

AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

TURİZM VE OTELCİLİK BÖLÜMÜ

LİSANS BİTİRME TEZİ

Turizm sektörünün ekonomideki yeri: Azerbaycan örneği

Hazırlayan

Fuad Novruzov

1417.03.006

BAKÜ 2018

AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

TURİZM VE OTELCİLİK BÖLÜMÜ

LİSANS TEZİ

**TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİDEKİ YERİ:
AZERBAYCAN ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Fuad NOVRUZOV

1417.03006

Danışman

Öğr. Gör. Gülnar MİRZEYEVA

BAKÜ 2018

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə”

TƏSDİQ EDİRƏM

“ ___ ” _____ 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin Turizm və Otelçilik (Turizm ve Otelçilik) ixtisası üzrə

təhsil alan tələbəsi

Fuad Novruzov Veli

(adı, soyadı, atasının adı)

Diplom işinin rəhbəri m. Gülnar Mirzəyeva İsmayıl

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

1. İşin mövzusu Turizmin Ekonomideki Yeri: Azərbaycan Örneği

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin

“ _____ ” _____ 2018 il

No

2. Tələbənin sona yetirdiyi işin kafedraya təhvil müddəti: 8 ay

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

4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar

HÜSEYNOV, İ. EFENDİYEVA, N. (2007), Turizmin Esasları. Azərbaycan Respublikası Tehsil Nazirliyi Azərbaycan Devlet Medeniyyət ve İncəsənət Universiteti. Derslik. Bakı.

EGELİ, H. A. (2003), Kalkınma Ekonomisi. İlkem Ofset, İzmir

AHUNDOV, Ş. AHUNDOV, M. (2001) Bazar İktisadiyyatın Esasları. Ebilov, Zeynalov ve oğulları, Bakü

FERMANI, Maviş, SUAVI, Alipashaoglu, NAZMI Kozak, (2002), Genel Turizm

AHUNDOV. F, ALİYEV, F. T, AGARUNOV. M. (1995) "World War-II and Azerbaijan: 50th Anniversay of the Allied Victory". Azerbaijan International Magazine

KOZAK, Nazmi, (2000), Genel Turizm, Turhan Kitabevi, 4. Baskı, Ankara,

SEFEROV, Rehman (2000), Azərbaycan'ın Turizm Potansiyeli Ve Turizm Faaliyyətlərinin Dəyərləndirilməsi

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

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

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	İşin hissələrinin adı	Qurtarma faizi (yerinə yetirilmə)	İşin yerinə yetirilməsi müddəti
		plan	faktiki
		üzrə	

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

Buraxılış işinin rəhbəri _____

imza

Məsləhətçi _____

imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim _____

(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “ _____ ” _____ **2018-ci il**

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

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

BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI

TUTANAK

ÖZET

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE EKONOMİK ETKİLERİ

1.1. TURİZM KAVRAMI

1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ

1.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA EKONOMİSİNDE TURİZM

2.1. DÜNYADA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

2.2. DÜNYADA TURİZMİN MEVCUT DURUMU

2.3. TURİZMİN GELECEK POTANSİYELİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA TURİZMİN EKONOMİDEKİ YERİ

3.1. AZERBAYCAN'DA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU

3.2. AZERBAYCAN'DA TURİZM ÇEŞİTLERİ

3.3. STRATEJİ YOL HARİTASI KAPSAMINDA TURİZMİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.4. TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ

SONUÇ

KAYNAKÇA

ÖZET

Turizm hareketleri ikinci dünya savaşından sonraki yıllarda çok hızlı bir biçimde gelişmiştir. Bunun başlıca sebebi savaşın bitmesi ve dünya ekonomisinde canlanma yaşanması ile birlikte insanların boş zamanlarının ve ekonomik refahında artışın yaşanmasıdır. Son yıllarda, küresel finansal kriz boyunca turizm sektöründe istikrarlı bir artış yaşanmıştır ve yıllık ortalama% 4-6'lık bir küresel büyüme oranı vardır. 2014 yılında genel iç ürünün% 10, dünya tüketim harcamalarının% 11 'i, her 11 iş yerinden biri, yatırımların% 12'si, dünya ihracatının% 6'sı (1,4 trln. ABD doları), vergi gelirlerinin% 10.7'si turizm sektörü oluşturmaktadır.

Petrol dışı sektörün, özellikle de turizm sektörünün hızlı ve çok yönlü gelişimi, ekonominin Azerbaycan'da da rekabetçi ve sürdürülebilir bir kalkınma potansiyeli ile şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Turizm sektörünün ülke ekonomisi üzerindeki çarpımsal etkisi, istihdam, yaşam standartları, ödemeler dengesinin olumlu dinamiklerine ulaşılması gibi makroekonomik göstergeler ile birlikte, bu sektörle doğrudan ilişkili olan hizmet, tarım, ulaştırma ve haberleşmenin gelişimini olumlu yönde etkilemektedir. Aynı zamanda, turizmin gelişimi, kültür, spor, sağlık ve diğer sosyal alanların gelirlerini arttırmak için muazzam fırsatlar yaratmaktadır. Bu açıdan turizm, herhangi bir ülkedeki sosyo-ekonomik, yasama, güvenlik ve diğer alanlardaki devlet politikasının, gelişim düzeyine bağlı olarak bir gösterge haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: turizmin ekonomideki yeri, turizmin ekonomik etkileri, dünya turizmi, Azerbaycan turizmi

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	i
ÖZET.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
KISALTMALAR VE SİMGELER	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE EKONOMİK ETKİLERİ

1.1.TURİZMİN TANIMI.....	2
1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ.....	3
1.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ.....	7
1.3.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri.....	8
1.3.1.1.Gelir Yaratıcı Etkisi.....	8
1.3.1.2.Bölgelerarası Etkisi.....	9
1.3.1.3. İstihdam Yaratıcı Etkisi.....	10
1.3.1.4.Ödemeler Dengesine Etkisi.....	11
1.3.1.5.Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi.....	12
1.3.2.Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	13
1.3.2.1.Enflasyon Etkisi.....	13
1.3.2.2. Mevsimsellik Etkisi.....	14
1.3.2.3. İthalat Etkisi.....	15

1.3.2.4. Fırsat Maliyeti Etkisi.....	16
--------------------------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA EKONOMİSİNDE TURİZM

2.1. DÜNYADA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	17
2.2. DÜNYADA TURİZMİN MEVCUT DURUMU.....	24
2.3. TURİZMİN GELECEK POTANSİYELİ.....	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA TURİZMİN EKONOMİDEKİ YERİ

3.1. AZERBAYCAN'DA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU.....	31
3.2. AZERBAYCAN'DA TURİZM ÇEŞİTLERİ.....	39
3.3. STRATEJİ YOL HARİTASI KAPSAMINDA TURİZM'İN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	50
3.4. TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ.....	59
SONUÇ.....	69
KAYNAKÇA.....	72

KISATMALAR LİSTESİ

AB : Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

S: Sayfa

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

AIEST: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlar Birliği

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

DTO : Dünya Turizm Örgütü

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: 2020’de En Çok Turist Çekecek İlk 10 Ülke	29
Tablo 2: 2020’de yurtdışına en çok turist gönderecek ilk 10 ülke	30
Tablo 3: Turizm amacıyla ülkeye gelen yabancı vatandaşların sayısı...39	
Tablo 4. Sağlık Turizmin Payı.....	43
Tablo 5:Otel sayısı, otel tipi işletmeler	64
Tablo 6 :Otel ve otel tipli işletmelerinden elde edilen gelir	64
Tablo 7: Ülkeye gelen yabancılar ve vatandaşlığı olmayan kişilerin ve yabancı ülkelere giden Azerbaycan vatandaşlarının ziyaretlerin amaçları üzere dağılımı.....	65
Tablo 8 : Ulaştırma türlerine göre hizmet gösterilmiş turistlerin Azerbaycan ve yabancı vatandaşlar üzere sayı.....	67

GİRİŞ

Turizmin ekonomik kalkınmak açısından önemi danılmazdır. Ülkeler açısından turizmin geliştirilmesi yaşam kalitesinin yükseltilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu tez Azerbaycanda turizmin ekonomik yerinin saptanmasını amaçlamaktadır.

Birinci bölümde turizm ve ekonomik etkilerinden söz edilmiştir. Geniş araştırma yapılmış ve önemli kaynaklar kullanılmıştır. Turizmin ekonomi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ayrı başlıklar altında incelenmiştir.

İkinci bölümde dünya ekonomisinde turizmin yerinden söz edilmiştir. Bu bölümde turizmin tarihi gelişiminden, mevcut durumu ve gelecek potansiyelinden bahis edilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Azerbaycan`da turizmin ekonomideki yerinden söz edilmiştir. Burada, Azerbaycan`ın turizmin tarihsel gelişimi ve mevcut durumu, turizm çeşitleri, strateji yol haritası kapsamında turizmin değerlendirilmesi konusunda bilgiler yer almaktadır.

Sonuç kısmında ise, Azerbaycan`da turizmin ekonomideki yerinden istatistik veriler ile birlikte söz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE EKONOMİK ETKİLERİ

1.1.TURİZMİN TANIMI

Latıncada turizm: geri dönmek, etrafta dolaşmak anlamına gelen tornusun kökeninden kaynaklanır. Tornus kelmesi batıda: Tur, turner ve s. gibi sözlerle ifade edilir. Turizm kavramı sürekli hareket anlamına gelen bu ifadeden gelmektedir, çünkü turist hareketi ikamet yerine başlamaktadır ve bu başlangıç noktasında sona ermektedir. Şu anda kullandığımız turizm sözü gerçek anlamıyla 19.yüzyılın ilk yarısında kullanılmaya başlanmıştır (Türsab,1999:15).

Turizm: 1945 yılında şu gözlemlerle belirleniyor-Seyahat edenlerin kişisel davranışları olduğu kadar, onları karşılayıp kabul ederek bu çeşitli seyahatleri kolaylaştıran uğraşların tümüdür (Naney ve diğerleri, 1945:18).

Turizm kavramı dinamik ve statik olarak 2 temel unsurdan oluşur

- Seyahat etmek, ulaşım araçlarından yararlanmak dinamik unsurdur. Seyahatin temel koşullarını gerçekleştirerek yer değiştiren turizm olayıdır.
- Konaklama ve yardımcı unsurları kapsayan ise statik unsurdur. İnsanların, ikamet yerlerini terk ettiklerinde yararlanacakları işletmelere arz eder.

Turizm kavramı: Tek bir yerde kalıcı veya yerleşim olması amaçlanmamış kaydıyla, bireylerin seyahat ve konaklama sonucunda meydana gelen faaliyetlerin bütün olarak ifade edilir (Cooper vd.,2005:13).

Yukarıda belirtilen turizm kavramının farklı tanım ve özelliklerinden turizm sektörünün genel bir tanımı yapılabilir. Turizm sektörünü kısa

olarak böyle tanımlamak mümkündür; "turistlerin :seyahat, beslenme ,eğlence, konaklama ve bu gibi ihtiyaçlarını karşılamak için üretilen ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, üretimi ve pazarlanmasına dahil olan özel veya kamu işletmelerin bileşimidir" (Goeldner ve Ritchie, 2003: 5).

Turizm ne demektir? Turizm çok yönlü bir kelimedir. Bu kelimenin ilk basit kavramı rahatlama ve seyahattir. Turizm Fransızca bir sözcüktür ve anlamı yürüyüş, eğlence ve eğlence anlamına gelir. Lakin, bu kelimenin başka anlamları vardır. Örneğin turizm, insanlar dinlendiğinde tüm karmaşık süreçleri belirleyen ve düzenleyen bir faktördür. Aynı zamanda turizm, ülke ekonomisinin bir alanı olarak görülmektedir. Turizmin bir diğer anlamı turistler için hizmet alanıdır. Turizm toplumun gelişimi ile formalaşmış, dinlenme ihtiyaçlarını karşılamak ve hizmet talebini ödemekle genişlenen talep türüne girer (Hasanov ,2012:23).

Turizm-boş zamanlarda zevk almak ve dinlenmek, sağlık ve tedavi, konuk gitme, dini veya profesyonel - iş amaçlı (ama gittiği yerde ödeme kaynağı olan uğraşın olmaması şartıyla) insanların kalıcı yerleşim yerini terk ederek, başka ülkeye veya kendi ülkesi dahilinde başka yere geçici olarak seyahat etmesidir (Memmedov ve diğerleri, 2002:23-24).

1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ

Genel olarak turizm, çok geniş anlayışı nedeniyle çok çatallıdır. Türleri ve tipleri büyük oranda yerel koşullara bağlıdır. Yani, turizm hizmetleri yerel koşullara göre planlanmaktadır. Turistik tesisler yerel koşullara göre belirlenir . Turizmin türüne, kâr düzeyine veya göstergesine bakılmaksızın akılda tutulmalıdır. Çünkü turizm, ülkenin sosyal ve ekonomik gelişiminin ana alanlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Öte yandan turizm, verimli ve kitlesel rekreasyon biçimlerinden biridir. Turizm hizmetlerinin tür ve türlerini oluşturmak ve düzenlemek için özel bir araştırma yürütülmektedir. Araştırmalar sırasında yerel fırsatlar tanımlanmış, turistik ziyaretlerin yeri belirtilmiştir. Daha sonra, onun geliri, yani gelir olasılığı göz önüne alınır. Somut ekonomik tahminler yapılır. Arazinin karakterine ve uygarlık derecesine uygun olarak aşağıdaki turizm çeşitleri de geniş gelişmiştir (Hüseynov ve Efendiyeva, 2007:27-28):

- Kış turizmi,
- Dağ turizmi,
- Spor turizmi,
- Sağlık turizmi
- Etkinlik turizmi

Kış turizmi: Kış turizmi mevsimsel bir karakterdir, çünkü turizm ürünü kayak ve kayak, kayak, tırmanma ve arazi aktiviteleridir. Kış turizmi, kayak ve diğer karla kaplı aktivitelerin gerçekleştirilmesine izin veren yerlerde dinlenmeye karar veren turistleri kapsamaktadır. Elbette, bu tür turizmi seçen insanlar, kış turizmi ile birlikte diğer turizm türleriyle de ilgileniyorlar. Bu açıdan sağlık turizmi, avcılık, kültür ve doğa temelli turizmi tamalayıcı olarak takdim edilebilir, bu türler kış turizminin anlamına derinleştiren, zenginleştiren ve daha da çekici hale getiren faktörlerdir. Kış turizminde faaliyet gösteren turizm firmaları, yaz aylarında diğer bölgelerde farklı turizm faaliyeti taşırlar. Kişisel ve bazı diğer aksesuarlar, kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı ve etkinlik bakımından verimlilik açısından ve maliyet açısından bazı avantajlar ortaya koymaktadır. Kış turizmi tesisleri, kış mevsimi bittikten sonraki

süre içinde kongre, fuar, toplantı, spor vb. turizmi için kamplar, dağ, doğa ve yayla turizmi düzenleyebilir (Hall ve Higham, 2005).

Dağ turizmi:Dağ turizmi adına da görüldüğü gibi, dağlık bölgelerde tatil yapmanın yanı sıra spor yapmaya da izin veren bir turizm türüdür. Öte yandan, dağ turizmi temiz ve güzel havanın tadını çıkarmak için kullanılan bir turizm türüdür. Bu turizm türü yürüme veya dağa tırmanma şeklinde de gerçekleştirilir.Yuxarıda belirtilen kavramlara göre, dağ turizmi bünyesine dağda gerçekleştirilen tüm spor faaliyetlerini, yürüme veya sadece dağların temiz havasında olarak sakin bir tatil geçirmek imkanlarını içeren edir. Dağlar kış sporları için geliştirilebilir bilme yeteneklerine sahiptir. Kayak özel iklim koşulları gerektirir: kuru ve yumuşak kar örtüsü, bol güneş ışığı, daha az rüzgar, 120 günden az, yeterince uzun kış mevsimi (Hazar ve Atila 2007).

Gerçekten de, kaygan, çamurlu dağlık bölgelerde, kar örtüsünün bir sonucu olarak kayak hayranları için heyecan verici, adrenalin yetiştiren ve mükemmel bir spor merkezi haline geliyor. Aynı zamanda, dağ turizmi birçok sporun transferine yol açar. Örneğin, snowboard, kask, kayak yarışları, açık yüksek dağlarda buz pateni, kış aylarında dağlardaki spor türleridir (Demirhan ve Gıyasettin ,1992:26).

Spor turizmi: Spor turizmi, spor etkinliklerine katılmak ya da spor müsabakalarını izlemek dışında, ticari olmayan bir yolculuktur. Uluslararası spor organizasyonlarına izleyici, katılımcı, gazeteci, sporcuların aileleri gibi grupların katılımıyla, çok sayıda insanın seyahat etmesini, yerleştirilmesini ve alışveriş yapmasını sağlamaktır. Doğal olarak, bu organizasyonu düzenleyen ev sahibi, turizmin bir tür ürününü sağladığı ve ülkenin turizmüne katkıda bulunduğu için ülkenin turizmini desteklemektedir. Spor ve turizmin ortak tarafı uluslararası ilişkileri

geliştirmek, kültürlerarası değişimi ve dostluk köprüleri kurmaktır. Bu nedenle birbirine paralel olarak gelişme etmektedirler. Spor ve turizm arasında hiçbir ilişki olmadığı yargı edilemez. Spor etkinliklerine katılmak ya da izlemek, eğlence için güçlü bir motivasyon kaynağıdır. Spor etkinliklerine katılmak, seyahat deneyiminin önemini ve amacını geliştirmektedir. Birçok tur operatörü, spor turizmi de dahil olmak üzere turlara olan ilginin artmakta olduğunu iddia ediyor. Spor, tatil yerlerinin geliştirilmesi, yatırımı ve yeniden yapılandırılması için çok önemli bir unsurdur. Spor etkinliklerinin bu bölgelerde turizmin belirleyicisi olduğu yerler bile var (Hudson ve Simon 2003).

Sağlık turizmi: Çevresel sorunlar sanayileşmenin ve kentleşmenin bir sonucudur ve gelişmekte olan ülkelerde insanların sağlığını azaltan ve işgücü verimliliğini azaltan bir yasama ortamıdır. Birçok ülke, gerginliklerini, yanlış beslenmeyi ve bu ortamın sunduğu sorunlardan kurtulmak için spa, deniz ve iklim gibi kaynakları kullanmaya çalışmış ve başlangıçta insanların sağlığını ve esenliğini sürdürmeye devam eden bu çabaları iç ve dış sağlık turizmi ve iklimsel tedaviler ile entegre etmişlerdir. Ekonominin arz ve işlem kurallarına göre, bugün sağlık turizmi adı verilen bu olgu bir turizm türü yarattı(Hall ve Higham,2005).

Sağlık turizmi 2 alt başlık şeklinde kaydedilebilir ki, bunlardan biri Termalizm, diğeri ise Klimatizmdir (Evliyaoğlu,1989).

- **Termalizm,** insan sağlığı, uzman hekim kontrolleri ve programlarında, fizik tedavi, rehabilitasyon, spor ve diyet takviyelerinde pozitif bir katkı sağlamak için kaynak ortamında mineral termal sular ve çamur akımlarıyla koordine edilen bir tedavi uygulamasıdır.

- **Termalizm**, insan sağlığında fizik tedavi, rehabilitasyon, spor ve diyet takviyeleri, uzman hekim kontrolleri ve programlarına olumlu bir katkı sağlamak amacıyla kaynak ortamdaki mineral termal sular ve çamur akımları ile koordine edilen bir tedavi uygulamasıdır.
- **Klimatik**, sağlıklı bir iklimde olmak demektir. Klimatik kaynaklar dağlar, mağaralar vb. yerlerdir. Dağlık alanlar, sağlıklı iklim tanımı ve insan sağlığının yararları için en çekici olanlardan biridir.

