş büyük deprem, Aksu ırmağına kaya bloklarının düşmesine sebep olmuş, dolayısıyla oluşmuş heyelan settinin ardında Göygöl yaranmıştır[12]. Bu çevrede, içinde değerli hayvanların (ceylan vb.) sığındığı bir de milli park mevcuttur. Gence'den buraya dönmeçli dağ yoluyla ulaşılır ki, burada küçük bir dinlenme tesisi de vardır.

Bakü-Gebele ve Bakü-Şeki: Büyük Kafkasların güney yamaçlarından geçen turistik yol, bir hatla Gebele'ye, başka hatla da Şeki'ye ulaşımı yapmaktadır. Gebele'nin 20 km kenarında eski Gebele kentinin kale kalıntıları (Kafkas Albaniyası'nın başkentine ait, M.S. 6-7. yüzyıllar), Hezreköy'de 15. asra ait 2anıt mezar ve M.Ö. 1-3. yüzlerce ait mezarlar dikkat çekmektedir. Gebele'de yeni yapılan modern turistik oteller ile turist düşergelerde kalınabilir. Ticaret merkezi sayılan Şeki ise, iklimatik bakımdan dinlenme potansiyeli yüksek, kımetli tarihsel ve kültürel kaynaklara maliktir. Buradaki 2 turistik otel, 1 dinlenme düşergesi ve sporcuların dinlenme tesisi, konaklama yapılabilecek yerleri yaratır.

Bakü-Guba-Yalama: Samur-Şabran ovası ile Büyük Kafkasların kuzeydoğu yamaçlarını takip eden bu yol boyunca, hem yarı çöl peyzajı, hem de yeşil çayırları gözlemek olur. Turistik yol, bir hatla Guba'ya, öbür hatla Yalama'ya ulaşımı sağlamaktadır. Guba, 15. asırda bir yerleşim yeri hali olmuş ve 1744-1789 senelri arasında Guba Hanlığının merkezi olmuştur. Kentteki 19. asır hamamı, cuma mescidi ve camisi, başka tarihsel camiler ve eski geleneksel evler görülebilecek araziler arasındadır. Kent çevresinde mineral su rezervleri bulunur [13]. Yalama ise Hazar Denizi sahilinde olup, mühüm plajları, ormanları ile tanınmıştır. Bakü ile deniz kenarına yakınlığından dolayı, en çok gidilen

turistik bölgelerden biridir. Turist kampları, gençlik kampları ve bir sıra kurumların dinlenme tesisleri mevcuttur.

Bakü-Lenkeran-Astara: Esasen Hazar Denizi sahilinden geçen bu turistik yol evvel Lenkeran sonra ise Astara'ya ulaşımı sağlar. Bu arazi subtropikal iklimi, plajları ile güzel manzaralı siteleri, gelişmiş altyapısı, mineral su rezervleri, gelecek için değer taşıdığından, muasır rekreasyon turizm komplekslerinin daha çok yapılmasına gereksinim duyulmaktadır. Hatta bu bölgenin batısı ile güneybatısında Talış Dağları, doğusunda ise Hazar Denizi ile çevrelenmeyi dolayısıyla mühüm turistik bölgelerden biridir. Burada turist düşergeleri, gençlik kampları ile dinlenme tesisleri bulunmaktadır.

2.1.4.Turizm İşletmeleri

Ülkemizde turistler için kurulmuş düşerge ile tesisler çeşitli yörelerde dağılmış olup devlete gelmiş turistlere konaklama imkanı sağlanmıştır.

Turistik Kamplar: Ülkemizde turistler için kurulmuş düşergeler çeşitli yörelerde dağılışı gösterir. Bunlar arasında en çok da; Bakü-Garadağ, Mingeçevir, Hacıkent, Şuşa, Naftalan, Gebele, Zagatala, Lenkeran ve Yala- ma'dakiler bir hayli önem taşır. Laklin bunlar içerisinde ancak Yalama'daki düşergeler 1000 yatak kapasitesini aşmaktadır. Başka kamplar ise, 1000 yatak kapasitesinin altında olmaktadır.

Ülkemizde esas turizm mevsimi en çok Mayıs'tan Ekime kadar maksimum 6 ay devam etmektedir. Buna karşılık, Yalama, Zagatala, Şuşa ile Bakıdaki turist düşergeleri ise bütün sene hizmete açıktır.

Dinlenme Tesisleri: Ülkemizde toplam 98 dinlenme tesisi yer almakta olmuş bunlar 1998 senesi itibariyle 18.224 yatak kapasitesine

malik bulunmaktadır. Bunların tesis türleri bakımından dağılımı ve yatak sayıları aşağıdaki tabloda açık şekilde gösterilmiştir.

Azerbaycan'ın rekreasyonel potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda, ülkenin senede 1 milyon kişiye dinlenme olanağı tanıyabileceği, lakin mevcut tesislerin iyileştirilmeyi ve yenilerinin yapılmasının şart olduğu bildirilir.

Öte yandan, ülkemizde turizm ile gezi işlerinin organizasyonu, iç ve dış turizm kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu maksatla Bakü, Merdekan, Sumgayıt, Gence, Mingeçevir, Naftalan, Nahçıvan, Beylegan, Eli Bayramlı, Guba, Şamahı vb. bölgelerde turizm danışma büroları kurulmuştur.

Azerbaycan'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin sayısı 300'den fazla, otellerin sayısı 536'ını, konaklama araçlarında yerlerin sayısı 38 bini geçmiştir. Bu doğrultuda 13 ilçe ve şehir üzere 25 tesisin inşaatı sürdürülüyor, ülkenin 15 ilçe ve şehrinde ise 35 dinlenme merkezi hizmete sunulmuştur. Turistlerin hem boş zamanlarının verimli geçirilmesi, hem de ülkemizin kültürel mirasının tanıtılması amacıyla başkent Bakü'de ve bazı bölgelerimizde hafta sonu açık havada çeşitli etkinlikler düzenleniyor. Azerbaycan turizm endüstrisinin daha da geliştirilmesi için klasterlerin oluşturulması dikkata alınmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın projesi temelinde plaj topraklarının planlama ve yönetim modelinin oluşturulması ve bu modelin Hazar denizi'nin Novhanı bölgesinde faaliyet gösteren plajın birinde uyumlaştırılması ve uygulanması gerçekleştirilmiş. Bu da ülkemizde yeni turizm yönlerinin, tabii ki, güçlü gelişmesine katkıda bulunacaktır. Şu anda turizm ve ilgili alanlarda çalışanların sayısı 42 bine ulaşmıştır. Bu veriler turizm sektörünün ülke ekonomisinin güçlendirilmesinde, yeni işyerlerinin açılmasında, altyapının iyileştirilmesinde, küçük ve orta ölçekli

işletmelerin geliştirilmesinde, ayrıca yerel halkın refahının artırılmasında büyük paya sahip olduğunu gösteriyor. Bu nedenle ÷lkemizde turizmin daha kompleks şekilde, kapsamlı ve bütün ÷lke boyunca gelişimi önceliğe dönüştü. O da özellikle vurgulanmalıdır ki, ister şimdi, gerekse yakın ve uzak gelecekte turizmin gelişmesi için atılan adımlar öncelikle sağlıklı ve planlanmış mevzuat temeline dayanmalıdır. Bu amaçla ÷lke yönetimi tarafından düzenli olarak önlemler alınıyor.

2.2. DÜNYA EKONOMİSİNDE TURİZMİN ÖZAGIRLIĞININ ANALİZİ

Yaşanan gelişmeler sonucunda turizm endüstrisi hızla büyümüş ve dünya ekonomisinde en çok gelir yaratan ilk üç sektörden biri olmuştur. Dünyada hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin arasında yer almakta olan turizmin önemli bölümünü teşkil eden bir sektördür. Turizm milli gelirin artmasında, ayrıca döviz gelirinin artmasında da önemli rol oynuyor. Turizm ÷lke için pazarlama ve reklam aracı olma özelliği ile birlikte istihdamın sağlanması da önem arz etmektedir. Nitekim dünyada yaratılan GSYH'nın% 10,2'inin bu sektörde kurulması ve 385 milyon işin bu sayede meydana getirilmesi turizmin ekonomik anlamda önemli bir unsur olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Devletler de yeni iş alanları yaratmak ve gelir yaratma özelliğinden dolayı turizm sektörünü destekliyor. Turizm talebinin her geçen gün hızla artması, turizmin ÷lkeye döviz getirme özelliği, turizm endüstrisinin gelişim harcamalarının düşük olması, turizmin ekonomik kısıtlamalara, tarife ve kota daha az etkilenmesi gelişmekte olan ÷lkelerin bu sektöre ağrılık vermesine neden olmuştur.

Turizm endüstrisinin gelişimine işte böyle seyahate çıkanların sayısının artması gibi bakmak olmaz. Belirttiğimiz gibi, turizm hizmet

alanında en büyük bölmelerden birini oluşturuyor. Bu süreç arttıkça bu alana hizmet eden özel kurumlar oluşuyor ve turizm ürünleri meydana gelir. Buraya her türlü ulaşım türlerinin, otel işletmeciliğinin, toplumsal iaşe tesislerinin, belli eğlence, eğlence amaçlı tesislerin, spor tesislerinin, gezi hizmetleri gösteren örgütler ve diğerlerinin topu öngörülüyor.

Bazı istisna dönemler dışında, uluslararası turistlerin sayısında sürekli bir artış yaşandığı görülmektedir. Uluslararası turistlerin sayısı 1980 yılında 277 milyon, 2011 yılında 983 milyona ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütü 2010 yılından 2030 yılına kadar her yıl 43 milyon daha fazla turistin seyahat edeceği ve uluslararası turist sayısının 2030 yılında 1,8 milyara ulaşması bekleniyor. Birçok gelişmekte olan ülke için turizm sektörü döviz gelirinin esas kaynağı olmakla beraber, istihdamı sağlamakla de ülkenin gelişimini desteklemektedir.

2013 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde 84,7 milyon turist (% 37'i Kuzey Amerika'dan,% 63'i yurtdışından), Kanada'da 35,9 milyon turist (% 68,5'i Kuzey Amerika'dan,% 31,5'i yurtdışından, Meksika'da 17,1 milyon turist (% 87'i Kuzey Amerika'dan,% 13'i yurtdışından), Arjantin'de 7,4 milyon turist (% 69,7'i Güney Amerika'dan,% 30,3 i ü yurtdışından, Brezilya'da 9,4 milyon turist (% 28,3'i Güney Amerika'dan,% 71,7'i yurtdışından, Hindistan'da 11,3 milyon turist (% 0,5 i Güney Asya'dan,% 95,2'i yurtdışından, Çin'de 56,7 milyon turist (% 58,3'i Kuzeydoğu Asya'dan,% 41,7'i yurtdışından), Japonya'da 24,3 milyon turist (% 38,5'i Kuzeydoğu Asya'dan,% 61,5'i yurtdışından), Birleşik Arap Emirlikleri'nde 3,3 milyon turist (% 61,2'i Orta doğu'dan,% 38,8'i yurtdışından), Rusya'da 41,1 milyon turist (% 77'i Avrupa'dan,% 23'i yurtdışından) ziyaret etmiştir [59].

Avrupa turizmin gelişimine göre dünyanın önde gelen bölgesidir. Burada Batı ve Güney yönleri özellikle farklıdır. Avrupa'ya gelen

turistlerin% 60'i asıl bu yönleri seçer. Avrupa'da turizmin gelişmesi için elverişli coğrafi, tarihi, ictimaisiyasi ortam mevcuttur. Nispeten çok da büyük olmayan arazide çok sayıda devletler bulunmaktadır. Onların arasında mevcut olan yüksek ekonomik, kültürel-etnik ilişkiler, mükemmel yeraltı ve ulaşım hatları, turizm belgelemenin sadeleştirilmiş şekli, doğal eğlence olanakları ve kültürel tarihi anıtlar, nihayet gür gelişmiş turizm hizmet alanı, bölge dahilinde turist alışverişini daha verimli ediyor. Bugün Avrupa'da siyasi ve ekonomik istikrar hüküm sürüyor, bu da turizmin her yönden gelişmesi için büyük önem taşımaktadır. Avrupa devletleri "Tek Avrupa" maddesine uygun olarak ortak Avrupa turizm pazarının oluşturulması politikasını hayata gecirmektedir.

