

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

LİSANS BİTİRME TEZİ

Yerel halkın turizme bakış açisi: Bakü örneği

Hazırlayan
Elvin İsmayilli
1417.03017

BAKÜ-2018

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

LİSANS BİTİRME TEZİ

YEREL HALKIN TURİZME BAKIŞ AÇISI: BAKÜ ÖRNEĞİ

Hazırlayan

Elvin İSMAYILLI

1417.03017

Danışman

Öğr.Gör. Mahire EHMEDOVA

BAKÜ-2018

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə

TƏSDİQ EDİRƏM

“ _____ ” _____ 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

**“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin Turizm və Otelçilik ixtisası
üzrə**

təhsil alan tələbəsi

**Elvin Elçin oğlu İsmayılı
(adı, soyadı, atasının adı)**

Diplom işinin rəhbəri

**Öğr.Gör. Mahire EHMEDOVA TAHİR
(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)**

1. İşin mövzusu Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı; Bakü 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, Ek 1

4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar

ADİK, (2006). “Azerbaycan’ın İstatistik Göstəricileri”, Statistikal Yearbook of Azerbaijan, Seda Basımevi, Baki.

AĞAKERİMOV, Malik (2006). ve S.Baba-Zade. Ekskursiya ve Ekskursiya Rehberi, Oskar Basımevi, Baki.

AHMEDOV, Azer (2010). Mejdunarodnıy Turizm, Seda Basımevi, Baki.

ALLAHVERDİYEV, Nail (2004). Azerbaycan Respublikasının İktisadi ve Sosial Coğrafiyası, Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafiya İnstitutu Basımevi, Baki.

ASAF, Kahramanov (1994). “Azerbaycan Coğrafiyası”, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, Cilt; 78, s. 53.

AYSEL, Allahverdiyeva (2009). Köy Turizmi, ATİ, Seda Basımevi, Baki, 2007.

Azerbaycan Gazetesi, Cilt; 4, Sayı; 5, s. 5-6.

CAVADOV, Ruslan (2005). Gence Şehrinde Dini Turizmin İnkişaf Perspektivleri, Teknik Üniversitesi, Gence.

DTÖ (2001), “İnternational Tourist Arrival by Country of Destination”, http://www.photius.com/rankings/tourism_2001.pdf.

EMİNOV, Zakir (2002). Azərbaycan'ın Fiziki ve İktisadi Coğrafiyası, Azərbaycan Elmler Akademiyası Coğrafiya İnstitutu Basımevi, Baki.

GOKSAN, Ergün (2001). Turizmoloji, Ugur Ofset Matbaası, Izmir, 1978.

GSTB, “Azərbaycan' ın Turizm Sazişleri”, Turizm Yenilikleri Gazetesi, Sayı 01(44) (6411).

NURİYEV, Famil (2005). “Azərbaycan Böyük Turizm Potansiyalına Malikdir”, Ülfet Gazetesi, Cilt 7, Sayı 1, s.4.

OLALI, Hasan ve Timur, Alp (1999). Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, Izmir,1988. Özey R. “Dünya Platformunda Türk Dünyası”, Öz Eğitim Yayınları, İstanbul.

RAHİMOV, Saleh (2004). Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkilı, Maarif Basımevi, Baki.

SALMANOV, Akif (2001). “Büyük İpek Yolunun Azərbaycan'da Turizmin İnkişafındaki Rölü ve Neft Siyaseti İle Alakası”, Azərbaycan'da İktisadi İslahatların Hayata Geçirilmesi Hüsüsıyetleri ve Problemleri, Elmi Eserler Toplusı, I. Cilt. Düzenleyen Azərbaycan Respublikası İktisadiyat Nazirliyi-İktisadi İslahatlar Merkezi, Baki.

5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, çertyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 7 cədvəl

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

m. Gülnar Mirzayeva İsmayıl

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı;

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

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

Buraxılış işinin rəhbəri _____
imza

Məsləhətçi _____
imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim _____
(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “ _____ ” _____ 2018-ci il

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

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

\

BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI

ÖZET

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

- 1.1. TURİZM KAVRAMI VE ONUN TARİHİ GELİŞİMİ
- 1.2. TURİZMİN ÖNEMİ, ÖZELLİKLERİ VE ÇEŞİTLERİ
- 1.3. YEREL HALKIN TURİZME TUTUMU İLE İLGİLİ
MODELLERİ

İKİNCİ BÖLÜM

- 2.1. AZERBAYCAN TURİZM TARİHİ
- 2.2. AZERBAYCAN TURİZM POTANSİYELİ VE ARZ
KAYNAKLARI

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

- a. ARAŞTIRMANIN AMACI
- b. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

SONUC VE ÖNERİLER

KAYNAKLAR

EK 1

ÖZET

Bu araştırmada Azerbaycan turizminin gemişden bugünümüze kadar geçtiği yol ele alınarak incelenmiş ve turizm gelişimini sağlanması için yapılabilinecek işler analiz edilmiştir. Özellikle de Azerbaycanın turizm açısından en potensiyelli bölgesi olan Bakde turizm kaynakları incelenerek Baknn turizm gücünün ortaya konulmasına ve en esası bu gelişimin sağlanmasında büyük rol oynayan yerel halkın turizme bakış açısı incelenmeye çalışılmıştır. Söz konusu şehirin doğal güzellikleri, iklimi ve tarihi gelişim açısından ele alınırken, arz ve talebin geçmiş ve günümüzdeki durumun karşılaştırılması sonucunda irdelenmeye gidilmiştir. Araştırma verileri SPSS programı ile incelenmiştir.

Çalışma uzun yıllar boyunca turizmin merkezi şehirlerin birisinden yaşayan Baknn yerel halkı ve doğal çevresi üzerinde turizmin yaratabileceği doğal, ekonomik, Sosyo-kültürel etkileri, Bakü yerel halkının turizme bakış açısını, turizmin gelişiminden beklentilerini ve nasıl bir gelişim istediklerini anlamayı amaçlamıştır. Çalışma bulguları sonucunda turizmden gelen gelirin yerel halk tarafından önemli gelir kaynağı olarak kabllendiği ortaya çıkarılmıştır. Yerel halkın turizmin gelişmesine olumlu tutum sergilediğini ve ekonomik gelişmenin turizm yardımı ile yapılabileceğini söylemişlerdir.

Turizmin Bakü'ye getirebileceği ekonomik kazançlar insanların mutluluğuna etki etmemektedir ve insanlar için gelecekle ilgili ekonomik beklentiler daha önemlidir. Bakü halkı turizm sayesinde gelen işi ve gelir imkanlarının gelecekte de artarak devam etmesini istemektedir. Bu doğrultudaki diğer bulgular da, insanların

ekonomik kazançlar olmadığı müddetçe ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri de çok fazla önemsemediklerini göstermektedir. Bu nedenle de yerel halkın kültürel değerlerin, tarihi mirasın ve doğal varlıkların korunması konusunda bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler; Azerbaycan'da Turizm, Turistik Arz, Bakü şehri.

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	ix
İÇİNDEKİLER.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE GELİŞİMİ

1.1. TURİZM KAVRAMI	2
1.2. TURİZMİN GELİŞİMİ.....	4
1.2.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	4
1.2.2. Turizmin Dünyada Gelişimi	5
1.3. TURİZMİN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER	5
1.4. TURİZMİN ÖNEMİ	6
1.5. TURİZM SEKTÖRÜ	7
1.5.1. Turizm Sektörünün Özellikleri	7
1.6. TURİZM ÇEŞİTLERİ	8
1.8. YEREL HALKIN TURİZME TUTUMU İLE İLGİLİ MODELLER	9
1.8.1. Doxey'in Engellilik Endeksi Modeli.....	10
1.8.2. Butler'ın Turist Merkezi Süreç Modeli	10
1.8.3. Doğan'ın Model-Turizminin Etkilerine Karşı Sosyal Tepkiler .	11
1.9. YEREL HALK VE TURİST ARASINDAKİ İLİŞKİLER	13

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN TURİZM TARİHİ VE TURİZM POTANSİYELİ

2.1. AZERBAYCAN TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER	14
2.1.1. Azerbaycan'da Turizmin Tarihsel Gelişimi	14
2.1.2. Azerbaycan Turizminin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi	19
2.1.3. Azerbaycan'ın Turizm Arz Kaynaklar	21
2.1.3.1. Kültür Turizmi	21
2.1.3.2. Sağlık Turizmi.....	22
2.1.3.3. Dağ Ve Kış Turizmi	22
2.1.3.4. Spor Turizmi	23
2.1.3.5. İş Turizmi	23
2.1.3.6. Plaj Turizmi.....	23
2.1.3.7. Ekolojik Turizm	24
2.1.3.8. Av Turizmi	24
2.2. BÖLGE GELİŞİMİNDE YEREL HALKIN BEKLENTİLERİ.....	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BAKÜ HALKININ TURİZME BAKIŞ AÇILARINI ANLAMAYA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	26
3.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM.....	26
3.3. VERİ TOPLAMA ARACI.....	28
3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZİ	28
SONUÇ	37
KAYNAKÇA	38

EK 1.....	41
-----------	----

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Farklı Ülkelerden Bakünü Ziyaret Etmiş Turist Sayısı.....s.	27
Tablo 2: Örneklem Profiline Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı.....s.	28
Tablo 3: Kmo and bartlett's test.....s.	30
Tablo 4: Faktör Analizi.....s.	30
Tablo 5: T-tesi analizi.....s.	32
Tablo 6: ANOVA.....s.	34
Tablo 7: ANOVA.....s.	35

GİRİŞ

Günümüzde turizm tüm ülkeleri ilgilendiren sosyoekonomik açıdan çevresel bir olgu olan güncel bir konudur. Azerbaycan iklim koşulları ve doğal ve geçmiş tarihi açısından çok zengin turizm potansiyeline sahip ülkelerden birisidir. 1991 yılından başlayarak Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra elindeki doğal kaynakları satmakla ayakta durmuş diğer turizm gibi önemli sektörler için önem vermemiştir. Dolayısıyla bundan 30 yıl önceye kadar Sovetler Birliği içerisinde olan en zengin devletlerinden olmuş, lakin tesislerinden kamplarından, dinlenme destinasyonlarından yeterince kullanılamamış ve zamanla bunlar kullanılamaz bir duruma gelmiştir.