1.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm dolaylı ekonomik faydalar sağlamaktadır. Çünkü ev sahibi toplumdaki mal ve hizmetlere olan talep, turizmle birlikte daha da artmaktadır, büyük talep büyük piyasa demektir. Ölelik ekonomileri dolayısıyla birçok al ve hizmet fiyatlarının daha düşük olması anlamına gelmektedir. Daha büyük piyasalar ,daha fazla firmayı barındırmaktadır. Bu yüzden yoğun rekabetle ve daha fazla seçenekle karşılaşılmaktadır. Turizmin gelişimi, bir lkü bir destinasyon yada çeşitli bölgelerde ekonomik denge fırsatlarına ve gelirin artmasına yardımcı olabilmektedir. Düşük gelirli kırsal bölgelerde turizmin gelişimi, kırsal bölgelerde yaşanlar ile kentlerde yaşayanlar arasında gelir farklılığını azaltacak ve kentlere nüfusun göçü durdurulacaktır. Diğer tamamlayıcı endüstrilerin gelişiminde bir katalizör olabilecektir. Örneğin turizmin gelişimi yerel yiyecek üretimine ek talep yaratarak, yerel tarım üzerinde uyarıcı etkide bulunacaktır. Turist harcamaları oldukça çeşitli mal ve hizmetlere yayılmaktadır. Konaklama, yiyecek içecek, ulaşım, haberleşme, eğlence hizmetleri satın alınmaktadır. Bu paralar, ev sahibi

ekonomiye bir enjeksiyon olarak görülebilir. Bununla birlikte turist harcamaları sadece ekonomik etki anlamında resmin bir parçasıdır. Ekonomik etkilerin tam değerlendirilmesi için diğer durumların da dikkate almak gerekmektedir. Bunlar: dolaylı ve uyarılmış etkiler, fırsat maliyetleri vb.dir (Özkek, 2008:22).

1.3.1.Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkilerinden geniş bahsetmek mümkündür. Tezin bu kısmında olumlu ekonomik etkilerden söz edilecektir.

1.3.1.1.Gelir Yaratici Etkisi

Turizmin en önemli ekonomik etkilerden biri olan gelir getirici etkisidir. Konaklama, görme, yeme-içme, ulaşım, alışveriş, seyahat eşyaları gibi seyahat gereksinimlerini karşılamak için seyahat ettikleri ülkelerde veya bölgelerde yapmış oldukları harcama ekonomik gelirin artmasına neden olması muhtemeldir(Bahar ve Kozak, 2006: 135).

Ekonomideki gelirlerin devrimlerinin yarattığı doğrudan ve dolaylı etkiler ile turistlerin yaptığı ilk harcamaların yol açtığı dolaysız gelir etkileri de vardır. Bir ülkede turizm harcamaları; tüketici ve üretici seviyelerindeki her bir değişimini, çarpma katsayısını orijinal değerine çarparak gelir elde eder. Turizm harcamalarının yarattığı gelir etkisinin hesaplanmasında kullanılan çarpma modeli, turist hareketlerinin doğrudan ve dolaylı etkileri sonucunda bir bütün olarak ele alınmaktadır(Olalı ve Timur, 1986: 59).

Turizmin gelir etkisini ortaya koyabilmek bakımından; Turist tüketim harcamalarının gelir etkisine ek olarak, turizm yatırım harcamaları da gelir etkisine bakılmalıdır. Turizm sektöründeki harcamalara ek olarak,

turizm yatırım harcaması, ilk yatırım harcamalarının ötesine geçen ve ekonomideki harcama-gelir akışına yol açan gelir yaratmaktadır. Bir ülkedeki toplam turizm yatırımındaki herhangi bir artış, toplam fiili talebin de etkileneceğinden milli gelirden artışa neden olacaktır. Ekonomideki her yatırım gibi turist yatırımları da gelir artışına yol açmakta, ancak yatırım hacmindeki değişimin gelir düzeyine etkisi, marjinal tüketim eğiliminden kaynaklanmaktadır (İçöz, 2005: 253).

1.3.1.2.Bölgelerarası Etkisi

Uzun yıllardan beri sanayi sektörü, az gelişmişlikten kalkınmaya doğru büyüme elde etmek için en uygun sektör olarak kabul edilmiştir ve bu, ekonomik gelişme ve sanayileşmenin eşanlı olarak kullanılmasına yol açmıştır (Şahin, 1990).

Turizm bölgesel kalkınmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu rol aşırı kalabalık ülkelerde önemli bir sektöre yol açsa da, turizm sektörü gibi “yardımcı sektörler” in gelişiminin hızlandırıcı ve tamamlayıcı etkilerinin, özellikle de potansiyel turist çeken bölgelerin gelişiminde, şimdi iyi durumda olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemizde var olan turistik potansiyel zenginliğini kullanarak, geri kalmış bölgelerin hayatta kalması, ülkedeki bölgesel dengesizliklerin ortadan kaldırılmasına yol açacaktır (İncekara; 1998:21).

Bölgede yapılan çalışmalarda ekonomik faktör gibi turizm, talebin büyüklüğünün, hizmet kalitesinin ve pazar odaklı yaklaşımın ve insan kaynağının (eğitimli işgücü) değerlendirilmesi ön plandadır. Bu bağlamda, bölgesel arzın oluşturulmasında aşağıdaki unsurlar vurgulanmaktadır (Mansuroğlu, 2006: 38):

- Ulaşım ve trafik gibi altyapı eksikliklerinin üstesinden gelmek, dezavantajların üstesinden gelmek,
- Mevcut olumlu özelliklerin (sessizlik, temiz hava, kirlenmemiş doğa gibi) gündemde yoğun olarak tutulması,
- Önümüzdeki yıllarda tatil davranışını belirleyecek olası eğilimleri olabildiğince incelemek,
- Hedef grupların talep ettiği faktörleri yerine getirmek. Bölgesel ekonomide turizme fayda sağlayan bir sektör olarak, mevcut potansiyel arz unsurları dikkate alınarak gelişimini sağlamak için ne tür turizm faaliyeti ve buna bağlı türev arzın yaratılacağına karar verilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, bölgeyi bir bütün olarak kapsayan entegre bir bölgesel planlamanın yapılması da önemlidir. Bu nedenle, turizm sektörü için hazırlanacak ve geliştirilecek olan çalışma, entegre bir bölgesel planın bir alt bileşeni olmalıdır. (Şeker, 2011 :172)

1.3.1.3.İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizm sektörü sadece turist harcamalarını ve bu şekilde gelirlerini kapsamaz. Ek olarak, işletmeler turizm ihtiyaçlarını karşılamak için yeni yatırımlar sağlamakta ve bu sektörün gelişmesiyle yakın işbirliği içinde olan sektörün işgücü yoğunluğu, istihdamı artırarak ekonomiyi desteklemektedir ve turizm birçok ülkede geniş istihdam olanakları yaratan bir sektör olarak görünmektedir. Turizm sektörü, istihdam olanakları ve sektördeki diğer sektörlerin sağladığı istihdama doğrudan katkıda bulunan istihdam nedeniyle ülkedeki genel istihdam üzerinde bir etkiye sahiptir.

Turist harcamaları yoluyla artan turizm sektöründeki istihdamın (konaklama, yiyecek-içecek ve diğer) üç türü mevcuttur (Şahin, 1993: 53):

- Oteller, moteller ve restoranlar gibi tesislerdeki turizm harcamaları ile doğrudan istihdam artışı,
- Turist harcamalarının bir sonucu olarak turizm sektörü ile doğrudan ilgili olmayan, turizm arzında gerçekleşen dolaylı istihdamdaki artış,
- Turizm gelirlerinin konut sakinlerin yeniden harcanmasının bir sonucunda yaranan ek istihdam artışı.

Öte yandan, turizm sektörünün istihdam yaratan etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Turizmin gelişmesine paralel olarak, turizm tesislerindeki yatırımların artması yatırımlar için gerekli olan işgücü talebini artıracaktır. Ayrıca, turizm işletmelerinin turizmin mevsimsel özelliği nedeniyle zorlu dönemlerde işletilebilmesi, işgücü talebini de artırmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 101).

1.3.1.4.Ödemeler Dengesine Etkisi

Ödemeler kavramı, bir ülkenin diğer ülkelerle belirli bir dönemde ekonomik ilişkilerini ifade etmektedir. Gelişmekte olan ülkeler için belli döviz darboğazını aşmak, kısa sürede pazarlanabilir doğal kaynaklara sahip birkaç ülke dışında, genellikle olanaksızdır. Diğer taraftan gelişmekte olan ülkeler, iç tasarruf oranlarını ve ihracatlarını artırmamaktan şikayetçidirler. Bu olumsuz etmenlere turizm dışında kısa sürede çözüm getirmenin olanaksızlığı bir gerçektir. Turizmin bir ödemeler dengesi üzerindeki etkisini ülkelerin döviz harcamaları ve döviz gelirlerinin yer aldığı dış turizm bilançosu ile açıklamak olasıdır (Hussein ve Saç, 2008:119).

Ödemeler kavramı belli bir dönemde başka ülkelere bir ülkenin ekonomik ilişkilerini ifade eder. Gelişmekte olan ülkeler için, kısa vadeli menkul doğal kaynaklara sahip birkaç ülke dışında, belli bir döviz darboğazını aşmak, genellikle imkansızdır. Ülkelerin döviz harcamaları ve döviz gelirleri ile gerçekleştiği dış turizm bilançosunu ödemeler dengesinin turizm üzerinde etkisi ile açıklamak mümkündür (Kozak ve Ahıpaşaoğlu, 2002: 62)

1.3.1.5.Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi

Endüstriler üretimlerini gerçekleştirebilmek için başka endüstrilerin çıktılarını girdi olarak kullanmaktadır. Dolayısıyla bir endüstrinin çıktısı bir başka endüstrinin girdisi olmaktadır. Turizmin bir bölgede gelişmesiyle bölgenin ekonomik yapısında değişimler yaşanmaktadır. Turizmin bir ülkeye ya da bölge ekonomisi üzerinde yarattığı etkiler, bu sektöre girdi sağlayan ve çıktısını kullanan sanayi, tarım ve hizmetler gibi sektörlerle de katkı yaratması anlamına gelmektedir. Bir bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte turizmin ilişkili bulunduğu endüstrilerin de gelişme göstermesi kaçınılmazdır. Turizmin geliştiği bölgelerde, altyapı ve üstyapı yatırımlarının yapılması bu sanayi ürünlerine olan ihtiyacı arttırmakta; dolayısıyla sanayi üretimini artırıcı etki yaratmaktadır. Önemli bir girdi sağlayıcı sektör olarak değerlendirilen tarım sektörünün turizmin geliştiği bölgelerde gelişmesi ,yapılan turizm çeşidine göre farklılaşmaktadır. Genellikle kitle turizminin geliştiği bölgelerde tarımsal alanların turizm olanı olarak kullanılmaya başlanması, istihdamın da tarımdan turizme kayması şeklinde etki yaratmaktadır. Eko-turizm, kırsal turizm ya da çiftlik turizmi gibi doğayla uyumlu turizm çeşitlerinde tarımsal üretim turizmin destekleyici olarak devam ettirilmektedir. Özellikle metropol kentlerde yaşayanların dinlenmek ve doğal hayatı

yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri, talep ettikleri turizm çeşitleri organik tarımın gelişmesine katkı sağlamaktadır (Özkök, 2008:71-72). Turistlerin tatil deneyimleri sırasında ihtiyaç duyacakları yeme-içme, eğlence, rekreasyon vb. hizmetlerden yoğun bir şekilde yararlanma isteklerinden dolayı turizm, doğrudan içinde yer aldığı hizmetler sektörünü de önemli ölçüde etkilemekte ve olumlu yönde gelişmesine katkı sağlamaktadır (Bahar ve Kozak,2013:181).

1.3.2.Turizmin Olumsuz Etkileri

Tezin bu kısmında ise, turizmin çeşitli olumsuz etkilerinden söz edilmektedir.

1.3.2.1.Enflasyon Etkisi

Bir ülkeye gelen turist sayısı, halkın nüfusu ile karşılaştırıldığında çok düşük. Turistlerin kendi beslenmeleri için tüketimi de yerliler yanında önemsiz bir yüzdeyi temsil etmektedir. Ancak, turistik mal ve hizmetlere olan ilave talep nedeniyle, mal ve hizmetler, daha önce yerel halk tarafından ödenen fiyatlardan ve söz konusu malların ihracat fiyatlarından daha yüksek fiyatlarla piyasada işlem görecektir (İçöz. 2005 :299).

Sonuç olarak, turizm gelişiminin ek maliyetleri olduğu düşünülen enflasyonist baskılar, turizm malları ve hizmet fiyatlarında, sanayinin fayda sağladığı, mal ve hizmet üreten sektörlerdeki fiyat artışlarına yol açmaktadır (Unur, 2000:23).

Turizm sektöründeki mevcut fiyat hareketlerini inceleyen ortak görüş, bu sektördeki mevcut fiyat hareketlerinin diğer sektörlerle göre daha cazip olduğu yönündedir. Turizm mevsimi boyunca, turizm faaliyetlerinin en

aktif olduğu dönemde, turizm mal ve hizmetlerinin fiyatları yükselmekte ve bu yüksek fiyatlar gelecek yıl yeni güncellemelerin temelini oluşturacaktır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından bu, turizm alanında ciddi sorunlar yaratmaktadır. Her şeyden önce, ülkenin uluslararası turizm pazarında sahip olduğu ilgi ve çekicilik de azalar. Turistik merkezin tercih edilmesine izin veren tek şey fiyatlar olmadığından, düşük fiyatlara sahip ülkeler turistler tarafından tercih edilebilir (İçöz, 2005:269).

1.3.2.2.Mevsimsellik Etkisi

Mevsimsellik; Bu turizm sektöründe, hem de ülkedeki karar alma mekanizmalarında dikkate alınması gereken bir sorudur.Kısıtlı (sınırlı) kaynakların sadece yılın belirli bir süre için kullanılmak üzere, turizm sektörü düşük kar ve bir bütün olarak ekonomi için yüksek maliyetler elde eder. Mevsimsellik veya yetersiz önlemlere uyulmamasına ilişkin uygun politikaları takip edememesine bağlıdır (Tsituaras 2004: 95).

Turizm sektöründeki mevsimsellik ve büyük ölçüde turizm sektöründen ulusal ekonomiye gelirlerdeki dalgalanmaların neden olduğu önemli bir unsur da toplumsal maliyet yarattığı düşünülen unsurlardır. Mevsimsellikten kaynaklanan en önemli temel toplumsal maliyetler; düşük kapasite kullanım sorunları ve mevsimsel işsizlik olarak kabul edilir (Tisdell, 2001: 145).

Turizmde mevsimsellik; Turistik destinasyon ülkesi / bölgesi ya da yöresindeki (turistik bölge) işletme ve gelir getirici mevsim, birkaç ay ile sınırlıdır, turizm işletmelerinin getiri oranını kısaltır, sermayenin geri dönüş süresini uzatır, nihayetinde borçlanma suretiyle sermaye elde etmeyi engeller. Sonuç olarak turizm sektörü; mevsimsellikten dolayı yatırım alanının yüksek riskli ve yatırımsız çekiciliği olarak

algılanmaktadır. Pek çok yatırımcı, turizmin mevsimsel niteliği ve taşıttaki istikrarsızlık nedeniyle turizm sektörüne yatırım yapma konusunda isteksizdir (Kuşluvan, 1998: 21).

1.3.2.3.İthalat Etkisi

Turizm ülkedeki gelirlerini ve döviz kurunu artırarak ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunabilmek için, daha fazla harcama elde etmek için gerekli olan döviz kuru gelirinin, o ülkenin aktif bir dış turizmi olması gerekmektedir. Yabancı turizmin dengesi süreçten kaynaklanan tüm turizme bağlı döviz işlemlerini kapsadığında, sadece turizm faaliyetlerine giriş ve çıkışta turistlerin olmadığını ortaya koymaktadır (Timur, 1988: 92). Gerçekten de, sanayinin önemli bir özelliği ise turistik geniş bir ürün yelpazesi için mal ve hizmetlerin bir arada olmasıdır. Turizm ürün arzının çeşitliliğine paralel olarak, turizm tüketiminin büyük ölçekte gerçekleşmesi, sektördeki net döviz kazanç ve kayıplarını belirlemeyi zorlaştırmaktadır. (Turizm Bakanlığı, 1993: 54).

Açık ve ihracatçı bazlı bir sektörün, döviz gelirlerine katkısı ve yabancı kaynaklara bağımlı olma özelliği açısından incelenmelidir. Bir sektörün ithalat ve ihracat bağımlılığına katkısını belirlemek için, söz konusu sektördeki ihracat ve ithalatın payı dikkate alınabilir. İthalatın üretimdeki payı, sektörün dışsal olarak ithalata bağımlılığı açısından özellikle önemlidir. Sektörün üretiminde ithal edilen ve kullanılan girdilerin payının büyüklüğü, sektörün girdiye dışsal bağımlılığının göstergesi olduğu düşünülmektedir. Öte yandan, ihracatın katkısı gerekse de dışsal bağımlılık üzerinde: çeşitli teşvik politikaları, dış ticaret rejimi, döviz kurundaki değişim ve faktör ekipmanı etkilidir. Bu faktörleri göz önünde bulundurarak, sadece turizm sektöründe ithalat-üretim ve ihracat-üretim

karşılaştırmaları, sektörün ithalata olan katkısını ve ithalata bağımlılığı belirleyen bir kriter değildir (Turizm Bakanlığı, 1993: 56).

1.3.2.4.Fırsat Maliyeti Etkisi

Turizm sektöründe bir değerlendirme yapılacak olursa, ülkelerin turizm sektörüne yapmış oldukları yatırımla ve bunun sonucu kazandıkları gelir ile, aynı işlevin diğer sektörlerde uygulanması ve sonrada bu sektörlerin gelirlerinin karşılaştırması kısaca turizmin fırsat maliyeti denilebilir (Yağcı, 2003: 4)

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA EKONOMİSİNDE TURİZM

2.1.DÜNYADA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Antik çağlardan insanlar, görkemli binaları, sanat eserlerini, eşsiz yerleri görmek, yeni dilleri öğrenmek, diğer ülkelerin kültürlerini tanımak, bakış açılarını arttırmak, farklı mutfakları tatmak vb. için seyahat ettim. İlk zamanlardan beri insanlar çeşitli nedenlerle seyahat ediyorlardı. Yolculuğun temel amacı yemek ihtiyaçlarını karşılamaktı. İnsanlar beslenme, ticaret, dini ve sağlık nedenleriyle yaşadıkları bölgeler dışındaki bölgelere seyahat ediyorlardı (Avcıkurt, 2009 :2).

Seyahat geçmişi 4000'lerde Sümerler ile başladı. İnsanlar 3000'li yılların başlarında antik tapınakları ve piramitleri görmeye giderlerdi. Bu piknik nedeniyle eski Mısır'da birçok konuk evi bulunmuştur. Antik Yunanistan'da da turistik geziler oldu. M.Ö. Olimpiyatların 700'lerde başlaması, çok ziyaretçinin Olimpiyatlara bakmasını sağlamıştır. Romalılar tarihte turizm için ulaşım sistemini geliştirmiştiler.(Kozak ve diğerleri, 1994).

Romalılar tarafından geliştirilen bu karayolu taşıma sistemi sayesinde, 120-150 km / gün. seyahat mesafesiydi. Bu eyaletteki zenginler için Baiea denilen kıyı tesisi bile öyle olmuştur. Orta Çağ'da Roma İmparatorluğunun çöküşünden sonra, seyahatin yavaşladığını ve seyahat amacının değiştiğini görüyoruz. Ortaçağ'da daha fazla dini sebeplerle yolculuklar yapılırdı. Buhar makinelerinin kullanılmaya başlandığı Sanayi Devrimi'nden sonra Demiryolu ve deniz taşımacılığının gelişimi, nüfus artışı sonucu olarak turizm amaçlı seyahatler önemli ölçüde artmıştır (Hussein, 2008).

