

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Balasənli Kəmalə Səxavət qızı

“Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin
inkişaf problemləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404 “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: “Turizmin iqtisadiyyatı” Qrup 350

Elmi rəhbər:
i.ü.f.d., b/m. E.Q. Məmmədov

Magistr proqramının rəhbəri:
i.e.n. dos. F.Ə. Qurbanova

Kafedra müdiri: prof., i.e.d. Əlirzayev Ə.Q.

Bakı – 2018

Mündəricat

Giriş	3
I Fəsil. Alternativ turizmin nəzəri-metodoloji əsasları	
1.1. Alternativ turizm anlayışı, onun mahiyyəti və xüsusiyyətləri.....	7
1.2. Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri.....	14
1.3. Alternativ turizmin inkişaf amilləri.....	22
II Fəsil. Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf potensialının təhlili	
2.1. Azərbaycan turizminin inkişaf istiqamətləri.....	31
2.2. Azərbaycanın alternativ turizm imkanları.....	40
2.3. Alternativ turizmin regional inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsi.....	49
III Fəsil. Alternativ turizmin inkişafına dair dövlət siyasətinin təkmilləşməsi istiqamətləri	
3.1. Alternativ turizm davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi	57
3.2. Regionlarda alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmi.....	63
3.3. Alternativ turizmin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmləri...	70
Nəticə və təkliflər	77
Ədəbiyyat siyahısı	81
Referat	84
Резюме	87
Summary	88

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Turizm sahəsində uğur qazanmış ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm ölkənin həm sosial, həm də iqtisadi inkişafının sürətlənməsində böyük əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, o dövlətin büdcə gəlirlərinin formalaşmasında, xarici ticarət balansının qorunub saxlanmasında vacib rol oynayır. Bu baxımdan turizm sahəsinin inkişafı inteqrasiya amili kimi müasir dövrümüzün zəruri məsələlərindən biri halına gəlmişdir.

İndiki şəraitdə turizm sektorunun inkişafında maraqlı olan ölkələrin sırası genişləndikcə bu istiqamətdə kəskin rəqabət mühiti yaranmışdır ki, bu da Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf problemləri və onun regional tərəflərinin tədqiqat obyektı olaraq seçilməsini zəruri edir.

Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişaf perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün, regionlar üzrə turizm ehtiyatlarının üzə çıxarılması və qiymətləndirilməsi ilə bağlı dərin araşdırmaların aparılmasına ehtiyac vardır. Bu işə alternativ turizmin regional xüsusiyyətlərinin və inkişaf problemlərinin geniş şəkildə tədqiqinin vacibliyini ön plana çəkir.

Qeyd etmək lazımdır ki, turizmin bütün formaları müəyyən sosial əhəmiyyət daşıyır və insanların həyat səviyyəsinə öz müsbət təsirini göstərir. Eyni zamanda ölkədə turizm diversifikasiyası dövlətin strateji fəaliyyət planının əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir.

Republikada alternativ turizmin inkişafı dövlətin iqtisadi yüksəlişinə, regional inkişafa, sosial infrastrukturun yenilənməsinə, həmçinin əhalinin maddi rifahının yüksəlməsinə, zəif sosial təbəqələrin müalicəsi və sosial turizmlə bağlı tələbatlarının ödənilməsinə yönəlir.

Alternativ turizmin mahiyyəti və inkişaf amilləri tədqiqat obyektı olaraq bir sıra xüsusiyyətləri özündə əks etdirir. Bu xüsusiyyətlərin təhlili, dəyərləndirilməsi və strateji planda nəzərə alınması elmi-nəzəri əhəmiyyəti ilə bərabər, eyni zamanda praktiki əhəmiyyətə malikdir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. Turizm beynəlxalq səviyyədə ölkələrin iqtisadi inkişafında vacib və aktual sahə olsa da, ölkəmizdə onun müxtəlif aspektlərinin öyrənilməsinə həsr edilmiş sistemli və kompleks elmi-tədqiqat işlərinə az rast gəlinir. Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafı ilə bağlı məsələlərə daha çox aşağıdakı alimlərin əsərlərində rast gəlinir: Ə.Q. Əlirzayev, A.A. Salmanov, R.M. Qasımov, C.A. Məmmədov, Y. Zeynalı, B.Ə. Bilalov, S.H. Rəhimov, H.B. Soltanova, V.S. Dərgahov, E.Q. Məmmədov və s.

Bu sahədə bir sıra tədqiqatlar aparmış xarici ölkə alimlərindən V.A. Kvartalnov, A.B. Zdorov, V.Q. Qulyayev, K.V. Maslennikova, M.N. Zabayeva, A.P. Nazmi Kozak, N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt və digərlərini qeyd etmək olar.

Problemin müasirliyi və az tədqiq edilməsi dissertasiya mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədini Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişaf potensialının öyrənilməsi, bu sahədə mövcud vəziyyətin qiymətləndirilməsi, regional xüsusiyyətlər və imkanlar çərçivəsində onun inkişafı ilə bağlı konkret təklif və tövsiyələrin hazırlanması təşkil edir. Bu məqsədin reallaşması üçün aşağıdakı əsas vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- alternativ turizmin mahiyyəti, inkişaf faktorları və onun sosial-iqtisadi əhəmiyyətinin nəzəri-metodoloji əsaslarının müəyyənləşdirilməsi;
- Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf potensialını təhlil etmək və alternativ turizmin regional inkişafa təsirini qiymətləndirilmək;
- alternativ turizmi davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi tədqiq etmək, onun səmərəli təşkili üsullarını müəyyən etmək;
- alternativ turizm növlərinin yaradılmasında dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsi üzrə tövsiyələr hazırlamaq;
- regionlarda alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılmasına dair təklif və tövsiyələr hazırlamaq.

Tədqiqatın obyektı. Tədqiqatın obyektı kimi Azərbaycan respublikasında alternativ turizm növləri seçilmişdir.

Tədqiqatın predmeti. Tədqiqatın predmetinə alternativ turizmin inkişaf amilləri və onun təşkilinin regional aspektləri daxildir.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasını alternativ turizmlə bağlı yerli və xarici alimlərin nəzəri müddəaları, AR Prezidentinin fərman və sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin qərarları, Milli Məclisin və Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarları təşkil edir.