Dünyada turizmi ekonomilerinin gelişmesi için en esas faktör olarak gören bazı devletler çevresel ve doğasal unsurların zarara uğraması ihtimalini gözardı etmişlerdir. Bu araştırmada Bakü turizm potansiyelini ortaya koymakla yanaşı yerel halkın turizme bakış açısı öğrenilmeğe çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE GELİŞİMİ

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm ve seyahat tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu kabul edilmektedir. Gezegenin, seyahatin ve dinamik yönü oluşturan doğal aktivitelerle, bu fenomenin durağan yönünü oluşturan coğrafi etkenler, insanlar yeryüzünde yaşamaya başladıkları için her zaman var olmuştur (Erdoğan, 1995, s. 162). Her yıl, geçici seyahat ve kalacak yerlere yol açabilecek yerleşimler hariç milyonlarca insanı kapsayan turizm olgusunu meydana getiren bir dizi etken vardır. İnsanlar birçok nedenden ötürü turizm hareketine dahil olmuş gibi görünmektedir ve bu nedenleri etkileyen unsurların sabit kalması yanında, bu unsurların altında yatan sebepler, ekonomik, kültürel gelişmelere paralel olarak değişmektedir (Bayer, 1992, s. 1). Yer değiştirmenin amacını, içeriğini ve ekonomik aktivitesini göz önünde bulundurmadan seyahate katılan tüm turistler turizm seyahat tarihi olarak doğru bir fikir değildir. Aslında, turizm tarihinin seyahat tarihine dahil olmasına rağmen, farklı bir gelişim süreci izlemiştir (Erdoğan, 1995, s. 162).

İnsanlar, yaşadıkları çağlardan beri yiyecek ve içecek, avcılık ve basit ama yaşamları için gerekli olan şeyleri yapmak için yakın çevrelerine gittiklerini biliyorlardı. Deniz yoluyla ticaret yapan Fenikeliler, seyahat tarihinin ilk gezginleri olarak bilinse de, bu türden olan seyahatleri turizm gibi kabul etmek doğru değildir. Mısır, Yunan ve Roma uygarlıklarının özellikle parlak olduğu zamanlarında çeşitli turizm hareketleri yaşandı (Mısır piramitleri, olimpiyat oyunları, kaplıcalar ve sağlıklı su aktiviteleri). Bunlar arasında çeşitli tapınak ziyaretleri, kaplıcalar ve tedavi için şifalı sular, çeşitli spor ve kültürel etkinliklere katılım gibi turizm ve spa faaliyetleri bulunmaktadır (Barutçugil, 1989, s. 39).

Dinamik bir yapıya sahip olan turizm hareketi, farklı dillerde, çeşitli anlamlarla ifade edilmektedir (Kozak ve diğerleri, 2001, s. 1). Etimolojik olarak turizm turist teriminden doğar. Turist kelimesi Latince "tornus" olarak bilinen transliterasyonun batı anlamından türetilmiştir. İngilizcede "turne" ve "tur" tersidir (Master, 2008, s. 7. Bayer, 1992, s. 3). Turizm, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sürekli gelişen bir sosyoekonomik olay olarak giderek daha önemli hale gelmiştir. Etkinlik geliştikçe bilimin alanı ve önemi bilimsel açıdan ele alınmaya başlandı ve 1930'lardan beri turizm etkinlikleri ekonomik ve sosyal bilimlerde yer aldı (Bayer, 1992, s. 3).

Turizm kavramı üzerinde birçok teknik ve özel tanım var ve güne kadar kapsamlı bir tanım yapılamıyor. Farklı perspektiflerden yazarlar farklı tanımlamalar yapmışlardır (Kozak ve diğerleri, 2001, s. 1).

Turizm, en geniş anlamda modern toplum halkının boş zaman aktivitelerinin başında olan bir olgudur. Bu, insanların üretim sürecinde oldukları zamanın dışında, bir yerden diğerine seyahat eden, gören, dinlenen, eğlendiğini gösteren bir kavramdır (Tuna, 2007, s. 4-5). Bu yer değiştirme hareketi zaman içinde turizme dönüşmeye başlamıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan sosyoekonomik, kültürel, çevresel ve psikolojik değişimler, alışkanlıklar ve ihtiyaçlar büyük ölçüde etkilenmiş ve uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi ile sonuçlanmıştır (Usta, 2001, s. 1).

Bu tanımlardan turizmin belirleyici özellikleri şöyledir (Barutçugil, 1989; 15; Kozak ve diğerleri, 2001, s. 5);

- 1) Turizm, kalıcı olarak ikamet ettiği yerlerin dışında yapılan seyahatleri içerir.
- 2) Turizmde konaklama geçici olduğu için, insanlar belirli bir süre sonra ikametlerine döneceklerdir.

3) Seyahat eden ve geçici olarak yaşayanlar genellikle çeşitli turizm işletmelerinden mal ve hizmet talep eder ve tüketir.

Turizm faaliyetlerine katılan şahıslara turist, turizm hareketinin gerçekleştiği bölgelerde bulunanlar ve turistlerin etkileşime girdiği topluluklar yerel halk olarak adlandırılır. Uzun zamandır, turizm diğer sektörlerin aksine “naif” olarak görülmüştür. Ancak, bu sektör artık diğer sektörler gibi bağlı olduğu doğal kaynaklara zarar veren bir sektör olarak algılanmaktadır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008, s. 132).

1.2. TURİZMİN GELİŞİMİ

1.2.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Günümüze benzer olduğu gibi geçmişte de insanlar yerini değiştirme ihtiyacı hissetmişler. " Turizmin başlangıç noktası; parayı, yazıyı ve tekerleği bularak ticaretin öncüsü olan M.Ö 4000'de Sümerler'e geri almak mümkün. Denizcilerin, bugünkü anlamda bir yerden bir yere seyahat eden ilk gerçek gezgin oldukları söylenir "(Öğüt, Güle, Çetinkaya, 2003, s. 15).

Modern anlamda 'turizm' etkinliği, M.Ö. 700 yılında, Olimpiyat Oyunlarının başlangıcı ile eski Yunanistan'da daha yoğun olarak görülmeye başlandı. Oyunlar sırasında birçok turist ülkeye geldi. Roma imparatorluğu döneminde yapılan seyahatler daha çok zevk için yapılmıştır. İmparatorluğun geniş alanlara yayılması geniş çaplı seyahatlere olanak sağlamıştır" (Boz, 2004, s. 63).

Birinci Dünya Savaşı'na kadar insanlar arasındaki turizm lüks bir ihtiyaç olarak görülüyordu. İkinci Dünya Savaşı'ndan 1960'lara kadar, kültürel bir hareket olmuştur. Bugün, turizmin geldiği nokta, neredeyse her zaman insanlar arasında bir gereklilik olarak görülmüştür. 20. yüzyılın ikinci yarısında turizm büyük gelişmeler göstererek büyük değişimlere uğramıştır ve turizmin gelecekte daha da hızlanmaya devam edebileceği söylenebilir.

1.2.2. Turizmin Dünyada Gelişimi

Çoğu sektörde olduğu gibi, küreselleşen dünyanın etkisi nedeniyle turizm sektöründe her gün değişim ve gelişme gözlenmektedir. İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda, küreselleşmenin kazandırdığı, coğrafi bölgeler arasındaki coğrafi sınırlar neredeyse ortadan kalkmış, farklı kültürlerden insanların birbirlerini tanımasına ve birbirleriyle bütünleşmesine izin vermiştir.

Üretimin artan payı, turizm hareketlerinin batıdan doğuya kaymasına neden oldu ve doğu zenginliğinin tanınmasına izin verdi. Bu gelişmeler ışığında, dünya turizminin payı turizm değerlerine sahip doğu devletlerinde artmıştır. Bu, gelirden bir artış yaratmış ve gelirdeki artışa paralel olarak altyapı yatırımlarındaki eksiklikler neredeyse tamamlanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı sorunların üstesinden gelmek için gerekli döviz girişi sağlama amacı olan o ülkeler, turizmi esas sektör olarak görmektedirler.

Artan önemli turizm sektörünün bugün ve gelecekte yarattığı sosyoekonomik, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomisi için önemli sonuçlar doğurmuştur. Bu, turizme verilen önemi sadece uluslararası turizm hareketlerinin büyük bir bölümünü oluşturan gelişmiş ülkelerde değil, gelişmekte olan ülkelerde de yansıtmaktadır. (Gray, 2006, s. 25).

1.3. TURİZMİN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Genel olarak, zengin segmentlerin tekelinde gelişen turizm, çoğunlukla macera yaşama hissi, ticaret, sağlık, ziyaret gibi olaylardan etkilenerek başlamıştır. Sanayi Devrimi'nin etkisi ile turizm sektörü daha da gelişti ve giderek daha popüler hale geldi. Bu hızlı gelişmeye neden olan faktörler turizmde şöyle sıralanabilir;

- 1) Buharlı trenlerin ve gemilerin toplu seyahat için yaygın kullanımı,
- 2) Kişi başına düşen gelirden artış, havacılık teknolojisindeki gelişmelerden sonra kıtalararası seyahatin kolaylaşması,

- 3) Boş zamanın artması ve dinlenme zorunluluğu,
- 4) İletişim araçlarının çoğalması,
- 5) Reklamların artması ve uygun paket turlarının düzenlenmesi,
- 6) İnsanların doğa ve eğlenceyi, farklı kültürleri merak etmesi,
- 7) Turizm bilincinin doğuşu, emniyet ve seyahat özgürlüğünün artması.

Yukarıda bahsettiğimiz gelişmeler, sonrasında turizmde ciddi değişimlere neden olmuş, insanlar arasındaki turizm giderek daha büyük bir görünüme kavuşmuş ve insanlar arasında yayılmıştır.

1.4. TURİZMİN ÖNEMİ

İki kültürün bulunduğu bir ortamda gelişmiş ülkelerin kültürel yapısı, özellikle az gelişmiş bir ülkede destinasyonları etkilemektedir. Geri kalmış ülkelerin gelişmiş ülkeler tarafından yönlendirilen küresel turizmin etkisi altında kalacağı kaçınılmazdır.

Bu etki, bir ülkeye gelen ziyaretçilerin birden fazla ülkeyi temsil etmesi durumunda daha da güçlenebilir. Bu bağlamda, önceki araştırmaların sonuçlarına bağlı olarak, turistler ve turist kabul eden yerli halkın etkileşimi sonucu ortaya çıkabilecek sosyal etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kozak, 2012, s. 111):

- 1) Boş zaman kullanma alışkanlıklarını geliştirir,
- 2) Temizlik bilincin gelişimini sağlar,
- 3) Yeni sosyal kurumların ortaya çıkmasını sağlar,
- 4) Yeni mesleklerin ortaya çıkmasını sağlar,
- 5) Çevre bilincini geliştirmeye yardımcı olur,
- 6) Yerel halkın tarih ve kültür değerlerini koruma bilinci gelişir,
- 7) Kadın hakları konusunda ilerleme sağlar,

8) Kırsal alanların kentleşmesini hızlandırma yapar,

9) Bir hoşgörü ortamı geliştirir.

10) Yabancı dil öğrenimini yönlendirir.

11) Aile bağlarını güçlendirir.

Kısacası, turizm hem ekonomik hem de kültürel topluluğa katkıda bulunur.