Turizm (fransız sözü olup gezi, yolculuk anlamına geliyor) toplumun inkişafı ile formalaşmış, manevi talebatının ödenilmesiyle genişlenen faaliyet türüne daxildir. Literatürde kitle turizminin ilk organizatörünün İngilizce Thomas Cook olduğunu belirtmek gerekir. 1841'de Lancaster'dan Dolnorbish'e giden demiryoluyla 570 kişinin toplu sefer düzenledi. Bu etkinlikle, Thomas Cook çağdaş turizm için temel oluşturdu. Ayrıca 1847'de bir seyahat ve gezi topluluğu oluşturdu ve Akdeniz'e seyahat eden bir grup zengin İngilizceyi düzenledi. 19. yüzyılın sonunda Thomas Cook tarafından oluşturulan bu topluluk, 53 ülkede 324 şube ile muhteşem bir ilişki haline geldi. Bu endişe 12.000 çalışanı vardı. Daha sonra, Amerikan şirketi "Amekso" kuruldu. 1918'de, firmalar tüm kıtaları kapladı. 1869'da, Avrupa'da Uluslararası Otel Çalışanları Derneği kuruldu. Bu dernek 1921'de Uluslararası Otel Birliği ile birleşti. Tabii ki, bu gelenek yavaş yavaş gelişti ve tüm dünyaya yayıldı. Bazı ülkelerde turizmin sosyo-ekonomik ve kültürel önemini değerlendirerek uzun vadeli kalkınma programını geliştirdi. Örneğin, Fransa'da, 1960'larda bir turizm geliştirme programı geliştirildi ve 1967'de devlet, bu programın gerçekleştirilmesinde çeşitli iş insanları çekti. Tüm plajlara teknik donanım sağlanmakta, tüm dinlenme ve turist eğlencesi için şartlar yaratılmaktadır (Hüseynov ,2007 :442).

Turizmin tarihini öğrenirken iki kavramın anlamını netleştirmek önemlidir: turizm ve seyahat (turizm -Et-travel). Turizm - seyahat, gezi ve eğlence demektir. Bu iki terim biri birbiriyle ilişkili ve birbirini tamamlar. Bu sözlerin anlamı - dinlenme, eğlence, spor, çevre, tarihi ve mimari eserlerle, halkların adet ve gelenekleri tanışma. Bu kavramların içinde insanların yaşadığı yeri terk etmek, başka şehir ve ülkelere gitmek, o yerlerdeki yeniliklerle tanışmak gibi unsurlar vardır. Turizm -

seyahatin özel bir halidir. Seyahat - daha eski kavramdır, ziyaret öncesi mekan ve zamanda hiçbir sınırı yoktur. Modern turistik geziler kısa ömürlüdür. İlk gezginler hacılardı. Yolculuklarındaki asıl amaçları, dini tapınaklarla tanışmak ve dinlerini tanıtmaktı. Günümüz ulaşımı yolculuğun (seyahatin) kısa süreliğine düzenlenmesine olanak sağlar. Antik çağlardan seyahat nedenleri değişti. İnsan uygarlığı geliştikçe bu değişkenliği daha açık görünüyor. İlk zamanlarda uluslararası turizm aristokratların ve burjuvazi temsilcilerinin eğlencesi idi. Çünkü, ancak bu tabakanın seyahat etmek için yeterli parası ve boş vakti oluyordu. Yirminci yüzyılda yaşanan olaylar ve süreçler Gezeğin'in yüzünü kökünden değiştirmiştir. İki Dünya Savaşı, darbeler, ekonomik krizler, kolonializmə karşı yapılan savaşların zaferi, bilimsel ve teknik gelişme, soğuk savaş, bunlar toplumu değiştirmiştir. Atom ve hidrojen bombalarının icat edilmesi, kentlerde uygulanması halklara anlattı ki, artık savaşların bir perspektifi yok. Yeni savaşlar insanları paramparça edebilir (Doğanay, 2001:21).

Dünyada turizm hareketlerinin kökten değiştiği dönem ise İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra olmuştur. Bu dönemde uluslararası turizm hareketlerinin büyümesi şu şekildeydi (Çavuş ve Tanrısevdi, 2003:9-22):

- Ekonomik büyümenin bir sonucu olarak gelirlerde önemli bir artış;
- Daha kısa çalışma saatleri nedeniyle artan seyahat süresi;
- Uluslararası seyahatleri sınırlandıran yasal düzenlemelerin ortadan kaldırılması sonucu artan seyahat özgürlüğü; - havayolu geliştirme nedeniyle indirimli seyahat;
- Geliştirilmiş araç kalitesi ve güvenilirliği;
- Yaşam beklentisini uzatmak, kadınların çalışma hayatına girmek, emeklilik süresini uzatmak, vb. demografik değişiklikler gibi.

Krizler ve krizlerle zayıflamış olan ülkeler ve insanlar uluslararası turizmin hayata geçmesini umut ediyorlar. Dünyanın halkları, yaraların ve krizlerin yalnız iyileştirilemeyeceğini şimdiden fark etmeye başladılar. Halklar, toplumu toprağa bağlı tutmak için çabalarını birleştirmelidir. Bu amaçla 1946'da Birleşmiş Milletler kuruldu. Bu organizasyon uluslar arasında barış ve işbirliği ilan etti. Sanayi ve tarım büyümeye başladı. Toplum demokratikleşmiş, sömürge ülkeleri bağımsız devletler kurmuş ve yaratmış, insanlar hayatlarını iyileştirmeye başlamışlardır. Bütün bunların uluslararası turizmin gelişimi üzerinde olumlu bir etkisi vardır. 1950 yılında artık uluslararası turist sayısı 25 milyon kişiye, yani İkinci Dünya savaşından önce seviyeye ulaştı. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesi ve Faşist Almanya'nın yenilgisi uluslararası turizm tarihinde yeni fırsatlar yarattı. 1950'ler uluslararası turizmin gelişimini hızlandırdı. 1960 yılında yurt dışına seyahat eden turist sayısı 3 kat arttı ve 71 milyona ulaştı. Sonraki on yıl (1960-1971), yabancı turistlerin akışındaki artışla da işaretlendi. 1971'de yabancı turist sayısı 1684 milyon idi (Bahar, Kozak; 2005; 168).

İlk ve en önemli, uluslararası durumdaki gerilimlerin dengelenmesi ve ortadan kaldırılması. Soğuk Savaş bitti. Bu dönem kapitalist ülkelerde üretimdeki artış ve genel ekonomik canlanma ile belirgindi. Turizm alanında yaratılan şirketler, yeni teknolojiye dayanan kitle turizmi örgütlenmesinden büyük bir gelir elde etti. Yeni ulaşım formları oluşturuldu, yeni oteller yapıldı, hizmet alanları modernleştirildi ve genişletildi (Evliyaoğlu, 1994:7).

Taşımacılık alanındaki teknik ilerlemenin bir sonucu olarak, devrimci jetler oluşturuldu. Eğer ortaçağda Avrupa'dan Uzak Doğu'ya gitmeye (deve kervanı ile) senelerce zaman geçirmek olurdusa, günümüzde bu

mesafeyi birkaç saate gitmek olur (Matthews, 1978; 10). 50 yıllarda Avrupa'dan Amerika'ya ve geri dönmek için çekilen maliyet 1000 \$ dan yukarı olsaydı, şimdi bu fiyatlar 2 kez düştü ve bu da yine de toplu turist miktarının artmasına neden olmuştur. Bu nedenlerin sonuçlarını görebiliriz ki ,1950'den 1994'e kadar, yabancı turist sayısı 25 milyondan 567 milyona çıktı , yani artış 22.5 kat oldu1965-1995 yıllarında, yani 30 yıl içinde, uluslararası turizmin gelir miktarı 52 kat artarak 371,5 milyar dolara ulaştı (Gürbüz ve Ali , 1998).

Uluslararası turizmin rolü dış seyahatte ve ekonomik ilişkilerin pekiştirilmesine son derecede arttığına göre BM kendi I konferansını 1963 Roma'da turizme adanmış ve turist ilişkilerinin genişlemesi için somut önlemler sundu. BM ülke yöneticilerini sınır ve vize konularını basitleştirmeye çağırdı. BM turizm hakkında kararında denir ki, her bir vatandaşın başka ülkelere seyahat etmek hakkına sahiptir. Bu hak herkes tarafından kısıtlanmamalı, ona uygulanabilecek koşullar yaratmalıdır. BM, toplantılarında uluslararası turizmi geliştirme yollarını araştırıyor ve gelişmiş ülkelerin zayıf gelişmiş ülkelere yardım etmesini gerektiriyor. BM Genel Kurulunda Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) kurulmasına ilişkin karar 1969 yılında yapıldı. DTÖ-nin merkezi İspanya'nın başkenti - Madrid şehrinde bulunmaktadır (Hacıoğlu ve Necdet 1994).

80'lerde hala turist sayısındaki artış görünüyor. Bu ziyaretlerin sayısı 1950'ye kıyasla 11 kat arttı. Ancak, bu artış bölgelerde eşitsizdi. Avrupa'da, Afrika'da, Latin Amerika'da artış 11 kat olmuşsa, bu rakam Ortadoğu'da 3 kat, Güney Asya'da 5 kat, Doğu Asya'da ise 10 kat olmuştur. 80'li yıllarda Kuzey Amerika ve Avrupa hem turistlerin kabulünde ve hem de gönderilmesinde 1.sırada yer almış tutmuş ve bu birinciliği uzun zamandır ki, saklıyorlar. Sonraki yıllarda, turist akışları

bölgelere göre eşit değildi ve yabancı turist sayısına bağlı olarak gelir miktarı dağıtıldı. Uluslararası turizm gelirlerinin miktarı yabancı turist sayısından daha hızlı büyüyor. Bu hizmet alanlarının genişleyen ve rahat olduğu gerçeği ile açıklanmaktadır. Uluslararası turizm, dünya ihracatının% 7'sini oluşturmaktadır (1993). Genel ürün değerine göre, turizm petrol ve otomobil üretimini önlemiştir. 2002 yılında uluslararası turist sayısı 715 milyona ulaştı (TOBB, 2003:269).

21. yüzyılın başından itibaren uluslararası turizm, küresel ekonomide öncü bir faktör haline gelmiştir. Yıllık seyahat sayısı yılda% 4,2 artmaktadır. XXI. Yüzyıl turizmin yüzyılıdır, uluslararası turizm, bazı turizm merkezlerinin ana gelir kaynağı haline gelmiştir. 2000 yılında, dünya çapında 200 ülke ve bölgenin 60'ı 1 milyar dolar kazandı. Birçok ülkede, turizm ülke ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu ülkelerde turizm gelirleri milli gelirlerin% 35-40'ını oluşturmaktadır. Örneğin, Yunanistan'daki paranın yarısı turizmden geliyor. Bahamalar, Meksika, Singapur ve Tayland'da, milli gelirin% 80'i turizmden elde edilmektedir (Yu, 1999: 354).

Turizm, doğal afetler, ekonomik krizler, terör eylemleri ve benzeri çeşitli olumsuz faktörler göstermiştir. Bu darbelerin etkisi altında turizm, yarattığı etkilere uyum sağladı ve çevikliğini ve vurulan darbelere karşı sonsuz direnişini gösterdi. Ekonominin hiçbir sektörü bu tür krizlerin üstesinden gelememiştir. 1990 ve 2000 yılları arasında Basra Körfezi'ndeki savaşa, Balkan ihtilafına ve Asya mali krizine rağmen, ortalama turist ziyareti sayısı yılda ortalama% 4.3 arttı. Seyahat eden turistlerinin %62 -i kendi seferlerini dinlenme amacıyla organize edildiler. Turistlerin %18'i iş amaçlı ,geri kalan bölümü ise turizmin farklı çeşitli türlerinin aittir ve % 43'ü uçak,% 42'si araç,% 7'si demiryolu ve% 8'i

deniz taşımacılığı kullanıyor. DTÖ-nin verdiği bilgiye göre 1995 yılında uluslararası turizmden 371.5 milyar \$ gelir alınmış, 1998 yılında 450 milyar ve 2000 yılında ise bu miktar 476 milyar \$ olmuştur (WTTC, 2006: 20).

Eğer turistlerin ülkeye gelmesinde Fransa dünyada I yerdese (70 milyon kişi), turizmden kazanılan gelire göre ise I yere ABD çıkmıştır (74,2 milyar \$). Bunun temel nedeni, öncelikle Fransa'da çok pahalılık ve turistler oraya kısa süreliğine gelir ve az para harcıyorlar. Öte yandan, Amerika Birleşik Devletleri'nde ki turizm işletmesi iyi organize edilmiş ve turizmin yasal temeli iyi durumda. Doların devolvasiyaya uğraması, söylenen faktörlerle beraber ABD'nin uzun süre turizmden gelir almasında birinciliği kalmasını sağlar. Ayrıca, turizmin hızla gelişmesine uluslararası ilişkilerde olan gerilimin değişmesi ve bölge iç süreçlerin genişlemesi neden olur. Çin ve gelişmiş Japonya'nın bölge üzerinde güçlü bir etkisi var. Bu ülkeler pahasına, yerli turistlerin% 77'si oluşturulmaktadır (World Travel Tourism Council ,2017:7)

Özellikle turizmin gelişimi, gıda endüstrisinin gelişmesine, bahçelerin, meyvenin ve sebzelerin gelişmesine katkıda bulunur. Çoğu yabancı turist akrabalarının ve tanıdıklarının evinde kalıyor ve bu ürünlerden bolca kullanıyorlar. Fransız uzmanlara göre, toplam gıda ürününün% 9'u yabancı turistler tarafından kullanılıyor. Bu ürünün yabancılar tarafından devralınması ülkeye çok para kazandırıyor. Fransa'ya gelen birçok oto turist var. Akaryakıt, yakıt enjeksiyonu ve yol polisi cezaları ile motorlu taşıt tamir masrafları yabancı turist gelirlerinin yaklaşık% 20'sini oluşturmaktadır (<http://www.unwto.org/index.php>)

2.2.DÜNYADA TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Avrupa, dünyanın bir numaralı turizm hedefi olmaya devam ediyor .Dünya çapındaki tüm uluslararası turist varış noktaları - bunların üçte ikisi Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde. Bununla birlikte, gelişmekte olan ekonomilerdeki konumu yeni turist destinasyonları tarafından sorgulanmaktadır. Avrupa turizm sektörünün genel rekabet gücünü korumak, AB içindeki büyüme ve istihdam ve iç sosyo-ekonomik uyum için önemlidir. Bu, turizmin büyüme potansiyeline sahip olmasından ve mevcut ekonomik gerilemeye oldukça iyi direnç gösterdiği için daha da kritik bir durum. Turizmin karşı karşıya kaldığı zorluklarla yüzleşmesine yardımcı olmak için Avrupa Komisyonu (AK) yeni bir politika çerçevesi geliştirdi. Bu yeni strateji, sürdürülebilir, yüksek kaliteli ve sorumlu turizm sunmaya, özellikle de kırsal alanın ve kültürel zenginliğin çeşitliliğine Avrupa'nın karşılaştırmalı avantajları üzerinde durmaya odaklanıyor. Avrupa turizm endüstrisi, ticaret ve dağıtım ve inşaat sektörlerinden sonra AB'nin üçüncü büyük sosyo-ekonomik faaliyetini temsil etmektedir. Nitekim, turizm, konaklama, yiyecek ve içecek, ulaşım, eğlence, alışveriş vb. harcamalar yoluyla ekonominin bütünü üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Toplam işgücünün yaklaşık% 5,2'sini istihdam etmektedir (yaklaşık 9.7 milyon işe karşılık gelmektedir). küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) başta olmak üzere milyonlarca işletme ve AB'nin gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYİH)% 5'inden fazlasını oluşturmaktadır. Daha geniş bir tanımla kullanarak, AB'nin GSYİH'sinin% 10'undan fazlasını ve tüm işlerin yaklaşık% 12'sini oluşturduğu tahmin edilen ağırlığı daha da büyüktür. Ayrıca, kırsal ve dağ bölgelerinin, kıyı bölgelerinin ve adaların, en dış ya da daha az gelişmiş bölgelerin kalkınmasına ve sosyal entegrasyonuna

katkıda bulunduğu için AB içindeki ekonomik ve sosyal uyum için de etkilidir. Uyum politikası altında finanse edilen turizm projeleri, yerel kalkınma ve işleri destekleyebilir (örneğin, Aosta Vadisi'nde 11. yüzyıldan kalma bir kalenin restorasyonu veya Guadeloupe'deki bir blues festivalinin tanıtımı). Turizm, aynı zamanda, aşağıdaki rakamlardan da anlaşılacağı gibi, mevcut ekonomik krizden oldukça hızlı bir şekilde toparlanan hızlı büyüyen bir sektördür. İlginç bir şekilde, Avrupa'yı Brezilya, Rusya, Çin veya Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlardan ziyaret eden turistler son yıllarda artmaktadır. Vize istatistikleri, örneğin 2011 yılında Çinli turistlere verilen vizelerin sayısının 2008 yılında 560000'e kıyasla 1 026 000'e ulaştığını göstermektedir. 2011 yılında, yabancı ziyaretçi harcamaları 330 milyar Euro'nun üzerindedir ve son tahminlere göre artış olabilir. 2022 yılında yaklaşık 430 milyar Avro'ya ulaşması gözlenilmektedir. AB'de turist konaklamalarında geçirilen gecelerin evrimi, geçtiğimiz on yıl boyunca istikrarlı bir şekilde artmıştır ve 2008 ve 2009 yıllarında mali durumun başlangıcına tekabül eden hafif bir kesinti olmuştur. 2013 yılı sonuçları, AB28'de (Fransa, İspanya, İtalya, Almanya ve İngiltere, toplam sayının% 70'ini oluşturuyor) turist konaklamalarında harcanan 2,6 milyar gecenin rekoruna ulaştı, 2012'ye kıyasla% 1,6 arttı). Eurobarometre anketinde, AB vatandaşlarının% 70'i 2013'te (en az bir gece evden uzakta) seyahat ettiklerini açıkladı.% 44'ünün planlarını değiştirmeden 2014'te tatile çıkacağını söylemesi (sadece% 11'i bu yıl tatile çıkmak için) ve çoğunun kendi ülkesinde ya da başka bir Üye Devlette seyahat etmeyi öngörmesi, AB'nin iç talebin önemini ve sağlamlığını da gösteriyor. Bununla birlikte,% 33'ü ekonomik kriz nedeniyle 2014 planlarını değiştirdi ve 2013'te seyahat etmeyenlerin% 44'ü finansal nedenlerden dolayı bunu yapmadı (Maria, 2015). ABD, 2017 yılında

GSYİH'ya dünyanın en yüksek doğrudan ve toplam Seyahat ve Turizm katkısı olan ülke olarak konumunu korudu. Ancak, Çin'in 2028 yılına kadar ABD'yi her iki önlemdede üstesinden geleceği tahmin ediliyor. Önümüzdeki on yılda, Çin'deki Seyahat ve Turizm, yılda ortalama% 6,6 artışla toplam 1.3 trilyon ABD doları (ABD'de 404,8 milyar ABD Doları) üretecek. Ayrıca, önümüzdeki on yıl içinde 34 milyondan fazla işi doğrudan desteklemesi de bekleniyor - diğer ülkelerden çok daha yüksek. Yalnızca Hindistan Çin ve ABD'nin ardından, hem doğrudan ve toplam GSYİH bakımından, 2028 tarafından üçüncü büyük Seyahat ve Turizm ekonomisi olarak kendini kurmak için sıralamada yükselmesi bekleniyor. Sektörün önümüzdeki on yıl içinde GSYH'ye yaptığı toplam katkı, yıllık ortalama% 6,9 oranında artarak 240,6 milyar ABD doları olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca, Çin dışındaki herhangi bir ülkedeki 33 milyondan fazla işi doğrudan desteklemeye de çalışmaktadır (World travel turizm, 2018 :4-6).