Bugün turist akımlarının Kuzeyden güneye, sıcak deniz kıyılarına, turizm hizmet alanının güçlü geliştiği Akdeniz kıyılarına yönelmesi Avrupa için karakteristiktir. Almanlar, norveçliler ve danimarkalılar, finler, isveçli, ırlandalılar burada kendi tatillerini geçirirler. Son dönemlerde güneyden kuzeye yönelik turist akışının yoğunlaşması kaydedildi. Kuzey Avrupa yönünün turizm için çekiciliği, bu ülkelerin tehlikesiz mekan olarak tanınması, güzel doğanın korunması ile açıklanabilir. Bu ülkelere çok sayıda seyahat edilmenin diğer nedenleri gibi ülkelerin ulaşım, ekonomik ve siyasi gücün, örgütlerin, faaliyetlerin, kültür ve eğlencenin merkezleri olmalarıdır. Görüldüğü gibi, yerel ve uluslararası turizm alanları eşit olmayan gelişim etti. Bunu çeşitli ülke ve bölgelerin farklı sosyoekonomik gelişimi ile izah edilebilir. Yukarıda belirttiğimiz gibi Avrupa ülkelerinde turizm alanı daha güçlü gelişmiştir. Dünya turizm pazarının yüzde 59 i ve döviz gelirinin% 51'i bu bölgenin payına düşüyor. Amerika'nın payı yaklaşık% 20, Asya, Afrika ve Avustralya'nın ortak payı% 10'den az kısmını oluşturuyor. Batı'nın

İsviçre, Avusturya, Fransa, İtalya, İngiltere gibi güçlü gelişmiş ülkelerinin huzurunun temeli önemli ölçüde turizmden gelen gelirler üzerine kurulmuştur.

Dünya Turizm Örgütünün "Turizm 2020 Vision" raporunda uzun vadeli öngörü verilmiş ve binyılın ilk 20 yılında turizm gelişimi değerlendirilmiştir. "Turizm 2020 Vision" raporunda 1995 yılı baz yılı alınmış ve 25 yıllık süreyi kapsayan verilere dayanarak 2020 yılı için öngörülerde bulunulmuştur. Tahminlerine göre 2020 yılında 2000 yılına oranla seyahat eden turistlerin sayısı 1,6 milyar kişiye kadar artacaktır. Onlardan% 51'i eğlence, rekreasyon ve grevle,% 15'i iş seyahatlere,% 27'i dini, sağlık,% 7'i ise diğer amaçlar için turist olacaktır. Keza, turizmden elde edilen gelirlerin miktarı 481 milyar ABD dolarından 2 trilyon dolara kadar artacaktır. 2020 yılında da turistlerin yöneldiği ülkeler Avrupa, Doğu Asya ve Amerika olacaktır. 1995 yılına oranla 2020 yılında da pazar payında özel ağırlığının üstünlüğü Avrupa'nın payına düşüyor. WTO'NUN değerlendirmesi gösteriyor ki, son yıllarda turizmin gelişmesi düzensiz olmuştur. Nitekim 1995, 1996, 2000 yıllarında daha hızlı artış, 2001 ve 2003 yılları ise yavaş büyüme dönemlerini kapsamıştır. 1995-2020 yıllarında dış seyahatlerin sayısı yıllık yüzde 5,4, iç seyahatlerin sayısı ise yüzde 3,8 artacaktır. Sonuçta bölge içi ve yurtdışına seyahat arasında oran 1995 yılında 82:18 iken, 2020 yılında 76:24 civarında olacaktır [7].

2.2.1.Gelişmiş Ülkeler

2.2.1.1.Fransa

Turizm akımı alanında Fransa dünyada ilk sırada yer alıyor, her yıl buraya 83 milyon yabancı turist geliyor. Bu alanda o tek liderdir, turizm sektörü yüksek gelir getirir ve dinamiktir, yeni varlıklı müşterilerin ve

uluslararası turizm alanında teklifin artması sonucunda o geniş gelişmektedir.

Tablo 2.1. En çok ziyaretçi ağırlayan ülkeler

International tourist arrivals						
			(million)		Change (%)	
Rank		Series	2015	2016*	15/14	16*/15
1	France	TF	84.5	82.6	0.9	-2.2
2	United States	TF	77.5	75.6	3.3	-2.4
3	Spain	TF	68.5	75.6	5.5	10.3
4	China	TF	56.9	59.3	2.3	4.2
5	Italy	TF	50.7	52.4	4.4	3.2
6	United Kingdom	TF	34.4	35.8	5.6	4.0
7	Germany	TCE	35.0	35.6	6.0	1.7
8	Mexico	TF	32.1	35.0	9.4	8.9
9	Thailand	TF	29.9	32.6	20.6	8.9
10	Turkey	TF	39.5	..	-0.8	..

Kaynak: <http://www.dw.com/tr/d%C3%BCnyan%C4%B1n-en-%C3%A7ok-ziyaret-edilen-10-%C3%BClkesi/g-35898584>

Not: Yukarıdaki raporun hazırlanmış olduğu tarihlerde Türkiye Cumhuriyeti'nin ziyaretçilerinin resmi sayılarına bağlı kurumlardan alınamamış olması nedeniyle sıralamada söz konusu bölümler boş bırakılmıştır. Bilindiği üzere, Türkiye 2016 senesinde 25 milyon 352 bin yabancı ziyaretçi ağırlamıştı.

Bugün Fransa'ya temel turist akımının Avrupa ve Asya ülkelerinden geldiği gözlemleniyor. Fransa'ya gelen yabancı turistler arasında almanlar birinci sırada tutuyor, onlardan sonra ingilizler geliyor. Ekonomik krizin en çok etkisine maruz kalmış İrlanda, Portekiz ve Yunanistan bu alanda Fransa ile ilişkilerini yeniden yapılandırıyorlar.

Asyalılara gelince, Fransa'yı dinlenme yeri olarak seçmekte çinliler ilk sırada geliyor (1,5 milyon kişi). Brezilyalıların ve rusların akımı da hızla artmaktadır.

Turizm sektörü Fransa'nın dış ticaretinde önemli yer tutmaktadır. 1999 yılından beri o, ödeme dengesinde olumlu bakiyeye sahip en büyük sektördür. 2012 yılında bu sektörün hacmi artarak 13 milyar olmuştur, oysa 2011 yılında 7,5 milyar oldu. Yolculuk sürelerinin artırılması ve otellerde kalma günleri çoğalması sonucunda yabancı turistler Fransa'da daha çok para harcıyor, ve bu 35,8 milyar euroya ulaşıyor.

Fransa'nın önerileri (deniz kıyıları, şehirler, köyler, dağlar) ve onları uygulama araçları (otel, kültürel-toplu önlemler, iâşe hizmeti) çok ve çeşitlidir. Bütün bunlar bazı alanların dinamik gelişmesini sağlar.

55 milyon gün-kayak kirası ile Fransa dünyada birinci kayak turizmi ülkesidir.

Ticari turizm - bu alanda Fransa çok önemli yer tutmaktadır, 2011 yılında Fransa'da 6.081 etkinlik düzenlendi.

Uluslararası çaplı etkinlikler düzenlenmekle Fransa kültürel etkinlikler alanında ilk yerlerden birini tutuyor: Marsel Provans 2013, Batak 3000, ayrıca yeni müzelerin, örneğin Pompidu Meç, Louvre Lans, Mayt Vakfı, Nanta seyahat ve haziran ayında Marsilya'da Avrupa ve Akdeniz uygarlıkları müzesi (MUCEM) buna örnek olabilir. Ekonomik, sosyal menfaati, ulaşım, imar alanları bakımından, büyük çaplı önlemler istisnai öneme sahiptir. Fransız uzmanlarının tecrübesini ve incelenmesinin birleştirerek öyle bir politika yürütmek gerekir ki, dünyada yaşanan olayları izlemek, geçmiş kazanımları korumak ve yenilerini yaratmak mümkün olsun. France Evnement komitesi, Atout France'nin yardımı ile, yeni ortakları çekmek için esas itibarı ile pazarlayın geliştirilmesi, uluslararası bençmarkın (emsal) ve büyük ölçekli üst düzey önlemlerin kriteriyalarının oluşturulması yolunda faaliyet göstermektedir.

Şarap turizmi en etkin sektörlerden biridir. Fransa'nın bağcılık bölgelerine gelenlerin sayısı 24 milyona ulaşıyor.

Paris, Lacivert Sahil, Sen-Michel dağı turizm sektöründe Fransa önerinin zengin vitrinini, kalite ve çeşitliliğini oluşturuyor. Uluslararası turizmin taleplerine cevap vermek, yeni turizm rotaları oluşturulması alanında büyük çalışmalar yapıldı. Günümüzde güvenle söylenebilir ki, turizm ülkenin bütün topraklarını kapsar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA DÖVİZ GİRDİLERİNİN KAYNAĞI OLARAK TURİZMİN TEMEL YÖNLERİ

3.1. AZERBAYCAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİNDE DEVLET POLİTİKASI

Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm politikasının geliştirilmesi ve ülkede insan haklarının korunması yönünde devletin uyguladığı politika alanında elde edilen olumlu sonuçlar konuya teorik-konseptual bakış gerektiriyor. İlk bakışta her iki alana ayrı ayrı dikkat edilse de aslında ülkede turizm politikasının geliştirilmesi insan ve vatandaş hakları ile vahdet teşkil etmektedir. Yani Azerbaycan'da turizmin gelişmesi sosyo-ekonomik siyasete destek vererek aslında insan sermayesine, dolayısıyla insan haklarına gösterilen yüksek tutumun göstergesi olarak hayatımıza giriyor.

Azerbaycan'da turizm alanında sovyet deneyiminin daha ilerici ve çağdaş Avrupa, Batı tecrübesiyle karşılık edilmesi, ülkede ulusal turizmin gelişmesine ve bu alanda eleman potansiyelinin yükseltilmesi amacıyla yüksek eğitimin önceliklerini ve turizm politikasının perspektiflerini göstermiş oluyor. Milli turizmin gelişmesi sadece sevimli doğada dolaşp, eğlenmekle kalmıyor. Burada devlet politikası ilgi odağında olmalıdır. Turizm Azerbaycan Cumhuriyeti için hem kültürünün, tarihinin, dilinin, ekonomik potansiyelinin tanınması, hem de bu ülkede insan hak ve özgürlükleri, vatandaş haklarının korunması gibi konulara hassas davranıldığını gösteren sosyo-politik olay olarak da anlaşıla bilir [40].

Demokratik devletlerde turizm politikasının gelişiminden konuşurken belirtmek gerekir ki, o devletlerde insan haklarının gelişme

temposu bu konuda ciddi önem taşıyor. İnsan haklarının ışığında, devlet vatandaş haklarının korunmasına sosyal ve hukuki destek vermekle ülkede istikrarlı kalkınmaya ivme kazandırmış olur. Bu bakımdan sosyo-ekonomik kalkınmanın çağdaş aşamasını yaşayan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin son on bir yıl boyunca katettiği gelişme yolu ülkeye olan turist ilgisini giderek artırmış, buna paralel olarak kazanç arkasından Azerbaycan'a gelen emek göçmenlerinin sayısında da artış gözlemlenmektedir. Dinamik gelişme yolunu tutmuş Azerbaycan'da milli turizmin yaygınlaşması için sosyo-ekonomik refahın, elverişli doğan ve ılıman iklimin mevcut olması devletin bu olanaklardan maksimum kullanarak bölgelerde yeni turizm tesislerinin oluşumuna ortam yaratmaktadır. Yüksek düzeyde dinlenmek her turistin doğal hakkıdır. Bu hukukun uygulanmasında, ülkeye daha fazla turist çekmek için güzel doğanın olması önemli sayılsa da o devletin insanların haklarının korunması gibi önemli konularda, sosyal hakların korunması ve güvenliğin sağlanması gibi sorunların çözümü daha çok dikkat çeken hususlardandır [37].