1.5. TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm sektörü, sayahatde olan insan ya da insanların ihtiyaçlarını karşılayan, turizmle doğrudan veya dolaylı olarak ilgisi olan tüm kişilerin, ticari işletmelerin, örgütlerin, kamu kurumların ve kuruluşların turistik hizmet ve mal üretimini ve tüketimini kapsayan faaliyetlerdir (Göz vd, 2002, s. 2).

II. Dünya Savaşının bitiminden sonra turizm sektörü hızla büyüme başlamış, daha büyük kitlelere ve uzak yerlere yayılmıştır. Ülke içi ve ülke dışı kazandığı büyük boyutlarla turizm sektörü ekonomik hayatı etkileyen bir faaliyet haline gelmiştir. Bunun sonucu olarak, ülkeler turizm alanına odaklanmaya başlamışlardır. Azerbaycan açısından dikkate alındığında, Azerbaycan'da turizm sektörüne karşı güçlü ilgi vardır ve bu maksatla uluslararası spor oyunlarının, Bakü Avrupa Oyunları, Formula 1 gibi, teşkil edildiği görülmektedir. Yıldan-yla artan gelir ve istihdam, yatırım imkanları görülmektedir.

1.5.1. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörünün özellikleri şöyle sıralanabilir;

- ✓ Turizm, insan gücüne büyük anlamda bağlı emek yoğun bir endüstridir. (Kozak, 2012, s. 12).
- ✓ Turizm sektöründe yatırımların çok çeşitli ve geniş ölçekli olduğu bilinmektedir.
- ✓ Hizmet sektörü bir dizi üretim olarak bilinmekte ve buda turizm sektöründe üretilmektedir.

- ✓ Öncelik olarak, hizmet soyuttur ve turist tüketicilere verilen hizmetin sağladığı memnuniyet de soyut özelliktir.
- ✓ İnsanlar arasındaki iletişim sayesinde hizmet üretimi ortaya çıkmaktadır. Endüstriyel ürünlerde kalite kontrolü mümkünken, bu tür kontrol hizmet sektörü için mümkün değildir (İÇÖZ, 2001; s.34).

Yukarıda açıklanan özelliklere bakıldığında, turizmin diğer sektörlerden farklılık göstermektedir.

1.6. TURİZM ÇEŞİTLERİ

Turizm çok geniş bir konudur, çünkü birbirinden kapsamlı ve yakın birçok konudan oluşmaktadır. Konumu daha iyi kavramak için, turizm türlerinden kısaca bahsetmek faydalıdır.

- ✓ Sosyal turizm; Zayıf ekonomilerin turizm katılımını gerçekleştirmek için geniş bir yelpazede sosyal turizmi yaymaları önemlidir. " Sosyal turizmin gelişimi yıllık ücretli izin verilmesiyle başlıyor" (Şahin, 2012, s. 38).
- ✓ Kültür turizmi; İnsanlar farklı kültürleri tanımak için, yaşadıkları yerlerden çıkıp yeni kültürlerle tanışmak, yeni bilgi almak, bölgenin kültürel çalışmalarını, yöre halkını, tarihi yapıları görmek istiyorlar. Dünya Turizm Örgütü'ne göre, eğitim, sanat, kültür, festival turları, arkeolojik alanlar, harabeler ve doğal güzelliklere ziyaretler gibi etkinlikler var (Çelik, 2008, s. 50).
- ✓ Kongre turizmi; Uzmanlık gerektiren akademik alanlarda belirli bir konuda bilgi alışverişinde bulunmak için bireylerin organize ettiği turizm türüdür. Bu tür turizm genellikle gelişmiş şehir merkezlerinde ve sezon sonunda düzenlenmektedir. (Sargın, 2006, s. 11).
- ✓ Deniz turizmi; Genellikle yaz ayları boyunca, yılın belirli dönemlerinde daha fazla dinlenmek için yapılır; kum, güneş, deniz üçlüsünden oluşan bir turizm türüdür.

- ✓ Sağlık turizmi; "Sinir ve bedensel yorgunluktan kurtulmak ve çeşitli hastalıklardan faydalanmak için insanların katıldığı turizm hareketleri " (Şaman, 2009, s. 55).
- ✓ Spor turizmi; İnsanların belirli bir spor yapmak için yaptıkları ya da bu spor aktivitelerini takip eden turizm hareketidir. Spor turizmi, ülkenin kendi güzelliklerini dünyaya tanıtmak için önemli bir fırsattır. (Şahin, 2012, s. 21).
- ✓ Dağ ve kış turizmi; Turizm, araştırma, yürüyüş, tırmanma, kış sporları türünü kaplayan turizm türüdür. (Şaman, 2009, s. 54). Kış aylarında Şahdağ dinlenme merkezi örnek olarak verilebilir
- ✓ Rekreasyon turizmi; Genellikle boş zamanlarında ve insanların yorgun hissettiğinde fiziksel ve duygusal yorgunluktan kurtulmak için doğal ve temiz bir çevrede dinlenme ihtiyacının giderilmesidir.

1.7. YEREL HALKIN TURİZME TUTUMU İLE İLGİLİ MODELLER

Yerel halkın turizm ve turistlere karşı tutumunu belirlemeye çalışan anketlerin birçoğu, yerel halkın davranışlarını belirli bir zamanda belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmalardan yararlanırken, bölge sakinlerinin bu olayların farklı aşamalarındaki davranışlarını, turizm alanındaki gelişmelere paralel olarak görmek de önemlidir (Roney, 2011, s. 107).

Yerel nüfusun davranış kalıplarını etkileyen birçok faktör, araştırma sonuçlarının bir bileşimi için teorik bir ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, yerel halkın hangi nedenlerden kaynaklı turistlere olumlu ya da olumsuz davrandığını görmek daha kolay olacaktır (Altıntaş, 2010, s. 5).

Bu bölümde, turizmin gelişiminde sürecin nasıl izlendiğine dair teori ve modelden bahsedilecektir.

1.7.1. Doxey'in Engellilik Endeksi Modeli

Doxey (1975) modelinde turizmin gelişmesine paralel olarak, bir bölgedeki yerel halkın turistlere karşı davranışları gittikçe daha olumsuz hale gelmektedir (Roney, 2011, s. 110).

1.7.2. Butler'ın Turist Merkezi Süreç Modeli

Butler, yedi aşamalı bir yaşam döngüsü modeli olarak turizm gelişimini formüle etmiştir. Bunlar; keşif, katılım, gelişme, konsolidasyon, durgunluk, düşüş ve gençleşme. Bu yaşam döngüsü, turistlerin turizm alanında yerel halkın desteğini azaltmanın olumsuz etkilerini göstermektedir (Butler, 1980, s. 7-8).

- ✓ Keşif: İlk aşama, az sayıda turistin bölgeye yeni geldiği aşamadır. Turist sayısının sınırlı olması ve ihtiyaçların karşılanması için hiçbir ticari girişimin olmaması nedeniyle, tüm ihtiyaçlar mümkün olduğunca yerel halkla buluşur. Bu nedenle, halkın turistlerle ilişkisi yoğun ve yakındır. Yerliler turistleri misafir olarak görüyor.
- ✓ İstisna: Diğer fazda turist sayısı artarken, bazı insanlar turizm talebini karşılamak için mal ve hizmet üretiminde çalışmaya başlar. İlişkiler ticarileşmeye başlar, ancak hala uyum içinde korunur. Turizm çoğunlukla yerel işletmelerin denetimi altındadır.
- ✓ Kalkınma: Bu aşamada bölge, sessiz ve az gelişmiş bir ilden tanınmış bir turizm pazarı haline gelir. Başlangıçta yerel işletmelerin sayısı azaldıkça ve gelişme devam ettikçe, yabancı şirketler pazarda artmaktadır. Sonuç olarak, diğer işletmelerde ve turizmde çalışan kişi sayısında artışlar olur. Turizmin zirvede olduğu bu zamanlarda, turist sayısı yerel halkın sayısına eşittir.
- ✓ Konsolidasyon: Bu aşamada bölgeye gelen turist sayısı artmaya başlıyor, ancak günün sonunda yerelden daha fazla olmasına rağmen artış hızında bir düşüş var. Turizm, bölgesel ekonominin bir parçasıdır ve bu nedenle mevsimi uzatmak ve daha çok turist çekmek için yoğun bir reklam ve

pazarlama faaliyetine sahiptir. Zararlı aktiviteler geri tepiyor. Bu süreçte, turistlerin fazlalığı ve çoğunlukla ticari faaliyetleri onlara yönelik olması, turizmden kar elde etmeyenlerin olumsuz tepkilerine yol açacaktır.

- ✓ Durgunluk: Bu aşamada bölgedeki turist sayısı en yüksek seviyeye ulaşmış, taşıma kapasitesi aşılmış, ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlar başlamıştır. Bölge eski olumlu imajını kaybeder. Uzun süredir bölgeye gelen turistlerle turizm faaliyetleri sürdürülebilir olup, sadece işletmelerin kapasiteleri altında çalışan turist sayısını tutabilmektedir.
- ✓ Düşüş: Bu aşamada, bölge başka bir turizm bölgesiyle rekabet edebilecek durumda değildir. Bölge kısa süreli turistleri ağırlıyor. Bölge turistik bir gecekondur haline gelebilir ve turistik mekanlarını kaybedebilir.
- ✓ Gençleştirme: Bu son aşama sadece turistik mekanlarda radikal bir değişiklik yaparak sağlanabilir. Bu canlandırma bölgeye yeni bir turistik cazibe merkezi yaratarak, farklı turizm pazarlarına açılarak veya ön turizme açılarak yapılabilir (Roney, 2011; 108-109-110; Agarwal, 1997, s. 66).

1.7.3. Doğan'ın Model-Turizminin Etkilerine Karşı Sosyal Tepkiler

Bu model, turizmin çeşitli etkilerinden dolayı ortaya çıkan sosyal tepkiler olarak direnç, geri çekilme, sınırları vurgulama, gençleştirme ve bütünleştirme olmak üzere beş grupta incelenmiştir.

- ✓ Direnç: Bazı toplumlarda, turizmin çeşitli etkilerini benimseyememesinin yanı sıra etkili turizm direncinin ortaya çıktığı görülmektedir. Özellikle sömürgeci durumdan yeni kurtulan ve geçmişte keskin bir ırk ayrımcılığına sahip olan topluluklarda, turizm yeni bir sömürgecilik biçimi olarak kabul edilir; turizm ve turistlere karşı olumsuz davranışlar meydana gelebilir. (Doğan, 2004, s. 153).
- ✓ Geri çekilme: Turizmin bir toplum yapısında meydana getirdiği değişimler, toplumun çoğunluğunda veya bazı kesimlerde

benimsenmediğinde geleneksel kültürü rahatsız eden bir faktör olarak nitelendirilebilir. Bazen turizme karşı direnmek ve düşman olmak yerine topluma tırmanmak, sahip olduğu geleneği ve yaşam tarzını yeniden canlandırmak ve kültürel bilinci arttırmak gibi bir tepki vardır (Doğan, 2004, s. 153-154).