Sonuç olarak, gelişmekte olan turizm ekonomilerinin pazar payının 2016'da% 45'ten aynı dönemde% 57'ye yükselmesi beklenmektedir. Fransa, ABD, İspanya ve Çin, 2016 yılında gelen varışlar için en yüksek dört yeri doldurmaya devam ederken, Çin, ABD ve Almanya kendi bölgelerindeki en yüksek giden pazarlardır. OECD üyesi ülkeler de önemli bir rol oynamaya devam etmektedir. Uluslararası turizm, 2016 yılında toplam küresel gelişmelerin yarısından fazlasına (% 55) karşılık geliyor (2014'te% 54'ten). 2014 yılında küresel gelişlerden daha hızlı bir şekilde arttıktan sonra (dünya genelinde% 4.2'ye kıyasla% 6.4), OECD üyeleri için uluslararası gelişlerdeki ortalama büyüme 2016 yılında% 3,9'a düşmüştür (küresel olarak% 3,9 ve AB için% 4,7). OECD'nin yıllık ortalama% 4,9'luk büyüme oranını küresel ortalamanın biraz üzerine

çıkmasına rağmen, 2016 yılı rakamı, OECD'ye dünyadaki turizme göre daha uzun vadeli bir eğilimin yansımalarını daha fazla yansıtırken, piyasa kaybıyla sonuçlandı. 14 OECD ülkesi 2016 yılında çift haneli yıllık büyüme kaydetti, dört kişi% 20'yi aştı - Şili (% 26), İzlanda (% 39), Japonya (% 21.8), Kore (% 30.3) - Belçika , Letonya ve Türkiye'nin% 10'dan fazlasının geri çekildiği görülüyor. Uluslararası gelenler sekiz OECD ortak ülkesinde (Bulgaristan, Kolombiya, Kosta Rika, Litvanya, Malta, Filipinler, Romanya, Güney Afrika) % 10 veya daha fazla büyüdü. OECD üye ülkelere uluslararası turistlerin gelişi ve seçilmiş ortak ekonomilerin bir dökümü Ocak ve Ağustos 2017 tarihleri arasında gerçekleşti. Dünya çapındaki destinasyonlar, dünya çapında 50 milyonu aşan bir artışı temsil eden 900 milyondan fazla uluslararası turist geleneğini memnuniyetle karşıladı (% 7) (OECD Tourism Trends and Policies, 2018:-13).

Toplam turist sayısının küresel yüzdesinden ve her bir bölgenin toplam turist gelirinden bakıldığında, Avrupa Bölgesi'nin yüzdesi azalmaya devam ediyor, Amerika Bölgesi'nin turistlerin yüzdesi biraz azaldı; Amerikan Bölgesi'nin turist gelirleri biraz arttı ve Asya-Pasifik Bölgesi'nin yüzdeleri çok yükseldi. Toplam turist sayısından bakıldığında, Asya-Pasifik Bölgesi'nin toplam turist sayısı, 2017 yılında toplam turist sayısının % 66,6'sı, 2016'nın% 65.0'ına karşılık% 1,6'lık bir artışa işaret ediyor. 2016'dan 2017'ye kadar, Amerikan Bölgesi% 16,5'ten% 15,8'e düştü, 0,7 puanlık bir düşüş. Avrupa Bölgesi'nin yüzdesi% 15,6'dan% 14,9'a düştü, 0,7 puanlık bir düşüş(Euromonitor International, 2017).Orta Doğu Bölgesi'nin yüzdesi 0,1 puan azaldı ve Afrika Bölgesi'nin oranı aynı kaldı. Genel olarak, Avrupa Bölgesi, Amerika Bölgesi ve Asya Pasifik Bölgesi toplamı, toplam küresel turist

varışlarının% 97,3'ünü oluşturmaktadır.2016'dan 2017'ye toplam turist gelirinden bakıldığında, Asya-Pasifik Bölgesi'nin yüzdesi% 32.3'den% 33.1'e yükseldi ve 0.8 puan arttı. Amerikan Bölgesinin yüzdesi% 30.7'den% 30.9'a yükseldi, hafif bir artış 0,2 puan oldu. Avrupa Bölgesi'nin yüzdesi% 32,0'dan% 31,0'a düştü, 1 puanlık bir düşüş. Orta Doğu Bölgesi ve Afrika Bölgesi'nin yüzdeleri aynı kaldı. Genel olarak, Avrupa Bölgesi, Amerika Bölgesi ve Asya-Pasifik Bölgesi toplamı, toplam küresel turizm gelirinin% 95.0'dır. Araştırma grubunun tahminine göre, Asya-Pasifik Bölgesi'nin toplam turist varışının yüzdesi ve Asya-Pasifik Bölgesi'nin toplam turizm gelirinin yüzdesi artmaya devam edecektir.2018 Avrupa Bölgesi'nin toplam turist sayısının yüzdesi ve Avrupa Bölgesi'nin toplam turist gelirinin yüzdesi bir miktar düşecek ve diğer bölgelerin yüzdeleri ise değişmeyecektir (EMİT, 2017:10-13).

2.3.TURİZMİN GELECEK POTANSİYELİ

Günümüzde ise DTÖ-nün "Tourism: 2020 Vision raporunda kayıt edilir ki: toplumda eğlence ve boş zamanın giderek artması, eğitim düzeyinin yükselmesi, çevresel sorunlara, estetik değerlere, bireyin, toplumun gelişimine verilen önemin artması vb. Turizmin gelişmesini hızlandıran faktörler sırasındadı (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003: 9-22).

Turizm endüstrisinin gelişimi, yolcu sayısında artış gözükmemektedir. Belirttiğimiz gibi turizm, en büyük hizmet segmentlerinden biridir. Bu süreç arttıkça sanayiye hizmet veren özel kuruluşlar var ve turizm ürünleri oluşturuluyor. Bu, her türlü ulaşım, otel, halk yemeği, belirli geziler, eğlenceli nesnelere, spor kompleksleri, seyahat hizmetleri vb. Bazı istisna dönemleri haricinde, uluslararası turist sayısında sürekli bir

artış var. Uluslararası turist sayısı 1980 yılında 273 milyona ulaşarak 2011 yılında 983 milyona ulaştı. Dünya Turizm Örgütünün verilerine göre 2010'dan kadar, her yıl 43 milyondan fazla turist seyahat ediyor ve 2030 yılına kadar, uluslararası turist sayısının 1,8 milyara ulaşması bekleniyor. Birçok Gelişmekte olan ülke için turizm sektörü de önemli bir döviz geliri kaynağıdır ve istihdam sağlayarak ülkenin gelişimini desteklemektedir (Hüseyin, 2015 : 64-65).

Uzmanlara göre, dünya çapında turistik yerlerin sayısı 2020 yılına kadar 1602 milyona ulaşacak. 1995 yılında, uluslararası turizmin gelirleri 1998'de 399 milyar dolara, 444,7 milyar dolara ve 2000'de 476 milyar dolara ulaştı. Ve 2020'de 2 milyar dolar olması bekleniyor (Avrupa yayıncılığı, 2002 :110).

Tablo 1: 2020’de En Çok Turist Çekecek İlk 10 Ülke (mln kişi)

Sıra	Ülke	Kişi sayısı
1	ÇİN	130.0
2	FRANSA	106.1
3	ABD	102.4
4	İSPANYA	73.9
5	HONG KONG	56.6
6	İNGİLTERE	53.8
7	İTALYA	52.5
8	MEKSIKA	48.9
9	RUSYA	48.0
10	ÇEK CUMHURİYETİ	44.0

Kaynak : World Tourism Organization (UNWTO, 2017).

Tablo 2: 2020’de Yurtdışına En Çok Turist Gönderecek İlk 10 Ülke

Sıra	Ülke	Turist sayı(milyon)
1	Almanya	153
2	Japonya	142
3	ABD	123
4	Çin	100
5	İngiltere	95
6	Fransa	55
7	Hollanda	45
8	İtalya	35
9	Kanada	31
10	Rusya	31

Kaynak: Turizm istatistikleri, 2017:4.

Turizmin gelişiminin karmaşık ve sistematik bir tanımı, göstergelerinin planlanması ve perspektif dinamizmine olanak tanımaktadır, uluslararası turizm yıldan yıla gelişmektedir. Tahminlere göre, turizm 2020 yılına kadar en yüksek gelişme oranına ulaşacak. Böylece, dünya çapındaki turist sayısı bu yıl 1,5 milyardan fazla olacak ve bu oran cari dönemde iki kat daha yüksek olacak. Dünyadaki gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğu kentsel akış ve işsizlik gibi önemli sorunlarla karşı karşıya olduğundan, turizm sektörü hem mevcut yatırımları hem de yaratılan yeni işlerle mevcut sorunları çözmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu özelliklere göre, turizm sektöründe son yıllarda yapılan yatırımlar, diğer hizmetlere yapılan yatırım hacminin çok üzerindedir. Turizmde bir iş kurmak için gerekli olan malzeme miktarının diğer alanlardan önemli ölçüde düşük olduğuna dikkat edilmelidir (Alirzayev, 2010 : 75).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN'DA TURİZMİN EKONOMİDEKİ YERİ

3.1.AZERBAYCANDA TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU

Doğal, tarihi, kültürel, insani potansiyeli ve elverişli coğrafi koşullarıyla zengin olan ülkemizde, turizm endüstrisinin gelişiminin başlangıcı Sovyet yönetiminin yıllarına kadar yükselmektedir. 1936'da Bakü turizm üssü, Hacıkənd turist evi ve Goygol turizm kampı oluşturuldu. İkinci dünya savaş yıllarında turizm idarelerinin faaliyetleri durduruldu. 1947 yılında restore edilmiş ve 1950 yılında Bakü Gezi Havzasına verilmiştir. 1957 yılında Mingechevir ve Hacikende - 1960 yılında Zaqatalada'da Şuşa ve Göyölde'de turizm pazarlarının faaliyetleri başlamıştır. Azerbaycan Turizm ve Turizm İşletmeciliği 1962 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Turizm Konseyi ve 1969 yılında Turizm ve Turist Cumhuriyeti Konseyi olarak faaliyet göstermektedir. 1962 yılında, Nabranda Bakü Tursit pazarının şubesi gibi 150 kişilik "Sputnik" turizm kampı yaratıldı. Bakü'de Turist kulübü, 1963'te Nabranda Caspian turist üssü, 1965'de Bakü, Sumatra'da Gjence, 1969'da Merdakan kasabasında 1967'de Naftalanda ve Bakü, 1970'te Zaqatalada, 1972'de Shusha'nın turisti 1975'te "Kafkas", Nabranda "Dostluk" turisti 1975 yılında Bakü "Karabağ" turizm otelleri kullanılmıştır (Jafarov, 2001: 23). 1973 yılında ülkenin en büyük otel kompleks 1942 yılında yerel Azerbaycan oteli olmuş , 1978 yılında, 200 kişinin bağlı olduğu bir Moskova oteli kuruldu. Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizm sektörünün düzeni 2000 yılına kadar düzenlenmiştir. O zamana kadar yapılan ekonomik

politikanın sonucu 1987 yılında Azerbaycan'a yaklaşık 50 bin yabancı turist geldi. Müttefik ülkelerden 250 bin turist geldi (Nuriyev, 2005 : 4).

Turizm gelişimi, Azerbaycan'da devlet politikasının ayrılmaz bir parçası haline gelerek ekonomik ilerlemenin ve büyümenin önemli bir unsuru olarak görülmektedir. Azerbaycan'da finansal fırsatların iyileştirilmesi, turizm alanında başarılı reformlar sağlamıştır. Turizmin gelişme eğilimi öncelikle ülkenin yüksek yasama tutanaklarında yer bulmuştur. 1999 yılında Milli Meclis'te "Turizm hakkında" yasa kabul edilmiştir. Yüksek lider Haydar Aliyev, 27 Temmuz 1999'da Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Turizm" Yasası'nın uygulanmasına dair bir kararname imzaladı. 25 Eylül'de Seul Cumhuriyeti'nin Güney Kore başkenti DTÖ XIV Genel Kurulu Azerbaycan Cumhuriyetini üye olarak kabul etmiştir . Turizm Bakanlığımız, ülkemizin uluslararası turizmin potansiyelini kabul ederek, sayısız turisti Azerbaycan'a yerleştirerek, kabul ederek, turizm alanında küçük ve orta ölçekli işletmeleri geliştirerek modern turizm altyapısını yaratmayı hedefliyor(Aslanov, 2011 :10).

Ülkemizdeki turizm alanındaki potansiyelini uluslararası arenada tanıma, turistleri Azerbaycan'a düzenleme, çeşitli turizm türlerini geliştirme, normatif-yasal düzenlemeler, turizm alanında küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, amaca yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu süreçte, hem iç turizmin gelişmesi hem de Azerbaycan'ın uluslararası turizm pazarına entegrasyonu, ülkeye daha büyük ölçekli yabancı turist uçuşlarını teşvik etme konusundaki ilgi odağı olmuştur. Azerbaycan'da turizm, modern yaşam tarzı ve kültür uluslararası ilişkiler olarak önemli bir özellik olarak gelişmektedir. Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizmin gelişmesini sağlamak için 7 ana hat üzerinde turist yolları belirlenmiştir (Baku-Khaçmaz, Baku-Astara, Bakü-Balaken, Baku-Gazah, Baku-

Abşeron yarımadası - Qobustan, Baku Nakhicvan, Bakü-Şuşa)(Hüseynov ve Efendiyeva, 2007 :20). Azerbaycan'da turizmin gelişmesinde önemli bir faktör olarak kabul edilen gıda sektörü oluşturulmuş ve 1991 yılında Ulusal Mutfak Merkezi kurulmuştur . "Amburan", "Karvansara", "Beh-beh Club", "Mc Donald's", "Pizza-nat", "Patio-pizza", "Oyster Balık Evi", "Dolce Vita" b. hem yerliler hem de turistler için hizmet vermektedir. Ülkede hizmet veren ulusal, Avrupa, Türk, Hint ve Çin restoranlarının çoğu Bakü'de bulunuyor.1995 yılında beş yıldızlı "Hyatt Regency", 1997'de "Grand Hotel Europe", 1998'de "Radisson SAS Plaza Otel", 1999'da Park Hyatt otel , 2005 yılında "Excelsior otel Baku" ve b . oteller faaliyet gösteriyor. 2 Temmuz 2011'de beş yıldızlı Kenpinski Badamtar otel kompleksi Bakü'de açıldı. Sadece dünyanın en gelişmiş ülkelerindeki işadamları, turistler ve yürüyüşçüler için maksimum hizmet sunmaktadır (Azerbaycan Ulusal Ansiklopedisi, 2007: 840).

Gerçekleştirilen önemli tedbirlerden biri de uluslararası kültürel turizm yolları aracılığıyla Azerbaycan'ın turizm pazarının uluslararası turizm pazarına entegre etmesidir. Bu konuda Avrupa Konseyi Kiev girişimi projesi çerçevesinde "Alexander Dumas Kafkasya", "Azerbaycan'da şarap yolları" ve "İpek Yolu" uluslararası kültürel turizm rotaları, "Alman yerleşim meskenleri" adlı uluslararası projeler işlenmektedir. "Azerbaycan'da şarap yolları" projesi kapsamında Uluslararası Kültür ve Turizm Değişim Derneği kuruldu. Bu zamanda ülkemizin turizm potansiyelinin uluslararası alanda tanıtılması amacıyla Almanya, Avusturya ve Türkiye, Mısır, Fas, Kuveyt, Yunanistan ve başka ülkelerin turizm şirketleri ve kitle iletişim araçları için infoturlar düzenleniyor. Azerbaycan'da faaliyet gösteren tur operatörleri ve medya temsilcileri

için 2006 yılından bu yana Azerbaycan'ın çeşitli bölgelerine düzenli bilgilendirme yapılmıştır. Bu bilgilerin bir sonucu olarak, turizm şirketleri ve oteller arasındaki işbirliği oluşturulmuştur. Azerbaycan'da her yıl 27 Eylül Turizm Günü (2011)olarak kutlanmaktadır. Bu konuda çeşitli aktiviteler, ulusal turizm konferansları ve turizm ile ilgili projeler yürütülmektedir (Adilov ,2016:28).

İç turizmin gelişimi doğrultusunda, Nardaran yanardağı ve Nardaran kalesi turistik güzergahlara yerleştirildi. Devlet Tarih ve Etnografya Müzesi "Gala" kuruldu ve bu alanı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak için çalışmalar yapıldı. 16 Temmuz 2004 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanan "Turist Gezi Hizmetleri Sertifikasyonu Yönetmeliği" ne göre, Azerbaycan Cumhuriyeti'ndeki otel ve otel tipi tesislerin sayısı 74'e ulaşmıştır (Skanavis ve Sakellari, 2011:234)

Azerbaycan Turizm Şirketleri Birliği, turizm şirketlerinin faaliyetlerini geliştirmek, işletmelerinde mevcut sorunları ortadan kaldırmak ve turizm şirketlerinin çıkarlarını korumak, yerel ve uluslararası etkinliklere tek bir şekilde katılmak amacıyla 2009 yılında kurulmuştur. Turizmin geliştiği tüm ülkelerde, böyle bir organizasyon faaliyet göstermektedir. Yaklaşık 250 turizm şirketinin faaliyet gösterdiği Azerbaycan'da bu derneğin kuruluşu önemli bir adımdır (Sabir Rahimov, 2009:5-6).

Geçtiğimiz süreçte Bakü yanısıra, bölgelerde de turizm kompleksleri, otel, dinlenme merkezlerinin kullanıma verilmesi turizmin gelişmesine, nüfusun istirahatine olanaklar yaratmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 2010-2014 yılları için Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Devlet Programı, 6 Nisan 2010 tarihli Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kararı ile onaylanmıştır.

Programın amacı, Azerbaycan'ın en önemli ekonomik, sosyal ve çevresel gereksinimlerini karşılayan, turizm sektörünün ülke ekonomisinin temel kalkınma direklerinden biri olmasını sağlamak, petrol dışı sektörde gelir getirici bir alan olarak turizmi geliştirmek için modern turizm hizmetleri oluşturmaktır. Programın uygulanmasının uygun olarak Azerbaycan'da yeni turist güzergahları oluşturulması çerçevesinde 2010 Ağustos 3 den 5-dek Cumhuriyet Atçılık Merkezi Şekideki filialında "atüstü turizm yolları" nın tanıtımı yapıldı ve etkinliğe 12 turizm şirketi, medya temsilcileri katıldı. Aynı zamanda Eylül 3-5-de Bakı-Quba-Şamaxı-Bakü yönünde dağlık arazilerde avtoturizm ve aşırı turizmin bileşenlerini içeren yeni turistik rota oluşturulur (Alirzayev,2010)

Kültür ve Turizm Bakanlığı, cumhuriyetimizin turizm potansiyelini teşvik etmek için bir dizi faaliyet yürütmektedir. Son on yılda ülkenin turizm potansiyelini yansıtan Rusça, İngilizce, Fransızca, Arapça, Japonca, Çince, Almanca, İspanyolca ve Ukraynaca dillerinde 40'dan fazla reklam ürünü, CD ve DVD üretildi. Bu reklam ürünleri uluslararası sergilere ve katılımcılara, cumhuriyetimizin yurtdışındaki elçiliklerine ve temsilcilerine teslim edilir (Adilov ,2016:63).

İslam dünyası ile kültür ve turizm alanlarında çok taraflı işbirliği ilişkileri üst düzeyde gelişmektedir. Bu işbirliği hem İslam Konferansı Teşkilatı hem de uzmanlaşmış kurumları - ISESCO, IRCICA, SESRTCIC, İslami Teknoloji Üniversitesi ve diğerleri tarafından desteklenerek ,kurumlar çerçevesinde gerçekleştirilir. 2006 yılında İslam Konferansı Örgütü'ne üye olan devletlerin Turizm Bakanlarının 5. Konferansı Bakü'de yapıldı(Alptekin,2008).

Azerbaycan Cumhuriyeti ile 28 ülke arasında turizm işbirliği anlaşmaları hazırlanmıştır. Ayrıca çok taraflı işbirliği ilişkilerinin kurulması ve

geliştirilmesinin turizm politikasının öncelikli yönlerinden biri olduğunu dikkate alarak Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler, Dünya Turizm Örgütü, Avrupa Konseyi, İslam Konferansı Örgütü, Bağımsız Devletler Topluluğu, Demokrasi ve Ekonomik Kalkınma adına Teşkilat - GUAM, Karadeniz ekonomik İşbirliği Teşkilatı, ekonomik İşbirliği Teşkilatı vb. uluslararası kuruluşlarla turizm alanında çok taraflı işbirliğinin düzenlenmesi, turizm alanlarında mevcut programlara katılım, uluslararası etkinliklere aktif katılımın sağlanması, işbirliği ile ilgili belgelerin imzalanması yönünde etkinliğini sürdürüyor (Gasnov, 2001 :20-22).

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizmin daha da gelişmesinin gerekliliği ve ülkemizin doğal anıtlarının geniş bir yelpazeye yayılmasını sağlamak için, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın elverişli koşullarının yaratılması gerekliliğinin yanı sıra, zengin coğrafi manzaraya sahip insanlarımızın eski kültürel ve tarihi mirasını da göz önünde bulundurarak, Şubat 2011 kararıyla "Turizm Yılı" ilan edilmiştir (www.mct.gov.az, 03.02.2017).