Tədqiqat prosesində müqayisəli və sistem təhlil, statistik təhlil, müşahidə və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazasını bu sahədə yerli və xarici alimlərin əsərləri, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin hesabatları və internet materialları təşkil edir.

Dissertasiya işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- alternativ turizm anlayışı onun mahiyyəti, inkişafının zəruriliyi və amillərinin elmi-nəzəri əsasları ümumiləşdirilmişdir;

- Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri tədqiq edilmişdir;

- respublikada alternativ turizmin inkişaf potensialının mövcud vəziyyəti, onun resursları və təşkilati aspektləri, həmçinin alternativ turizmin regional inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsi metodikası tədqiq olunmuşdur;

- alternativ turizm davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi tədqiq olunaraq, onun təşkilində səmərəliliyin təmin olunması yolları müəyyən edilmişdir;

- alternativ turizmin inkişafında dövlətin vəzifələri konkretləşdirilərək, onun rolunun artırılması mexanizmləri verilmişdir;

- regionlarda alternativ turizmin inkişafının stimullaşdırılması istiqamətində nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malik təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və təcrübəvi əhəmiyyəti. İşin nəzəri əhəmiyyəti onunla izah olunur ki, respublikada alternativ turizmin xüsusiyyətləri, amilləri geniş təhlil edilmiş və inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir.

Tədqiqat işinin təcrübəvi əhəmiyyəti, onun nəticələrinin ölkə üzrə turizmin inkişafı və regional idarəetmə istiqamətində istifadə olunması ilə bağlıdır. İşin əsas müddəaları dövlətin turizm siyasətinin formalaşmasında, turizmin qanunvericilik bazasının yaradılmasında, regional inkişafda istifadə oluna bilər.

Dissertasiyanın quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, hər fəsildə üç paragraf olmaqla üç fəsil, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından ibarət olaraq, özündə 4 cədvəl, 1 sxem və 1 şəkli əhatə edir. Tədqiqat işi 88 səhifə həcmində olub, 38 ədəbiyyatı özündə əks etdirir.

Tədqiqatın girişində mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, onun öyrənilmə səviyyəsi verilir, məqsəd və vəzifələri müəyyənləşir, tədqiqatın nəzəri əsasları və məlumat bazası göstərilir, elmi yeniliyi açıqlanır.

Dissertasiyanın birinci fəslində alternativ turizm anlayışının mahiyyəti, xüsusiyyətləri və inkişaf amilləri, həmçinin Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri tədqiq olunur.

İkinci fəsil Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf potensialının öyrənilməsindən bəhs edir. Bu fəsildə Azərbaycan turizminin inkişaf istiqamətləri təhlil olunur, onun xüsusiyyətləri araşdırılır. Respublikada alternativ turizmin inkişaf potensialının mövcud vəziyyəti, həmçinin alternativ turizmin regional inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsi və potensialın ölçülməsi metodikası tədqiq olunur.

Üçüncü fəsil alternativ turizmin inkişafına dair dövlət siyasətinin təkmilləşməsi istiqamətlərini özündə ehtiva edir. Alternativ turizm davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi götürülərək, onun davamlı inkişafda əhəmiyyəti əsaslandırılır. Eyni zamanda regionlarda alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri təhlil olunur. Həmçinin alternativ turizmin inkişafında dövlətin rolunun artırılmasının əhəmiyyəti vurğulanaraq, bu istiqamətdə təkliflər verilir.

Dissertasiyanın nəticə və təkliflər hissəsində Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişafına dair əldə olunmuş nəticələrə uyğun təkliflər verilmişdir.

I FƏSİL. ALTERNATİV TURİZMİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Alternativ turizm anlayışı, onun mahiyyəti və xüsusiyyətləri

Turizm sektoru keçmişdən bu günə kimi həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən böyük maraq göstərilən bir sektor olmuşdur. Bunun ən başlıca səbəbi isə, dünyada ən sürətli inkişaf edən sektorlardan biri olmasıdır. Bu vəziyyət, turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatlarına töhfələrini ön plana çıxarmış və Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2020-ci ildə dünya turizm gəlirlərinin 2 trilyon dollar olacağına dair qiymətləndirilməsinin də təsiriylə, hər ölkənin öz turizm imkanları çərçivəsində bu gəlirdən pay almaq və aldıkları payı böyütmək mübarizəsinə qoşulmasına səbəb olmuşdur. Turizm sektorunu inkişaf etdirərkən ölkələrin inkişaf səviyyələrinə görə çatmaq istədiyi hədəflər fərqli ola bilər. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələr turizm sektorunun gəlirlərindən effektiv istifadə etməyi planlaşdırdığı halda, inkişaf etməkdə olan və ya az inkişaf etmiş ölkələr isə bu sektorun valyuta gətirmə və yeni məşğulluq yeri yaratma gücündən faydalanmaq istəyirlər. Çünki inkişafda olan ölkələrin ixracat potensialı, böyük ölçüdə investisiya resurslarına bağlı olduğundan, bu investisiyanın cəlb olunmasında turizm sektoru əhəmiyyətli bir vasitə olaraq qiymətləndirilməkdədir. Həmçinin inkişaf etməkdə olan ölkələrin mövcud problemlərinin başında işsizlik problemi gəlir. Bu problemin həllində isə turizm sektorunun böyük əhəmiyyətə malik olması xüsusi qeyd edilir. Zəngin turizm potensialına sahib olan Azərbaycanda da məşğulluğun təmin olunmasında əsas fəaliyyət növlərindən biri kimi turizm sektorunun əhəmiyyəti artmaqdadır.

Turizm sektorunun struktur xüsusiyyətləri, məşğulluq yaratma potensialı baxımından onu digər sektorlardan fərqləndirir. Çünki turizm sektorunda avtomatlaşma sistemlərinin istifadəsindən başqa texnoloji yeniliklərin istifadə sahəsi olduqca məhduddur. Texnoloji irəliləyişlərin məhdudluğu əməyə qənaəti ciddi

şəkildə azaltmaqdadır. Bundan başqa birbaşa məşğulluğun yaradılmasında ən vacib rolu yerləşmə müəssisələrinə qoyulan investisiya oynayır. Bununla da birbaşa məşğulluğu artıran investisiyalar dolayı məşğulluq imkanlarını da artırmış olur. Kütləvi turizm ilə məşğul olan istehlakçıların, bu hərəkətlilik içərisində davamlı olaraq son illərdə ənənəvi turizm məhsulundan turizmin alternativ məhsullarına tərəf yönəldikləri görünür.