- ✓ Sınırların vurgulama: Bu, yerel kültürün anlam değişimini önlemleyerek, yabancı kültürlerle ve yerli kültür arasındaki sınır çizerek yapılabilir (Doğan, 2004, s. 154).
- ✓ Gençleştirme: Hem geleneksel kültürün turizmin bir parçası haline getirilmesi hem de canlandırılması ile hem turizm kabulü hem de geleneksel kültürlerin korunması sağlanabilir. Kendilerine bırakılmış birçok toplumda, sanayileşme, sanayileşme ve kentleşmenin etkileri yavaş yavaş kaybolarak birçok görenek ve gelenek ve kurum turizmin etkisi altında anlamsızlaşmıştır. Türkiye'den örnek vermek gerekirse Mehter Takımı, folklor oyunları, geleneksel evlerin varlıkları, turizm sayesinde yeniden canlanmış ve Türk kültürünün turistik işlevlerle yeniden canlanmasını sağlamıştır (Doğan, 2004, s. 155-156).
- ✓ Bütünleştirme: Bir toplumda, bazı kesimler turizmin yaptığı değişiklikleri benimseyebilir ve geleneksel kültürlerin etkisinin azalmasını normalleştirebilir ve aynı zamanda turizmin sembolü olan çağdaş kültürü kabul etmeye çalışabilirler. Geleneksel kültürlerin ortadan kalkması; böyle bir durum, yabancıların üstün bir kültürü yansıttığı ve yerli kültürün geri kalmış olarak algılandığı toplumlarda sıklıkla görülür (Doğan, 2004; 156). Özellikle gençlerin geleneklerini yabancılarla tanışma ve kendileri gibi yaşama arzusuyla terk etme eğiliminde olduğu görülmektedir. Örneğin, Avrupa ülkelerine (İspanya ve Yunanistan gibi) yakın kültür ve geleneklere sahip ülkelerde, Batı turistlerinin etkisi daha kolay görülecektir (Doğan, 2004, s. 156)

1.8. YEREL HALK VE TURİST ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Turizm sosyal bir olgudur. Turistlerin gezileri sırasında yöre halk ve turistler bir araya getirilmesidir. Toplumdaki insanların sosyokültürel açıdan farklı etkileşimleri sonucunda; kültürde, gelenekte, görgü kurallarında, bilgi zamanında değişiklikler yaşanmaktadır.

"Yerel halk açısından turistler, kültürel kirliliğe neden olan tehdit edici bir unsur olarak algılanıyorlar. Bölgede devam eden geleneksel düzenin yıkılacağını, gençlerin olumsuz yönde etkileneceğini ve ahlaki çöküşün içine düşeceğini düşünüyorlar. (Kozak ve diğerleri, 1997, s. 5).

Bölgeden bölgeye değişen turizm faaliyetlerinde en önemli faktörler; sosyal yapı, yaşam tarzı, kültürler, davranışlar, alışkanlıklar, çıkar çatışmaları, iletişim eksikliği ve yerel halkın sergilediği tutumlarda sergilenen tavırlardır. Turistlerin gittiği yerde kendi kültürlerini yaşama arzusu, yerel halk tarafından normalleştirilmemektedir. Sosyal çatışmalara yol açar, sektör olumsuz etkilenir ve refah düşer.

Gelişmiş bölgelerin yerel halkı çoğunlukla yüksek eğitim seviyesine sahip, turistlerin dili, kültürü ve yaşam tarzı hakkında bilgi sahibi olduğu için turizm daha da gelişmektedir; Geri kalmış bölgeler, yerel halkının turistlere karşı nasıl davranacağını bilmediği için turizm gelişmiyor. Bu durumda turizm sektörü bu kadar pay alamamaktadır ve diğer sektörler dolaylı olarak etkilenmekte ve bölgesel kalkınma sağlanamamaktadır. Turistlerin ve yerli halkın ilişkilerinin nasıl olduğunu ve bu durumu nasıl etkilediklerini bilmek çok önemlidir. Çünkü bu ilişkilerin sonucu turizmin sağladığı faydalarla orantılıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN TURİZM TARİHİ VE TURİZM POTANSİYELİ

2.1. AZERBAYCAN TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Azerbaycan'ın çok zengin bir potansiyeli var. Gerek iklim şartları gerekse doğal ve tarihi zenginlikler. Uygun turistik tesislerin olmaması, yabancı ülkelerde tanıtım faaliyetlerinin zayıf olması ve süren Dağlık Karabağ sorunu gibi engeller kaldırılmamakta, bu da Azerbaycan'ın tarihinin ve coğrafi konumunun şansını değerlendirmeyi imkânsız kılmaktadır (Memmedov ve Rehimov, 2009, s. 7.).

2.1.1. Azerbaycan'da Turizmin Tarihsel Gelişimi

Yüzyıllardır Azerbaycan'da turizm seyahat eden insanlardan büyük ilgi görmüştür ve Azerbaycan'ın bu alanda yoğun çalışmaları yaklaşık 80 yıl önceden başlamıştır.

Azerbaycan'da teşkil edilmiş ilk turizm ve seyahat tarihi 1932'ye kadar çıkmaktadır. O dönemde Bakü'deki şube ile birlikte "Gönüllü Proleter Turizmi ve Seyahatleri Derneği" adı verilen turizm örgütü işe başlamıştır. Bu şubenin kuruluş amacı, toplumun siyasi önderliğini güçlendirmek için köylüler ve işçiler aralarında turizm ve seyahat faaliyetlerini geliştirmektir.

1934'te, Umutitak Inturist Sehimdar Cemiyeti'nin (AS) Bakü şubesi Bakü'deki "İnturist" otel faaliyetinin başlamasına bağlı olarak faaliyete geçti. Bu şube yabancı misafir kabul etmek, yerleştirmek ve turist hizmetleri vermek gibi hizmetler sunmuştur. Başka bir ifadeyle, geçmiş SSCB'ye (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliği), gidip Azerbaycan'ı ziyaret etmek isteyen insanlara hitap edecek hizmetler içermektedir (İlham Jafarov, 2001, s. 23.).

7 Nisan 1936 tarihli SSCB Merkez Yürütme Komitesi kararına istinaden, ülkedeki turizm ve seyahat faaliyetleri "Umumittifag Hemkarlar İttifakı" nın Merkez Komitesine devredildi. Sonuç olarak, "Proleter Turizm ve Seyahat Gönüllüleri Derneği" sona erdi ve UHIMS (Umumittifak Hemkarlar İttifakları

İttifak Merkezi) Azerbaycan sisteminde Turizm ve Seyahat Bakanlığı'nı başlattı (Mammedov ve Rahimov, s.13). Bu değişikliklere dayanarak Azerbaycan Merkez Yürütme Komitesinin Proleter Turizm ve Seyahat Ofisi 1936 yılında kuruldu.

1937'de Azerbaycan Hemkarlar İttifakı Őurası Turizm ve seyahatlar Dairesinin yerine Umumittifak Hemkerlar İttifakları Merkez Őurasının Azerbaycan temsilininin yaranması onaylandı. Bakü'de bir turist kampı, Hacıkend'deki "Turist Evi" ve Göy Gölü kıyısındaki turist kampı temsilcisiye devredilmiştir (Mammedov ve Rahimov, s.7).

Takip eden dönemde Azerbaycan'ın turizm ve seyahat alanında bazı değişimler ve yenilikler yaşandı. Turizm üssü aydan aya genişledi ve Hazar Denizi'nde turist trenleri, nehir botları ve yolcu gemileri gibi yeni hizmet türleri vatandaşların geri kalan ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıktı.

1963 yılında Bakü'de bir turist kulübü, Nabranda'da bir "Hazar" turizm kampı; İki yıl sonra 1965'te Güzence, Lenkeran, Sumgayit, Naftalan ve Bakü seyahat büroları açıldı. 1970 yılında Zagatala'da, 1972'de Şuşa'da, 1979'da Gebelede ve Haçmaz'da "Dostluk" turizm kampları ve Bakü'de "Karabağ" oteli açıldı. Aynı yıl, Hankendi (1971) ve Mingechevir (1972) seyahat ofisleri açıldı.

Bu yıllarda iç turizmi genişletmek de önemli konu olmaktadır. Yabancı turizm malzemesi ve teknik üssü genişletmek için 1973 yılında Bakü'de, Azerbaycan'ın en büyük otel yönetimi olan 1042 yatak bulunduran "Azerbaycan" oteli açıldı. 1978 yılında, Inturist Sehmdar Derneği 200 yatak ve konforlu odalar ile "Moskova" otel ekledi.

1959'da farklı devletlerde bulunan gençler örgütleri ile turist alışverişini genişletmek amacıyla "Sputnik" (Uydu) adıyla Bakü'de Uluslararası Gençlik turistik ofisi kurmuştur. Bir süre sonra, Bakü'nün Zagulba kasabasında, gençlik kampı "Sputnik" gençlik grubuna verildi ve kamp "Modern Gençlik Turizm

Merkezi" ne dönüştü ve modernleştirildi. Yabancı turistleri ağırlayabilmek için 1978'de Şeki'deki 17. yüzyıl kervansarayında çalışma yapılmış ve 100 yatak turistik tesislere dönüştürülmüştür. Bu çalışmalarla Azerbaycan'da aktif dış turizmi geliştirilmeye başlanmış ve ülke sınırlarının içinden geçen uluslararası turist rotalarının sayısı artmıştır (Jafarov, s. 26)

1980 yılından bu yana Azerbaycan'ın itibarı yıl boyunca yayılmış ve bu hizmet sektörü ülke halkının hayatına dahil edilmiştir. O yıllarda, Azerbaycan'ın turizm ve seyahat organizasyonları aynı branşta çalışan 170 kuruluşla temas kurmuştur. Hemkarlar İttifakları ile Azerbaycan'a gelen yabancı turistlere kaliteli hizmet sunmak amacıyla "Bakü Dış Turizm Bürosu" kurulmuştur.

Kabul edilen programa göre, 1990 yılında turizm tesislerinin sayısının 7700'e ve 2000'de 21300'e çıkarılması amaçlanmıştır. Başta yapılması planlanan tesislerin p'i (5300 yatak) Hazar sahillerinde; Azerbaycan'ın diğer ilçelerinde % 30 (2400 yatak) kurulması hedeflenmiştir. Her saheyi kapsayan turizm programına göre, Hazar sahillerindeki yeni turizm kampları ve tesisleri, Abşerondaki Nardaran, Haçmazdaki Nizoba, Gilezi-Zarat bölgelerinde yeni turizm kamplarının kurulması amaçlardan sadece bazılarıdır (Mammedov ve Rahimov, s.10).