X Azerbaycan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (AITF-2011) 2011 yılında Bakü'de gerçekleştirildi. 150'den fazla şirket, 23 ülke ve 55 yön gösterildi. Bu sergi ile paralel olarak II Genel Cumhuriyet İç Turizm Fuarı da geçirilmiş, 18 bölgeden yaklaşık 100 şirket temsil edilmiş, Azerbaycan'ın bölgesel dinlenme bölgeleri, sanatoriyaları ve mehmanxanaları sergilenmiştir (DSK,2015).

Azerbaycan'ın bölgelerinde otel, rekreasyon bölgeleri, eğlence ve spor merkezleri bulunmaktadır. Bunlar arasında Kafkasya otel ağı, Gabala'daki Gabaland turistik parkı, Gusar'daki muhteşem Şahdağ Kış ve Yaz Turist Kompleksi, spor ve 15'ten fazla Olimpik spor

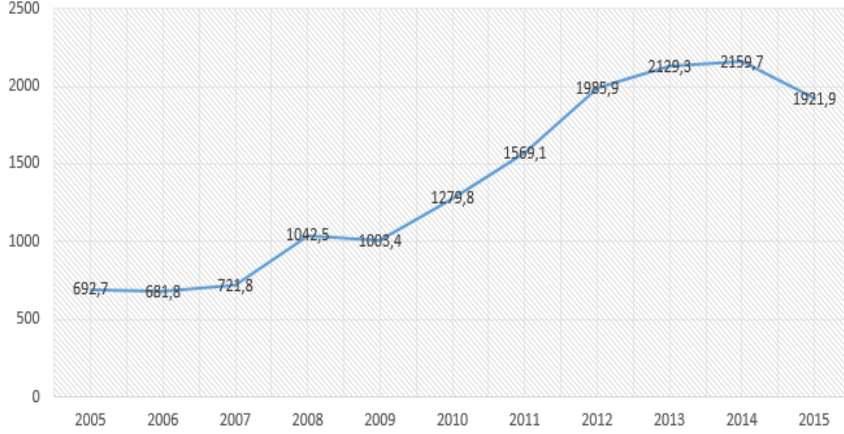
kompleksinin yanı sıra turistleri ve diğerlerini ağırlamak için uygun altyapı bulunmaktadır. Bütün bunlar turizmin Azerbaycan'da devlet politikasının en önemli önceliklerinden biri haline geldiğini ve ülkenin ilerideki ekonomik kalkınması için büyük umutlar doğurduğunu kanıtıyor. Cumhuriyetin iklimi, zengin doğası, kültürel ve kültürel eserleri, yeni turizm türlerinin gelişmesini sağlar. Turizm kaynaklarının tarihi ekolojik, egzotik, doğa, spor ve kültür turizmi gelişimi açısından ümit vericidir(Adilov,2015:43).

Azerbaycan'da devlet tarafından korunan 6308 tarih ve kültür abidesinin 65-i dünya, 2034-ü ülke, kalanı ise yerel önemlidir. Şirvanşahların Icheri Sheher'i ve Azerbaycan'ın Kız Kulesi, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde (2000) yer almıştır. "İçerişehar" Tarih-Mimarlık Qoruğunun bölgesindeki 10 dünya, 27 ülke önemli anıt ilginç turizm tesisleridir(Elmi Eserler Toplusu, 2001:130).

Uygun iklim koşulları (Lankaran-Astara, Nabran-Yalama, Absheron vb.), Tedavi edici maden suları, petrol ve kil (Lankaran, Kalbajar, Nahçıvan, Naftalan, Abşeron vb.) Sağlık turizmi gelişimi için büyük bir fırsat yaratır. Devlet doğal rezervlerinin (DTQ) ve milli parkların sayısındaki artış, doğa, ekolojik ve egzotik turizmin gelişmesini hızlandırmıştır. Soğuk iklimli bölgelerde (Küçük Kafkas, Nahçıvan, Şeki, Zaqatala, Qusar, Lerik, Şamahı vb.) Turizmin dağcılık, dağ-kayak sporu türleri geliştirilmektedir. Bakü, Mashtaga, Gence, Guba, Nahçıvan, Lenkeran, Barda, Shaki ve Shamakhi'de açılan Olimpik spor komplekslerinde ulusal, bölgesel ve uluslararası spor müsabakalarının yapılması turizm bağlarını genişletiyor. Şeki'de ve Kuba'da OİK-lerin bünyesinde modern oteller inşa edilmiştir(Azerbaycan Ulusal Ansiklopedisi, 2007: 838).

Yabancı turistlerin en büyük tur operatörü olan Improtex Travel, "İpek Yolu" ittifakı yaratarak komşu ülkelerle turistik gezileri birleştiriyor. 126 otel, 21 motel ve 115 diğer TYO (2005) dahil olmak üzere 262 Turistik Konaklama Tesisi (TKT), Azerbaycan'da 10661 vardır. Otel hizmet alanında 4092 kişi var. TKT-lerin işletmeciliğinden elde edilen gelir 66510,9 bin manat, bütçeye dahil olan gelir vergisi, KDV ve diğer vergiler 9441,1 bin manat, istismar masrafları 47312,0 bin manat olmuştur. 2005 yılında Tya 264058 turist yerleştirildi, 524,947 ülke vatandaşıydı ve gece vakti 1064758'e ulaştı. Turist gezileri -eğlence (79594), iş (141933), tedavi (17701), vb. (24830) amaçlar taşımıştır. Azerbaycan vatandaşlarının 1829765'i yurt dışına gitti (2005). (Bakü Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, 2009:9). 2005 yılında, ekonomideki turizmin toplam değeri 146,6 milyon manat iken, 2015 yılında bu rakam 2362,2 milyon manat seviyesine yükselmiş, son on yılda yerlerin sayısı iki katına çıkmıştır. 2006 yılında, turizm işletmelerinin sayısı 96, otel ve otel bazlı işletmeler 285 iken, 2015 yılında karşılık gelen rakamlar 243 ve 536 olmuştur. Tablo 3 –de görüldüğü gibi ülkeye gelen yabancı turistler sayısı son on yılda yaklaşık 3 kat artmıştır. 2011 yılında turist sayısı 1569.1 bin iken, 2014 yılında 2159.7 bin kişiye, 2015 yılında ise 1921.9 bin kişiye yükselmiştir (ARDSK, 2015: 814).

Tablo 3: Turizm amacıyla ÷lkeye gelen yabancı vatandaşların sayısı (bin kişi)



Kaynak : ARDSK ,2015:37.

3.2. AZERBAIJAN'DA TURİZM ÇEŞİTLERİ

Sağlık turizm önemli mineral ve termal ışınlarla zengin ÷lkemiz için karakteristik olsa da, mevcut potansiyeli açısından çok verimsiz kullanılan turizm növüdür.Statistik verilere baktığımızda görünen o ki, tedavi turizm türü üzere ÷lkeye gelen yabancı vatandaşların sayısı genel gelme turizminin toplam 2% -ni teşkil ediyor (ARDSK, 2015: 220) .Bu ise potansiyel açısından 1500'den fazla mineral ve termal su kaynakları, tedavi edici öneme sahip dört çamur volkanın ve temel tedavi petrol kaynağına sahip ÷lke için düşük gösterecidir.Mineral suların bulunduğu araziler açısından potansiyel imkanları çözümlenirken görüyoruz ki, ÷lkemiz için bu konaklama Haritası Masallı, Lenkeran, Astara, Şuşa, Gedebey, Kelbecer, Nahçıvan, Guba -Xaçmaz, Şeki -Zaqatala

bölgelerini kapsamaktadır. Alanlarda maden ve termal suların varlığı bu bölgelerin sanatoryum - tatil tesislerinin gelişmesine katkıda bulunan özel göstergedir. Aynı zamanda unutulmamalıdır ki, mineral suların sofraya suyu olarak kullanımı bölgelerde bu suların üretim işletmelerinin kurulmasına ve girişimciliğin gelişimine özel bir ivme kazandırır ki, bu da mineral suların bölgelerde tedavi turizminin gelişmesi ile birlikte ekonomik önemini de artırmış olur. Müaliceli sularının ekonomik önemi aşağıdaki gibi açıklanabilir (Bilalov, 2013: 27-29):

- Tedavi mineral suların hasıl olunarak, hazırlanıp sofraya suyu şeklinde getirilmesi ve pazarda tüketici kitlesine teklif olunması,
- Mineral ve termal sular aracılığıyla birçok hastalıkların tedavisi amacıyla karmaşık tatil ve SPA hizmetlerinin düzenlenmesi,
- Mineral ve termal suların kullanırken diğer turizm resuslarından kullanma imkanları,

Azerbaycan'da mineral ve termal sular coğrafi yayılmasına göre Nahçıvan mineral sular bakımından zengin olduğu halde, Talış bölgesi, Küçük - Kafkas, Abşeronda termal sular daha yaygın (Mehdiyeva ve Beherçi, 2012: 80-117). Lenkeran - Astara bölgesinde 100 –den fazla termal su kaynağı tespit olunmuştur. Lenkeran'da 400'den fazla termal su kaynağı bulunmuş, Lenkeran, Istisu ve Yanardağ'daki 400 yatak gibi tedavi tesisleri bölgedeki medikal turizmin gelişmesi açısından özel bir öneme sahip olup, sıcak suyun yakınında bulunan köy sakinleri tarafından yapılan tedavi banyoları, bölgedeki turizmin gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır (Koçman ve diğerleri, 1994:53).

250'den fazla mineral kaynağına sahip bölgelerimizden biri Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, Badamlı, Dardağ, Vaykhir, Sirab, Tivi ve diğer sular bölgede tıbbi ve sofraya suyu olarak kullanılan ünlü maden sularıdır.

Elliyeye kadar çeşme kaplayan Badamlı maden suyu, birçok hastalığın tedavisi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir ve Yesentuki, Kislovodsk, Truskavets sağlık merkezleri ile rekabet edebilmektedir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde medikal turizmin gelişmesindeki işletmelerden biri Duzdağ Fizyoterapi Merkezi'dir. Doğal kaynakları 90 milyon ton oluşturan Duzdağ ülkemizde sadece saf ve temiz tuzu ile değil, hem de şifa verici özelliklerine göre tanınmıştır. Tuzun içerdiği zengin mineraller ve kimyasal elementler de vücuda olumlu etki gösterir. Oksijen ve zengin tuz minerallerinin oluşturduğu hava akciğer hastalıkları ve benzeri kronik hastalıkların tedavisinde olağanüstü role sahiptir (Soltanova, 2015:319-320).

Temperatur derecesi düşük, mineralleşme derecesine göre yüksek 30-dek sulara sahip Şeki - Zaqatala ve Şirvan bölgeleri tedavi turizmin gelişimine göre bölgede potansiyel imkanlara sahiptir. Şeki'de Xal- Xal, Qaxda İlisu suları bu bölgenin tedavi ışınlarına uygulanır. Şamahı ilçesinde Qırxbulaq, İsmayılı ilçesinde Basqal, İstisu gibi ünlü mineral suları mevcuttur (Azammedov, 2015:105).

Azərbaycanın potansiyel tedavi turizm bölgelerindən biride 26 dan fazla maden suyu kaynağına, 16-22 C mineral sulara sahip Guba - Xacmaz bölgesidir ki buraya da Cimi, Xaşı, Sona vb mineral suları aittir. Bölgenin özelliklerinden biri orman ve dağ manzarası olup ki, bu da mineral suların turizm - tatil önemini artırıyor. Turizm potansiyeline sahip bölgelerimizden biri de Şabran (eski Deveci) ilçesindeki Galaalti balneoloji tatil kendi maden suyu kaynağı ile ülkemizin tedavi turizminde özel bir yere sahiptir.10'dan fazla maden suyunun kaynağı olan Galaalti, sadece ülkemizde değil, aynı zamanda bölgede rekabet avantajı olan bir terapötik rekreasyon bölgesidir. Bu maden suyu, Çek

Cumhuriyeti'nin Karlovy Vary suyundan daha yüksek bir kalitededir Memmedov ve Rehimov, 2009 : 78).

Tarihsel araştırmalar, işgal altındaki Yuxari Karabağ ve Kalbajar - Lachin b6lgelerinde yaklaşık 10 maden suyu kaynağının bulunduğunu g6stermektedir. Turshsu, şırlan ve Nureddin'in maden suları şuşa'da yoğunlaşmıştır (Dergahov, 2008: 176-179). Kalbajar - Lachin minerali sulara bakıldığında, b6lgede 5 b6y6k termal ve mineral su kaynağı, 20-den fazla tedavi kaynakları olduğunu s6ylemek m6mk6nd6r. İşgal edilen Kalbajar'ın iyi bilinen Istisu maden suyu kaynağı, 563 kişilik tatil - sanatoryum kompleksi işletilmekteydi. Laçında ise Mirkend, Ahmetli ve Qoturlu gibi mineral su kaynakları diğerlerinden farklıdır. Uygun coğrafi koşullarda yerleşmekle, çay deresi ve çevresini kuşatan dağ eteği ormanlarla 6rt6l6r ki, buda onun rekreasyon Turizmin olanaklarını artırıyor. Bug6n, bu b6lgelerin t6m toprakları Armeni işgali altında ve kaynaklarını kullanmak imkansız (Ezizov, 2016:122-131).

Gence - Kazak b6lgesi hem balneoloji tatil rezervlerinden sayılan maden suyu kaynaklarına, hem de tedavi edici Naftalan petrol6ne malikdir. Tedavi sular açısından bu b6lgenin maden su kaynakları Gadabay'da yoğunlaşmıştır.50 den fazla maden suyu kaynağına sahip Gadabay'da , en 6nl6 mineral sularına Slovyanka mineral kaynaklar kompleksi, Çaldağ, Qalak6nd, Kızamık ve.s çeşmeler aittir .Bu b6lgenin turistik 6nemli şehirlerden biride Naftalan şehridir. Tedavi petrol6yle tanına Naftalan b6lgesinde şıfalı petrol6n 4 kaynağı vardır .Benzersiz şıfa 6zelliklerine sahip olan Naftalan petrol6, çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Ayrıca bu petrolden çeşitli ilaçlar hazırlanır(Eminov, 2002 : 103).

Tedavi turizm, ülkenin ekonomik kalkınması için turizm desteği açısından özel olanaklara sahiptir. Fakat hala bu faaliyet türünün gelişimi büyük ölçüde değildir ve mevcut potansiyel açısından kullanım oranı yaklaşık % 50'dir (Bilalov, 2008: 16). Bu nedenle, ülkedeki tedavi turizmi kullanımının potansiyelinin bir ölçüsü olarak sanatoryum-tatil, eğlence ve dinlenme tesislerinin sayısı, 2016 için istatistiki verilere göre 70'dir, bu merkezdeki yatak sayısı 10004'tür. Tedaviyi kullanan her turist ortalama tedavi süresinin 20 ila 25 gün arasında değiştiğini ve yıllık kullanım günlerinin % 50'sini (yani 182.5 gün) aldığını hesaba katarak, tedavi turizmi ile gelen turist sayısının 81143 olduğu tahmin edilmektedir (Yani, optimal turist sayısı = $(10004 * 182.5) / ((20 + 25) / 2) = 81143$). Bu ise bize, adı geçen turizm türünün gelişmeden kalması, ülkenin GSYİH'sında yıllık olarak milyonlarca dolarlık zarara yol açtığını söylememize neden olmaktadır (DSK, 2016)

Tablo 4. Sağlık Turizmin Payı

Yıllar	Tedavi turizminin turizm sektöründe payı - (bin kişi)	Sanatoryum ve spa işletmelerinde ücretli hizmetler -(bin manat)
2010	14,1	54124
2011	33,3	63988,5
2012	43	72792,5
2013	46,2	81891,7
2014	46,3	86302,2
2015	36,5	70035,1

Kaynak: ARDSK, 2016

Tablo 4'den görüldüğü gibi, 2009 da 11.1 kişi tedavi amacıyla geliyordusa, 2015 yılında bu rakam yaklaşık 3 kat artarak 36.5 bin kişiye ulaşmıştır.

Azerbaycan'ın turizm potansiyeline yönelik dini turizm türü özellikle ilgi çekicidir. Son yılın istatistik verilerine baktığımızda görebiliriz ki, şu anda ülkemizde dini anıtlar listesine 1750 üzerinde cami, 40 kilise, sinagog ve diğer ibadet yerleri, 500 civarında pir ve tapınaklar içerir. Dini turizm idrak açısından özel bir turizm olmasının yanında, ekonomik öneme sahiptir. Böyle ki, bu turizmin gelişmesi turizm tesislerinin bulunduğu bölge nüfusunun, iş ve devlet kurumlarının ekonomik menfaatlerini yükseltiyor, aynı zamanda, dini birlik ve kurumlara yardım gösteriyor. Bu turizmin ekonomiye doğrudan etkisi turistlerin amaçları bakımından yönelik harcamaları, dolaylı etkisi ise diğer turizm türlerinde olduğu gibi turistlerin yardımcı alanlara harcamaları şeklinde ifade edilir. Dini turizmin ekonomik bir özelliği, bu turizmi seçen kişilerin farklı kategorileri temsil etmeleri ve maliyetlerinin kısıtlı olmasıdır. Bu hesaba katılan şirketler, bu tür turizmin gelişmesi için turistlerin kalışını sınırlamalı ve böylece fiyat düşük ve cazip olmalıdır. Ülkenin beş ilinin istatistik verilerine bakarsak, bu dönemde ülkeye gelenlerin sayısının 2,5 kat arttığını görebiliriz, bu nedenle 2009 yılında bu amaçla ülkeye 6.0 bin turist gelirse, 2014 yılında bu rakam 13.7 bindi. Bu artışa rağmen, bu tür turizmin etkinliği, dini ve mimarisi açısından hala tatmin edici değildir (Aliyev, 1981: 30).

Azerbaycan için en popüler turizm türlerinden biri dinlenme ve eğlence türü olup, bazı durumlarda bu tür turizm de rekreasyon turizmi olarak adlandırılmaktadır. Rekreasyon turizmi, insan sağlığının korunmasını ,

ruhsal, psikolojik ve duygusal gücün yenilenmesi ve geliştirilmesi amacıyla, ilgi alanları dahilinde renkli programları, sporları ve istihdamı kapsar (Timur ,1998 :61).

Azerbaycan'da rekreasyon turizminin gelişmesi için ivme verici faktörlerden biri de deniz turizmi olup, bu turizm növünün gelişmesi ile ilişkilendirilmektedir. Hazar Denizi, Avrupa ve Asya kıtaları arasında yer alan yaklaşık 1.300 km, ortalama 310 km yükseklikte bulunan dünyanın en büyük gölüdür.Hazar sahillerinin coğrafi konumuna bağlı olarak, mevsimsellik 120 - 160 gün sürüyor, suyun mukavemeti, suyun şeffaflığı ve sezon döneminde sıcaklığın özellikle 20-25 C den yüksek olması kitle dinlenmenin düzenlenmesi için elverişli ortam oluşturur. Karşılaştırma yapmak gerekirse, Karadeniz'deki kumsallara bakarsak, mevsimin 70-90 gün olduğunu görüyoruz , bu ise dinlenmek için Hazar'ın karşılaştırmalı üstünlüğünü göstermektedir.Ayrıca Karadeniz kıyılarındaki plajların coğrafi konumlarına bağlı olarak Hazar Denizi'ndeki sıcaklıklar 5-8 C yüksektir. Buna ek olarak, ülke genelinde gelişim içinde belirli bir ağırlığı olan çok sayıda eğlence ve eğlence merkezi bulunmaktadır (www.mct.gov.az). Genel olarak, Azerbaycan'a gelen turist sayısının yaklaşık yüzde 33'ü dinlenme ve eğlence amaçlıdır (ARDSK ,2015 :220).

Azerbaycan'da potansiyel turizm gelirlerinin büyümesine katkıda bulunacak alanlardan biri de kongre turizmidir. İpek Yolu'na giriş kapısı ve heyecan verici tarihi ve kültürel olanaklara ev sahipliği yapan Azerbaycan, alternatif merkezlere göre nispeten düşük mali avantaj sağlamaktadır (Bilalov, 2005: 56-59).