Alternativ turizm növlərinə olan sürətli tələb artımı və ona paralel olaraq alternativ turizmin inkişafı və çeşidlənməsi bu günün reallığıdır. Turizm bazarında yeni ortaya çıxan destinasiyalardakı alternativ turizm növlərinin ön planda olması və köhnə destinasiyalarda da yeni məhsul növlərinin yaradılması gələcəkdə alternativ turizmə olan tələbatın daha da artacağını göstərir. Alternativ turizmin inkişafı tək-cə turistik destinasiyaların deyil, həmçinin qeyri-turizm bölgələrinin də inkişafına kömək edəcəkdir və bu da həmin bölgələrin ölkə gəlirlərindən öz paylarını almasını təmin edəcəkdir.

Alternativ turizm – yaşıl turizm, yumşaq turizm, eko-turizm, təbiət turizmi, davamlı turizm, aşağı təsirli turizm, mədəni turizm, macəra turizmi, araşdırma turizmi kimi anlayışlarla zaman-zaman eyni mənalarda istifadə edilir.

Bunlar tamamilə eyni mənayı ifadə etməsələrdə sıx turistik istifadəyə alternativ olaraq inkişaf etdirilən və bəzi ümumi yanaşmaları ortaq olan anlayışlardır. Buradan aydın olur ki, alternativ turizm: yalnız bir turizm növü deyil eyni zamanda bir “çərçivə anlayış”dır.

Ümumi mənada alternativ turizm "Dəniz-qum-günəş üçlüsünə bağlı olaraq həyata keçirilən və ənənəvi hala gələn kütləvi turizmin, təbii və ictimai quruluş üzərində yaratdığı mənfi təsirlərini azaltmaq və ənənəvi istirahət paketlərindən fərqli axtarışları olan istehlakçıların istək və ehtiyaclarını qarşılamaq məqsədiylə bazara təqdim edilən bütün turizm növləri" olaraq təyin olunmaqdadır.

Tərifdən də aydın olduğu kimi alternativ turizm növləri, kütləvi turizmin rəqibi deyil, onun variantı olaraq qiymətləndirilməlidir.

Həmçinin alternativ turizm, ictimai və ekoloji uyğunlaşmaya, yerli və xarici sahibkarların əməkdaşlığa və inkişafda yerli vəsait istifadə edilməsinə üstünlük vermə məqsədini güdən turizm növüdür. Bu tərif alternativ turizmin təbii və sosial mühitə hörmət, bu dairələrin xüsusiyyətlərini nəzərə alan və yerli əhaliyə prioritet verən xüsusiyyətlərinə işarə etməkdədir. Bu şərtlərə uyğun olaraq alternativ turizm "kütləvi turizmin mənfi təsirlərini azaldan, turizm gəlirlərini balanslı şəkildə paylayaraq rifah səviyyələrinin yüksəlməsinə töhfə olan, turizmdən gələn gəlir axınını daha uzun müddətə və seqmentlərə yayan turistik məhsul və xidmətləri əhatə edən turizm növü" şəklində təyin oluna bilər.

Alternativ turizm məhsullarını inkişaf etdirmək, eyni zamanda turizm resurslarını və dəyərlərini qoruyaraq gələcək nəsillərə ötürülməsini təmin etmək lazımdır. Bu mənada turizm yalnız bir yay fəslində olan bir fəaliyyəti deyil, bütün ilə yayılmış bir fəaliyyət olmaqdadır. Bu nöqteyi-nəzərdən isə, alternativ turizmin diversifikasiya perspektivi ortaya çıxır [18].

Alternativ turizm dedikdə istifadə edilən vasitələri, təşkilatçılıq və insan resurslarına görə kütləvi turizmdən fərqlənən turist məhsulları və fərdi turist xidmətlərini nəzərdə tutur. Bu termini bəzən "fərqli" və ya "başqa turizm", "şüurlu" və ya "məqsədli turizm", "anti-turizm" və ya "iştirakçı turizm" terminlərinin əvəzinə "dəbdə olan" sözləri ilə də ifadə edirlər. Alternativ turizm bəzi tədqiqatçılar tərəfindən turizm məhsulunun çeşidləndirilməsi olaraq da adlandırılmaqdadır [18].

Alternativ turizmin aşağıdakı kimi növləri vardır:

1. Kənd turizmi;
2. Qış və dağ turizmi;
3. İdman turizmi;
4. Dini turizm;
5. Sağlamlıq turizmi;
6. Ekoloji turizm;
7. Etnik turizm;
8. Macəra turizmi;

9. İşgüzar turizm;

10. Dərketmə turizmi və s.

Bu turizm növlərinin bir neçəsini qısaca nəzərdən keçirək.

Kənd turizmi – kənd mədəniyyəti, təbii mühit və əkinçiliklə inteqrasiya olunan, bununla yanaşı digər turizm növləri ilə də son dərəcə asan inteqrasiya ola bilən bir turizm növüdür. Ona görə müxtəlif yerli, milli və beynəlxalq miqyasda məzmunu zənginləşdirilən kənd turizmi, dünyanın bir çox ölkəsində insanları istirahət üçün özünə çəkkə bilməkdədir. Kənd turizminin əsas məqsədi bir kənddə, bir fermada, bir dağ evində və s. də qalaraq, kənd həyatı ilə tanış olaraq istirahət etmək olduğundan, aralarında məqsəd və fəaliyyətlər baxımından bəzi fərqlərin olduğu da bir həqiqətdir.

Bu gün üçün az sayda kəndimizin həqiqi mənada kənd turizminə açıq olmasına baxmayaraq, bu sahədə böyük potensialın olduğunu da qeyd etmək lazımdır. Hətta təbii və mədəni baxımından bir-birindən fərqli xüsusiyyətlər təqdim edən coğrafi bölgələrimizdən başlayaraq, qəsəbə və kəndlərimizə qədər gələn bu potensialın bir göstərici ilə müəyyən olunması olduqca çətinidir. Çünki potensial təyin etmə, yalnız bir yerin kənd turizminə uyğunluğunun ölçülməsi ilə məhdud deyil, bir çox faktorun bir yerdə qiymətləndirilməsi lazım olan sahələrarası kompleks bir işdir. Həmçinin, potensialı təyin etmək qədər əhəmiyyətli olan iki əsas məqama daha çox diqqət yetirmək lazımdır:

✓ Azərbaycan turizmində kənd turizminə ehtiyac varmı?