Bu hedeflere ulaşamaması, en yüksek gelişim 1987 yılında yaşandı (Fikret Nuriyev, 2005, s. 4.). Özellikle on yılı aşkın savaş ortamında hedeflerin gerçekleştirilmesindeki en önemli engeldir. Turizm de başka alanlarda olduğu gibi Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki dövüşlerden zarar gördü

Uzmanlara göre, Azerbaycan turizmi 1987 yılında en yüksek seviyeye ulaştı (Fikret Nuriyev, 2005, s. 4.). O yılda, Sovyetler Birliğinin'nin çeşitli bölgelerinden 250 bin turist, dış ülkelerden ise 50 bin turist Azerbaycan'a geldi. Turizm ve Seyahat Büroları tarafından düzenlenen organizasyona 2,5 milyon kişi katılmıştı. Aynı yılda, Azerbaycan'dan yurtdışına 10 bin, Sovyetler Birliği'ne ise 300 bine yakın kişi turist olarak ülkeden çıkmıştır. Turizmin aşırı

yoğunlaştığına göre Lenkeran ve Mingçeçevir'de 300'er, Şuşa ilinde ise 200'er yataklı yeni oteller inşa edilmeye başlanmıştır.

Turizmin daha da gelişmesini vurgulayan turizm organizasyonlarına katılan turistlere daha iyi hizmet verebilmek amacıyla Ağdam bölgesinde "Şah-Bulag" turizm kampı açıldı (Mammedov ve Rahimov, s. 10.).

1985-86'da Nahçıvan, Gence, Hankendi, Sumgayit, Mingçeçevir şehirlerindeki turistik kulüplerin çalışmaları çok gelişti. 1986 yılında Bakü'de 948'er yataklık "Apseron" oteli açıldı. Nabran yakınlarındaki "Hazar" ve "Dostluk" turizm köylerinin maddi altyapısını genişletildi ve güçlendirildi.

1987 yılında Azerbaycan'da 1837 turizm danışma bürosu açıldı. Söz konusu ofislerde 124'den fazla kişi istihdam edildi, sadece 1987 yılında, hafta sonu turları ve Azerbaycan'da 375 bin kişi turizm aktivitelerine katıldı. 1988 yılında Dağlık Karabağ Muhtarılığı'nı çevreleyen olayların sonucu olarak, SSCB vatandaşlarının ve Azerbaycan'daki yabancı turistlerin ve bu bölgelerdeki turizm kuruluşlarının faaliyetleri bir süredir dondurulmuştur. (Ziya Bünyadov, Baki, 1994, s.)

1988-1989 yılındaki olayların Azerbaycan'daki sosyal ve politik çevre üzerindeki olumsuz etkilerine bakmadan, Azerbaycan'ın turizm ve seyahat organizasyonları, SSCB'nin turizm ve seyahat organizasyonları ile var olan kişisel ilişkileri korumak ve sürdürmek için büyük çaba sarf etmiştir. Özellikle Kafkasya bölgesindeki siyasi durumun turizm sektörünü olumsuz etkilediği görülüyor. 1990 yılının ilk çeyreğinden itibaren Azerbaycan'ın genel ittifakı ve uluslararası turizm rotaları iptal edildi.

Savaş durumu turizm sisteminde başka sorunlara da neden oldu. Hemkarlar İttifak sisteminde var olan 10 turistik mekandan ikisi işgal altındaki topraklarda kalırken, diğerleri mültecilere yerleştirildi.

Azerbaycan bu dönemde dünya turizm pazarından küçücük pay almıştır, Azerbaycan devletinin Avrupa ve Asya'nın kesiştiği bölgesinde yerleşmesine rağmen. Ülkenin payına düşen turist sayısı 1995 yılında dünya turizminin %0,007, 1996'da %0,003, 1997'de %0,004, 1998'de %0,003 ve 1999'da %0,002 olmuştur (DTÖ, Ülkenin Uluslararası Turist Gelişi).

Turizm büyümesini engelleyen faktörler erişim ve konaklamaya büyük zarar vermiş ve yaraları hala gözükmektedir. Dolayısıyla, 1999 yılında Azerbaycan'ın "Azerbaycan" otelindeki 1042 odalık kapasitesinin sadece %8'ini ve "Cenub" otelin 948 odalık kapasitesinin sadece %4,5'ini doldurulmuştur (İbrahim Şenel, 2007).

1992'den başlayarak Azerbaycan, Türkiye Cumhuriyeti, Büyük Britanya ve diğer Avrupa ülkeleri, Çin, Pakistan ve diğer Asya ülkeleri ve Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri ile turizm alanında iş birliği hakkında anlaşmışlardı. Bu ortak iş birlikleri projeler, personel eğitimi, kongre, konferans ve diğer etkinlikleri içermekteydi. (GSTB Azerbaycan Turizm Topluları Turizm Yenilikleri Gazetesi, Sayı 01 (44) (6411) Baki 2007, s.10).

Azerbaycan, Kafkas Dağları, ova, nehir, göl, Hazar Denizi'nin 825 km kıyı şeridi, zengin maden suyu, birçok iklim türü ve zengin tarih hazineleri ile turizm potansiyeli (kutup ve ekvatorial iklimler hariç) olan bir devlettir. Azerbaycan Kafkasya bölgesinin güney doğusundaki 38o24'-41o54' kuzey enlemleri ile 44o46'-50o50' doğu boylamları arasında 86.600 km²'lik bir bölgede bulunmaktadır. Doğu, kuzey Rusya (Dağıstan Özerk Cumhuriyeti), kuzeybatı Gürcistan, batı Ermenistan, İran ve Türkiye, güneybatıda yer alan Azerbaycan'ın Hazar Denizi'dir.

Azerbaycan devletinde dünyanın farklı yerlerinde görülen 11 iklim tipinin 9'u, dinlenme ve sağlık turizmi için en iyi koşulları sunmaktadır.

Azerbaycan, ayrıca yıllık güneş ışığı süresiyle Kafkasya bölgesinin en uzun ülkesidir. Bununla birlikte, Azerbaycan'ın yüzey morfolojisi de çok farklıdır ve yükseklik basamakları -28 ila 4466 m arasındadır. Böylelikle, ülkenin farklı kabartma şekillerine sahip olması, turizm açısından da çok çeşitli doğal rezervlere sahiptir. Örnekler paleontolojik olarak önemli fosil yatakları, yüksek şelaleler, nadir ağaç türleri, relikt ve endemik bitki türleri ve göçmen kuşların kışlama alanlarını içerir. Bundan başka Azerbaycan'da yaklaşık 1000 maden suyu kaynağı bulunmaktadır. Bu şifalı suların yanı sıra volkanik çamurlar, tuzlu göl arıtma çamurları, tedavi edici yağlar (Naftalin), tedaviler, sağlık koruma veya relaksasyon da bu imkanı sunuyor. Öte yandan, Azerbaycan'ın yüksek kabartma alanları (Büyük Kafkaslar, Küçük Kafkaslar ve Tırman Dağları) vardır ve dağ ve av turizmi için yüksek potansiyele sahiptir. Kısacası, Azerbaycan'daki turizm faaliyetleri oldukça çeşitlidir, ancak bu çeşitliliğin ülkenin ekonomisine katkıda bulunabilecek bir sektör olarak etkili bir şekilde kullanılması beklenmektedir (Sabir Rahimov 2009, s.5-6.).

2.1.2. Azerbaycan Turizminin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi

Azerbaycan'da turizm dış pasiftir. Başka bir ifadeyle, ülkeye gelen turistlerin, turistik için ülkeni terk insanların sayısından daha çoktur. Dış turizmin gelişmesinin eğilimi aşağıdakilerdir:

1. Faaliyette bulunan şirketlerin 90%'i dış pasifte uzmanlaşmıştır. (Mammedov, Rahimov, s.12)
2. Dış turizmde gelişmenin ticaret amacına üstünlük verilmesi devletimize turistlerin yaklaşık 60-70%'i ticareti hedeflenmektedir (A.A.Salmanov, 2001, s.130)

Turist seyahatinin bu özelliği, aynı zamanda insanların seyahatinin coğrafi alanını da belirler. Genellersek bunlar; İran, Türkiye, Rusya gibi ülkelerdir.

Buna ek olarak, Avrupa, Kıbrıs, Almanya, İtalya, Polonya ve Asya gibi ülkeler Hindistan, Pakistan, Suriyedir (PMKasimov, 2007, s. 121-122.).

3. Ülkede dış aktif turizm gelişimi; Dış aktif turizmi hızlı büyümeyen sayedir. Azerbaycan'da, Devlet İstatistik Komitesi veri tabını düzenli olarak turizmle ilgili verileri içermemektedir. Bu zamana kadar turizm istatistikleri tutulmamıştır.

4. Ülkede Av Turizmi Gelişimi; Günümüzde "Tur" turizm şirketi av turizmi ile uğraşmaktadır. Dış turizmi tetiklemede önemli rol oynayan av hayvanları, müşterilere 50-1000 ABD doları bedelle sunulmaktadır.

Ülkede petrol endüstrisinin gelişimi, ticari turizmin gelişmesine büyük destek sağlıyor. Petrol endüstrisinin gelişmesi sonucunda, ülkeye gelen tüccarların sayısı artmıştır (Salmanov ve Dergehov, s. 131).

Azerbaycan'da dış aktif turizme katılan yabancıların özellikleri incelendiğinde; bunların büyük çoğunluğu yeni iş yerleri açmak ve ekonomik ilişkilerden kaynaklanan iş anlaşmaları yapmak için iş gezileridir. Öte yandan, turistik geziler ve ziyaretler de önceki dönemlere göre artmaktadır.

Ne yazık ki, Azerbaycan'da iç turizmin gelişimi hakkında kapsamlı bir değerlendirme bulunmamaktadır. Lakin, Azerbaycan'ın iç turizmine ait aşağıdaki genel tespitleri yapmak olar. Azerbaycan'da iç turizmin gelişimini olumsuz yönde etkileyen birçok sosyokültür, sosyoekonomi ve sosyopsikoloji nedenler var: (Salmanov ve Dergehov, s. 133.).

1. Seyahat Kültürün olmaması: Azerbaycan halkı turizm hareketlerine katılma alışkanlığına sahip değildir, turizm kavramına yabancıdır ve büyük miktarlarda turistik tüketim harcamaları gerektiğini düşünmektedir.

2. Ekonomik sorunlar, düşük gelirli, yüksek enflasyonlu, yüksek fiyatlı turist ürün gibi nedenlerden dolayı. Turizm işletmeleri, yabancı turizm talebinin ülke

için yeniden canlanması ile birlikte, turist ürünlerinin fiyatlarını tamamen dışa doğru saptamakta ve sadece yabancı turistlere hizmet veren işletmeler olarak tanıtılmaktadır. Sonuç olarak, yerli halk turizm işletmelerinden, özellikle konaklama işletmelerinden uzaklaşıyor. Buna ek olarak, turizm işletmecilerinin kotaları ve fiyat ayarlamalarını yerel turistlerin özelliklerine göre ayarlamaması, orta ve düşük gelirli grupların tatil ihtiyaçlarını karşılayamamasına neden olmaktadır.