Ülkemiz için önemli olan turizm türlerinden biri ekolojik turizm, Azerbaycan doğal ekoturizm alanında gerçek potansiyele sahip olup,

Kafkasya zengin bitki örtüsünün% 64'ünü oluşturan 4500'den fazla farklı cins türünü bulmak mümkündür.Bunlardan 240 tanesi endemik ve kalıntı , 140 -ı ender ve nesli tükenmekte olan türlerdir .Aynı zamanda, 2000-den fazla faunaya sahiptir ve bunlardan 108-i "Kırmızı Kitap" da bulunmaktadır (Hasanov,2009:8).

Rekreasyon, doğal alanların biyoçeşitliliğinin korunması, bölgelerin ekonomik sürdürülebilirlik düzeyinin yükseltilmesi, rekreasyon alanlarının etnografik statüsünün korunması, ekolojik kültürün artması ülkede eko-turizmin gelişmesi ilkeleridir. Azerbaycan topraklarının% 10'u dağlık ormanlar ve dağ ormanları su ve toprağın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır.Ayrıca bu ormanlar avlanma, rekreasyon turizmden de caziptir. Azerbaycan'da eko- turizmin gelişmesine katkıda bulunabilecek milli parklar, koruklar ve barınaklar bulunmaktadır.

Dağların temiz ve güzel havasından, verdiği diğer olasılıklardan (kayak ,dağcılık) yararlanmak amacıyla insanların gerçekleştirdikleri turizm faaliyetine dağ, kış ve kayak turizmi deyilir.Dünya Turizm Örgütü'nün istatistikleri göre, her yıl dünya genelinde turistlerin yaklaşık % 30-35'i dinlenme için kış aylarını seçmektedirler (Mehbullayev, 2011:481).

Azerbaycan'da kış ve kayak turizmi geliştirme potansiyeli de var. Avusturya, İsviçre, Fransa ve Andorra'nın kış turizmi Nahçıvan'a benziyor, Kafkasya Dağ Fonu'nun pitoresk köylerinin yakınındaki kırsal evlerde kalma fırsatları var Kış turizminin Azerbaycan'daki yeni turizm türlerinden biri olması ,kuşkusuz ki "Şahdağ" ve "Tufandağ" turizm komplekslerinin adıyla bağlıdır. Azerbaycan'ın fiziki ve coğrafi konumu, doğası ve iklimi, kış turizminin daha da genişlemesi ve gelişmesi için büyük fırsatlar olsa da, bu yerel doğa potansiyelinin% 25-30'u kullanılmamaktadır (Mirzeyev,2010:178-195).

Ayrıca, amaçlı turizm türlerinden aqroturizm yönü ülkemiz için yeni ve uygun fiyatlı turizm tiplerinden biri olarak belirtmek olar. Şu anda Avrupa'da aqroturizm daha fazla yaygınlaşmıştır. Turistler tatillerini çiftçilikte geçirmeye tercih ediyorlar. Avrupa Birliği'nde çiftçi sayısının 600 bini geçtiği kayıt olunur(UNWTO, 2014).Aqroturizm insanların sesli-gürültülü şehir hayatından uzaklaşmakla , ekolojik bakımından temiz tarım ürünlerine, aynı zamanda doğal bir manzaraya duyulan ihtiyaç da ortaya çıkmaktadır.

Tüm bular Kafkasya devletleri arasında Azerbaycan'ın dağ turizmi, aqroturizm ve korunan alanlarda ekoturizm gelişimi ile ilgili imkanların daha yüksek olduğunu söylemek için bir neden (Mesediağa, 2007: 542).

Analizler, hedef turizmin gelişimi için yeterli potansiyele sahip olduğumuz gerçeğine rağmen, ülkemizin turizm sezonunun en sıcak döneminin sadece 90 gün olduğunu ve yazları kapsadığını göstermektedir. Bu durum iklim faktörlerine bağlılıktan kaynaklanmaktadır.Yapılan ülkemiz için en uygun aylar ortalama aylık sıcaklık, yağış ve güneş ışığı haziran, temmuz, ağustos olup, turizm türleri açısından ülkemizde özel avantaja sahip olan dinlenme, eğlence turizminin gelişimine doğrudan etki eden aylardır.

Dünya Ekonomik Forumu'nun 2015 yılı Turizm ve Seyahat Rekabet Raporu'na göre ülkemiz turizm sektörünün 3,48 puan ile 7 puanlık değerlendirilmesi açısından 141 ülke arasında 84. sırada yer alıyor.Bu göstergenin 4 ana faktörden oluştuğu unutulmamalıdır. Bunlar arasında çevrenin mevcut durumu, altyapı ve doğal ve kültürel kaynakların sağlanması, turizm ve seyahat etkinliğinin sağlanması için politik koşulların mevcudiyeti yer almaktadır (Adilov,2015:74-80)

- Turizm sektörünün rekabet etkinliğini belirlenmesinde en çok rekabette üstün olan gösterge "ortamda mevcut durumudur" .Bu göstergesi ülkemizde iş ortamının durumu, güvenliğin sağlanması, sağlık ve hijyen koşulları, işgücü piyasasının durumu ve İKT gelişme seviyesine göre ölçülür. Mülkiyet hakları ve kalkınma mekanizmalarını sağlayan yasalar, ekonomik göçün yasal çerçevedeki etkinliği, pazarın hangi derecede geliştirildiği, işin başlaması gereken günü yansıtan iş ortamı, genel vergi oranları, işgücü faaliyeti oranları ve ülke vergi politikası 4.45 derecelendirme endeksi ile 141 ülke arasında 65. sırada yer aldı.
- Turizmin gelişmesinde ülkede iş ortamının diğer önemli etmenlerinden biri güvenliğin sağlanması olunmasıdır.Dünya ülkeleri arasında Azerbaycan'ın rekabet üstünlüğünü sağlayan bu endeks göstergesi daha yüksektir (5.83) .Bele ki, ülkemiz iş dünyasında suç ve şiddet giderleri, terörizmin ve suç ki bu da, sırayla daha yüksek basamaklarda qərarlaşdığını demeye esas verir.
- Ülkede turizmin gelişmesinde bir diğer önemli faktör de güvenlik sağlanmasıdır Azerbaycan'ın dünya ülkeleri arasındaki rekabet avantajını sağlayan bu endeks daha yüksektir (5.83). Örneğin, ülkemiz terör , şiddet giderleri ve suç oranı açısından sıkı şekilde korunmuştur. Bu da, tüm alanları gibi turizm sektörü de güvenlik açısından yüksek bir güvenlik seviyesinde olduğunu söylememize neden oluyor. Turizm sektörünün rekabet gücünü belirleyen bir diğer faktör ise “turizm ve seyahat faaliyetlerinin sağlanması için politik koşulların mevcudiyeti” dir. Bu faktör, dört gösterge temelinde belirlenmiştir ve dünya turizm pazarında rekabet gücü açısından 3,91 puanlık 141 ülke arasında 93 sırada yer almıştır.

- Bu göstergeler üzere ölkemizin tutumu onun rekabet üstünlüğünü zayıf davamgətirdiyini eks etdirir.Ölkəmizi "Turizm sektöründe özelleştirme" göstergesi üzere değerlendirilen faktörler grubuna turizm tesislerinin devlet tarafından özelleştirilmesi, devlet bütçesinden turizmin gelişmesine yapılan harcamalar, turistlerin celb edilmesinde piyasanın etkin etkisi, turizm ve seyahatler üzere verilerin ehateliliyi, devletin turizmi brendləşdirilməsi politikası uygulanır.
- Bu göstergeler üzere ölkemizin tutumu onun rekabet üstünlüğünü zayıf devam getirdiğini eks etdirir.Ölkəmizi "Turizm sektöründe özelleştirme" göstergesi üzere değerlendirilen faktörler grubuna turizm tesislerinin devlet tarafından özelleştirilmesi, devlet bütçesinden turizmin gelişmesine yapılan harcamalar, turist çekerken piyasanın etkin etkisi, turizm ve seyahatler üzere bilgi kapsamı ve devletin turizm markası politikası uygulaması aittir.
- Bu gösterge üzere ölkemiz dünya turizm pazarında 141 ölkə arasında 4.69 puan ile 58. konumda qərarlaşmışdır. Uluslararası arenada açıklık göstergesi üzere Azərbaycan'ın kararlaştığı 107- ci tutum ölkemizde vize rejminin daha karmaşık olmasından ileri gelir .Bu göstergesi ölkemizde vize kuralları, uluslararası ikili açıklık derecesi ve yürürlükteki bölgesel ticaret anlaşmalarının oranı ile değerlendirilir. "Fiyat rekabeti" göstergesi, ölkedeki seyahat biletleri için ödenen vergi oranları, havaalanı transferleri, otel fiyatları, satın alma gücü ve yakıt fiyatlarına dayanmaktadır.
- Bu gösterge üzere rekabette ölkemiz için en kötü göstergesi biletlere göre ödenen vergi giderleri ve havalanında tutulan

rüsurların uygulanmasıdır.Daha iyi göstergesi ise ölkemizde mevcut olan yakıt fiyatları endeksidir.

- Ölkemizde turizm sektörünün rekabet gücünü belirleyen diğer önemli faktörler, turizm altyapısı ve Ölkemizin turizm altyapısında 87. sırada yer alan 87. ve doğal-kültürel göstergeler 118. sırada yer almaktadır.
- Ölkemizde turizm sektöründe reęabetqabiliyyätliliyini belirleyen diğer önemli faktörler arasında turizm altyapısı ve doğal ve kültürel göstergelerdir.Turizm altyapısı üzere ölkemizin dünya ölkeleri arasında kararlaştığı pozisyon 87.sıra, doğal-kültürel göstergeler ise 118.sıradadır.

Azerbaycan Avrupa ve Kafkas ölkeleri arasında rekabet üstünlüğünü belirleyen kültürel kaynaklar, turizm hizmetleri, otomobiller , limanlar, hava taşımacılığı ,altyapıları ve uluslararası aleme açıklık kriterleri hariç diğer göstergeler üzere hiçte geride qalmır.Bu göstergelerin neredeyse Avrupa ve Kafkas ölkelerinin reğabete davamlılık göstergeleri ile aynı.

Azerbaycan'da turizm sektörünün fonksiyonel (turizm) ve rekabetçilik analizinin sonuçları, Azerbaycan'ın birçok turizm destinasyonunda uzmanlaşarak dünya pazarında rekabeti sağlamaya yönelik zengin bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Hüseyn,2015).

3.3.STRATEJİ YOL HARİTASI KAPSAMINDA TURİZMİN DEĞERLENDİRİLMESİ

16 Mart 2016 tarih ve 1897 sayılı 1897 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı uyarınca, “ölke ekonomisi ve ekonominin temel sektörleri ve bunların ortaya çıktığı konular için stratejik yol haritasının ana hatlarının

onaylanması üzerine” sekiz büyük ve 3 yardımcı madde bulunmaktadır. 2025'e kadar olan dönem için uzun vadeli bir vizyon ve 2025 sonrası için hedefe yönelik bir bakış açısı olan 2020 için kalkınma planlarını ve ilgili ekonomik gelişme stratejileri ve eylem planlarını geliştirmek üzere bir çalışma grubu oluşturulmuştur.

2020'ye Stratejik Bir Yaklaşım

2020 yılına kadar dönemde Bakü şehrinin mevcut kültürel-tarihi yapıların ve modern altyapısının daha verimli kullanımı ve bununla ilgili yapılacak propaganda tedbirlerinin daha amaca yönelik düzenlenmesi amacıyla şehrin branding ve marketinginin kontrol mekanizmalarının geliştirilmesi, çeşitli kesimlere giren turist çıkarlarının karşılanması amacıyla vize verilmesi işlemleri basitleştirilmesi, hızlandırılması, ayrıca hava bağlantısının iyileştirilmesi gibi destek tedbirlerinin uygulanması ile ülke çapında elverişli ortamın oluşturulması, bölgesel turizmin gelişmesi amacıyla bölgelerde değişik turizm türlerinin geliştirilmesi ve bunun için gerekli ortamın oluşturulması, turistlerin memnuniyetinin artırılması ve daha kaliteli turizm sisteminin oluşturulması için eğitim programlarına yatırım yatırım ve turizm sektöründe standardizasyon ve sertifikasyon sisteminin geliştirilmesi yapılacaktır.

2025'e kadar olan dönem için uzun vadeli görünüm: 2025 yılına kadar Azerbaycan'da markalaşma ve pazarlama faaliyetlerinin uygulanması, hava ve karayolu iletişiminin geliştirilmesi, altyapı iyileştirilmesi, turizm merkezleri ve faaliyetleri ile turizmde girişimcilik faaliyetleri ve mesleki eğitimin geliştirilmesi yoluyla bu konuda temel kazanımlar elde edilecektir. Bu dönemde temel amaç, turizm önceliklerinin dengeli bir şekilde gelişmesini sağlamaktır. Dengeli gelişme yaklaşımı hem Bakü'nün potansiyelinin reallaştırılmasına, hem de bölgeler üzere turizm

sektörüne yatırımı (Bu şehir, sağlık, kış ve ekolojik turizm gibi alanlardan başka, dini, seyir ve plaj turizmi de dahil olmak üzere çeşitli turizm türlerinin gelişmesine) neden olacaktır. Bu yatırımlar 2020'ye kadar etki yaratacak uzun vadeli inisiyatiflerin uygulanması da dahil olmak üzere 2020 yılına kadar bu Stratejik Yol Haritası'nda belirlenen önceliklerin uygulanmasını içerecektir. Bu, Azerbaycan'da uluslararası turizmin genişletilmesine ve gayri safi yurtiçi hasılda turizm gelirlerinin payının artırılmasına olanak sağlayacaktır. Bu hedefe ulaşmak için, seçilen bölgelerde markalaşma ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek üzere Ulusal Turizm Propaganda Bürosu altında kentsel bürolar kurulacaktır. Ofisler daha fazla yerli ve yabancı turist çekmeye ve Azerbaycan'a yaptıkları ziyaretlerin sıklığını artırmaya yardımcı olacak. Bu ofisler ayrıca turistik bilgi ve seyahat bilgilerinin oluşturulmasını ve yönetilmesini de sağlayacaktır. 2025'ten sonra, Bürolar, Azerbaycan'a seyahat eden turistler ile ortak konuların analiz edilmesine ve markalama etkinliklerinin belirli bir şekilde düzenlenmesine yardımcı olacaktır. 2020 yılına kadar öncelikli olarak belirlenen Bakü'de uygulanacak verilere dayalı pazarlama faaliyetleri, pilot nitelikte olacak ve 2025 yılına kadar daha da güçlenecektir. Ortak talep özelliklerini ve turist segmentlerini belirlemek için Ulusal Turizm Propagandası Bürosu potansiyel ülke turistleri ve hedef ülke gruplarını ziyaret eden diğer turistler hakkında araştırmalar yürütecektir. Artan turist çıkarlarının analizi hayata kaydıyla, 2025 yılına kadar öne sürülen hedeflere ulaşmak amacıyla yeni pazar katılımcıları ve turistler için en iyi turizm mekanlarından birine dönüşmesi yönünde Bakü'nün konumu daha da yaxşılaşdırılacaq. Daha doğrudan yabancı yatırım çekmek için, Azerbaycan'daki basitleştirilmiş yasal ve idari süreçler ve ilgili düzenleyici değişiklikler nedeniyle, uygun bir ortam yaratılacaktır.

Turizm dernekleri ile işbirliği çerçevesinde girişimcilik faaliyetlerinin hayata geçirilmesi süreci gözden geçirilecek ve gelecek perspektifte görülebilen tüm engellerin ortadan kaldırılmasına çaba gösterilecektir. Kültürel süs eşyaları ve eşsiz eşyaların üretim ve satışını gerçekleştirerek, bu turizm mekanlarının tanıtımı sağlanacaktır. Aslen komşu ülkelerden Naftalan petrolü tarafından üretilen kozmetikler, Azerbaycan'daki sağlık merkezlerini ziyaret eden turistlere bir anma sembolü ve diğer ülkelere ihracat olarak satılacak. Aynı zamanda, bu ülkelere halı, çay ve bakır ürünleri gibi diğer nadir kültürel ürünler de ihraç edilecek. Bu, Azerbaycan'ın ekonomisi için ek gelir kaynağı olmakla birlikte, genel olarak, Azerbaycan ürünlerinin ülkeden kenarda tanınmasına da ortam yaratacak ve Azerbaycan turizminin nüfuzunu artıracaktır. 2025 yılına kadar Azerbaycan'ın bulunduğu bölge içinde en hareketli hava limanlarından birine sahip olması amacı öne qoyulacaktır ve bu çerçevede öncelikli olarak Avrupa'nın büyük şehirlerini kapsayan doğrudan uçuşların sayısının 49 dan 100'e ulaştırılması hedeflenecek. Kış ve yaz turizm sezonunda charter seferlerinin sayısının artırılması, hedef pazarlardan daha fazla turist çekmek için alınacaktır. Düşük bütçeli uçuşlarla yolcu taşımacılığına odaklanarak havalimanlarına yapılacak yatırımlar üzerinde odaklanılacaktır. 2025 yılına gelindiğinde, Azerbaycan, mükemmel turizm deneyimini elde etmek için uzun vadeli inisiyatifler doğrultusunda bölgeler ve Bakü'de gelişmiş bir turizm altyapısı inşa edebilecek. Mevcut olan düşük bütçeli yerleştirme araçlarının (örneğin, büyük otel ağlarının düşük bütçeli brendlərinin, hostellərin) şaxelendirilmesi sağlanacak ve böylece mevcut nesnelere talebin artması ile birlikte, paralel olarak yeni turizm tesisleri kurulmasına yardım oluşacaktır. Turizm sektörü altyapı açısından geliştikçe, yerel hizmetlere daha fazla odaklanılacaktır. Bazı yerel ticari

şirketler de eğlence ve eğlence tesisleri de dahil olmak üzere çok çeşitli turizm hizmetleri sunan turizm holdingleri olarak formüle edilecektir. Sektörde yerel katılımın güçlendirilmesi, bölgesel turizmin büyümesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olacak ve Azerbaycan'daki hizmetlerin kalitesine ve rekabetçiliğine katkıda bulunacaktır. Bu durum, ülkenin turizm acentelerinin dünya standartlarına ulaşması ve özellikle Kafkasya, Orta Doğu ve Doğu Avrupa ülkelerinde ülke dışında tanınmasıyla sonuçlanacaktır. 2025 yılına kadar Azerbaycan sağlık, kış, kültür ve ekoturizm gibi birçok özel turizm türünde tanınmış olacaktır. Ayrıca, milli parkların, dinsel ve dini mekanların dünya çapında tanınmasını teşvik etmek ve ayrıca Azerbaycan'ı yabancı ve yerli turistler arasında iyi bilinen bir turizm merkezine dönüştürmek için çaba gösterilecektir. Büyük İpek Yolu ve kuzeyden batıya uzanan diğer kültürel güzergahlar, Azerbaycan'ın kültürel mirasını yansıtan tarihi köyleri kapsayan popüler ekoturizm merkezidir. Azerbaycan, 2025 yılına kadar çeşitli turizm etkinliklerine ev sahipliği yapacak ve kaliteli kış sporları kompleksleri, özel sağlık turizmi fırsatları, eşsiz doğal güzellikleri, parkları, dini ve kırsal turizmi ile kültürel mirasıyla tanınacaktır. Çok çeşitli ve etnik kültürel bileşenlerin korunduğu Azerbaycan köyleri, geleneksel miraslarını modern dünyanın dışında görmek isteyen turistler için en cazip yer olacak. Aynı zamanda Azerbaycan'daki potansiyel turizm üssü için dini mekânlar teşvik edilecektir.