✓ Kənd turizmi Azərbaycan turizmində necə iştirak edə bilər?

Burada kənd turizmi, ferma turizmi, yaşıl turizm və kənd təsərrüfatı turizminin hamısını birləşdirən bir anlayışın əhəmiyyətini ortaya qoymaq və yuxarıdakı iki suala cavab tapmaq məqsəd qoyulmuşdur. Burada unudulmaması lazım olan bir xüsusiyyət vardır. Ölkəmizdə əgər kənd turizminin inkişaf etdirilməsini istəyiriksə, yalnız ölkəmizin turizm baxımından əhəmiyyətini ortaya qoymanın kafi ola bilməyəcəyi qəbul edilməli, ayrıca ölkə iqtisadiyyatına da nə kimi köməyi ola biləcəyini bilməliyik. Çünki kənd turizmi, qadın məşğulluğu, yerli əhalidə sahibkarlıq ruhunun yüksəldilməsi, gəlirlərin artırılması və dinamizm qazandırması, iqtisadi sektorları

hərəkətə gətirməsi, bölgə və ölkə səviyyəsində təbii inkişafa dəstək olması baxımından, əhəmiyyətli bir gücə malikdir.

Ekoloji turizm anlayışı mahiyyət etibarilə canlı təbiətə səyahəti özündə ehtiva edir. Geniş mənada yanaşdıqda isə, ekoturizm flora və faunastik mühitin, yaşam müxtəlifliyinin, iqtisadi sabitliyin, təbii mühitin qorunmasının, mədəni dəyərlərin, həyatın bütün istiqamətlərini özündə əks etdirir.

Macəra turizmi – bu növ turizmə aktiv hərəkətlə və təbiətdə istirahətlə əlaqədar olan bütün səyahətlər daxildir. Bu növ turizmdə məqsəd yeni hiss və təəssüratlar əldə etmək, turistin fiziki cəhətdən hazır olmasına və idman nəticələrinin yüksəldilməsinə nail olmaqdır. Buraya alpinizm, qayaya dırmanma, buza dırmanma, speleoturizm, piyada, su və xizəklə gəzinti kimi turizm növləri aiddir. Bir çox hallarda təsadüfi nəqliyyat vasitəsilə həyata keçirilir.

Daha əvvəl də ifadə edildiyi kimi alternativ turizm kütləvi turizmin həm davamı, həm də tamamlayıcısı olaraq qiymətləndirilməkdədir. Bu səbəbdən fərqli məqamlar təyin olunduqda, alternativ turizmin xüsusiyyətləri və turizm anlayışına gətirdiyi yeniliklər daha yaxşı aydın olacaq. Aşağıdakı cədvəldə qeyd olunan fərqliliklər göstərilmişdir.

Kütləvi turizm – plansız məkansal təşkilatlanmalar, müstəqil layihələr, müstəqil hazırlanmış proqramlar, qapalı məkan ağırlıqlı yeni tikili istifadəsi, hər tələbi qarşılama, hər yerdə turizm, iqtisadi faydalar, özəl nəqliyyat ağırlıqlı, memarlıqda beynəlxalq çizgilər, tələbin ən yüksək olduğu nöqtəyə görə iş təyini, standart paket proqramları, passiv turizm kimi özəlliklərə sahibdir.

Alternativ turizm – planlı məkansal təşkilatçılıq, təməl anlayışlara öncəlik, bölgə ilə bütünləşmiş planlar, yerləşmə üçün özəl seçim, açıq məkana ağırlıq, mövcud təchizatdan istifadə, tələbə məhdudiyət, yerli işçi qüvvəsi, kütləvi nəqliyyat, yerli memarlıq, tələb ortalamasına görə tutum təyini, birdəfəlik proqramlar, dinamizm və aktivlik kimi özəllikləri önə çıxarmaqdadır.

Cədvəl 1.1**Kütləvi turizm və alternativ turizmin müqayisəsi**

Kütləvi turizm	Alternativ turizm
Daşıma imkanlarını məcbur edər	Daşıma imkanlarını nəzərə alır
Məkan və zamana görə məhduddur	Məkan və zaman baxımından yayılma vardır
İnkişaf sürətli və istehlak istiqamətlidir	İnkişaf yavaş və davamlı xüsusiyyətlidir
Turistik müəssisələr böyük miqyaslı və beynəlxalq standartlara uyğundur	Turistik müəssisələr, kiçik ölçülüdür və yerli sahibkarlar dəstək verir
Ümumiyyətlə sahillərdə sıxlaşar	Hər bölgədə inkişaf etdirilə bilər
Yerli memarlığı sıradan çıxaran ümumi bir arxitektura anlayış hakimdir	Xarici və yerli memarlığı nəzərə alma sahəsində anlayış hakimdir
Yerli xalqla qarşılıqlı münasibətə imkan verməz	Yerli əhali və turistlər arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur
Böyük maliyyəsi olan turoperatorlara bağlıdır	Kiçik miqyaslı ixtisaslaşmış turoperatorların və səyahət agentlərinin idarəsindədir
Yerli məhsullardan çox qlobal standartlara bağlı məhsul və xidmətlər təqdim edilir	Ənənəvi, yerli və xüsusi məhsulların qorunmasına və istehsalına dəyər verir

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Alternativ turizm növləri ayrı-ayrılıqda fərqli xarakterə malikdir. Eyni zamanda cədvəl 1.1 – dən də görüldüyü kimi alternativ turizm növlərinin, bir sıra ümumi cəhətləridə vardır. Belə ki, bütövlükdə alternativ turizm növləri kiçik ölçülü olur. Alternativ turizmin kiçik miqyaslı olması bir-biriylə əlaqəli bir neçə dəyişik anlama gəlməkdədir. Alternativ turizm iqtisadi miqyasına uyğun olaraq böyük yerləşmə

müəssisələri əvəzinə əsasən orta və kiçik ölçülü müəssisələrin yaradılmasını stimullaşdırır. Həmçinin böyük və kütləvi istehlakçı əvəzinə nisbətən kiçik istehlakçı qrupları və fərdi turizm fəaliyyətlərini özündə ehtiva edir.