3. Yurt İçi Turizm Pazarına Paket Turu Sunan Seyahat Acenteleri Azlığı; Azerbaycan'da yurt içi turizme tur düzenleyen seyahat acentelerinin sayısının az olması, üzerinde durulması gereken bir başka sorun teşkil etmektedir.

4. İkinci Konutların Yaygınlığı; Son olarak, bugün kıyı bölgelerinde artan ikinci konutlar, insanların her yıl aynı bölgeye gitmelerine ve turizm faaliyetlerine ekonomik olarak katılımlarını engellemelerine neden olmaktadır. Çünkü bu konutlar, konut sahiplerinin sadece günlük yaşamlarını sürdürdüğü bir yer olma özelliğine sahiptir, zira bu alandaki insanların turizmi tüketmesini engeller.

2.1.3. Azerbaycan'ın Turizm Arz Kaynaklar

Dünyada yüksek kâr elde etme potansiyeline sahip turizm ürünleri ve hizmetleri her zaman müşteri memnuniyeti ve müşteri ihtiyaçlarına odaklanmaktadır. Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizm ürünlerinin geliştirilmesi için özel girişimlerin desteklenmesi, yerel ve bölgesel düzeyde uygun koordinasyonun sağlanması, tüketici talebine odaklanmak, ürün geliştirmede bölgesel ve tematik hedefleri güçlendirmek ve ilginç ve çekici ürünleri birbirine bağlamak önemlidir. Genel olarak, Azerbaycan'ın birçok turizm türü için potansiyeli vardır ve bu potansiyelin gerçekleşmesi için devletin ve özel sektörün sürekli desteği hayati önem taşımaktadır.

2.1.3.1. Kültür Turizmi

Kültürel turizm bölgelerin kültürel mirasını, nüfusunun yaşam tarzını, tarihini, sanatını, mimarlığını, dinini vb kapsayan turizm dalı anlaşılır. Kültürel turizm

şehirlerde, ayrıca kırsal alanlarda tarihi mekanlara, kültür nesnelere olan korur, abidelere, müzelere, teatrlara, eski ve yeni mimari örneklerini, aynı zamanda yerel halkın yaşam tarzını ve milli değerlerini yansıtan festivallere ve bayramlara ziyareti öngören turizm türüdür. Bilindiği üzere, kültür turizmi için ülkeye seyahat eden kişiler, paralarının çoğunu sıradan turistlere kıyasla hizmetlere harcıyorlar. Bu turizm tüm dünyada popülerlik kazanmıştır. Ülkenin kültürel turizm potansiyeline Bakü'de sanat Qalereyalar, ulusal müzik türümügam, iyi gelişmiş dünya caz müziği, ulusal ve yabancı danslar, leziz tada sahip zengin mutfak, tüm farklı dini ve dünyevi görüşlere hoşgörülü yaklaşım örnek olarak gösterilebilir. Tarihi güzergahlar da (örneğin, Büyük İpek Yolu, ünlü askeri seferler, tarihi savaş yerleri vb.) Kültürel turizmin bir parçası olmak üzere çeşitli bölgeleri kapsamaktadır. Turistlerin zevkine uygun ek özelliklerin dikkate alındığı tarihi ve kültür turizm rotaları dünyada daha iyi kabul edilir ve dolayısıyla Azerbaycan Cumhuriyeti için de potansiyel turizm ürünü olarak kabul edilebilir. (<http://www.mlsp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.2. Sağlık Turizmi

Azerbaycan'da hem geleneksel hem modern tedavi seçenekleri var. Istisu, Turshsu, Badamli, Galaalti, Shikhanu, Surakhani'nin en çok bilinen su kaynakları olduğu ülkede sıcak ve mineralli binlerce kaynak bulunmaktadır. Azerbaycan'ın en önemli tatil kaynaklarından biri Naftalan yağıdır. Naftalan yağı, oküler hastalık, damar ve hareket organlarının yanı sıra metabolizma, deri ve kadın hastalıkları hastalıklarının tedavisinde kullanılır. Aynı zamanda, Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, nadir tuz dağlarıyla ünlüdür. (<http://www.mlsp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.3. Dağ Ve Kış Turizmi

Dağ ve kış turizmi, Azerbaycan'da ümit veren bölgelerden biridir. Dolayısıyla, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin dağlık bölgelerinde turizmi kullanma fırsatları var. Bu araziler öncelikle doğayı seven, kuşları ve vahşi hayvanları gözlem yapmayı, fiziksel gerginliği ve heyecanlı spor türlerini seven kişilerin dahil olduğu özel

turist gruplarını çekiyor. Ülke sınırları içinde dağ ve kış turizminin gelişmesi yönünde atılmış amaçlı adımlar sonucunda dağların yamaçları turizm mekanı olarak geliştirilmiştir. Öyle ki, bugün "Şahdağ" Turizm Merkezi QSC ve "Tufandağ" Kış-Yaz Turizm Dinlenme Kompleksi gibi dinlenme bölgeleri ünlü dinlenme merkezlerine dönüşmüştür. (<http://www.mlspp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.4. Spor Turizmi

Sporun Azerbaycan'da en hızlı büyüyen alanlardan biri olduğu unutulmamalıdır. Son yıllarda, spor altyapısının geliştirilmesine büyük miktarda yatırım yapılmıştır. Öyle ki, Bakı, Masallı, Şeki, Guba, Kazak, Gence, Nahçıvan, Berde, Lenkeran, Zaqatala, Şamaxı, Ağdam, Bilesuvar, Oğuz, Şemkir, Kürdemir, Sabirabad ve diğer şehir ve bölgelerde olimpiyat karmaşık ve merkezlerinin kullanıma verilmesi, ayrıca çeşitli alanlarda spor meydanlarının ve kurumlarının oluşturulması ülkede uygun spor türleri üzerinde etkili spor yarışlarının (Avrupa ve dünya çempionatlarının) teşkiline imkan verir. Örneğin, güreş, jimnastik, boks, voleybol vb. uluslararası yarışmalar. (<http://www.mlspp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.5. İş Turizmi

İş turizmi ülkemizdeki en popüler turizm tiplerinden biridir. Şu anda, bu tür turizmi geliştirmek için ülkedeki mevcut otellerin olanakları kullanılmaktadır. Ancak, ülkenin farklı şehirlerinde bulunan kongreler ve kültür merkezleri bu tür etkinlikleri düzenlemek için yaygın olarak kullanılabilir. (<http://www.mlspp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.6. Plaj Turizmi

Azerbaycan Cumhuriyeti Abşeron yarımadasından başlamakla kuzey (Xızı, Siyezen, Şabran, Xaçmaz bölgeleri) ve güney bölgeleri (Lenkeran, Astara bölgeleri) plaj turizmi potansiyeline sahiptir ve bu turizm sektörünün gelişimine ulaşmak için gelecekte plaj bölgelerinde hizmet altyapıları (su havzaları, havuzlar vb.) ilgili standartlara uyarlanmalı ve ek hizmetler sunmalıdır (örneğin eğlence merkezleri, turistik yerler). Aynı zamanda, ülkemizde bu tür turizmdeki

en ciddi eksiklik, kısa turizm dönemidir.
(<http://www.mlsp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.7. Ekolojik Turizm

Azerbaycan zengin florası ve faunasıyla büyük bir ekoturizm potansiyeline sahiptir. 11 iklim tipinden 9'unun (yarı ve kuru çöl ikliminden dağ tundra iklimine gibi) görüldü nerede Azerbaycan arazisi 4100 üzerinde farklı bitki çeşidinin vatanıdır. Azerbaycan'daki bitkilerin çeşitliliği, doğanın tarihine derinden bağlıdır. Bu aynı zamanda bazı floristik bölgelerin yoğunluğundan ve mevcut doğal koşullardaki farktan kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda, Azerbaycan topraklarının yüzde 10'u genellikle meşe, gürgen, kayın, huş ve göyriş ağaçlarından oluşan dağ ormanları ile kaplıdır. Bu imkanlardan yararlanarak açık doğaya (dağlara, nehirlere, ormanlara) turist gezileri ve geziler düzenlenebilir. (<http://www.mlsp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.1.3.8. Av Turizmi

Azerbaycan'da uygun lisansı olan avcılara birçok orman hayvanlarını ve yaban kuşlarını avlamak imkanı verilir. Ülkede su-bataklık kuşlarının daimi qışladığı yerlere Ağcabedi, Astara, Celilabad (Kırmızı köy avcılık tarım hariç), Beyleqan, İmişli (Sarısü ve Bozqobu avcılık çiftlikleri hariç), Lenkeran (Havzava avcılık tarım hariç), Masallı, Bilesuvar (Mahmudçala ve Zavvar avcılık çiftlikleri hariç), Ceyranbatan gölü ve Abşeron yarımadasının başka su depoları, ayrıca Mingeçevir su deposunu aid etmek olar. Dağkeçisi ve diğer orman hayvanları ise özel izin esasında Guba, İsmayılı ve Şeki bölgesi erazilerindeki avcılık çiftlikleri avlanabilirler olabilir. (<http://www.mlsp.gov.az/az/pages/4/734>)

2.2. BÖLGE GELİŞİMİNDE YEREL HALKIN BEKLENTİLERİ

Turizm açısından önemli değerlere sahip olan bölgelerin kalkınmasında turizm, etkin rol oynamaktadır. Yerli halkın turizmden en önemli beklentisi; faydaları en üst seviyeye çıkarırken, maliyetleri en alt seviyeye indirmektir. Turizmden en çok etkilenen ve turizmi en çok etkileyebilecek kesim yerel halk olduğu için,

turizm gelişim planına yerel halk dahil edilmelidir. Bölge halkının değerleri göz ardı edilerek yapılan planlamalar, turizmin halk tarafından olumsuz algılanmasına yol açmaktadır. Bu durum sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik anlamda ciddi zararlara sebebiyet vermekle birlikte turizmden sağlanacak faydayı en aza indirmektedir.

“Turizmde, yerel halkın davranışlarının açıklanması, bu davranışların ve düşüncelerin güçlenmesi, gelişim düzeylerinin belirlenmesi ve kapasitelerin ortaya konulması önemlidir. Çünkü bu paylaşımların bilinmemesi veya dikkate alınmaması mevcut turizm yatırımlarının geri dönüşümünde azalmaya neden olabileceği gibi mevcut verilerin ve eğilimlerin bilinmemesi, turist talebinde de azalmaya yol açarak gelecekteki turizm yatırımlarını sekteye uğratabilir. Yerel halkın planlama sürecine dâhil olmasıyla turizm sadece yerel halka ekonomik fayda sağlamakla kalmaz aynı zamanda turizmin negatif sosyal ve çevresel etkilerini de en az seviyelere indirmiş olur” (Altıntaş, 2010, s. 50).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BAKÜ HALKININ TURİZME BAKIŞ AÇILARINI ANLAMAYA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Dünyadaki birçok değişiklikle birlikte turizm sektörü de değişiyor ve gelişiyor. Sanayi devrimi, daha kısa çalışma saatlerinden nüfus artışına kadar birçok faktörle birlikte turizm sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Boş zaman artması, insanların kendilerini dinlemelerine ve eğlenmelerine neden oldu. Bu ise turizm sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte, yerel halkın turizme bakış açısı da değişiyor. Bu bakış açısı ne kadar pozitifse ülke turizmi daha iyi durumda olur. Bu pozitif tutum ülkenin tanıtımına ve imajına büyük ölçüde etkide yapmaktadır.