2025 sonrası dönem için hedef görünümü: Azerbaycan'ın amaçlı branding tedbirlerinin uygulanması, ilişkilerinin artırılması, altyapısının iyileştirilmesi ile beraber, çekici turizm mekanlarının çeşitliliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması ülkeyi uluslararası turizm amaçlı cazip turizm merkezine dönüştürmek niyetinin reallaştırılmasına ortam

yaratacaktır. Böylelikle dünyanın dört bir yanından Azerbaycan'a potansiyel turistler çekilecek ve onlar için eşsiz seyahat fırsatları yaratılacak. Özellikle, 2025 yılından sonraki dönem için perspektifin parçasını, Azerbaycan'ın dünya turizm sektöründe en çok tercih edilen 20 turizm mekanından biri olmak niyeti oluşturmaktadır. Popüler çevrimiçi platformların yanı sıra, büyük ihtiyaçların olduğu şehirlerde ve ülkelerde üst düzey ve iyi düzenlenmiş pazarlama faaliyetleri başlatılacak. Bu tür etkinlikler farklı konulara ayrılacak ve yeterince bilgilendirici olacaktır. Bunların yanında, Avrupa ve Asya'nın kavuşma noktasında bulunan Azerbaycanın coğrafi potansiyeli onun dünyanın en çok ilişkilere sahip ülkelerden birine dönüşmesine ortam yaratabilir. Uzun vadede, Azerbaycan'ı bölgesel bir merkez haline getirmek için lojistik altyapısının bu avantajı kullanılacaktır. Böylelikle, serbestleşmiş ve rekabetçi havacılık sektörü sayesinde, hedef 8 milyondan fazla yolcuyla doğal bir uçuş noktasına dönüştürmeyi hedefliyor. Bakü'nü hem iş hem de tatil amaçlı turistler için Haydar Aliyev Uluslararası Havaalanı ile mevcut yolcu taşımacılığında dört kat daha fazla bir transit noktasına dönüştürecek. Azerbaycan üzerinden seyahat eden yolcu sayısındaki bu artış, ülkeye gelen turist sayısında da doğal bir artışa neden olacaktır. Bu eğilim, yerel şirketlerin küresel şirketlere daha fazla şeffaflık sağlaması nedeniyle, Azerbaycan'ın diğer sektörler (örneğin sağlık ve eğitim) ağına dönüşmesini de destekleyecektir. Hava taşımacılığı bağlantısına ek olarak, Azerbaycan uzun vadede yüksek hızlı tren ve otoyol ağı da inşa edecek. Yabancı turistleri çekmek için, İran gibi komşu ülkelerle demiryolu bağlantıları güçlendirilecek, ülke çapında turistlerin sorunsuz akışını sağlamak için demiryolu ve karayolu ağlarının yanı sıra metro sistemleri geliştirilecektir. Böylece, ülkeye gelen turistlerin orijinal varış yerlerinde kalmasına izin verilmeyecek,

ancak farklı şehirler veya özel olarak tasarlanmış seyahat rotaları tarafından desteklenecektir. Ülkeye gelen turist akışı göz önüne alındığında, Azerbaycan'ın yaşam ve hizmet altyapısı da farklı turist segmentlerinden gelen talebi karşılayacak şekilde güçlendirilecektir. Bunun bir parçası olarak, Azerbaycan, lüks otellere ve eğlence tesislerine kadar geniş bir yelpazede düşük bütçeli hosteller, yatak ve kahvaltı olanakları sunmaktadır. Azerbaycan'da turistlere düşük bütçeli konaklama imkânı sunmak için, Turizm Konseyinin analizi ve araştırmasına dayanacak olan turizm haritası temelinde konaklama sağlanacaktır. Hazar Denizi de ülkenin turizm sektörünü destekleme potansiyeline sahiptir. Turistlerin bu yönde çekiciliğini artırmak için, mavi bayrakların yanı sıra plajlardaki uluslararası uygulamaların yaygınlaştırılması ve Hazar Denizi'nin bölgedeki en çok tercih edilen yaz turizmine dönüştürülmesi için çaba gösterilecektir. Buna Hazar Denizi temizliği ve yakındaki tesisler için ayarlanabilir atık arıtma tesislerinin kurulması dahildir. Ek olarak Bakü, Hazar Denizi'ndeki kruvaziyer turlarının bir gün veya daha uzun süren yolculuklar için komşu ülkelere turistler için geçici bir duraklama noktası olarak düzenlenmesinde çok önemli bir rol oynayacaktır. Geleneksel turizm anlayışına, doğal mirasa ve yazlık dinlenmeye ek olarak, Azerbaycan'ın rekreasyon ve spor turizmi için doğal adımlar atılacaktır. Büyük ölçekli etkinliklerin sonucunda artan organizasyonel yetenekler, daha fazla müzik festivaline, uluslararası kültürel etkinliklere ve spor etkinliklerine olanak sağlayacaktır. Turistlerin kaliteli eğlence mekanlarına gelmelerini sağlamak için alışveriş merkezleri, restoranlar, eğlence parkları ve merkezler gibi çeşitli indirim alternatifleri sunulacak.

Milli ekonominin gelişme stratejisinde öncelikli yönlerden biri gibi uzmanlaşmış turizmin belirlenmesi turizmin gelişmesi yönünde yapılan işlerin oluşu hizmet etmekle birlikte, Azerbaycan Cumhuriyeti cazip turizm mekanı gibi öncü konumda tutmasına imkan sağlayacak, aynı zamanda, karşılıklı ilişkilerden ve mevcut turizm potansiyelini verimli kullanarak turizm sektörünün katılımcıları arasında işbirliğinin Azerbaycan'da turizm hizmetlerinin kalitesini artıracak. Stratejik Yol Haritası öngörülen süreler boyunca turizm sektörünün gelişiminin desteklenmesi, uluslararası ve yerel pazarlarda yüksek kaliteli ve rekabete davamlı turizm hizmetlerinin sağlanması, milli değerlere uygun turizm tecrübesinin oluşturulması, modern fikirler ve Yenilikler dayalı yeni yatırım projelerinin çekmek ve turizmin gelişimi ile ilgili ilgili organların karşılıklı koordinasyonu ve aşağıdakileri içerir: Son yılların istatistiksel verilerine göre turizm, Azerbaycan'da sürekli büyüyen sektörlerden biri olmuştur. Öyle ki, son 5 yılda Azerbaycan'da turizm sektöründe hizmet veren ticari konular ve turizm amacıyla gelen yabancı ülke vatandaşlarının sayısında sırasıyla 4,5 ve 8,5 oranında (İstatistik Komitesi) ortaillik sürekli bir artış gözlenmiştir. Halihazırda, turizm sektörünün ülke GSYİH'sindeki doğrudan payı ve istihdam sırasıyla yüzde 4,5 ve yüzde 3,3'tür (İstatistik komitesi, 2014). Bakü, uluslararası tanınmış turistik destinasyonlarla iş ve tatilden zevk alan turistleri çekmek açısından turizmin gelişmesi için her zaman büyük bir itici güç olmuştur. Ek olarak, çok sayıda turizm altsectomunun gelişimi de bölgesel turizmin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Analizler gösteriyor ki, komşu ülkelerden daha fazla turist celb etmekle, ayrıca küresel çapta daha fazla talebin olduğu ülkeler için uzmanlaşmış turizm mekanına dönüşmek Azerbaycan'ın her iki alan üzerinde üstünlüğü daha da artırılabilir. Bu fırsatı ve potansiyeli etkin bir şekilde kullanarak

Azerbaycan, bölgedeki ve ayrıca dünyadaki diğer ülkelerde 2025 yılına kadar cazip turistik yerlerden biri haline gelecek. 2025 yılından sonraki döneme ilişkin perspektif ise Azerbaycan'ı dünyada turistlerin en çok tercih verdikleri 20 turizm mekanından birine çevirmek, mevcut turizm kaynaklarının verimli kullanılması performansının maksimuma ulaştırılmasını sağlamaktır. Artan hava trafiği ve bu hedeflere ulaşmak için erişilebilirlik, çoklu turizm türleri boyunca fiziksel ve sosyal altyapı, vb. İyileştirme, uluslararası arenada yerel değerlerin başarılı bir şekilde tanıtımı çok önemlidir. Doğrudan yabancı yatırım desteği ile turizm sektöründeki küçük ve orta ölçekli işletmeler bu büyümenin ardındaki itici güç olacaktır. Gelişim süreçleri çevresel kararlılık ilkelerine dayanarak, Azerbaycan'da köylerin ve bir bütün olarak, bölgelerin gelişiminin önemli bileşeni çevriləcəkdir. Bu sektör üzere uzun vadeli perspektife ulaşmak amacıyla 2020 yılına kadar olan dönem için ülke genelinde turizm sektöründe dört ana hedef belirlenmiştir.

İlk amaç Bakü'nün turizm potansiyelini tamamen kullanmaktır. Şu anda Bakü, çok sayıda yabancı turist çeken, iyi gelişmiş bir altyapıya sahiptir. Bu yönde belirlenen dört öncelik, Azerbaycan'ın bu perspektife ulaşmasını sağlayacaktır. Potansiyelden daha verimli kullanmak amacıyla özel yönetim mekanizmasının oluşturulması, farkındalık daha da artırılması, turist servisi paketlerinin güncellenmesi, çeşitli turizm faaliyetlerin etkin tanıtım ve turizm altyapısının amaçlı geliştirilmesi öngörülmüyor.

İkinci hedef ulusal düzeyde daha iyi yönetimin düzenlenmesi, turizm ve rekreasyon bölgelerinin oluşturulması, mövsümiyin kaldırmak için bölgesel düzeyde turizm altyapısının geliştirilmesi, hava ilişkilerinin

iyileştirilmesi, vize işlemlerinin basitleştirilmesi de dahil olmak üzere, turizm sektörünün gelişmesi için ülkede elverişli ortamın oluşturmaktır.

Üçüncü hedef, Azerbaycan'da turizmi geliştirmek için bölgesel turizm inisiyatifleri geliştirmektir. Daha iyi entegre turizm sektörü elde etmek için, sağlık, kış ve ekoturizm gibi turizmi geliştirmek için yatırım yapılacaktır.

Dördüncü hedef turizmde eğitim programlarına yatırım yapmak ve turistlerin memnuniyetini artırmak için standardizasyon ve belgelendirme sistemini geliştirmektir. 2020 yılına kadar olan dönem için belirlenen hedeflerin gerçekleşmesi sonucunda Azerbaycan'da 2020 yılında reel GSYİH'nın doğrudan 293 milyon ve dolaylı 172 milyon manatadek artacağı, toplam 35 bin olmak üzere doğrudan turizm sektöründe 25 bin iş yerinin oluşturulacağı tahmin. Etkilerin uygulanması, kamu-özel kaynakları pahasına 350 milyon dolarlık yatırım gerektiriyor. Turizm sektöründeki başlıca girişimler, Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından koordine edilecektir (Strateji Yol Haritası,2016).

3.4. TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Azerbaycan bağımsızlığını kazandığında, cumhuriyetle yüzleşen ekonomik zorlukları çözümlen yollarından biri, petrol ve doğal gaz üretimini öncü bir kaynak olarak artırmaktı. Yabancı şirketlerin, ülkenin mali kaynaklarında nötr sanayinin gelişimine yatırım yapmaları çok önemliydi. Bakü petrolünü çıkarmak, işlemek ve taşımak için çok şey yapmışlar. Böylece, o zamanlarda, Azerbaycan petrolü yabancı şirketlere ve büyük yatırımcılara büyük fayda sağlamıştır. Azerbaycan'da çok para kazanan büyük girişimciler var. O zaman, Azerbaycan petrol

endüstrisinin gelişimi, genel olarak Azerbaycan'ın sosyo-ekonomik gelişimine büyük bir ivme kazandırdı. Azerbaycan'ın başkenti Bakü, büyük bir sanayi şehri haline geldi ve Rus İmparatorluğu topraklarındaki en büyük sanayi merkezlerinden biriydi. Petrol endüstrisinin Azerbaycan'da petrol dışı sektörlerin oluşumuna katılım düzeyi de büyüktür. Petrol endüstrisinin üretim ve sosyal altyapısının genişlemesi, ülkedeki makine, inşaat, kimya, ilaç ve diğer birçok alanın oluşumuna katkıda bulunmuştur (İsayev,2008:95)

Doğrudur ki, cumhuriyet petrol üretimi, petrol ürünlerinden çok yüksek gelir almak olanaklarına sahiptir. Fakat petrol zengini olan ülkelerin (Suudi Arabistan, BAE, Kuveyt ve b.) tecrübesinden bilinmektedir ki, petrolden elde edilen gelir hesabına hizmet alanlarının, özellikle, turizmin gelişmesi bu alandan yüksek gelir elde etmekle ülke ekonomisinde önemli yer tutmaktadır.

Azerbaycan'da da turizmin gelişimi büyük oranda oluşum psikolojisine bağlıdır. Yabancı turistlerin kullanılması için turizmin gelişimi ve tahmini daha pratik ve hızlı bir dönüşüm modelidir, ancak halkın turizme hazırlanması ve durumunun iyileştirilmesi nüfusun yaygınlaştırılmasıyla başarılabilir. Halkın sağlığına olan talep, cumhuriyette yaşayanların ve cumhuriyete gelenlerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmektedir. Turizmin Azerbaycan Cumhuriyeti halkı için genişlemesi, nüfusun istihdamı, onların maddi refahı ve sosyal-demografik yapısı ile ülkede çalışan yabancı vatandaşların toplam sayısı, yaşam tarzına uygun turist öğelerinin seçilmesiyle uygundur. Cumhuriyetteki turizmin spesifik özellikleri, ülkedeki doğal kaynakların ekonomi cirosuna katılım derecesi ve onun pazar yapısını değiştirme, ayrıca geleneksel turizm endüstrisinin, ulusal değerler için mimari,

eğlence ve kültür tesislerinin doğu sistemi ile Avrupa'da kurulan ulusal maliyetler ve hizmet ve kamu yiyecek içecek işletmeleri mevcut durum ve olasılıkla ilgili olarak derinleşiyor. Bu nedenle, yeni sergiler, geleneksel tiyatro, kültür ve sanat eserlerinin mirası, konut ve inşaat koşullarının yüksek standartları ve turist tadının değişmesi, onu gelişimi için psikolojik bir faktör haline getirmektedir (Alirzayev,2010:248)

2005-2015 veri tabanına göre, gayri safi milli gelir içindeki GSYH'deki değişim yıllar içinde turizm turizminin yarattığı GSYİH' ya oranla 0.705'e denk gelmektedir. Eğer bu faktörün katsayısı 1'in altındaysa, göstergeler arasındaki ilişkinin elastik olmadığı, yıllar boyunca alınan esneklik katsayısının yüksek dinamiği, alanın tatmin edici gelişimini göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, 2005-2015 döneminde turizm sektöründe GSYİH büyümesinin, GSYİH' da ki % 1'lik artışla% 0.705 oranında arttığını göstermektedir. Dolayısıyla, 2005 yılına kıyasla, petrol dışı sektörde turizmin payı 2015 yılında% 2,4'ten% 6,9'a yükseldi (DSK ,2015 :220).

Ekonomik kalkınmada başarı, yaşam standartlarının artması ve nüfusun geliri, işsizliğin azaltılması, yeni yatırım projelerinin hazırlanması, ülkenin imajı ve turistlerin turizm amaçlı ilgisi için elverişli koşullar yaratmaktadır. Turist hizmetleri için hızla artan talebin, 2014 yılında toplam nüfusta 2010 yılına göre istihdamda% 6,3'lük bir artışa yol açtığı belirtilmelidir. Nüfusun iktisadi faaliyet düzeyi% 5,5 artarak 4840,7 bin kişiye ulaştı. Toplamda istihdam dinamikleri 273,8 bin kişiye ulaştı. 2010'dan 2014'e kadar işsizlerin sayısı 20,5 bin azaldı ve 257,8 bin kişiye ulaştı. Turizm sektörü de dahil olmak üzere petrol dışı sektörün ülke ekonomisinin gelişimindeki büyümesi, nüfusun ekonomik faaliyetini de etkilemiştir. Turizmin sektör açısından en yükseklerden

biri olduğu bilinmektedir. 2015 yılında toplam aktif ekonomik nüfus sayısında istihdam edilen kişi sayısı 4671.600 kişidir. Kiralanan işçilerin sayısı devlet sektöründe 874.400 ve devlet dışı sektörde 621.400 kişi olmak üzere 1495.800 kişiydi. Aynı zamanda, petrol sektöründe 35.2 bin, petrol dışı sektörde ise 1460.6 bin kişi istihdam edilmektedir. Gıda dışı sektörde turizm sektöründe istihdam edilen çalışan sayısı 2009 yılında 36.103 iken, 2015 yılında 49.449 kişi olmuştur (Bilalov, 2015 :496).

Öte yandan turizm sektöründe genel geçişin hacmine etkileyecek alanlara dikkat edersek görebiliriz ki, inşaat faaliyetinde son ürünün hacminde yaşanan% 10 artış turizmde 0,7%, balık ve diğer balıkçılık faaliyetinde son ürünün hacminde yaşanan% 10 artış turizmde 0,1% petrol ve gaz sektöründe nihai üründe% 10, turizmde% 0,8, ticaret sektöründe nihai üründe% 10, turizmde% 0,8, devlet yönetiminde nihai üründe% 10 artış, sağlık sektöründe nihai üründe% 10'luk bir artış, turizmde% 0,2'lik bir artışa ve eğitim faaliyetlerindeki nihai ürün hacminde% 10'luk bir artışa yol açacak ve turizmde% 0,7'lik bir artışa yol açacaktır (Mirzeyev, 2016:110).

Turizm alanına sermayenin değişmesine diğer ekonomik alanların son ürünlerinin değişmesi açısından bakıldığında böyle bir sonuca varabiliriz, turizmde sermayeye katkıları teşvik yaratan en önde gelen yedi alan: ticaret hizmetleri, inşaat, maden çıkarma, ulaşım, kamu yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal sigorta alanında hizmetler ve işleme sanayisidir. Öyle ki, ticaret hizmetlerinde son ürünün% 10 değişmesi turizmde 0,96%, inşaat alanında son ürünün% 10 değişmesi turizmde 0,68%, maden çıkartma endüstrisinde son ürünün artan her% 10'u turizmde 0,45%, ulaşım sektöründe son ürünün artan her % 10'u

turizmde 0,4%, devlet yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal sigorta alanında hizmetlerin son ürününün artan% 10 turizmde 0,39% ve işleme endüstrisinde son ürününün artan% 10 turizmde 0,31% sermaye yatırımlarının artışına neden olacaktır (DSK , 2015: 282).

Bakü'de ve hem de bölgelerde konaklama işletmelerinde yerlerin sayısı 2003 yılından sonra artmaya başlamıştır. Öyle ki, 2006 yılında yerleştirme kurumlarının sayısı 285, numaralar sayı 11403, odalar üzere tek kapasite yerleri 24706 olmuşsa, Tablo:5 deki gibi bu rakam 2014 yılında yerleştirme tesisleri 535, numaralar sayı 17363, odalar üzere tek kapasite yerleri 35652 ulaştı (Bilalov, 2015 :496).Azerbaycan'da son 12 yılda yaklaşık 300 otel inşa edilmiştir. Artık dünya standartlarında tatil yerlerimiz var. Shahdag, Naftalan, Gabala International Resort Center , Galaalti tedavi tesisi, Duzdag Resort Nahçıvan' da kuruldu. Yerleşim tesislerinin çoğu, Guba-Khachmaz, Gence-Gazakh, Lankaran bölgelerinde, turizmin gelişmesi için uygun görülmüştür. Bölgelerdeki konaklama tesislerinin sayısındaki artışın, rekreasyon alanlarının genişletilmesiyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Böylece, Guba-Khachmaz'daki mevcut konaklama tesislerinin% 78'i, Gence-Gazakh'da% 63, Lankaran% 74, Shaki-Zagatala'da% 80, rekreasyon merkezleri ve kamp alanlarının payına düşüyor. Büyük yerleşim yerlerinde misafir evleri ve bölgelerdeki bölgesel merkezleri kısa bir süreliğine bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı vatandaşlar tarafından kullanıyor (DSK, 2015: 835).

Tablo 5. Otel Sayısı, Otel Tipi İşletmeler (Birim)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
499.0	508.0	514.0	530.0	535.0	536.0	548.0

Kaynak :ARDSK

Konut konaklama tesislerinin kullanımından elde edilen gelirler, diğer ekonomik sektörlerle göre daha düşük olmakla birlikte, bu alanda son gelişmeler görülmektedir (Caferi, 2013:5-24). Böylelikle, 2015 yılında ülkede faaliyet gösteren konut tesislerinin işletilmesinden elde edilen gelirlere dikkat edilirken, bu rakamın% 1.2'sinin devlete ait,% 73.3'ünün özel,% 11,9'unun 183.055 milyon manat olduğunu görebiliyoruz ve ortak konaklama biriminin payı% 13,6'dır (DSK,2015).