Alternativ turizm növlərinin, istifadə sıklığı ilə bağlı kiçik əhatəli olması nəticəsində mövcud təbii resurslardan səmərəli istifadəsinə diqqət göstərilməsi ədəbiyyatlarda qeyd olunan bir xüsusiyyətdir. Ancaq bu məsələni bir "ideal" kimi göstərmək yerinə, tətbiq olunan zaman bu anlayışı ifadə etməsi olduqca əhəmiyyətlidir. Çünki, alternativ turizmin səhv tətbiqlər və siyasətlər nəticəsində kütləvi turizmə çevrilməsi mümkün olmayan bir iş deyil. Alternativ turizmin aşağıdakı xüsusiyyətlərini qeyd etmək olar.

Davamlı turizm anlayışı daxilində olur: təbii, tarixi və mədəni sərvətləri qoruyan və hər cür daşıma tutumunu nəzərə alan bir inkişafı mənimsəyər. Alternativ turizm bölgəyə xas təbii müxtəlifliyi, yerli mədəni dəyərləri üstün tutmağa əsaslanır. Alternativ turizm növləri, fərqlilik axtaran və təbii mühit həssaslığına sahib olan şəxslərin maraqlandığı fəaliyyətlər üzərindən təyin olunur və inkişafını bu təmələ dayandırır.

Yerli əhaliyə prioritet tanıyır: Alternativ turizm növlərinə istiqamətli investisiyaların və bu sərmayələrdə məşğulluğu təmin ediləcək şəxslərin ilk növbədə yerli əhalidən olmasına öncəlik verilir.

Inkişaf zamanı bütün maraqlı tərəflərin iştirakını nəzərdə tutur: Turizmin inkişafının sağlam mühitə söykənməsi üçün yerli xalqın; prosesin aktiv və güclü bir ünsürü olaraq qəbul edilməsi və idarəetmə anlayışı çərçivəsində inkişafa istiqamət verə bilməsi lazımdır. Alternativ turizm davamlılıqla bağlı olan "idarəetmə" anlayışı və proqramlarını dəstəkləyən fəaliyyət növüdür.

Alternativ turizmin inkişafında yerli əhali ilə turistlər arasında pozitiv qarşılıqlı münasibətlər formalaşır: Alternativ turizm növləri, bu səbəbdən kütləvi turizmde olduğu kimi yerləşmə müəssisələrinin və ziyarətçilərin ətrafına divarlar hörməz. Yerli əhali ilə ünsiyətdə olmağa üstünlük verir.

Həm ictimai, həm də fiziki daşıma imkanlarını təmin edir, buna qarşı iqtisadi baxımdan uyğun miqdarda gəlirə imkan yaradar: Alternativ turizm, daşıma tutumlarının təyin olunması ardından, sabit və uzun müddətli bir inkişaf çərçivəsində, optimal gəliri planlaşdırır.

İstehsalçı və istehlakçının maraqlarına, bütövlükdə cəmiyyətin ictimai tarazlığına fayda təmin edər: Alternativ turizm, xüsusi bacarığı olmayan insanların məşğullüğünün təmin olunmasına, orta və kiçik ölçülü turizm obyektlərinin yaradılmasına, beləcə də kənddən şəhərə köçün qarşısını almağa öz töhfəsini verir. Eyni zamanda alternativ turizm; mövsünilikdən və müəyyən bölgələrə mənsub olmaqdan qurtararaq turizmi bütün ilə və bütün ölkəyə yaymaq üçün böyük bir fürsət təqdim edir.

1.2. Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri

Turistlərə təqdim edilən və dəyəri onlar tərəfindən qarşılanan xidmət növlərinin cəmi turizm məhsulu adlanır. Bu xidmət növlərinə qidalanma, yerləşmə, əyləncə, ekskursiya və s. xidmətlər aiddir. Turizm məhsuluna iki cür dar mənada və geniş mənada yanaşmanı qeyd edə bilərik. Dar mənada turist məhsulu anlayışı hər hansı bir xidmət, başqa sözlə yerləşmə və ya ayrıca nəqliyyat xidmətinin göstərilməsini özündə ehtiva edir. Geniş mənada isə turist məhsulu kompleks şəkildə yanaşmanı ifadə edir. Turistə komplektləşdirilmiş turizm xidmətlərinin təqdim olunması tur adlanır. Bu zaman turistə göstərilən xidmətlər vahid “zərfə” yığılır və turist zərfdə olan bütün xidmətlərin dəyərini turzərfin (turun) qiyməti olaraq əvvəlcədən ödəmiş olur. Digər əmtəə və məhsullardan fərqli olaraq turizm məhsulları aşağıdakı xarakterik xüsusiyyətləri özündə ehtiva edir:

✓ Turizm məhsulunun tərkib elementləri və bu elementləri formalaşdıran müəssisələr sıx əlaqələrlə bir-birinə bağlıdırlar. Turist məhsulundan əldə olunan gəlir və onun qiyməti elastik olur.

✓ Turistlərə eyni xidmətlər təqdim edən turist müəssisələri, müxtəlif səviyyələrdə (mövsümə, turistlərin kimliyinə, işçilərin peşəkarlığına və digər fərqli amillərə görə) bunu yerinə yetirirlər.

Hər bir müəssisənin turizm məhsulunun yaradılmasına dair öz yanaşma metodu və dəsti-xətti vardır. Kiçik ölçüdə buraxılan səhv və ya nöqsanlar, ümumilikdə xidmətin səviyyəsinin aşağı düşməsinə səbəb olur.

Azərbaycan, sahib olduğu resurs potensialı ilə yanaşı coğrafi olaraq da üstün mövqedədir. Ancaq, bazara yeni məhsul növlərinin çıxarılması yox səviyyəsindədir. Halbuki, dəyişən istehlakçı tələbləri və turist profili nəzərə alınaraq yeni məhsullar yaradılması və bunlarla bazarda rəqabət aparılması lazımdır. Məsələn, Aralıq dənizi sahilindəki ölkələrin çoxunda əsas məhsul dəniz-günəş-qum üçlüsüdür. Fərqlilik yaratmaq ancaq digər mədəni elementlərin və dəyərlərin istifadə edilməsi ilə təmin oluna bilər. Bu vəziyyət, bir-biri ilə eyni xidmətləri təqdim edən obyektlər baxımından da düşünülə bilər. Beləcə, yalnız qiymətə bağlı ortaya çıxan rəqabətin aradan qaldırılması, bunun nəticəsində aşağı qiymətlə məhsul satışının qarşısını almaq mümkün olacaq.