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Tarihsel olarak, rehberlik en eski insan faaliyetlerinden biri olarak kabul edilebilir. Rehberlerin varlığı iki buçuk bin yıl önce bile başladı ve şimdiki geniş ve karmaşık halini aldı (Rabotic, 2008, s. 45). Araştırmanın amacı Bakü’de yaşayan yerel halkın turizme bakış açısı ölçülmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda, halkın günlük aktiviteleri, Bakü’deki ekonomi durumun ve insanların yaşamdan ne kadar tatmin olduklarına bakılmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Araştırma alanı Bakü şehri seçilmiştir. Bakü kendi yeni ve eski kültürel binaları ile bütün dünyada tanınmaktadır. Bakü’deki Kız Kalesi, İçeri Şehir, Flame Towers ve Haydar Aliyev merkezi, Haydar Aliyev camisi, albanlar devrinden kalmış tarihsel kiliseler bunların bir kaçıdır. Bakü geçmişten bu yana insanların ticaret bölgesi olmuş ve bu da onun İpek Yolu üzerinde yerleşmesinden kaynaklanmaktadır. Bakü hem de dünyada en önemli kültürel merkezlerinden birisidir. Medeni değerler açısından çok zengin olan bu bölge yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Bu araştırma Bakü’deki yerel insanlar

arasında yapılmıştır. Bu araştırmada dikkat edilmesi noktalardan biri ise bu yerel insanların Bakü turizmi hakkında yeterli bilgiye sahip olmasıdır.

Araştırmanın kapsamı Bakü yerel halkıdır. Bilindiği üzere Bakü Abşeron, Binagadi, Hatai, Nasimi, Yasamal gibi illere bölünmüştür ve araştırmanın evreni bu bölgelerde uzun yıllar boyunca yaşamış insanlardır, yani yerel halktır. Önce gelin bazı resmi verilere bakalım- Azerbaycan'ın İstatistik Komitesinden verilen rapora göre son 1 yıl içerisinde Azerbaycanı ziyaret etmiş yabancı insanlar aşağıdaki milletlerdendir.

Tablo 1: Farklı ölkelerden Bakünü ziyaret etmiş turist sayısı

Ölkeler	2017/2018 turist sayısı
Rusya	853082
Gürcüstan	537710
Birleşmiş Arab	102360
Arabistan	33273
İran	362597

193 yerel insan araştırmanın örneklemini teşkil etmektedir. Bu araştırmada 230'a yakın anket forumu oluşturulmuş ve bunun 193'ü geriye dönmüştür ve bu da olası sonuç cevap çıkarmamıza olanak sağlıyor. Anketler ingilizceye çevrilerek yabancı turistlere ulaşılmışdır ki, bu da onların soruları kolayca anlamasına ve dürüst cevap vermesine olanak sağlamıştır. Araştırma verileri 2018 şubat, Mart ve Nisan aylarında toplanmıştır.

3.3. VERİ TOPLAMA ARACI

Veri Toplama aracı olarak Wshington State Universitesi'nde kullanılan form temel alınmıştır. Anketin hazırlanmasında sosyoekonomi ve çevre unsurları dikkate alınmakla yerel halkın bu problemlere yönelik tutumlarını ölçmeye çalışılmıştır. Anketin birinci bölümünde sosyodemografik, yaş, cinsiyet gibi sorular sorulmuş ve soruların cevapları maksimum derecede dürüst belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümünde ise turistlerin turist rehberlerine tutumu ile ilgili 15 soru sorulmuştur. Yalnız likert sorulardan istifade edilmiştir- 1.Kesinlikle Katılıyorum, 2. Katılıyorum, 3. Fikrim yok, 4. Katılmıyotum, 5. Kesinlikle katılmıyorum gibi her soruya 5'li cevap seçeneği koyulmuştur. Elde edile veriler SPSS programında analiz edilmiş ve uygun bulgular elde edilerek belirli öneriler geliştirilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZİ

Ankete katılan 193 kişiden 78'i erkek, 115 tanesi kadındır. Katılımcılardan 2'si yalnız lise mezunuyken, 134'ü Lisans, 43'ü yüksek lisans, 14'ü ise doktora mezunudur. Ankete katılanların çoğu gençler teşkil etmişlerdir. Şöyle ki 17-25 yaş arası 147 (76,17%), 26-45 yaş arası 35 (18,13%), 46 yaş ve üzeri olan insanların sayısı 10'dur (5,18%).

Tablo 2: Örneklem Profiline Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı

Yaş	Sayı	Yüzde %
16 yaş ve altı	0	0%
17-25 yaş arası	147	76,17%
26-45 yaş arası	35	18,13%
46 yaş ve üstü	10	5,18%
Toplam	193	100%

Cinsiyet		
	Sayı	Yüzde %
Erkek	78	40,41%
Kadın	115	59,59%
Toplam	193	100%

Eğitim durumu		
	Sayı	Yüzde %
Orta okul	0	0%
Lise	2	1,03%
Lisans	134	69,43%
Yüksek Lisans	43	22,28%
Doktora	14	7,25%
Toplam	193	100%

Araştırmanın yapısal geçerliğini yoklamak için toplanan bulgular faktör analizinde analiz edilmiştir. Faktör analizi boyunca Kaser-Mayer-Olkin satırı 0,663 bulunmuştur ki, buda doğru örneklem üzerinde araştırma yapıldığının göstergesidir. Buna bağlı olarak, Barlett Test's of Sphericity sonuç değeri anlamlı ve 4387,712 olarak sonuçlanmıştır ki, bu değerler kabul edilebilendir. Tablo 3'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Kmo and bartlett's test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,663
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4387,712
	df	300
	Sig.	,000

Tablo 4: Faktör Analizi

	Faktör Yüğü	özdeğer/ Eigen-Value	Fark yüzdesi	Ortlama, μ	F değeri	Alpha A	P
Faktör 1- Negatif etkiler		3,838	22,577	3,65	49,307	0,767	0,0001
Sosyolojik etkiler							
Turizm şiddeti artırır	,747						
Turizm trafik artmasına neden olur	,712						
Turizm suç oranını artırır	,706						
Turizm doğayı tahrip etmektedir	,627						
Turizm ahlaksızlığı artırır	,589						
Zengin turistler bölge halkının yaşam tarzına karşı negatif etkidir	,520						
Faktör 2- Çevre		1,312	7,715	2,17	129,96	0,43	0,0001
Turizm park ve yeşilliğin artmasına yardımcı olur	,724						
Turizm çevre	,643						

için gürültü ve kirliliktir							
Turizm kalabalığı artırır	,544						
Faktör 3- Ekonomi etkiler		1,118	6,577	4,061	97,310	0,10	0,0001
Turizm iş imkanları yaratır	,624						
Yerli halk turizmden sıkıntı çekiyor	,527						
Turizm fiyatları artırır	,504						

Analiz sonucunda tablodan da görüldüğü gibi 6 faktör ortaya çıkmıştır.

Analizin sonucu olarak ortaya 4 faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörlere aittir Duygusal Bağlılık, ikinci faktör Negatif Etkiler Faktörü, Çevre faktörüdür. Ve bir de turizmin ekonomik etkileri arasında yer alan turizmin yeni yatırımlar celbetmesi, iş imkanlarını genişletmesi ve fiyatları artırması gibi sebeplerden oluşan Ekonomik etkilerdir.

İlk faktör görüldüğü üzere fark 22,577'dir ve 6 değişken ile görülmektedir. Bu faktörün altında bulunanlar şunlardır- yaşam suç oranı, şiddet, ahlaksızlık değişkenlerinden etkilenmektedir. Değişkenlerin Negatif Etkileri faktörü ile ilişkide oldukları bilinmektedir.

İkinci faktör ise fark yüzde olarak 7,715'dir ve 3 değişkeni vardır. Bu faktörde olan değişkenler turizmin trafik yarattığını, parkların ve yeşilliklerin genişlenmesine yardımcı olduğunu vurgulayan değişkenlerdir.

Üçüncü faktör ise faiz derecesi 6,577'dir ve 3 değişkenden ibaretdir. Bu faktör "Ekonomik etkiler" olarak adı geçmektedir ve daha çok iş beklentisi olan değişkenlerden ibaretdir.

Değişkenlere verilen cevaplara baktığımızda (μ) ankete cevap verenlerin en olumlu tutumları Çevreye karşı oldukları görülmektedir (Ortalamaları; sırasıyla 1,64). En kötü tutumları ise Turizmin Negatif Etkileri ve Turizmin Ekonomik Etkileri değişkenlerine karşı olmuştur (Ortalamaları; sırasıyla 3,65 ve 4,06'dir). Bu nedenle, Lenkeren halkı bölgenin ekonomik durumuna, yerel kültürlerin kalitesine ve kentsel hizmetlerin kalitesine, bölgenin görsel ve yazılı reklamlarına ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesine ve sayının artışına büyük önem vermektedir.

Bu araştırmada demografik niktelikler ve turizme bakış açıları arasındaki ilişkiler yönünde oluşturulmuş hipotez testlerine yer verilmiştir

H1; Cinsiyete göre görüş çizgileri arasında bir fark vardır.

H2; Yaşla turizme bakış açısı ve negatif etkiler arasında farklar vardır.

H3; Yaşa göre turzme bakış açısı arasında fark vardır.

H4; Eğitim durumları ile turizme bakış açıları ve negatif etkiler arasında fark vardır.

Cinsiyete göre turizme olan bakış açısı arasındaki fark T-testine göre yapılmıştır. Yapılan analize göre, ortada fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). H1 hipotezi uygun değildir.

Tablo 5: T-tesi analizi

Group Statistics					
	cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Turizme bakış açısı	erkek	78	1,54	,963	,109
	kadin	115	1,76	,904	,084

Independent Samples Test						
		Levene's Test for Equality of Variances				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Turizm bakış açısı	Equal variances assumed	,005	,946	-1,602	191	,111
	Equal variances not assumed			-1,582	158,375	,116

Diğer hipotez ise yaşla turizm bakış açısı arasında fark olması iddia etmektedir. ANOVA analizinden verilen veriye göre, yaşla turizm bakış açısı arasında anlamlı fark görülmektedir ($p=0,027$), yani 0,05 düşük ve ($f=3,634$) H2 hipotezi kabul edilebilir.