Azerbaycan'da turizm politikasının geliştirilmesi eski sovyet coğrafyasında sınırlı çerçevede gelişse de halihazırda durum değişmiştir. Turizm alanında belirtilen uluslararası deneyimin uygulanması, turizm politikasının gelişiminde yabancı uzmanların görüşlerinin öğrenilmesi, bu bakımdan insan haklarının bir parçası olan turizm hakkına riayet edilmesi Azerbaycan'da demokratik ve hukuki değerlere ciddi önem verildiğini gösteriyor[44].

İnsan haklarının korunmasına duyarlı yaklaşılan İsviçre, Avusturya, Almanya, Belçika gibi devletlerde turizm politikasının geliştirilmesi ve yılın tüm mevsimlerinde dinlenmek ve iş olanaklarını değerlendirmek için bu ülkelere yönelen turistlerle birlikte emek

göçmenleri bu ülkelerde önce mevcut alanlarla ilgili aydınlanmaya giriyor. Turistler bu ülkelerde kendilerini güvenli ve haklarının korunmasında hiçbir sorunların yaşanmayacağından emin oldukları için dünya devletleri arasında bu ülkelere büyük memnuniyetle ziyaret etmektedirler. Azerbaycan'da ise turistlerin hoş vakit geçirmesi için belirtilen olumlu hususlarla birlikte çokkültürlü değerlere değer verilmesi turizmin gelişmesine olumlu etki eden ciddi hususlardandır. Bu da ülkede insan haklarına gösterilen ilgi, turizm sektörünün gelişimi alanında devletin uyguladığı siyasetle doğrudan ilgili olan konulardır. Azerbaycan'ın sayıca dördüncü kez Kùltürlerarası Diyalog için İnsan Forumuna evsahipliğı yapması, gençlik politikası ile ilgili I Küresel Forumun Bakü'de gerçekleşmesi ülkenin kùltür alanında uluslararası alanda tanınmasına yol açmakla turizmin gelişmesine olumlu etkisini gösterecektir.

Azerbaycan'da ulusal turizm sektörünü geliştirmek ve turizm kaynaklarından sosyal refahı yönünde etkin kullanmak politikasının temeli, tüm alanlarda olduğı gibi, milli lider Haydar Aliyev tarafından atılmıştır. Daha sovyet döneminde, Azerbaycan'a yönetiminin ilk aşamasında Dağlık Karabağ'da (Hankendi'de, Şuşa'da), Mingeçevir'de, Nahçıvan'da, Naftalan ve Bakü'nün Merdekan kasabasında gezi ofisleri, daha sonra ise Kabala'da "Kafkasya" ve Kütahya ilinin Nabran bölgesinde "Dostluk" adlı turizm üsleri (1969 yılında) kurulmuştur. 1983 yılında SSCB Bakanlar Kurulu başkanı birinci yardımcısı olarak çalışmış Haydar Aliyev'in doğrudan girişimi ve yönetimi ile Hazar'ın Azerbaycan Sahillerinde mühim tatil bölgesinin oluşturulmağı konusunda karar kabul edmişti [45].

Ulu Önderin 1993 yazında siyasi iktidara döndükten sonra turizme gösterdiği ilginin boyutunu ifade edecek olguların istatistikleri ise ayrı bir araştırma konusudur.

Milli lider Haydar Aliyev'in yazarı olduğu Azerbaycan Cumhuriyeti'nin 1995 yılında kabul edilen Anayasasının "Dinlenme hakkı" ile ilgili 37 maddesinde belirtiliyor: "I . Herkesin dinlenme hakkı vardır. II. Emek anlaşması ile çalışanlara kanunla belirlenmiş iş günü tatil ile bayram günleri, senede en az bir defa 21 takvim gününden az olmayan ücretli tatil verilmesi sağlanır" [47].

Görüldüğü gibi, Azerbaycan Cumhuriyeti yüksek yasalar toplusunda "dinlenme hakkı" temel insan hak ve özgürlüğü olarak kabul edilir ve bütçeden finanse edilen tatil imkanı mevcuttur. Bu, nüfusun az gelirli kesimleri için hem de turizm seyahatleri ile ilgili olanakların yaratılması demektir.

Azerbaycan'da turizmin gelişme eğilimi yalnızca 90'li yılların sonlarında ülkenin yükseköğretim mevzuatlarında yer bulmuştur. Nitekim 1999 temmuz 27 tarihinde milli lider Haydar Aliyev "Turizm hakkında" Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu'nun uygulanmasına ilişkin" kararname imzalamıştır. Bu yasa Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm pazarının yasal temellerinin yeniden sağlanmasına yönelik devlet politikasının ilkelerini, turizm faaliyetlerinin esaslarını belirlemiş oldu, turizm alanında ilişkileri düzenleyerek, sosyo-ekonomik gelişimi sağlayan araçlardan biri olarak turizm kaynaklarının zengin kullanılması kurallarını belirledi.

Burdad turizmi geliştirmek ve turizm kaynaklarını verimli kullanmak amacıyla Milli Liderin 27 ağustos 2002 tarihli Kararı ile "Azerbaycan Cumhuriyetinde 2002-2005'li yıllarda turizmin gelişimine ilişkin Devlet Programı" onaylanmıştır. Bu Devlet Programının

taleplerine uygun olarak, turizm alanında uluslararası standartlara uygun oteller inşa edilmiş, ülkeye birçok önemli uluslararası yatırım şirketleri katılımı sağlanmıştır [53].

3.1.1. Azerbaycan`da Turizm Sektöründe Devlet Düzenlemeleri.

Turizm Güvenliyi

Turizm faaliyetinde devlet düzenlemesinin önemini anlamak için ona yönetilebilen bir sistem olarak yaklaşılması isabetlidir.

Turizm birbirini karşılıklı olarak tamamlayan öğelerin topu şeklinde faaliyet gösteren bir sistemdir. Bu sistemdeki ilişkilerin katılımcıları turist, turizm işletmeleri, kurumlar, bölgeler ve devlet karşılıklı olarak birbirlerine etki etmiş, çevreye yoğun olarak bağlı olmuşlar.

Turizme bir sistem olarak iki alt sistemin turizmin öznesi ve turizmin nesnesinin topu gibi bakılabilir. Turizm birimi derken, kendisinin bir takım ihtiyaçlarını karşılamak için spesifik hizmetlerden istifade ederek turizm etkinliklerinin katılımcısı olan kişi turist anlaşılır. Turizmin nesnesi ise turistin seyahati sırasında onun çıkar çevresinde olabilecek herşey öngörülüyor. Düzenlenen bir sistem olarak turizme etkileyen çevre ise ekonomik, ekolojik, teknolojik, siyasi ve sosyal sistemden oluşmaktadır [57].

Görüldüğü gibi devlet turizmin düzenlenmesi için özel politika izleyerek biri dizi araçları kullanıyor. Turizmin gelişmesinde devletin rolünü net tasavvur edebilmek için eski totaliter rejime ait olan sert idari denetimle çağdaş piyasa ekonomisi dönemine ait olan düzenleme programlarını kıyaslamak mümkün. Bu rejimin kurallarına göre uluslararası düzeyde turizm alışverişi devletin özel çıkarları ile çakışıyordu. Çoğunlukla birçok ülkeler için kapalı olan turizm rotaları

birçokları için de sınırlı idi. Böyle bir ortamda turizme kendiliğinden dinamik gelişen bir sistem olarak yaklaşmak imkansız idi. Bu görüşün kanıtı olarak şimdi bize aynı dönemden miras kalmış olan az gelişmiş turizm sanayisini, onun altyapısını, lojistik üssünü örnek göstermek mümkündür. Piyasa ekonomisi ortamında ise devlet her vatandaşına serbest faaliyet özgürlüğü vererek turizmin de yönetiminde liberalliğe yol açıyor. Bu ise aynı zamanda demektir ki, turizm kendisinin tüm üstün ve eksik yönleri ile paralel olarak engelsiz olarak gelişebilir. Böyle keskin iki eğilim arasında devlet kendisinin sosyal politikası ile düzenleyici tutum sergilemektedir. Sosyal piyasa ekonomisinde her bireyin faaliyet özgürlüğü devletin etkisi ile toplumun tüm üyelerinin genel refahı yararına sınırlandırılır veya genişletilir. Böylece devlet turizm politikası yürüterek onun aşağıdaki yönlerde gelişimini sağlar [4, s.151]:

- ✓ Turizmin uygun gelişmesini sağlamak için ekonomik, sosyo-politik ortamın seçilmesi;
- ✓ Turizm ekonomisinin rekabetkabiliyetinin artırılması;
- ✓ Nüfusun daha çok kesiminin turizmin gelişmesinde kadına yer vermek;
- ✓ Uluslararası turizmde işbirliğini genişletmek.

Bu yönde düzenleme faaliyeti gerçekleştirdi, turizm sanayisinin gelişimini devletin ve onun vatandaşlarının çıkarları doğrultusuna yöneltmek iki yönde önlemler sistemi ile gerçekleştirilebilir. Bunlar öncelikle sektörünün gelişimini belirleyen hukuki, mali, ekonomik altyapının belirlenmesi, ikincisi ise özel sektörün karşılanmakta zorlandığı öncelikli alanlara gerekli altyapıya yatırımın mekanizmasının hazırlanmasıdır. Bu etkinliklerin kapsadığı alanı ise aşağıdaki şekilde göstermek mümkündür [4, s.152]:

- ❖ Turizm sektörü için kadroların hazırlanması ve yeniden yapılanması;
- ❖ Turizm alanında küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmesi.
- ❖ Ülke genelinde turizm sektörünün durumu hakkında bilgi yaymak;
- ❖ Ulusal turizm ürününün uluslararası turizm pazarında tanıtılması;
- ❖ Yeni ulusal turizm ürünü işlenip hazırlanmasını sağlamak vs.
- ❖ Devletin uyguladığı turizm politikası, ülke, bölge, ilçe, topluluk düzeyinde yerine getirilebildiğine.

Turizm hizmetlerinin üreticisi olarak bölge kendi tüketicilerinin siparişlerini ne ölçüde yerine getirebilmesi ile seçilir. Eğer herhangi bir turizm bölgesi kendi ürünü üzerinde yeterince yüksek fiyat oluşturabilir biliyorsa, o zaman üretim sürecinin katılımcılarına yüksek ücretler ödemekle birlikte, alanın faaliyetini de dış etkilerden koruyabilmek imkanı sağlanıyor. Bu alanda belli bir sonucun elde edilmesi ile bölgenin rekabet yeteneği hakkında fikir söylemek mümkündür [29, s. 13].