Başqa sözlə desək, bu sonsuz dövrün qırılması üçün turizm məhsulunun çeşidləndirilməsinə getmək və adambaşına turizm xərclərini artırmaq qaçınılmaz hala gəlməkdədir.

Yuxarıda ifadə edilən amillər nəzərə alınaraq turistik məhsul növləri ilə əlaqədar Azərbaycanda bir çox layihə və işlər görülmüşdür. Bu dəyişikliklərin başında alternativ bazarlara yönəlmək və məhsul diversifikasiyası gəlməkdədir.

Turizm məhsulunun növlərə ayırılması mövzusunun əslində, turizm proqramlarında uzun illərdən bəri yer alması bu mövzunun əhəmiyyətinin dövlət strukturlarında bilindiği; ancaq, həyata keçirilmə sahəsində müəyyən problemlərin olduğunu ortaya çıxarmaqdadır. Turizmin mövsümi və coğrafi bölgüsünü yaxşılaşdırmaq və xarici bazarlarda dəyişən istehlakçı seçimlərini də nəzərə alınaraq yeni potensial sahələr yaratmaq məqsədi ilə əlavə olaraq dağ, kənd, ekoloji, müalicə, işgüzar və əyləncə turizminin də inkişafı hədəflənmişdir. Məhsul növləri ilə əlaqədar

işlərin əhəmiyyətli bir qismi də, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən icra edilir. Davamlı, eko və yaşıl turizm kimi yeni anlayışlar paralelində turizm siyasəti turistik fəaliyyətləri bütün ölkəyə və bütün ilə yaymağı, ətraf mühit şüurunu yerləşdirməyi və turizmi hər istiqamətdən; məhsul, zaman və şüurlu turist anlayışıyla diversifikasiya etməyi hədəfləməkdədir. Turizmdə müxtəliflik, termal mərkəzlər, qış idmanları və xizək mərkəzləri, əyləncə mərkəzləri kimi bir çox dəyişik layihələr ilə təmin edilir.

Turizmdə müxtəlifliyin artması, Azərbaycanda mövcud olan və turizmə açılacaq olan sahələrin və təbii gözəlliklərin qiymətləndirilməsi baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Ayrıca turizm sektorunda çeşidlilik və sektordakı xidmətlərin 12 aya çıxarılması yalnız yay dövründə turizm gəlirlərindəki artım yerinə digər dövrlərdə də tutarlı bir gəlir yaradıcı təsir təmin edəcək. Bundan əlavə regional inkişaf, turizm ənənələrinin inkişafı, yerli əhaliyə məşğulluq yaradılması, gəlir bölgüsünün düzəldilməsi və nəticədə ölkənin inkişafı üçün turizm sektorunun diversifikasiyası vacibdir.

Azərbaycan təbii, tarixi və mədəni sərvətlərin çeşidliliyi, iqlim və coğrafi mövqenin müxtəlif turizm məhsulları üçün əlverişliliyi, güclü bir turizm sənayesi faktorları baxımından zəngin bir turizm destinasiyasıdır. Azərbaycan mövcud turizm resurslarından səmərəli istifadə etməklə 2025-ci ilədək dövrdə beynəlxalq səviyyədə cəlbedici turizm destinasiyalarından biri olması məqsədini qarşıya qoyub [1, səh.4].

Turizmin növlərə ayrılması adına bu faktorlar Azərbaycanın güclü istiqamətləridir. Azərbaycanın təbii və mədəni resurslarının böyük bir hissəsi hələ turizm bazarlarında satışa çıxarılmamışdır. Ancaq, bu faktorlar arasında; turizmi çeşidləndirmə mövzusunda dəqiq plan və siyasətə sahib olmamaq, xüsusişdirilmiş və davamlı olmayan təqdimat və marketinq üsulları, Azərbaycanın turizmi çeşidləndirmə mövzusunda zəif nöqtələridir.

Məsələn, yaxşı planlaşdırılmış və paylanmış güclü bir daxili tələbin inkişafı, ölkəmizdə yeni destinasiyalar və turizm məhsullarının yaradılmasında əhəmiyyətli bir vasitə ola bilər. Yerli idarəçilər, regional peşə təşkilatları və qeyri-hökumət

təşkilatlarının mütəşəkkil və güclü bir əməkdaşlığı turizmdə yeni markaların yaradılmasını təmin edə bilər.

Son illər Azərbaycana gələn turist profili daha çox işgüzar və istirahət məqsədli gələn turistlərdən ibarətdir. Azərbaycanda gəzməli və görməli bölgələr çox olmasına baxmayaraq yetərli sayda yerləşmə və nəqliyyat müəssisələri yoxdur. Yerləşmə müəssisələri daha çox Bakı şəhərində və xəzərsahili bölgədə cəmlənmişdir. Digər bir problem yetərli infrastruktur imkanlarının olmamasıdır.

Turisti digər bölgələrə cəlb edəcək lazımi səviyyədə nəqliyyat xidmətləri, quru və hava daşımaları mövcud deyil. Ölkəmizin digər bölgələrinin də turizm dövriyyəsinə cəlb olunması, bu bölgələrdə inkişafı təmin edəcək. Turizm yatırımlarının artması bölgənin gəlirini artıracaq, böyük şəhərlərə köçü azaldacaq, məşğulluq imkanları yaradacaq və xalqın rifah səviyyəsini artıracqdır. Ayrıca alt və üst quruluş xidmətlərinin gətirilməsi bölgə xalqının həyat şərtlərini və standartlarını düzəldəcək.