Tablo 6: ANOVA

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4,195	2	2,097	3,364	,027

Within Groups	162,582	190	,856		
Total	166,777	192			

Bir diğ er test yaş a göre turizme bakış arasında fark vardır. ANOVA testinden elde edilen sonuçlara göre, aralarında anlamlı bir fark var ve H3 hipotezi kabul edilmektedir. Görülmektedir ki, genc yaş daki insanlar turizme bakış açıları farklıyor ve bu genç insanların iş imkanları için bölgeden göç etmek eğilimdedirler.

Diğ er bir hipotez analizi ise eğitim durumuyla turizme bakış açıları ve negatif sosyolojik etkiler arasında fark olup-olmadığı na bakmaktadır. Bu analizin sonuçlarına göre eğitim düzeyi ile turizme bakış açısı ve negatif etki arasında anlamlı fark vardır $p=0,001$ ve ($f=7,978$). H4 hipotezi kabul edilir.

Tablo 7: ANOVA

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,386	3	2,795	5,309	,001
Within Groups	228,754	189	1,210		
Total	237,140	192			

Cevaplar analiz edildiğinde katılımcılar turizme karşı olumlu tutum gösterdikleri anlaşılmıştır. Cevaplayıcıların turizmin ülkeye iş alanları getirdiklerini (85%) ve sermaye çekmesi açısından çok etkili olduğuna inanmışlardır. Baküdeki tüm cevaplayıcılar turizmin gelişmesiyle yeni iş imkanlarının elde edileceğine inanmışlardır. Burada, cevaplayıcılar turizmin onların yaşam seviyelerine olumlu yönden etki edeceğini düşünmektedirler ve buna görede turizmin gelişmesine destek vermek eğilimde olduklarını göstermektedirler.

Katılımcılar yeşil bölgelerin artırılması, yollar ve ulaşımın daha da genişletilmesi ve yerel medeniyetin korunması eğilimindedirler. En çok katılmıyotum cevabı trafiğin, suç hadiselerinin, doğaki olumsuzluklar turizmden doğduğu sorularına olmuştur. Katılımcılar gerekli önlemler alındığında turizmin doğaya hiç bir zarar veremeyeceğini söylemektedirler. Bu durum ise Bakü şehrinde eko-turizmin geliştirilmesi için cazipi kılmaktadır. Özellikle de, şehirde kullanılmayan bölgelerin yeniden kurulup turizme sunulması çok önemlidir.

Ayrıca cevaplayıcıların ekonomi durumları yerinde olmadığı görülmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde insanların çevre, turizm talep ve faaliyetleri ile ilgili sorulara pozitif tutum gösterdikleri, turizmin negatif etkileri sorularına ise negatif tutum gösterdikleri anlaşılmıştır. Cevaplayıcılar esasen, şehrin ekonomi durumu, yerel medeniyetin korunması, turizm hizmet kalitenin artırılması, güvenliliğin artırılması, doğal güzelliklerin korunması mövzularında hassasiyet bildirmektedirler. Baş veren tüm olumsuz olayların turizmden kaynaklanmadığını vurgulamaktadırlar. Yani kısacası yalnızca olumlu etkileri savunmaktadırlar.

Turizm ahlaksızlığa neden oluyor sorusuna çok cevaplayıcılar katılıyorum diye cevap vermişler. Cevaplayıcılar Turizmin negatif etkilerine esasen katılmıyorum gibi cevap verselerde ahlaksızlıkla alakadar soruya katılıyorum diye bildirmeleri ilginç doğurmuştur. Buradan da nüfusun büyük bir kısmının modern turizmle

alakadar yeterince bilgiye sahip olmadıkları ve ahlak konusu bu şehirde sosyopsikolojik bir konu olduğuna varılabilir.

Turizmin Baküye getireceği ekonomi kazanlarla ilgili cevaplayıcılar memnuniyetini bildirmişler. Nüfusun büyük bir kısmı turizm sektörü yardımıyla yeni iş yerlerinin açılması ve gelir düzeylerinin artmasını istemektedirler. Elde bulunan verilere göre, yerel halkın büyük bir hacmi Bakü turizminin gelişmesine destek verse de, turizm hakkında yeterli bilgilere sahip olmadıkları görülmektedir

SONUÇ

Azerbaycan doğal zenglikler, tarihi ve iklim koşulları açısından zengin bir ülkedir. Uyumlu turistik tesis eksikliği, ülke dışı reklamçılık, lobbiçilik faaliyetlerin yetersizliği, hala devam eden Karabağ problemi ve buna benzer sorunların aradan kaldırılmaması, Azerbaycanın layık olduğu potansiyelini ortaya çıkara bilmemesi ile sonuçlanmaktadır.

Katılımcılar turizmin şehrin gelişmesinde olumlu olduklarına inanmakta ve yeni iş imkanların elde edilmesine inanmaktadırlar.

Olumlu bakış açısını etkileyecek önemli faktörlerden birisi de, ekonomik etkilerdir. Cevaplayıcılar esasen, şehrin ekonomi durumu, yerel medeniyetin korunması, turizm hizmet kalitenin artırılması, güvenliliğin artırılması, doğal güzelliklerin korunması mövzularında hassasiyet bildirmektedirler. Baş veren tüm olumsuz olayların turizmden kaynaklanmadığını vurgulamaktadırlar. Yani kısacası yalnızca olumlu etkileri savunmaktadırlar.

Cevaplayıcılar Turizmin negatif etkilerine esasen katılmıyorum gibi cevap verselerde ahlaksızlıkla alakadar soruya katılıyorum diye bildirmeleri ilginç doğurmuştur. Buradan da nüfusun büyük bir kısmının modern turizmle alakadar yeterince bilgiye sahip olmadıkları ve ahlak konusu bu şehirde sosyopsikolojik bir konu olduğuna varılabilir.

Azerbaycaycan gibi küçük bir ülkenin bu kadar zengin kaynaklarının olmasına rağmen, halkın ekonomi açısından sıkıntı çekmesinin nedeni bu kaynakların israf edilmesidir. Turizmin geliştirilmesi için, halkın daha iyi ekonomi duruma sahip olması için bu israf sorunları göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

- ADİK, (2006). “Azerbaycan’ın İstatistik Göstercileri”, Statistikal Yearbook of Azerbaijan, Seda Basımevi, Baki.
- AĞAKERİMOV, Malik (2006). ve S.Baba-Zade. Ekskursiya ve Ekskursiya Rehberi, Oskar Basımevi, Baki.
- AHMEDOV, Azer (2010). Mejdunarodniy Turizm, Seda Basımevi, Baki.
- AHMEDOV, Azer (2010). Mejdunarodniy Turizm, Seda Basımevi, Baki.
- ALLAHVERDİYEV, Nail (2004). Azerbaycan Respublikasının İktisadi ve Sosyal Coğrafyası, Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnstitutu Basımevi, Baki.
- ASAF, Kahramanov (1994). “Azerbaycan Coğrafyası”, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, Cilt; 78, s. 53.
- AYSEL, Allahverdiyeva (2009). Köy Turizmi, ATİ, Seda Basımevi, Baki, 2007. Azerbaycan Gazetesi, Cilt; 4, Sayı; 5, s. 5-6.
- CAVADOV, Ruslan (2005). Gence Şehrinde Dini Turizmin İnkişaf Perspektivleri, Teknik Universitesi, Gence.
- ÇULHA, Osman. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan araştırması. *Journal Of Yasar University*, 3(12), 815–840.
- DTÖ (2001), “İnternational Tourist Arrival by Country of Destination”, http://www.photius.com/rankings/tourism_2001.pdf.
- EFENDİZADE, Sebuhi (2005). Eko-turizm ve Onun Azerbaycanda Kalkınma Perspektifleri, Baki Yayın Evi, Baki.

EFENDİZADE, Sebuhi (2005). Eko-turizm ve Onun Azerbaycanda Kalkınma Perspektifleri, Baki Yayın Evi, Baki.

ELEKBEROVA, Elnare (2006). Yerli İcmanın Sosyal ve Ekonomik Kalkınmasına İnkışafında Kùltür Turizmin Rolu, Azerbaycan Devlet İktisat Universitesi Yayınları, Baki.

EMİNOV, Zakir (2002). Azerbaycan'ın Fiziki ve İktisadi Coğrafyası, Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnkstitutu Basımevi, Baki.

ERGİN, Yıldırım. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. 7. Baskı. Sakarya: Sakarya.

GASANOV, Zakir (2001). "Proekt Velikogo Şelkovogo Putı ı Novşestva Turizma v Azerbaycan", İpek Yolu II Respublika Elmi-Praktiki Konferansının Materyalleri, Düzenleyen Azerbaycan Respublikası Tahsil Cemiyeti, Baki, 20-22 Aralık.

GOKSAN, Ergün (2001). Turizmoloji, Ugur Ofset Matbaası, Izmir, 1978.

GSTB, "Azerbaycan' ın Turizm Sazişleri", Turizm Yenilikleri Gazetesi, Sayı 01(44) (6411).

KÖROĞLU, Özlem (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. Olalı, H. (1990). Turizm politikası ve planlaması, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını. Oschell, C. M. (2009). The development and testing of a relational model of competence in the context of guided nature-based tourism. (Doktora Tezi),

MELİH, Ersoy (2002). Pamukkale arkeolojik ve doğal sit alanında toplum katılım projesi. II. Turizm Ulusal Bildirileri, T.C. Turizm Bakanlığı, III: Cilt, Ankara.

NURİYEV, Famil (2005). "Azerbaycan Böyük Turizm Potansiyalına

Maliktir”, Ülfet Gazetesi, Cilt 7, Sayı 1, s.4.

OLALI, Hasan ve Timur, Alp (1999). Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir,1988. Özey R. “Dünya Platformunda Türk Dünyası”, Öz Eğitim Yayınları, İstanbul.

ÖZGÜÇ, Nazmiye (1998). Turizm coğrafyası: özellikler, bölgeler. İstanbul: Çantay.

RAHİMOV, Saleh (2004). Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili, Maarif Basımevi, Baki.

RAHİMOV, Saleh (2004). Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili, Maarif Basımevi, Baki.

SALMANOV, Akif (2001). “Büyük İpek Yolunun Azerbaycan’da Turizmin İnkişafındaki Rölü ve Neft Siyaseti İle Alakası”, Azerbaycan’da İktisadi İslahatların Hayata Geçirilmesi Hüsüsüyetleri ve Problemleri, Elmi Eserler Toplusu, I. Cilt. Düzenleyen Azerbaycan Respublikası İktisadiyat Nazirliyi-İktisadi İslahatlar Merkezi, Baki.

SUAVİ, Ahıpaşaoğlu,. (1997). Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama. Ankara: Varol Matbaası, 145.

EK 1