Tablo.3.1. Turizm ve İhracat Gelirleri ,GSMH, ve GSYİH

Yıllar	Turizm gelirleri	GSYİH	GSMH	İhracat mln. man.
1995	67000000	3052467522	3038925585	693200
1996	57000000	3176749593	3114548942	681.2
1997	126000000	3962710163	3953251192	917.0
1998	143000000	4446396218	4433114258	781.0
1999	93000000	4581222442	4536302415	1055.9

2000	68000000	5272617196	4987423590	1895.3
2001	57000000	5707720391	5371631058	2205.9
2002	63000000	6235795104	5851100597	2592.8
2003	70000000	7276013032	6834029322	3002.0
2004	79000000	8680472169	7979951359	4161.8
2005	100000000	13245716099	11599198011	7881.8
2006	201000000	20983019924	18302345198	12467.0
2007	317000000	33050343783	27570800839	19321.7
2008	382000000	48852482960	43832155757	26400.7
2009	545000000	44291490421	41022020403	18383.1
2010	792000000	52902703376	49734894730	23060.5
2011	1500000000	65951627200	61439913891	29388.2
2012	2634000000	69684317719	65739180244	29000.3
2013	2618000000	74164435946	70475971957	28169.3
2014	2713000000	75244166773	73087339028	25537.5
2015	2535000000	53074370486	51046554753	20552.8
2016		37847715736	35375307389	28054.0

Kaynak: Dünya Bankası ve A.C. İstatistik Komitesi
www.stat.gov.az, 2018 verilerinden yararlanarak hazırlanmıştır

Yukarıda bilgilerini yansıttığımız tablodan da anlaşılıyor ki, 1995-2002 yılları arasında Azerbaycanda GSYİH, GSMH ve ihracatla doğru orantılı büyüme göstermesine karşın, turizm gelirleri dalgalı seyr etmiştir. 2002 yılından sonra ise turizm konusunda devlet politikasının değişmesiyle birlikte turizm gelirlerinde artımın olduğunu gözlemlemekteyiz. Nitekim turizm gelirlerinin 2007, 2011 ve 2012

yıllarında diğer yıllara oranla daha hızlı gelişimde olduğunu görmekteyiz.

Tüm bu verilere bakarsak, 2015 yılında dolar kurunda görülen artış ve enflasyonun artımıyla ülke gelirlerindeki düşüş açık şekilde verilerde kendini yansıtıyor. Toparlanma evresine giren ülke ekonomisi stratejik yol haritalarını kullanarak 2017 ve 2018 seneleri ve ileri seneler için düzenlemeleri hukuki açıdan yapılandırmaya çalışmaktadır.

Turizm bölgesinin stratejik amacı bir rekabet birimi olarak uzun sürede rekabete dayanıklılığı sağlamaktır. Turizmden iyi gelir elde eden girişimciler bu alana olumlu tutum sergiliyorlar. Burada en önemli diğer bir husus ise yerli nüfusun turizme hangi tutum sergilemesidir. Turistlere karşı muhafazakar olmayan yerli nüfus turizmin en önemli şartlarından biri olan misafirperverliğin garantisi teşkil ediyor. Bu çok önemli unsurdur. Çünkü herhangi bir halka veya bölge halkına ait olmayan misafirperverliği hiçbir düzenleme mekanizması aracılığıyla artırmak veya yönetmek mümkün değildir. Eğer düşüncelerimizi özetlemeye çalışırsak, turizm bölgesinde yukarıda belirttiğimiz ilişkilerin top halde devletin çıkarları içinde olduğunu gösterilebilmektedir [20, s.87].

Görüldüğü gibi turizm tam bir sosyoekonomik sistem olarak hem genel, hem de bölge şahsında onu oluşturan öğelerle yoğun biçimde karşılıklı ilgilidir. Bu ilişkilerin objektif önemlinin dikkate alınması, onların doğru kurulması için hukuki-kurumsal altyapının oluşturulması önemli şarttır.

Turizm, özellikle gelme turizm kendi çapına, burada yaşanan ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkilerin niteliğine göre büyük risk ve tehlikelerle dolu olan bir faaliyet alanıdır. Seyahatlere giden turistler onlara olağanüstü olan ortamda birçok risk ve tehlikelerle karşılaşabilir. Bu nedenle turistlerin güvenliğinin sağlanması, hizmet sırasında gerekli

prosedürlere riayet edilmesi turist kabul eden ülkenin ulusal çıkarlarının korunması ile uyumlu düzenlenmelidir. Turistlerin güvenliği turizm işletmesinin, bölgenin ekonomik, sosyal, kültürel gelişmesine sorumlu olan idari kurumların, ülkenin üye olduğu uluslararası örgütlerin ve yerel halkın da görevi kabul edilmektedir.

Turizmde güvenlik konuları turizmin gelişmesine ilginç olan ülkelerin turizm politikasında önemli yer tuttu, Azerbaycan Cumhuriyetinde da Turizm Kanunu'na ve ilgili yasal belgelere göre ayarlanmaktadır. Burada denir: "Turistlerin güvenliği seyahat boyunca turistlerin kişisel güvenliği ve onların mülkiyetinin korunmasıdır. Turoperatorlar ve turacentalar turistlere seyahatlerin özellikleri, ayrıca seyahat sırasında onların rastlayamazsınız bilecekleri tehlikeler hakkında detaylı bilgiler vermeye, önceden turistlerin güvenliğinin sağlanmasına yönelik önlemler almaya borçludurlar". Ayrıca turizmde güvenlik meselelerinin çözümü için WTO'nun belgelerinden, özellikle Turizm Şartı ve Turizmin Ahlak Kodeksinin tavsiyelerinden yararlanmak mümkündür [46].

Turist güvenliğine dünyada ciddi önem veriliyor. Şimdi dünyada böyle bir gelenek yayılmıştır ki birçok ülkeler kendi vatandaşlarına düzenli olarak hangi yabancı ülkelere seyahat yapıp yapmadıkları hakkında tavsiyelerde bulunuyorlar. Örneğin, ABD Dışişleri Bakanlığı periyodik olarak hangi ülkelere gitmelerinin yasaklandığı, hansılara ise tavsiye etmediği hakkında haberler yayınlıyor. Dünyanın en büyük turist gönderen ülkesi olan Almanya ise kendi vatandaşlarını 80'a kadar ülkeye gitmeye alıkoyduğu, bazı ülkelere ise (Afganistan, Libya, Somali, Suriye vs). Hatta yasak koyduğu bilinmektedir. Bu gibi olgular turist güvenliğine dünyada ne kadar ciddi önem verildiğini gösteriyor [40].

Kendi bölgesinde turizmin gelişmesine ilginç olan ülkeler öncelikle kendi ulusal imajının korunmasına çalışıyor. Ciddi güvenlik teminatı ile beraber, uluslararası belgelerde temel insan haklarının bir parçası olarak boş zamandan verimli kullanılması ve bu sırada çeşitli yapay engellerin yaratılmaması tavsiyelerine de ciddi uymalıdır. Aksi halde, turizmin gelişmesinden yana olan ülke veya onun bölgeyi dünyanın turist gönderen ülkelerin "siyah" veya "gri" listelerine düşebilir.

Turizmde güvenlik konuları genellikle üç yönde gözden geçirilmektedir:

- a. Turistleri kabul eden ülkenin milli menfaatlerinin korunması;
- b. Turizm tesislerinin ve çevrenin korunması; 3.turistlerin kişisel ve mal güvenliğinin temin edilmesi.

Bütün bu alanlarda uluslararası standartlara ve ülke yasalarına uygun önlemlerin hayata geçirilmesi ile oluşabilecek risklerin en aza indirilmesi mümkündür. Bu da turizmde kabul edilen pasaport, vize, gümrük, döviz ve tıbbi resmiyetçilik prosedürlerine, ayrıca sigorta şartlarına turistlerin ve ilgili kurumların sözsüz amel etmesi iledir. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için çeşitli organlar kendi işlerini düzgün yerine getirmelidirler. Bunlar, devletlerarası kuruluşlar, uluslararası kuruluşlar, merkezi ve yerel yönetim organları, ulusal turizm ajansları, turizm işletmeleri ve yerel nüfusa kadar geniş bir ağı kapsamaktadır.

Turizm hizmetinin güvenliği açısından en ciddi sorumluluk taşıyan kurum turizm kurumunun kendisidir. O, bizzat kendi müşterilerinin güvenliğini sağlar. Kurum seyahat yerinin, marşrut'un, ulaşım türünün seçilmesinde herşeyden önce kendi müşterilerinin güvenliğini her zaman düşünmektedir [45].

Turizmin gelişmesi genellikle sosyal kriterler üzerine kurulan bir süreçtir. Bu anlamda, turist kabul eden ülkenin insanları ile gelen turistlerin girdikleri sosyal ilişkiler birçok durumlarda arzuolunmayan düzeye ulaşabilir. Bu, kenar kültürün etkisiyle yerli nüfusun yaşam tarzında oluşabilecek olumsuz durumların oluşması ile gerçekleşebilir. Turizmin gelişmesi ile karşılaşabilecekleri en büyük tehlikelerden biri kültürler alışverişinde ekonomik yönden zayıf tarafın asimiliyasya edilmesini gösterebiliriz. Buna izin verilmemesi için turist kabul eden ülkenin kendi ekonomik açıdan yeterince gelişmesi gerekli şarttır.

Turizm bölgesi ahalisinde vatanseverlik, yerlilik, kıskançlık gibi milli zihniyete özgü özelliklerin yeterince yüksek olması kendi davranışlarıyla buna saygı göstermeyen yabancı turistlerle sorun olasılığını artırıyor. Bölgede turistlerle yerli halk arasında potansiyel sorun kaynağı gibi çeşitli hizmetler (yolcu taşımacılığı, bir dizi ticaret, kantin vb). Sırasında bazen gözlemlenen tartışmaların riskli boyutlara ulaşması da gösterilebilir [4, s.153].

Dünya pratiğinde turistlerin güvenliği açısından geniş bilgi ağının oluşturulması bu sorunun olumlu çözümü kabul ediliyor. Yine de bu meselenin verimli çözümünde temel görev turizm işletmelerinin düşüyor. Turizm işletmeleri gereken bilgiyi turistlere zamanında ve kesin vermekle onların güvenliğini sağlar. İlk olarak, bu bilgi içerik itibarıyla turistleri kabul eden ülkenin toplumsal kuralları, arazinin coğrafi rölyef ve iklim şartları, yerli nüfusun yaşam tarzı ve görenekleri, ayrıca muhafaza eden milli ve tarihi değerler hakkında olmalıdır. Meselenin ikinci bir tarafı ise turizm tesisleri bulunan topraklardaki yerli nüfusun turizmin içeriği ve bölge için önemi hakkında bilgilendirilmesidir. Güvenlik açısından bu konu yukarıda belirttiğimiz birinci nokta kadar önemlidir. Çünkü, kısa seyahat süresi içinde nüfusun

birçok kesimlerinden olan insanlarla temasta olan turistler onlardan daha fazla konukseverlik, güleryüz davranış vb. gibi sıcak ilişkiler beklemektedir [2, s.54].

Turizmde risklerin en aza indirilmesinde resmiyetciliğe uymasının büyük önemi vardır. Ülke sınırını geçen turistlere uygulanan resmiyetcilik turistlerin hareketi sırasında oluşabilecek risk ve tehlikeleri azaltmak amacı gütmektedir. Bununla birlikte, burada keskin radikal konuma de yer verilmemelidir. Örneğin ABD'de 11 eylül (2001) olaylarından sonra bankalar kara gözlüklü, şapkalı ve başı örtülü müşterilerine hizmet vermemek gibi genel bir karar kabul etmişler. Kuşkusuz böyle sert önleyici adımlar sağlam niyetli turistleri de ülkeye seyahat etmek fikrinden kaçırmağa bilir. Buna göre, turizmin gelişmesi için uygun güvenlik önlemleri ile de birlikte olarak resmiyetciliğin basitleştirilmesi, bunlardan bazılarının hatta kaldırılması da mümkündür. Günümüzde Avrupa Birliği ülkeleri arasında uygulanan basitleştirilmiş vize-gümrük rejimi buna örnektir.

Turizmde uygulanan vize, pasaport, gümrük, döviz, tıbbi resmiyetcilik biçimleri kendi önemine göre her zaman günceldir. Modern zaman gerçekleri açısından her bölge için gümrük ve tıbbi resmiyetciliğin önemini özellikle vurgulamak mümkündür. Uluslararası uyuşturucu ticaretinin ve kaçakçılığın yaygın bir dönemde her ülkenin onun etkilerinden korunması meselesi önemlidir. Çünkü bu amaçlarla hareket eden kuryeler kendilerini genelde sırf turist gibi takdim etmeye çalışmaktadır [10, s.47].