Hacıoğluna görə, turizm məhsulu iki formada görünür [18, səh. 39]. Bunlardan birincisi, bir ölkə və ya bir bölgənin sahib olduğu bütün təbii, tarixi və turistik qaynaqların meydana gətirdiyi turizm məhsuludur. İkincisi isə, istehlakçıların fərqli davranışlarına və tətillərinə imkan verən paket turu təşkil edən turistik xidmətlərin bütünüdür. Turizm sektorunda məhsul növləri, kütləvi turizmdən fərqli olaraq daha çox fərdi xüsusiyyətli deyilə biləcək təminat səviyyəsi meydana gətirməkdən çox daha geniş bir mənası var. Kütləvi turizmə alternativ meydana gətirəcək növlərin, eyni zamanda kütləvi turizmin meydana gətirdiyi mənfi təsirləri mümkün olan ən aşağı səviyyədə tutaraq, regional inkişafda resursların istifadə edilməsi və inkişaf etdirilməsini qarşıya məqsəd qoyan əhəmiyyətli nümunələrdən bir neçəsidir [19, səh.158]. Məhsul növləri strategiyalarının həyata keçirilməsində əsas anlayışlara prioritet təmin edilməsi, yerli arxitekturanı qoruyaraq bölgə ilə inteqrasiya olunmuş planlı təşkilatlar hazırlama, mövcud imkanlardan istifadə etmə, tələb ortalamasına görə tutum təyini, tələbə məhdudiyət qoyma, yerli işçi qüvvəsini

istifadə etmə, dinamizm və aktivlik kimi bəzi tətbiq və faydalarının da olduğunu ifadə etmək mümkündür.

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyin təyin etdiyi məhsul növləri daxilində turizm fəaliyyətlərinin ilin bütün aylarına və bütün bölgələrinə yayılması nəzərdə tutulur. Bu məzmununda inkişaf etdirilən turizm növləri; ekoturizm, macəra turizmi, ov turizmi, qış turizmi, dini inanc turizmi, ipək yolu turizmi, müalicə turizmi, işgüzar turizm, golf turizmi, gənclik turizmi, kənd turizmi, idman turizmi, rafting, dayvinq və quşları müşahidə və s.. Bəhs edilən məhsul növlərinin ayrılması və destinasiya yaradılması üçün Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Xəzərsahili, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala bölgələrində müvafiq işlər görməyə başlamışdır. Əvvəlcə, bu bölgələrin infrastruktur işlərinin reallaşdırılması üçün investisiya sahələri təsbit edilməkdədir. Bu bölgələrdə alternativ turizm növlərinə uyğun sahələr yaradılmağa çalışılır.

Turizm məhsulunun formalaşması ardıcılığı aşağıdakı kimidir:

1. Razılaşdırılmış müddətə, yerə, keyfiyyətə, qiymətə, qaydalara görə kompleks turizm xidmətlərinin yaradılması;
2. Hazır turizm məhsulunun qiymətinin əmələ gəlməsi;
3. Bir sıra amillərdən asılı olaraq turizm məhsulunun çeşidinin formalaşması;
4. Son turizm məhsulunu cəlbedici etmək və ona rəqabət qabiliyyətli üstünlüklər vermək.

Beləliklə, turizm xidmətlərindən fərqli olaraq turizm məhsulu daha həcmli və qiymətli məhsuldur. Onun əsas fərqləndirici cəhəti istehlakçı üçün dəyərli olmasından ibarətdir. İstehlakçı turizm xidmətlərindən onların turzərfin tərkibinə daxil edilməsi şərtilə istifadə edə bilər. Buna görə turizm məhsulu kəmiyyətə yeni növ məhsuldur və o, turizm xidmətlərinin sadə komplektindən fərqlənir. Turizm xidmətlərinin kompleksi kimi turizm məhsulu aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

1. Ümumi qəbul edilmiş standartlara cavab verməlidir və təhlükəsiz olmalıdır;
2. Turməhsul istehlakçı turistlərin fiziki qüvvələri və sağlamlığına ziyan törətməməlidir;
3. Turun məqsədlərinə tamamilə uyğun olmalıdır;

4. Turistlərin olacaqları yerlərdə baxış üçün nəzərdə tutulan obyektlərin iş qrafiki nəzərə alınmalıdır və s.;

5. Sırası istehlakçı tərəfindən istifadəyə tam hazır olmalıdır.

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələr və turizm obyektləri turistlərin maraq və istəklərini öyrənərək həmişə nəzərə alırlar. Məsələn, indiki şəraitdə turistlərin ən çox maraq göstərdiyi turizm növlərindən biri də macərə və ya əyləncədir. Bu baxımdan hazırda turist müəssisələri macərə və əyləncə turizm növünün təşkilinə xüsusi diqqət göstərilir. Macərə turizmi dedikdə əsasən çayların, dənizlərin, göllərin yaxınlığında təşkil olunan, fərqli təbiətə malik yerlərə səfərlər nəzərdə tutulur. Macərə turizminə maraq göstərən insanlar əsasən müxtəlif formada balıq tutmağı, üzməyi və digər əyləncəli səfərləri çox sevir. Azərbaycanda əsasən çaylar, dağlar, göllər və həmçinin Xəzər dənizinin olması bu turizm növünün inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır.

Hal-hazırda beynəlxalq səviyyədə kənd turizmi növünə maraq getdikcə artmaqdadır. Kənd turizminin əsas özəlliyi burada əsasən yerli əhalinin iştirakının təmin olunması ilə bağlıdır. Kəndlərdə yaşayan insanlar turistləri öz ev təsərrüfatlarında yaratdıqları mühitdə qəbul edir, onlara müxtəlif xidmətləri göstərilir. Bununla yanaşı kənd turizminin peşəkarlıqla həyata keçirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Kənd turizminin inkişafı əhalinin yerli və ənənəvi istehsal sahələrinə olan marağının daha da artmasına səbəb olur. Yerli istehsalın artması nəticəsində kənd əhalisinin gəlirləri artır və nəticədə onların həyat səviyyəsi yüksəlir. Kənd turizminin inkişaf etdirilməsi fərdi xüsusiyyət daşıyır və bunun üçün kənar kapital qoyuluşuna ehtiyac yaranmır. Bütövlükdə destinasiyalı turizm xarakteri daşıyan bu turizmin növü üçün infrastruktur yavaş-yavaş formalaşır. Kənd turizmindən əldə olunan gəlir hesabına yerli və ənənəvi xidmət növlərinin inkişafı imkanları genişlənir.

Kənd turizmi özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir. Bu turizmə daha çox ailəvi istirahət edənlər maraq göstərir. İnsanlar landşaft ekzotikliyi ilə seçilən ərazilərdə ən az ildə bir dəfə ailə ilə birlikdə istirahət etməyi, kənd həyatından yararlanmağı

xoşlayırlar. Qeyd edək ki, cəlbədicə təbii resurslara və təbii-coğrafi quruluşa malik olan kənd əraziləri turistlərin daha çox marağına səbəb olur. Dağlıq ərazilərdə at yarışları, atla müxtəlif tarixi yerlərə səyahətlər, mənzərəli yerlərə gəzintilər təşkil etməklə turistləri daha çox cəlb etmək olar. Təbii ki, bu gəzintilərin təşkili üçün müvafiq infrastruktur və iaşə xidmət sahələrinin inkişafı da diqqət mərkəzində saxlanmalıdır. Mövcud imkanlardan yararlanmaqla böyük şəhərlərdən uzaq düşən kənd ərazilərində əhalinin iş təminatını yüksəltmək olar.