Tablo:6 da görüleceği üzere, 2015 yılında konaklama işletmelerinde satışlardan elde edilen gelirler 117,08 milyon manat ve ya 65% oluşturmaktadır. Ayrıca, 43.0 milyon manat (% 24) gıda satışı, sağlık hizmetleri için 2.4 milyon manat (% 10) ve diğer hizmetler için 18,6 milyon manat (% 1) olmuştur

Tablo 6 :Otel ve otel tipli işletmelerinden elde edilen gelir

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
105888.8	114686.1	153980.9	171255.9	181047.3	183055.1	240112.6

Kaynak:ARDSK

Azerbaycan'da turizm hizmetlerinin coğrafyası büyüktür. Bu bağlamda, yabancı uyruklu vatandaşların ülkeye turizm hizmetleri için gelmesi büyük ekonomik öneme sahiptir. Yabancı turistlerin% 33,3'ü eğlence ve eğlence,% 31,5'i iş ve ticaret,% 1,8'i tedavi,% 0,6'ı dini,% 27'si akrabaları, arkadaşları ve %5.8'i ziyaret etmiştir. % -i diğer turizm maksadıyla ülkeye yolculuk etmiştir. Analiz gösteriyor ki, 2015 yılında ülkede 11040,6 bin konaklama geçirilmiştir. Yolcuların% 49,8'i Bakü, % 9,6'sı Guba-Khaçmaz, % 5.1'i Aran, % 14.6'sı Ganja-Gazakh, % 5.1'i Lenkeran ,% 2.2 -i Şeki-Zaqatala, 6,5% -i Nahçıvan, 3,1% -i Abşeron, 4% -i diğer iktisadi ilçelerde geçirmişdirler (Hüseyin, 2015:66).

Tablo 7: Ziyaretlerin Amaçları Üzere Dağılımı

Azerbaycan'a Gelen Yabancıların Ve Vatandaşlığı Olmayan Kişilerin Sayı- Toplamı (Bin Kişi)	2508. 9	2297. 8	2006. 2	2248. 8
Seyahat Amaçları (Bin Kişi):				
Turizm Amaçlı (Bin Kişi)	2129. 5	2159. 7	1921. 9	2044. 7
Rekreasyon, Eğlence Turizmi (Bin Kişi)	705.2	709.9	668.8	697.1
İş Turizmi (Bin Kişi)	648.9	670.5	632.3	691.7
Tedavi Turizmi (Bin Kişi).	46.2	46.3	36.5	41.5
Dini Turizm (Bin Kişi)	13.5	13.9	11.5	12.6
Diğer Turizm Amaçlı (Bin Kişi)	715.5	719.3	572.8	392.8
Diğer Amaçla (Bin Kişi)	379.4	138.1	84.3	204.1
Yurtdışına Giden Azerbaycan Vatandaşlarının Sayısı - Toplam (Bin)	4284. 7	4244. 3	4095. 8	4281. 8
Seyahat Amaçları (Bin Kişi):				
Turizm Amaçlı (Bin Kişi)	3306. 7	3319. 4	3256. 2	3592. 1
Rekreasyon, Eğlence Turizmi (Bin Kişi)	1053. 9	1014. 6	1045. 2	1096. 1
İş Turizmi (Bin Kişi)	1290. 9	1277. 8	1185. 3	1371. 6
Tedavi Turizmi (Bin Kişi).	169	169.8	140	192.7
Dini Turizm (Bin Kişi)	82.5	117.8	133.5	127.1
Diğer Turizm Amaçlı (Bin Kişi)	710.4	739.4	752.2	190.7
Diğer Amaçla (Bin Kişi)	978	924.9	839.6	689.8

Kaynak: ARDSK

Tablo 7'deki istatistikleri ele almak gerekirse ÷lkemize gelen turistlerin en çok dinlenme ve eylene me amacıyla geldikleri gör÷lmektedir. İş turizmi bakımından da gelenlerin sayı artmaktadır.

Azerbaycan turizm pazarında en önemli faktörlerden biri de taşımacılık hizmetleri ile pazarın sağlanmasıdır. Turizm, araba, deniz, demiryolu, nehir ve hava taşımacılığı hizmetleri kullanılmaktadır. Bu, bu alanda en çok kullanılan arabadır. Azerbaycan'daki tüm yollar dünya standartlarına uymuyor. Bu öncelikle katı kaplama yolların az olmasında, yolların kenarında altyapının zayıf, birçok durumda ise olmamasında kendini gösteriyor. Azerbaycan'ın tatil merkezlerini başkentle bağlayan önemli otoyollar şöyledir:

Bakü-Sumgayıt-Şabran-Khachmaz;

Bakı-Siyezen-Meşrif-Qalaalti;

Baku-Alat-Yevlakh-Gence-Kazak;

Bakü-Şamaxı- Ağsu-İsmayılı-Göyçay;

Bakü-Yevlakh-Gence-Kazak;

Bakü-Yevlakh-Şuşa;

Bakü-Salyan-Astara ve diğerleri. Hazar Denizi de turizm ve gezi hizmetlerinde rol oynar. Bakü-Türkmenbaşı limanları arasında yolcu taşımacılığı yılda 25-30 bin kişidir. Öte yandan Bakü ve Neft Dashlan arasındaki yaz aylarında deniz gezileri de sunulmaktadır. Şu anda Bakü - Astara limanları arasında uluslararası geziler düzenlemek için bir proje hazırlandı. Turlar büyüdükçe hava trafiğinin önemi artar. Azerbaycan'ın turizm ürünü ağırlıklı olarak hava taşımacılığı ile uluslararası pazara

yöneliktir. Bakü - havaalanının uluslararası bir statüsü var. Modern ekipmanlarla donatılmış Bakü Havaalanı, Azerbaycan'ın turizm de dahil olmak üzere birçok ülkeyle olan uluslararası ilişkilerini genişletmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Soltanov ,2015:112-113).

Tablo 8. Ulaştırma Türlerine Göre Hizmet Gösterilmiş Turistlerin Azerbaycan ve Yabancı Vatandaşlar Üzere Sayısı

	2014	2015	2016
Hizmet Gösterilmiş Vatandaşların Sayısı	92.305	61.965	53.999
Azerbaycan Vatandaşları	81.858	59.956	45.050
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	10.447	2.009	8.949
Otobüs	13.529	12.248	8.979
Azerbaycan Vatandaşları	13.434	12.238	8.979
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	95	10	-
Demir Yolu	57	-	430
Azerbaycan Vatandaşları	-	-	430
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	57	-	-
Hava Taşımacılığı	70.272	41.495	35.753
Azerbaycan Vatandaşları	59.977	39.519	27.079
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	10.295	1.976	8.674
Su Taşıma	58	20	-

Azerbaycan Vatandaşları	58	-	-
Küçük Arabalar	7.782	8.202	8.596
Azerbaycan Vatandaşları	7.782	8.199	8.501
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	-	3	95
Çeşitli Ulaşım Türleri, Diğer Ulaşım Türleri	-	-	166
Azerbaycan Vatandaşları	-	-	31
Diğer Ülkelerin Vatandaşları	-	-	135
Diğer Ulaşım Türleri	607	-	75
Azerbaycan Vatandaşları	607	-	75

Kaynak :ARDSK

Ulaştırma türlerine göre de en çok kullanılan araçlar otobüs ve hava taşımacılığıdır. Küçük arabalarla seyahat giderek artmaktadır(Tablo 8)

Azerbaycan'da turizmin gelişmesi alanında öne sürülen temel amaçlar yeterince geniştir: turizm kaynaklarının öğrenilmesi, geliştirilmesi, turist talebinin karşılanması için gerekli hizmetlerin düzenlenmesi ve modern standartlara uyarlanması, sanatoryum-tatil imkanlarının genişletilmesi, oteller ve diğer turizm tesislerinin sayısının artırılması, turizm yollarının çoğaltılması vb. Kısacası, tüm bunlar turizmi ülkenin ekonomisinin en sürdürülebilir, etkili ve rekabetçi sektörüne dönüştürmekle ilgilidir (Soltanova, 2015:433).

SONUÇ

Turizm, bir bütün olarak toplumun mikro ve makro düzeylerde bir gelir kaynağı göstergesidir. Böylece turizm, ülkenin (bölge) ekonomisine, ekonomik, sosyal ve insani temellerine olan etkilerine katkıda bulunur. Turizmin gelişmesinde genel ekonomik, teknik ve sosyal başarıların doğrudan etkisi vardır. Bu alan emek-yoğun sektör olduğundan, ülkede ek iş yerlerinin açılmasında önemli bir rol oynar, altyapı, yerli sanayinin geliştirilmesine ortam hazırlar, konaklama işletmelerinin yapımını hızlandırır.

İstatistiksel analiz temelli tahminler, turizmin ekonomideki ağırlığının önemli olduğunu göstermektedir. Bu sektör, aynı zamanda, sosyal ekonomik kalkınmanın ana itici gücü olarak, dünyanın birçok ülkesinin ulusal ekonomik önceliği olarak kabul edilmektedir. Genel olarak turizmin etkisi üç ana kategoriye ayrılır.

İlk olarak, turizm alt sektörlerinin GSYİH üzerindeki etkisi, hava taşımacılığı, oteller, araç kiralama şirketleri ve diğer sektörlerin etkisi de turizmin önemini artırmaktadır. Turizm sektörünün doğrudan ve dolaylı etkilerinden ayrı olarak, hizmetler, inşaat ve imalat sektörlerini kapsayan ve bunlarla GSYH'yi artıran, dolaylı etki de söz konusudur. Ayrıca, turizm sektörü aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler ve geçiş ülkeleri için döviz girdilerinin ana sağlayıcısıdır.

İkincisi, turizm sektörünün gelişimi bölgelerin istihdamını ve sosyo-ekonomik gelişimini etkilemektedir. Bu nedenle, bu sektördeki herhangi bir gelişme sadece şehirlerde değil, ekoturizm, kırsal turizm, plaj ve dini turizm gibi çok sayıda turizm türünün geliştirilmesi yoluyla kırsal ve kırsal alanlarda da istihdam olanaklarını teşvik etmektedir.

Üçüncüsü, turizmin gelişmesi, kırsal altyapı dahil olmak üzere farklı bölgelerde altyapıların gelişmesine ve ülkede güçlü bir altyapıya neden olmaktadır. Ek olarak, başarılı bir turizm stratejisi ülkenin imajını uluslararası olarak tanıtıyor, turizm ayrıca ülkeler için bir pazarlama aracı işlevi görüyor. Son olarak turizm sektörü, çevresel sürdürülebilirlik, kültürel miras, yerel değerlerin korunması ve geliştirilmesi yönündeki çabaları desteklemektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün (2020) tahminlerine göre, turist sayısı 2 trilyon dolar gelirle 1,6 milyara ulaşacak. Azerbaycan Cumhuriyeti yüksek turist potansiyelinin olmasına rağmen, dünya turist pazarında büyük paya sahip değildir. 2016 yılında dış ülkelere Azerbaycan'a gelen yabancı vatandaşların sayısı 8.949 bin kişi, onlardan ise 2044.7 bin kişiyi (65,8 faiz) turizm amacıyla gelmiştir. Gelenlerin geri kalanı Azerbaycan'ı çeşitli amaçlarla ziyaret etmiştir: iş turizmi (% 15,5), kişisel ziyaretler (%16,7), diğer amaçlar (%2). Yabancı ülkelere giden Azerbaycan vatandaşlarının sayısı ise 45.050 bin kişi olmuştur. İstatistiklerden görüldüğü gibi, Azerbaycan'dan giden turist sayısı gelme turistlerin sayısından yaklaşık 5 defa çoktur. 2016 yılında turizm gelirlerinde ise 240112.6 manat, buda 2010 yılı (105888.8) ile karşılaştırıldığında 2 defa fazla olduğu görülmektedir. Konaklama bakımından ülkede yaklaşık 548 konaklama işletmeleri vardır ki, buda son 5 yıla karşılaştırıldığında 40 işletmenin arttığını göstermektedir. Ulaştırma da 2016 istatistik bilgilerine göre ülkemizde küçük arabalarla seyahat edenlerin sayı git gide çoğalıyor.

Son analizlerin sonucu gösteriyor ki, Azerbaycan'ın turizm sektörü, genel olarak, yükseliş dönemini yaşıyor. 2010-2015 yılları arasında Azerbaycan'da turizm tesislerinin sayısında ortalama yılda %4,5

oranında, turizm alanında istihdam seviyesinde yılda % 6, turizm amacıyla gelen yabancı ülke vatandaşlarının sayısında ise % 8,5 oranında artış olmuştur. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi verilerine göre, Azerbaycan'da turizm sektörü doğrudan GSYİH'nın %2,8 istihdamın ise %2,6 oranını teşkil etmektedir ki, bu da dünyada ortalama yüzde %3 oranında doğrudan GSYİH ve% 3,6 oranında doğrudan istihdam göstergelerine cüzi farklıdır. Bu gelecekteki gelişim için bir ipucu anlamına gelir.

Turizm altyapısının geliştirilmesi, uluslararası standartlara uygun turizm hizmetlerinin kapsamının genişletilmesi, sektörün rekabet gücünün artırılması ve GSYH içindeki payının artırılması için önlemler öngörülmektedir. Turizm mevzuatının ve standartlarının iyileştirilmesi için Hazar Denizi'nin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılması için gerekli önlemler alınacak, bölgelerdeki turizm faaliyetleri geliştirilecek, bilişim güçlenecek, ulusal, tarihi ve kültürel, sosyo-ekonomik ve doğal özellikler göz önünde bulundurularak turizm faaliyetleri ve ilgili turizm rotaları oluşturularak farklı türler teşvik edilecektir.

KAYNAKÇA

HALL, C.M., HIGHAM, J, (2005), Introduction: Tourism, Recreation and Climate Change, Channel View Publications, Great Britain.

DEMİRHAN, Gıyasettin, (1992), Dağcılıkta Spor – Turizm – Çevre İlişkisi, Anatolia Aylık Turizm ve Kültür Sanat Dergisi, 3 (3), 26.

UDSON, Simon, (2003), Sport and Adventure Tourism, , The Haworth Hospitality Press, New York.

EVLİYAOĞLU, Sait (1989), Genel Turizm Bilgileri, Ankara: Beta Basım Yayın

HAZAR, Atila (2007), Spor ve Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara

ASAF KOÇMAN Ve Diğerleri, Azerbaycan Coğrafyası, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, No:78. İzmir, 1994, S. 53.

EMİNOV ZAKİR (2002) Azerbaycan'ın Fiziki Ve İktisadi Coğrafyası, Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnstitutu Neşriyatı, Baki, 2002, S. 103

BUDAGOV B. VE APOYEV. E. (2005) Azerbaycan Respublikası'nın Coğrafyası, Maarif Neşriyatı, Baki, S. 92

ÖZEY (1999) Dünya Platformunda Türk Dünyası, Öz Eğitim Yayınları, İstanbul, , S. 45

MEMMEDOV Cabir , REHİMOV Sabir(2009)Turizm ve Onunla Elageli Sahelerde İşledilen Termin ve Anlayışların İzahlı Lüğeti, Ganun Neşriyatı, Baki, , S. 78

MESEDİAĞA, Sakine, (2007), Hazar Denizi Ve Adalarının Turizm Amaçlı Kullanımı, Kafkas Üniversitesi Y. Mayıs

AZAMEDOV S. (2015)"Sheki-Zagatala bölgesinin çağdaş sosyo-ekonomik gelişimi ana yol tarifi "Tafakkul Dergisi, № 1 (7),2015 , s.105

ALİYEV, Ali, (1981), Ahlaki kültür ve din Baki, Azerneshr.

Azerbaycan Turizm Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.mct.gov.az, erişim tarihi: 03.02.2017.

Cheng-Yue Yin, Patrick Poon, (2016). "The impact of other group members on tourists' travel experiences: A study of domestic package tours in China", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 28 Issue: 3, pp.640-658. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2014-0340>.

Demunter, Christophe. Dimitrakopoulou, Chryssanthi. (2011). Industry, trade and services Population and social conditions, Eurostat EuropeanCommission, http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ontit/documenti/files/ONT_2011-09-28_02721.pdf erişim tarihi: 07.02.2017.

Eijgelaar, Eke. Peeters, Paul. Piket, Pieter. (2008). Domestic and International Tourism in a Globalized World, India, erişim tarihi: 03.02.2017.

http://www.tourismmaster.com/theses/Domestic_and_International_Tourism_in_a_Globalized_World.PDF. Erdoğan, H. (1995), Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.

Çeken H, Dalgın T, Karadağ L, (2009), Küreselleşme ve Uluslar arası Turizm Arasındaki İlişki, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,(İLKE) Bahar 2009 Sayı 2

USTA, Ö. (1988) Turizm. Sümbül Basımevi, İstanbul

WEISS, L. ve HOBSON, J. M. (1999) Devletler ve Ekonomik Kalkınma. Çev: Harlow, Essex CMZO, İngiltere

WORLD BANK (2007) World Development Indicators. YOUELL, R. (1998) Tourism: an introduction. Great Britain: Longman, 253, [1] p. (LAS-3).

YAĞCI, Ö. (2003) Turizm Ekonomisi. Ankara, Detay Yayıncılık

YEGANLI, S., HACIYEV, E. (2006) Turizm. "Tehsil", Bakü

World Tourism Organization (UNWTO), 2017. UNWTO Annual Report 2016.

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf

Akın ĞLKĞN, M. Zeki DĞNÇER (1991), Ekonomik ve Sosyal Sorunlar- Çözüm Önerileri Dizisi, TOBB Yayın No:217, Ankara.

Azize TUNÇ, Firuzan SAÇ (1998), Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği, Detay Yayıncılık. Cevdet AVCIKURT (2003), Turizm Sosyolojisi, Turist Yerel Halk Etkileşimi, Detay Yayınları, Balıkesir. François VELLAS, Lionel BECHEREL (1995), International Tourism, MacMillan Business, London.

Harun ERDOĞAN (1996), Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm, Bursa. Hasan OLALI, Alp TĞMUR (1988), Turizm Ekonomisi, Ğzmir, Ofis Ticaret Matbaacılık

AKAlizayev "Turizm ve ekonomi yönetimi" - Bakü-2010. İktisat Üniversite "Yayınevi.

Bilalov, B.A., ÇGGulalyev - "Turizm Temelleri" - Bakü-2015

"Azerbaycan'da Turizm Gelişimi Sorunları" - F.I.Gurbanov, Bakü-2007

Adiloğlu yayınevi.

Soltanova (2007)"Turizmin Temelleri" - H.B. ve Huseynova Sh.H. Bakü

Turizm İşletmeciliği - Bilalov BE Bakü-2005 Yayınevi.

Azerbaycan Hava ve Ekstrem Sporlar Federasyonu

// // www.fairex.az (elektron kaynağı).

"Turizm Yönetmeliği Yönetmeliği", Bilalov BB, Bakü-2006,

Bağlı yayınevi, 280 s.

Zeynalli Y.Q. "Azerbaycan'da turizm sistemi yönetimi ve yönetimi ekonomik ve coğrafi problemler "Bakü, Tuna, 1999.

.Rahimov S.H. Turizm - gezi çalışmasının organizasyonu. Bakü, "Çevirmenler", 2004.

Cotler F. "Pazarlamanın Temelleri". Bakü, "Ergun", 1993.

İsmailov CH, Zeynalova KZ "Kümelenme kavramı ve bölgesel gelişimi Azerbaycan'da "Aliyev" ve "coğrafyanın gelişimi" konulu uluslararası konferansın önemi Malzeme 2013 (ss. 80-82)

Nabiev NA Ekonomi, toplum ve ekolojik çevre. Bakü, 2000.

Hüseynov Ilgar, Efendiyeva Nigar, "Turizm Temelleri" -Baki-2007

Azar VI Ekonomi ve organizasyon turizmi. M. "Ekonomi", 1993.

Aizenberg Yönetim Reklamcılığı. M., 1993.

Bobе LK , Аренс Ф .И. Modern macera.

Host ve turizm işletmesi. "Tandem", 1998.