Ülke sınırını geçen yabancı turistlerin güvenliği konuları tüm hizmet boyu beklenmelidir. Her insana evde, işte ve sokakta rastlayamazsınız bilen risklerden farklı olarak turistleri yabancı ülkede bekleyen riskler onları tamamen çıkmaza sokabilir. Onun için bu konuda

devlet, turizm hizmeti işadamları ve yerel nüfusun ortak katılımı talep ediliyor. Aksi takdirde turizm hizmeti sırasında olabilecek herhangi tatsız bir olay bölge için rehabilitasyonu uzun vadede sona gelen antireklama neden olabilir.

Tehlike kaynakları gibi turistlere seyahat ve gezi boyunca travma, yangın, sel, heyelan, çığ, radyasyon, kimyasal, biyolojik, elektromanyetik alan vs. gibi zararlı unsurlar da etki edebilir. Bu nedenle de turizm organizatörleri ülkeye ve bölgeye seyahat eden turistleri bu unsurlar hakkında önceden bilgilendirmeliler [53].

Turistlerin güvenliğinde önemli konulardan biri onların sigortalanmış. Turistlerin belgelerinin ve eşyalarının kaybedilmesinden tutmuş şahsi güvenliklerine kadar oluşabilecek tüm arzuedilmeyen olaylardan sigortalanması onların güvenliğinin garantisi olmalıdır. Belirtilen bu konu işlevsel olarak turist gönderen turoperator'ların görevi olduğundan turist kabul eden bölge için sadece buraya gelen turistlerin geldikleri ülkede sigorta edilmesinin önemi vardır.

Turistlerin seyahati sırasında oluşabilecek sorunlardan biri çevrenin, askeri-stratejik tesislerin, tabari kültürel tesislerin muhafaza etmesidir. Hatta bu konuda yeterli derecede bilgi almış turistlerin de seyahatleri sırasında çeşitli turistik yer, altyapı ve tarihi-kültürel tesisler vaktinden erken aşınmaya maruz kalabilir. Bu ise turizm kaynaklarının, böylece bölgenin turist kabul etme olanaklarının tükenmesine neden olabilir. Bu nedenle turistlerin ve turizm ziyaretlerini organize eden işletmelerin ülke ve uluslararası yasalar doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir.

3.1.2. Modern Azerbaycan Milli Turizm Politikası

3.1.2.1. Azerbaycan'da Turizm Politikası ve Uluslararası

Standartların Uygulanması

Turizm politikasının gelişimini daha da yükseltmek ve başarılarla ulaşmak için uluslararası turizmin öğrenilmesi gereklidir. Ülkeye daha çok turist çekmek için uluslararası standartlara uyulması, huzurun sağlanması amacıyla Azerbaycan'da yapılarak kullanıma verilen tatil merkezlerinin sayısı yıllar geçtikçe artmaktadır [40].

Yaşamın tüm alanlarında dinamik gelişmenin gözlemlendiği Azerbaycan Cumhuriyetinde insan haklarına gösterilen yüksek ilişki hiç kuşkusuz turizm politikasının uygulanmasında da hissetmektedir. Bu, önce onunla izah ediliyor ki, Azerbaycan'da turistlerin huzurunu sağlamak için çeşitli dinlenme tesisleri, otel ve eğlence merkezlerinin yapımında uluslararası deneyimin öğrenilmesi ve uygulanması bu alanda olumlu gelişimi arttırmıştır. Cumhurbaşkanı Aliyev'in belirttiği gibi: "Dünya Turizm Örgütü'nün yönetimi Azerbaycan'da yapılan çalışmalara çok değer veriyor". Dikkate alırsak, Azerbaycan'ın dış politikasında elde edilen başarılar kazanıyor ve ülkede gerçekleşen uluslararası önlemler nitelik ve nicelik bakımından dünyanın önde gelen devletlerinin dikkatini çekene, tüm bu olumlu değişiklikler aynı zamanda uluslararası kuruluşların da dikkatini çekiyor. Bu bakımdan Dünya Turizm Örgütü gibi saygın kurumun çağdaş Azerbaycan'da gerçekleştirilen yapılanma çalışmalarına ve sosyo-ekonomik gelişmenin göstergesi olarak turizm politikasının gelişmesine verdiği değer ikili işbirliğinin gelecek perspektiflerini de belirlemiş oluyor. Her yıl 27 eylül dünyada olduğu gibi Azerbaycan'da da "Uluslararası Turizm Günü" olarak kutlanıyor. Turizm alanında dünya halklarını birbirine yaklaştıran bu önemli tarihe

Azerbaycan Cumhuriyeti önem vererek uluslararası turizme katkı vermeye hazır olduğunu beyan etmiştir [37].

Turizm politikasının uluslararası normlara uyulanması alanında turistin sosyal hakkının korunması ve sağlanması amacıyla otel ve ulaşım harcamalarının gözden geçirilmesi ve ülkeye giren yabancı vatandaşların yine bu olanaklardan yararlanmasına ortam yaratmak turizm sektörünün gelişmesinde önümüzde duran temel unsurlardandır. Kullanıma açılan dinlenme tesislerinin Avrupa standartlarına cevap vermesi turistin yöneldiği ülke hakkında izleniminin şekillenmesinde az rol oynamıyor. Azerbaycan'a gelince, başkent Bakü'nün deniz sahili şeritlerinde ve bölgelerde (Kabala, Guba, Şamahı, İsmaili, Gence, Lenkeran vb. yerlerde) uluslararası standartların uygulanmasına önem artmıştır. Kabala, Guba veya Şamahı gibi bölgelerde turistler beş yıldızlı otellerde tatil yapma imkanı elde ediyor. Bu oteller sevimli doğan çevresindeki insanların rahat dinlenmesine hizmet etmektedir. Cumhurbaşkanı Aliyev'in ülkeye yönetiminin son on bir yıl boyunca Azerbaycan'da turizm hızla gelişen alana dönüşmüştür. Turizmin bu bakımdan uluslararası ilişkilerde oynadığı olumlu rol artmış sayılır. Sosyal gelişme ve sonuç itibarıyla refah düzeyinin yükselmesi Azerbaycan'da turizm politikasının yurtdışında tanıtılması ve bu alanda milli gelirin artmasına olumlu etkileyecektir [40].

Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm politikasının gelişmesinde halkımızın milli lideri Haydar Aliyev'in imzaladığı belgeler doğrudan bu alanda ilk siyasi hem de hukuki altyapı oluşturuyor. Henüz SSCB döneminde, 1980 yıllarında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin başkanı olmuş Haydar Aliyev'in talimatı ile Hazar denizi'nin kıyılarında sanatoryum tipi dinlenme tesisleri yapılmıştır ki, sovyet cumhuriyetlerinden yeterince turist bu güzel mekanlarda tedavi almış, tatil etmiştir.

Haydar Aliyev'in emriyle 4 haziran 1999 yılında kabul edilen "Turizm hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu" ülkenin uluslararası turizm fuarlarında katılımına yol açtı. Bu ise turizm politikası alanında bağımsız bir devletin uluslararası kamuoyu tarafından tanınması işine destek vermiş oldu. 18 nisan 2001 yılında Gençlik Spor ve Turizm Bakanlığı'nın tahsis edilmesi ise Azerbaycan'da turizm politikasının uygulanmasında devlet politikasının önemini göstermiş oldu. Halihazırda Azerbaycan'da turizm politikasının geliştirilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, ülkede bu alanın bilimsel temellerinin hazırlanmasında ise Turizm Enstitüsünün çalışmaları olumlu değerlendirilmeye layıktır.

"Azerbaycan Cumhuriyetinde 2010-2014'li yıllarda turizmin gelişimine dair Devlet Programı "nın icra edildiği yıllarda ülkede turizm sektörünün genişlemesi süreci devam etmiştir. Bu yıllarda Azerbaycan'a gelen turistlerin sayısı iki kat artmıştır. Bu ise Azerbaycan'da turizm politikasının yıllar geçtikçe ilerlemesinden haber verir. Turizm politikasının geliştirilmesi ve bu alanda uluslararası deneyimin başarıyla uygulanması Azerbaycan'da istikrarlı büyümenin devam ettiğini ve insan haklarının korunması alanında devletin uyguladığı politikanın dinamik geliştiğini ispat etmektedir [49].

Görüldüğü gibi Azerbaycan Cumhuriyetinde milli turizm politikasının kısa zaman içinde katettiği gelişme yolu ülke mevzuatında öngörülen devlet politikası ile düzenlenmiştir. Devletin çağdaş turizm politikası alanında uluslararası standartlara uygun altyapı projelere imza atması bu alanın genişlemesine önemli katkıda bulunmuştur. Bu da Azerbaycan'da milli turizm politikası alanında sağlanan olumlu değişikliklerin ülkede insan haklarına dair durumun olumlu yönde gelişmesine destek vermektedir.

3.1.2.2. Azerbaycan`ın Sosyo-Ekonomik İlerlemesini Etkileyen

Turizm Politikası

Siyasi ve sosyo-ekonomik gelişmenin devamlılığının sağlanmasında devletlerin uyguladığı politika milli gelirlerin devlet bütçesine gösterdiği etki olanaklarının doğru değerlendirilmesini gerektiriyor. Bu bakımdan milli turizm politikasının demokratik devletlerin sosyo-ekonomik gelişmesinde oynadığı rol hiç de az önem taşımamaktadır [51].

Modern Azerbaycan'da sosyo-ekonomik gelişmenin hızla ilerlemesinde hiç kuşkusuz enerji politikasının rolü yadsınamaz. Bununla birlikte ülkede gerçekleştirilen ekonomik yapılanma politikası petrol gelirleri ile paralel petrol sektörünün gelişiminin olasılığını göstermektedir. Halihazırda uluslararası ilişkilerde gelirli petrol dışı sektörüne giren ulusal turizm sektörünün geliştirilmesi konusu Azerbaycan Cumhuriyetinde da güncel alan olarak kalmaktadır [46].

Dünyada öyle devletler var ki, onlar turizm politikası alanında büyük tecrübeye ve yeteneğe sahiptirler. Çok uzağa gitmeden komşu Türkiye Cumhuriyetinde veya ona komşu olan Yunanistan'da turizm potansiyelinin yüksek gelişimi ülke ekonomisine olumlu etkiliyor. Azerbaycan'da ise bu alanda uluslararası standartların uygulanması açısından uzun yıllar geçmese de turizm politikasının milli gelire dönüşmesi süreci artık başlanmıştır. Azerbaycan'ın turizm alanında çok kısa zaman zarfında başarılarla imza atması başkent Bakü da dahil bölgelerde turizm potansiyelinin yükseltilmesi petrol dışı sektörün gelişmesinde turizmin kültürel, sosyo-ekonomik, siyasal ve en önemlisi hukuki önemini açıkça yansıtmış oluyor. Böyle olduğu halde Azerbaycan'da turizm politikasının ülkenin sosyo-ekonomik

kalkınmasına etki imkanlarını gözden geçirmek devlet politikası düzeyinde öneme sahiptir [44].

Ülkede turizm altyapısının iyileştirilmesi yönünde uluslararası yatırım şirketleri ile ilişkilerin kurulması çok önemlidir. Artık son yıllarda birkaç tanınmış yatırım şirketinin Azerbaycan'da yaptığı çalışmalar ve ülkede turizm politikasının gelişmesine destek veren indirimli kredilerden yararlanmak Avrupa standartlarına cevap veren otellerin ve diğer dinlenme tesislerinin Bakü'de ve çevre ilçelerde da dikilmesi çalışmalarına olumlu etkilemiştir. Ayrıca örneğin kaydetmek, 2008 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ilan ettiği ihalede galip gelmiş "Caspian Group Consalting" şirketinin uzman temsilcileri tarafından ABD Ticaret ve Kalkınma Ajansı'ndan ayrılan hibeye esas olarak hazırlanan turizmin dayanıklılığının uygulanmasına dair planın ve Türkiye Cumhuriyeti'nden Azerbaycan'a gelen turizm alanında uzmanların görüş ve önerileri esasında Bakanlığın temsilcileri tarafından turizm alanında kadro çalışmasının iyileştirilmesi, dinlenmek, yatak yerlerinin sayısının artırılması, turizmin uluslararası alanda bilinen çeşitli türlerinin uygulanması, ayrıca turizm politikasının gelişiminin modern aşamasına ciddi destek veren "Azerbaycan Cumhuriyetinde Turizmin Gelişimine dair 2008-2016 yılları için Devlet Programı" önemli sonuçlarla müşahede olunmaktadır. Belirtilen Devlet Programının önümüzdeki iki yıl içinde de ulusal turizm alanında ülkeye yabancı yatırımların teşvik edilmesine büyük destek vereceği beklenmektedir [45].

Bölgelerin sosyo-ekonomik kalkınmasını öngören bir dizi devlet programlarının kabul edilmesi turizm politikasının gelişmesine fazla olumlu etkisini göstermektedir. Uygun turizm tesislerinin inşa edilerek hizmete verilmesi yabancı vatandaşlarla birlikte yerli ahalinin de

tatilinde önemli rol oynuyor. Bu konuda yerli ahaliye edilen tavizlerin giderek artması devletin vatandaşların sosyal haklarının sağlanmasına gösterdiği yaklaşımdır. Turizm politikasının gelişmesinde yerli ve yabancı vatandaşların haklarının korunmasına devlet desteği genelde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin insan haklarının korunmasına verdiği katkının bir sonucu olarak takdir görmektedir.

Azerbaycan'da turizm politikasının sosyo-ekonomik kalkınmaya etki olanaklarından bahsederken bu alanda ülkede düzenlenen uluslararası önlemlerin olumlu sonuçlarını da belirtmek gerekir. Nitekim 2007 yılının 21-22 haziran tarihlerinde Bakü'de "İKT (İslam Konferansı Teşkilatı (28 haziran 2011 yılından İİT-İslam İşbirliği Teşkilatı) üye olan ülkelerin ekonomisinde turizmin rolü" konulu uluslararası konferans düzenlenmiştir. İKT/İİT Azerbaycan Cumhuriyeti'nin müslüman dünyası ile ilişkilerinin kurulmasında ve en önemlisi diplomatik-ekonomik ilişkilerinin gelişmesinde önemli yeri olan uluslararası müslüman örgütüdür. Azerbaycan'ın turizm olanaklarının müslüman doğu'da tebliğ edilmesi ve müslüman yatırımlarının ülkeye çekilmesi açısından konferans başarılı sonuçlar elde etmiştir [48].

İKT/İİT'e üye olan devletlerin çoğunluğu ile sosyo-ekonomik ilişkiler kuran Azerbaycan Cumhuriyeti'nin turizm alanında başarılarına imza atmış Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Katar, Kuveyt, Ürdün, Suudi Arabistan Krallığı vb. devletlerle mevcut alanda ikili ilişkileri sürdürülmektedir. Ülkenin sosyo-ekonomik kalkınmasında bir role sahip olan ulusal turizm sektörünün bu bakımdan genişletilmesi ve daha modern standartlara ulaştırılması işi sürdürülmelidir. Sürdürülebilir kalkınmanın çağdaş aşamasında Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin "Euronews", "CNN", "National Geographic", "Travel Channel" gibi prestijli televizyon kanalları aracılığıyla dünya kamuoyuna duyurulması

ülkenin enerji politikasının, ekonomik nüfuzunun artık dünya kamuoyu veya BM ailesi tarafından kabul ettiğinin bariz örneğidir.

Diğer yandan Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin ülke ekonomisine olumlu etki olanaklarının geniş müzakerelere çıkarılmasında Dünya Ekonomi Forumu veya İsviçre'nin meşhur Davos kentinde yapıldığı için Davos Ekonomik Forumu da adlandırılan bu saygın kurumda tebliğ edilmesinin, Azerbaycan'da ulusal turizm politikasının gelişiminde olumlu sosyo-ekonomik eğilimler olarak değerlendirilmesi önemlidir.

Tüm sayanları dikkate alarak belirtmek gerekir ki, Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm politikasının geliştirilmesi ülkenin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmak için milli gelirlerin hükümet tarafından şeffaf değerlendirildiğini göstermiş olmaktadır.

3.2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNE İLİŞKİN

STRATEJİK YOL HARİTASININ TEMEL HÜKÜMLERİ

Hükümetin yakın ve uzak hedefler için hazırladığı ekonomik kalkınma stratejisine göre petrol sonrası döneminde ekonominin temel yönlerinden biri turizm sektörü olacak. Bu alan Cumhurbaşkanı Aliyev'in onayladığı ulusal ekonomi ve ekonominin temel sektörleri üzere stratejik yol haritalarında da öncelikli hedef olarak seçildi. Nitekim ABD'nin "Mckinsey" şirketinin de katılımcılığı ile hazırlanmış stratejik yol haritalarından biri sırf turizm sektörünün gelişimi ile ilgilidir. Stratejiye göre, Azerbaycan hükümeti 2025 yılına kadar ülkede turizm hizmetlerinin potansiyelini genişletmek bu alandan elde edilen gelirlerin önemli ölçüde artırılmasını hedefliyor. Bu amaçlara ulaşmak için turizm hizmetleri gösteren küçük ve orta girişimciliğe de devlet düzeyinde gerekli destek verilecek. 2025 yılından başlayacak stratejik dönemde

önceki yıllarda gerçekleştirilen ekonomik faaliyetlerin devamı olarak somut reform önlemlerinin uygulanması öngörülmektedir [41].

Son yıllarda Azerbaycan'da ekonominin petrol dışı alanlarının gelişimi açısından turizm sektörü geniş olanaklara sahiptir. Turizm sektörünü uluslararası deneyim temelinde geliştirmekle ülkemize döviz gelirlerini artırmak, başkentte ve bölgelerde nüfusun istihdamının sağlanmasına ciddi katkı sağlamak, aynı zamanda ülkemizin, milli kültürümüzün dünya çapında tebliğine daha uygun bir ortam yaratmak mümkündür.

Cumhuriyetimizin turizm potansiyelini verimli kullanılması hep ön planda tutuluyor. Turizm sektörünün rekabetedayanıklığının artırılması amacıyla gerçekleştirilen amaçlı politika elde edilen başarılı sonuçlarda, ülkenin turistik çekiciliğinin artmasında yansımaktadır [38].

Yeni ekonomik ortamda ülkemizin turizm potansiyelini verimli kullanılmasının güncelliği daha da arttı. Bu bakımdan Cumhurbaşkanı Aliyev'in imzaladığı "Ulusal ekonomi ve ekonominin temel sektörleri üzere stratejik yol haritalarının onaylanması hakkında" ilgili Kararnameye göre "Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritası" nin onaylanmasının büyük önemi var. Yakın, orta ve uzun dönem için öngörülen böyle bir önemli belgenin doğrulanması ondan habere göre, yeni ekonomik ortamda ülkemizde turizm sektörünün gelişiminin prioritetlik'i sağlanacak. Bu Stratejik Yol Haritası ülkemizde turizmin gelişmesi için büyük gelişme perspektifleri vaat ediyor. Belgede turizm sektörünün gelişiminin yasal altyapısının ve devlet çözümü mekanizmalarının geliştirilmesi, mevcut turizm potansiyelini kullanım olanaklarının genişletilmesi, bölgelerde turizm faaliyetlerinin canlandırılması, yeni turizm rotalarının oluşturulması, ayrıca rekabete dayanıklı fiyat teklifinin

sağlanması gibi önemli konularla ilgili önlemler belirlendi ve önümüzde somut hedefler koyulmuştur [41].

Cumhurbaşkanının 6 aralık 2016 tarihli kararı ile onaylanmış "Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritası" 17 aralık'ta resmi basında yayımlandı.

Belgede vurgulanıyor, mevcut imkan ve potansiyelin verimli kullanarak Azerbaycan 2025 yılına hem bölgede hem de diğer dünya ülkeleri arasında cazip turizm mekanlarından birine dönüşecek. 2025 yılından sonraki dönem üzere perspektif ise ülkeyi dünyada turistlerin en çok tercih ettikleri 20 turizm mekanından birine dönüştürmektir [42].

Yol Haritasında bu sektör alanında uzun vadeli perspektife sağlamak amacıyla 2020 yılına kadar olan dönem için ülke çapında turizm sektöründe dört temel hedef belirlendi.

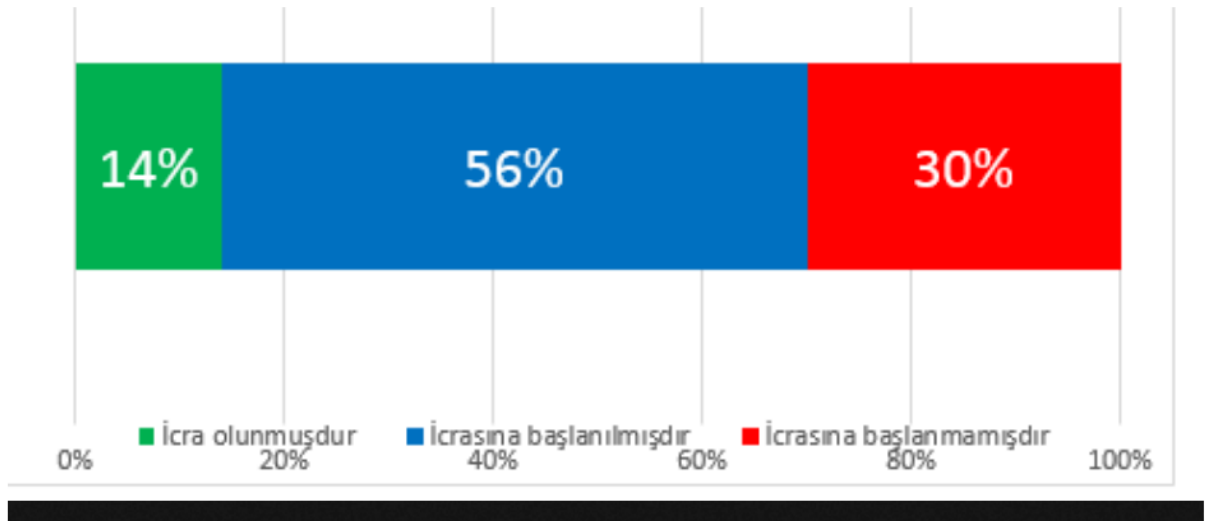
Birinci hedef Bakü'nün turizm potansiyelinden tam kullanılması, ikinci hedef ulusal düzeyde daha iyi yönetimin teşkili, turizm ve rekreasyon alanlarının yaratılması, mövsümlik'in giderilmesi için bölgesel düzeyde turizm altyapısının gelişmesi, hava ilişkilerinin iyileştirilmesi, vize işlemlerinin basitleştirilmesi de dahil olmak üzere turizm sektörünün gelişmesi için ülke çapında elverişli ortamın oluşturulmasıdır [43].

Üçüncü hedef bölgesel turizm girişimlerini hayata geçirmekle Azerbaycan'da turizmi geliştirmek, dördüncü hedef ise turizm alanında eğitim programlarına yatırımını hayata geçirmek ve turistlerin memnuniyetini artırmak için standartlaştırma ve sertifikatlaşdır'ma sistemini geliştirmektir.

Anlatılır ki, 2020 yılına kadar olan dönem için belirlenmiş hedeflerin gerçekleşmesi sonucunda Azerbaycan'da 2020 yılda reel gayri

safı yurtiçi hasılanın doğrudan 293 milyon ve 172 milyon manada artacağı, toplam 35 bin olmakla doğrudan turizm sektöründe 25 bin işyerinin yaratılacağı öngörülmektedir. 2017-'lı eylül ayında Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının ocak-haziran ayı içinde icra durumu açıklanmıştır. Böylece, ülkenin gelişimine büyük katkı sağlanacaktır.

Genel sonuç

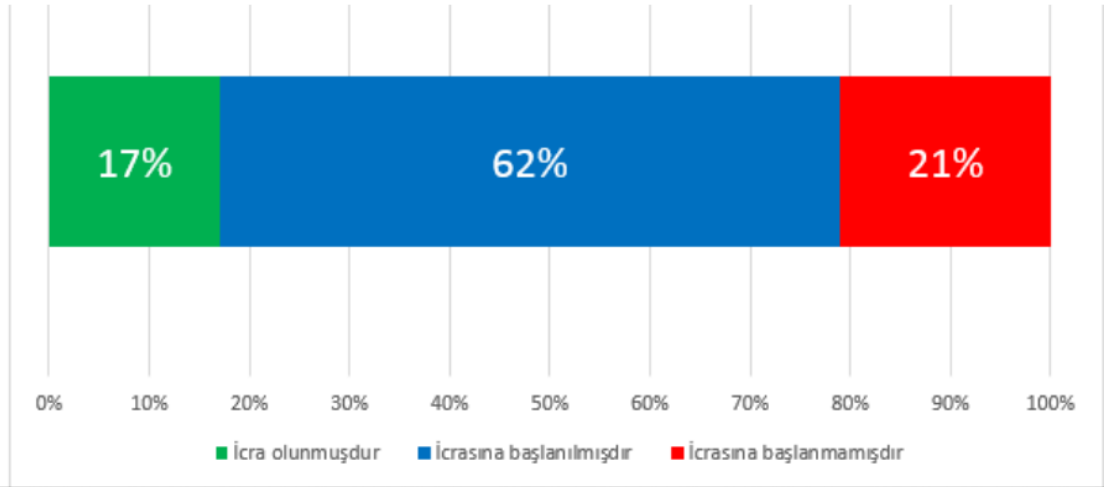


Kaynak:Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasinda-ixtisaslasmis-turizm-senayesinin-inkisafina-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyeti-i-yazi.html> (Erişim tarihi: 22.05.2018)

Hedefler

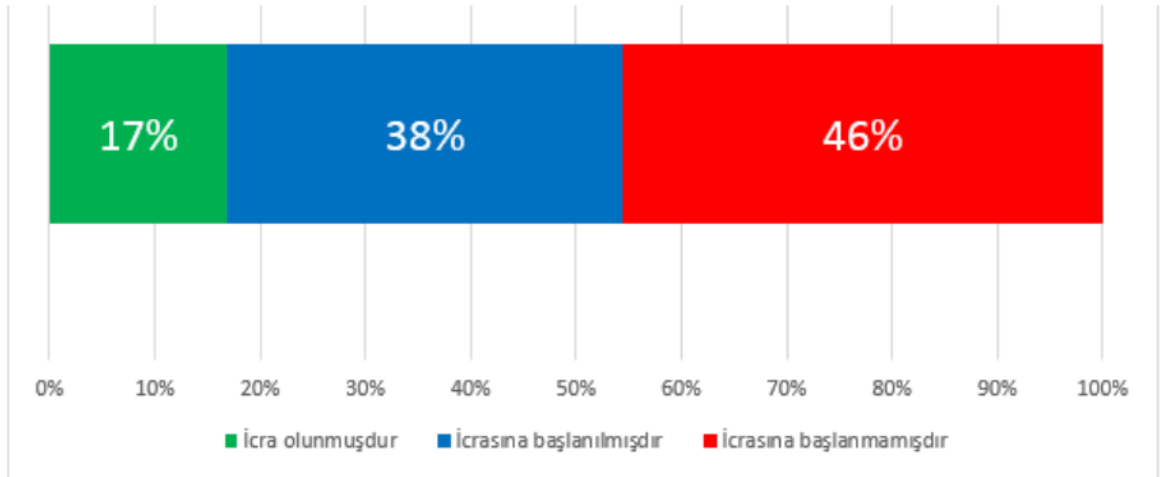
a.Yabancı turistleri daha çok teşvik ederek Bakü şehrinin turizm potansiyelinin tam gerçekleştirilmesi

\\\\\\\\\\\\\\\\



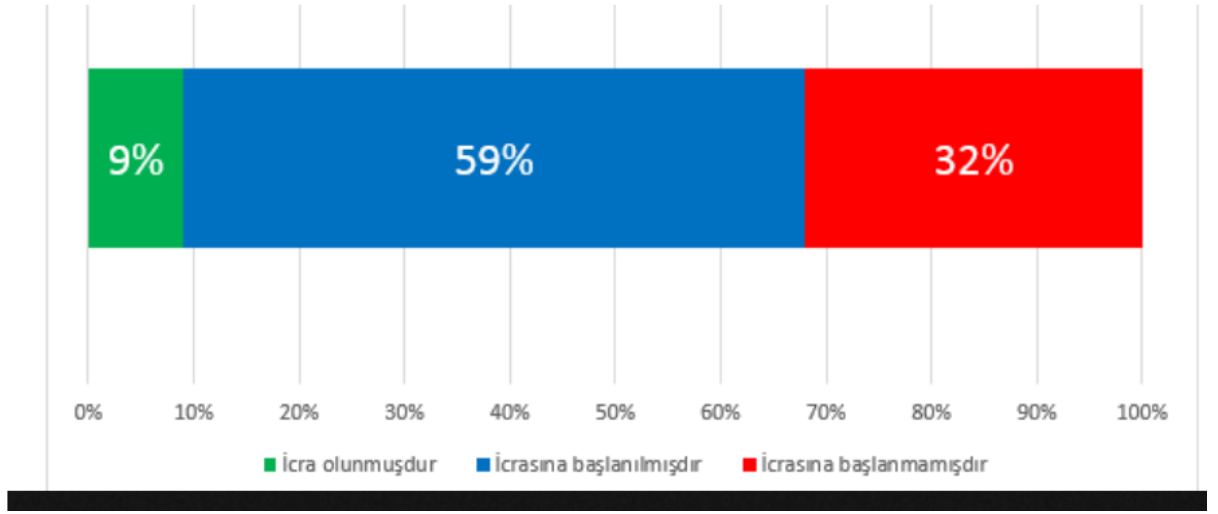
Kaynak:Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasında-ixtisaslaşmış-turizm-senayesinin-inkisafına-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyeti-i-yazi.html>(Erişim tarihi: 22.05.2018)

b.Turizm sektörünün gelişimi için ülke çapında elverişli mühütün oluşturulması



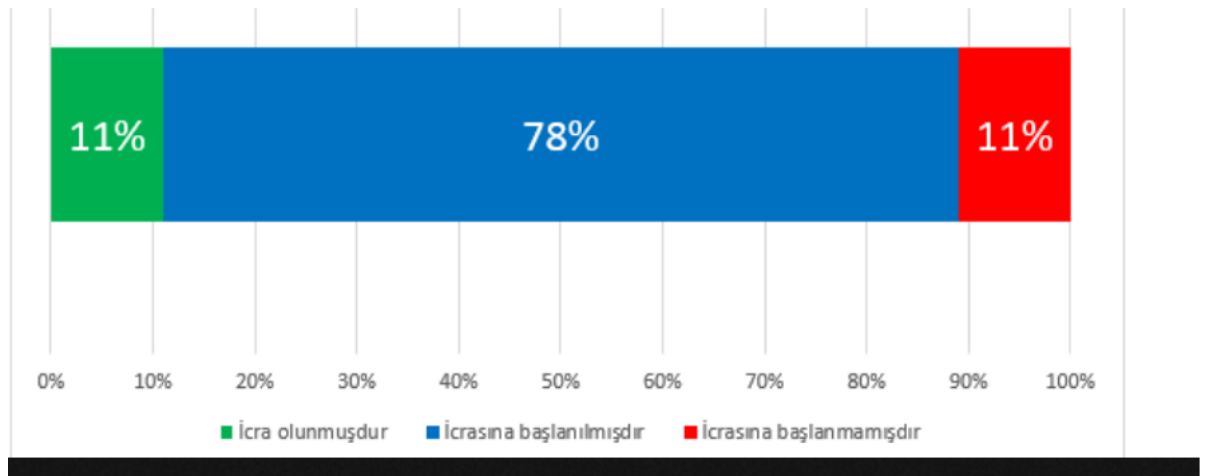
Kaynak:Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasında-ixtisaslaşmış-turizm-senayesinin-inkisafına-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyeti-i-yazi.html>(Erişim tarihi: 22.05.2018)

c.Yerli ve bölgesel turistler için bölgesel turizm türlerinin geliştirilmesi



Kaynak:Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasinda-ixtisaslasmis-turizm-senayesinin-inkisafina-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyeti-i-yazi.html>(Erişim tarihi: 22.05.2018)

d.Turistlerin memnunluğunun artırılması amacıyla ulusal turizm kalite sisteminin oluşturulması



Kaynak:Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasinda-ixtisaslasmis-turizm-senayesinin-inkisafina-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyeti-i-yazi.html> (Erişim tarihi: 22.05.2018)

Temel uygulayıcı kurumların performansı belirtilirken her kurumun temel uygulayıcı olduğu etkinliklerden icra edilmiş etkinlikler 1 bal, icrasına başlanılmamış önlemler 0.5 bal, icrasına başlanılmamış önlemler 0 puan ile değerlendirilerek, elde edilen toplam sonuç bu kurumların temel uygulayıcı oldukları etkinliklerin toplam sayısına bölünmüştür. Nitekim temel uygulayıcı kurumların performansı değerlendirilirken sorumlu oldukları etkinliklerin Azerbaycan Cumhuriyetinde uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasındaki tedbirlerdeki oranı dikkate alınmamıştır.

SONUÇ

Sonuç olarak şunları belirte biliriz ki, çok sayıda turistin Azerbaycan'a gelmesi için gerekli altyapı oluşturuluyor. Şu anda başkentte ve bölgelerde yüksek hizmet kalitesine sahip çok sayıda otel inşa edilmiştir. Dünyanın en ünlü otel zincirlerinin Azerbaycan'da kurulması ülkemizin turizm potansiyeline güçlü inancın olduğunu doğruluyor. Bölgelerde oteller, dinlenme tesisleri, eğlence ve spor merkezleri faaliyet göstermektedir.

Ülkenin GYSMH'nin oluşmasında, dış ticaret dengesinin canlanmasında turizm önem arz etmektedir. Ama turizm ülke ekonomisinin hakim konumlarında bulunan ulaşım ve iletişim, inşaat, tarım, halka tüketim mallarının üretimi vb. alanlara güçlü etkiliyor, sosyo-ekonomik gelişmenin özgün katalizörü olarak isyan ediyor.

Turizm faaliyeti ile uğraşan kişiler tarafından turistlerin seyahat masraflarının karşılanması, özel kişiler tarafından yurtdışına ziyaretle ilgili kendilerinin ulaşım ve otel (geceleme) harcamalarının karşılanması de banka hesapları üzerinden yapılan döviz işlemleri listesine dahil edilmiştir.

2017 yılında Azerbaycan'a Azerbaycan'a gelen turistlerin sayısı yüzde 25 artarak, 2.5 milyon kişiye ulaştı. Bu, ülke nüfusunun her 4 kişiye bir turistin düşmesi demektir. Çünkü ülkeye gelen her kişinin harcadığı para sonuçta halkın sosyal durumunun iyileşmesine olumlu etkiliyor. Halihazırda Azerbaycan'ın tiruzmdən elde ettiği kazanç GYSMH'nin yüzde 4'inden fazlasını oluşturuyor. 2025 yılına kadar bu rakamın 2 kat artması bekleniyor. Bu öngörü oldukça gerçekçi görünüyor, çünkü turizmin gelişmesi hükümetin reformlar portföyünde öncelikli hedef olarak tespit edildi. Tesadüfi değildir, kısa sürede turizm endüstrisi gayrisafi milli hasılda, ülkeye döviz gelişinde giderek daha

büyük rol oynamaya başladı. Çünkü, turizm ülkeye döviz akımını hızlandırır, hizmet ağının genişletilmesine katkı verir ve böylece yeni işyeri kuruluyor, ülkede istihdamın alan ve yönlerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır.

Stratejik yol haritasında turizmin gelişmesi ile ilgili öngörülen tedbirlerin gerçekleşme yeni başarılarla start verilmesine olanak verdi. Stratejik yol haritası içinde 2020 yılına ekonomik kalkınma stratejisini ve önlemler paketini, 2025 yılına kadar olan dönem için uzun vadeli bakışı ve 2025 yılından sonraki dönem için hedefleri kapsıyor. "Azerbaycan Cumhuriyeti'ne turist akışının hızlandırılması ile ilgili ek önlemler hakkında" devlet başkanının 20 şubat 2017 tarihli kararına uygun olarak, tüm sınır geçiş noktalarında turistlerin hızlı geçişi için özel ayrılmış hareket şeritleri kuruldu. 2017 yılında ülkeye turistlerin gelişini kolaylaştırmak için elektronik vize uygulaması daha da geliştirilerek "ASAN vize" sistemi kuruldu. Halihazırda 81 ülkenin vatandaşı "ASAN vize" sistemi aracılığıyla elektronik vize elde edebilir.

Ülkemizde turizm alanı büyük perspektiflere sahiptir. Turizmin birçok türlerinin (köy, tıp, ekolojik, kültürel, sosyal, ticari, spor, dini vb). Gelişmesi için geniş olanaklar mevcuttur. Son 14 yılın hızlı sosyo-ekonomik kalkınması bu alanın çok yönlü gelişimine yeni olanaklar açtı. Turizm kaynaklarının araştırılması, geliştirilmesi, turistlerin talebinin karşılanması için gerekli hizmetlerin düzenlenmesi ve çağdaş standartlara uyumlaştırılması, sanatoryum-sayfiye olanaklarının genişletilmesi, otellerin ve diğer turizm tesislerinin sayısının artırılması, turist güzergahları ağının oluşturulması somut sonuçlarını veriyor. Temel amaç turizmin ülke ekonomisinin en istikrarlı ve rekabetçi alanına dönüşmesidir.

Bunun için nesnel nedenler var. Öncelikle, Azerbaycan'da hüküm süren istikrar, huzur, sosyo-politik asayiş cumhuriyetimizi turistler için çekici ülkeye çevirdi. Gerçekten de, son yıllarda turizm ekonominin temel sektörlerinden birine dönüşerek hızla gelişiyor ve GYSMH'de payını artırmaktadır.

Böylece turizm ülkeye yabancı para akışı hızlandırır, turizm hizmet ağının genişletilmesine katkı sağlıyor ve böylece çok sayıda yeni işyeri kuruluyor, ülkede istihdamın alan ve yönlerini genişletmektedir.

KAYNAKLAR

1. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin İqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 2011,494
2. Əlirzayev Ə.Q.,Aslanova S.İ. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı: Adiloğlu, 2006,164 s.
3. Məmmədov S.A., Soltanova H.V., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. (dərs vəsaiti) Bakı: R.N. Novruz-94, 2002, 547s.
4. Cabbarov Ə. Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı, 2015. 267 s.
5. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva. Turizmin Əsasları. Bakı, 2007 .442 s.
6. Qurbanov F.İ.. Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri. Bakı, Adiloğlu nəşriyyatı, 2007.
7. Soltanova H.B., Hüseynova Ş.H. Turizmin Əsasları. Bakı, 2007
8. Bilalov B.Ə . Turizmin Menecmenti. Bakı, 2005
9. Məmmədov C.A, Soltanova H.B, Rəhimov S.H. Beynəlxalq Turizmin Coğrafiyası. Bakı, 2008
- 10.Bilalov B.Ə. Turizm Fəaliyyətinin Tənzimlənməsi. Bakı, 2006. 280 s.
- 11.Zeynallı Y.Q. “ Azərbaycanda turizm sistemi fəaliyyətinin və idarə olunmasının iqtisadi-coğrafi problemləri ” Bakı , Tuna , 1999.
- 12.BUDAGOV, Budag - Apoyev E. (1991), Azərbaycan Respublikası`nın Coğrafiyası.Maarif Neşriyatı, Bakü.
- 13.MEMMEDOV, Cabir ve REHİMOV, Sabir, (2000), Turizm (Turizm ve Onunla Elageli Sahelerde İşledilen Termin ve Anlayışların İzahlı Lüğeti), Ganun Neşriyatı, Bakü.
- 14.N. Kozak, M. Akoğlu ve M.Kozak. Genel Turizm. Ankara,

Anatolia Yayıncılık, 1994

- 15.Hussein, F. Saç. Genel Turizm: Gelişimi-Geleceği. Ankara, Siyasal Yayınevi, 2008.
- 16.T.C. Kalkınma Bakanlığı Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Programı (2014-2018) Ankara, 2013, s. 113
- 17.Porter ME (1980) Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. The Free Press: New York.
- 18.European Travel Commission, 2013
- 19.Stephen J. Page. Tourism Management: An Introduction.4-th edition. Published by Elsevier. 2011.
20. Франческо Франжиали. Тенденции развития мирового туризма. Лекция. - К., 2002.

Mekaleler

- 21.Ş. Çavuş ve A. Tanrısevdi. Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, (14)1, s. 9-22, 2003.
- 22.C. Avcıkurt, A. Koroğlu, M.Sarioğlu. Türk turizminin dünya turizmindeki yeri. Ş.Çavuş, Z. Ege ve O. Çolakoğlu (Edt.), Türk turizm tarihi içinde (s.2-34). Ankara, Detay Yayıncılık, 2009
- 23.Costa, P. (1991). Managing tourism carrying capacity of art cities. The Tourist Review, 46(4), 8-11.
- 24.Richardson, S., & Crompton, J. (1988). Cultural variations in perceptions of vacation attributes. Tourism Management, 9(2), 128–36.
- 25.Crouch GI, Ritchie JRB (1999) Tourism, competitiveness, and

- societal prosperity. Journal of Business Research 44:137-152.
26. Tourism, Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie, 2002;
27. Hu YZ, Ritchie JRB (1993) Measuring destination attractiveness: A contextual approach. Journal of Travel Research 32:25-34.
28. "Technical Assistance for The Development of Tourism Strategy in Azerbaijan", Caspian Group Consulting, LLC PA Consulting Group, Ministry of Youth, Sport and Tourism Republic of Azerbaijan;
29. Гализдра А.С. Феномен туризма в пространстве массовой культуры. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. s.13-22.
30. Любимый Я.В. Туристская деятельность как фактор глобальной синергии культур, s.57-63

İnternet kaynakları

31. World Tourism Organization [Tourism Market Trends UNWTO- http://mkt.unwto.org/barometer](http://mkt.unwto.org/barometer)
32. Azərbaycan'da turizm sektöri: Tarihi, çağdaş durumu ve perspektifləri - <http://turizm-tedqiqatlari.blogspot.com/2013/01/turizm-nzriyy-v-praktika-azrbaycanda.html>
33. Cumhurbaşkanı Aliyev'in başkanlığında 2015 yılında Bakü'de yapılacak birinci Avrupa Oyunları Organizasyon Komitesinin ilk toplantısı olmuştur- <http://president.az/articles/7175>
34. Azərbaycan Devlet İstatistika İdaresi - <http://www.stat.gov.az/source/tourism/>
35. Azərbaycan kùltürü - <http://mct.gov.az/az/azerbaycan-medeniyyeti>
36. The World Factbook Azerbaijan

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/aj.html>

- 37.Modern ekonomide turizmin rolü- <http://www.azerbaijan-news.az/index.php?mod=3&id=32404>
- 38.Turizm ülkeye döviz kazandıran temel alanlardan birine dönüşüyor- <http://www.movqe.az/news/turizm/112530.html>
- 39.Azərbaycan'ın öndə gələn turizm ölkəsi olması için her türlü ortam var- <http://xalqqazeti.com/az/news/economy/60859>
- 40.Modern Azərbaycan'da Milli Turizm siyasəsi və insan haklarına teorik-konseptual baxış-
<http://az.strategiya.az/index.php?do=xeber&id=19073>
- 41.Turizmin gelişmesi için yol haritası ne vaat ediyor? -
<http://ikisahil.az/?lang=aze&page=17&newsId=64298>
- 42.Turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritası -
<http://medeniyyet.az/page/news/36938/Turizm-senayesinin-inkisafina-dair-Strateji-Yol-Xeritesi.html>
- 43.Azərbaycan Cümhuriyətində uzmanlaşmış turizm endüstrisinin gelişimine dair Stratejik Yol Haritasının icra durumu - <http://turizm.fins.az/xeber/928082/azerbaycan-respublikasında-ixtisaslaşmış-turizm-senayesinin-inkisafina-dair-strateji-yol-xeritesinin-icra-veziyyəti-i-yazı.html>
- 44.Turizm siyasəsi
http://azerbaijan.az/_Society/_Tourism/tourism_01_a.html
- 45.Turizmin gelişmesi Azərbaycan xalqının sosial rifahının yüksəlməsi açısından -<http://www.stj.sam.az/post/turizmin-inkışafi-azərbaycan-xalqının-sosial-rifahının-yüksəlməsi-aspektində>
- 46.Azərbaycan Cümhuriyətində turizm sektorünün rəqabət

kabiliyyətinin yüksətilməsi sorunları-

http://ier.az/uploads/IETI-UNDP_Turizm-az.pdf

47.Turizm sektöru devlet politikasının öncelik yönlerinden biridir- <http://respublica-news.az/index.php/dig-r-x-b-rl-r/dig-r-x-b-rl-r/item/5078-turizm-sektoru-doevlaet-siyasaetinin-prioritet-istigamaetlaerindaen-biridir>

48.Kısa sürede Azərbaycan'da turizmin yüksek hızla gelişmesi sağlandı -

http://www.anl.az/down/meqale/yeni_az/2015/fevral/419264.htm

49.Azərbaycan Cümhuriyeti Cümhurbaşkanı İlham Aliyev'in Bakanlar Kurulu'nun 2013 yılı sosyo-ekonomik gelişmesinin sonuçlarına ve 2014 yılda önümüzde duran görevleri adanmış toplantısındaki giriş konuşması /09 ocak

2014/ <http://www.president.az/articles/10799>

50.Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. 12 noyabr 1995-ci il:

<http://www.president.az/azerbaijan/constitution/>

51.“Azərbaycan 2020: Geleceğe bakış” Kalkınma Konsepti. Azərbaycan Cümhurbaşkanının 2012 aralık 29 tarihli Kararı ile onaylanmıştır.- https://www.president.az/files/future_az.pdf

52."Azərbaycan Cümhuriyeti bölgelerinin 2014-2018 yıllarında sosyo-ekonomik gelişimi Devlet Programı". Azərbaycan Cümhurbaşkanı'nın 27 şubat 2014 tarihli 118 sayılı Kararı ile onaylanmıştır:

www.mdi.gov.az/files/uploader/iqtisadi_inkisaf.doc

53.Azərbaycan'ın sosyal politikası güçlü bir ekonomik temele dayanır:jurnal.meclis.gov.az/news.php?id=429

54.Azərbaycan'da turizm

haqqında.<http://mct.gov.az/service/lang/az/page/35/>

55.Turizmin gelişmesi:

http://www.azerbaijans.com/content_1037_az.html

56.Turizmle ilgili projeler ve etkinlikler:

<http://mct.gov.az/service/lang/az/page/36/>

57.Azərbaycan'da turizm sektöru ekonomik başarının anahtarı gibi:

Sorunlar ve mülahazalar -

<http://xalqqazeti.com/az/news/economy/52651>

58.Azərbaycan'da turizm sektörünün gelişimi Cumhurbaşkanı

Aliyev'in adı ile bağlıdır-

https://azertag.az/xeber/Azərbaycanda_turizm_sektorunun_inkisaf_i_Prezident_Ilham_Aliyevin_adi_ile_baglidir-1135483

59.www. Stat.gov.az/source/tourism