Alternativ turizm növlərindən biri olan dağ turizminin təşkilində bu turizm növünə maraq göstərən turistlərin istəkləri təmin edilməklə yanaşı, onların təhlükəsizliyinin təminatı üçün lazımi tədbirlərin görülməsi də diqqətdə saxlanılmalıdır. O cümlədən, bu istiqamətdə öz fəaliyyətini quran turist təşkilatçıları turistlər üçün təhlükəli sayılan dağ və qayalıqlara dırmanmağa qadağalar tətbiq etməlidir.

Ümumilikdə turist səfərlərinə çıxan insanlar içərisində dini məqsədlə müqəddəs sayılan yerlərə səyahət etməyə marağı olanların sayı kifayət qədərdir. Belələri əsasən, dini inancları yüksək olan əhəli qrupudur. Respublikamız 70 illik Sovet imperiyasından qurtulduqdan sonra əhəli arasında Məkkə, Mədinə, Kərbala, Məşhəd kimi müsəlmanlar üçün müqəddəs sayılan yerlərə səfər etmək istəyənlərin sayı tədricən artmış və hazırda da artmaqda davam edir. Hətta Ümummillə lider Heydər Əliyev 1994-cü ildə və daha sonra respublika prezidenti İlham Əliyev Məkkədə müqəddəs Kəbəni həcc məqsədilə ziyarət etmişlər. Bütün bunlar onu göstərir ki, ölkəmizdə dini turizmə maraq kütləvi xarakter daşıyır.

Dini turizm öz xarakterik xüsusiyyətlərinə görə digər turizm növlərindən fərqlidir. Belə ki, dini inanlı insanların bütün dini ehtiyaclarını yerinə yetirmək üçün bu turizm növü ilə məşğul olan təşkilatçılar İslam dini və onun ehkamları haqqında və bu yerlərə ziyarətin infrastruktur təminatı barədə tələbləri dərindən bilməlidir. Müqəddəs yerlərə səfər zamanı bələdçi turistlər üçün zəruri olan bütün xidmətləri təmin etməli, həmçinin ziyarətin məqsədinə müvafiq geyimlər barədə məlumatlı olmalı və bu ziyarətlə bağlı müəyyən olunmuş vəzifələri yerinə yetirməlidir.

Turistlərin səfər məqsədləri ilə bağlı toplanan məlumatlar turizmdə xərclərin təhlili üçün geniş tətbiq edilir. Eyni zamanda bu məlumatlar turizm istehlakçılarının seqmentlərə bölünməsi zamanı infrastrukturun planlaşdırılması, marketing tədqiqatları və reklamın təşkili üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Qeyd edək ki, qrup şəklində reallaşan səfərlər zamanı qrupa daxil olan hər turistin müxtəlif məqsədləri mövcud ola bilər. Lakin buna baxmayaraq səfərin reallaşmasına səbəb olan əsas məsələ səyahətin əsas məqsədi kimi qəbul edilir.

Səyahətlərin məqsədi üzrə təsnifatı səyahət etdiyi müddətdə turistlərin başlıca fəaliyyətləri ilə bağlıdır. Bu fikri nəzərə alsaq, müəssisə və idarələr tərəfindən işçilərə dəyəri ödənilməklə, hədiyyə olaraq verilmiş insentiv turlar təttil, istirahət və əyləncə kateqoriyasına daxil edilir.

Hər bir turist səfərində başlıca məqsəd (tranzit məqsəd istisna olmaqla) səfər zamanı cədvəldə qeyd olunan əsas fəaliyyət növlərindən biri ilə bağlıdır:

Cədvəl 1.2

Şəxsi məqsədlər	İşgüzar və peşə məqsədilə
istirahət və əyləncə	Müşavirələr, konfranslar,
qohumların və dostların ziyarəti	seminarlar, ticarət yarmarkaları
peşə hazırlığı və təhsil	və sərgilərdə iştirak,
sağlamlıq və müalicə	mühazirələrin oxunması
dini ziyarətlər	
bazarlıq (şopping) məqsədilə	
tranzit	
sair məqsədlər	

Mənbə: *müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.*

1.3. Alternativ turizmin inkişaf amilləri

Alternativ turizm anlayışının ortaya çıxması və ifadə etdiyi mənənin araşdırılması əsasında üzərində durulan mövzu, bu növün ətraf mühitə həssas turizm növü kimi formalaşmasıdır. Ancaq, alternativ modellərin turizm bazarında ortaya çıxması zaman-zaman, ətraf mühit duyurlılığından çox, rəqabət üstünlüyü təmin etmək adına məhsul çeşidləndirilməsi motivi ilə bağlı olmuşdur. Bu cür səyahətlərə qatılanlar əsasən təbii mühitdə olmaq istəyən və yerli mədəniyyət ünsürlərini tanımaq arzusunda olan turistlər olur. Ancaq, bu məhsulu istehsal edən və satanların yanaşmasının da bu istiqamətdə olduğu mənasını vermir. Belə ki, alternativ turizm məhsulu yaradıb, satma prosesi bu istiqamətlərin xaricində inkişaf etmiş və ətraf mühitə həssas yanaşma anlamını pozan bir məsələ olmuşdur.

Bu vəziyyət ətraf mühit həssaslığının bir marketinq aləti kimi istifadə edilməsi şəklində inkişaf etmişdir. "Yaşıl" turizmin, marketinq mövzusunda işə yaradığı, lakin bunun ancaq məhsul etiketinin həm istehlakçı gözləntilərinə, həm də istehsal standartlarına uyğun olduğu zaman mümkün olduğu bir gerçəkdir.

Təcrübədə alternativ növlərin belə ekoloji mənada mənfəetlərini nəzarət etməkdən uzaq olması, bu növlər üçün "davamlı yanaşma" nın əhəmiyyətini ortaya çıxarmaqdadır. Çünki ekoloji həssaslıqdan uzaq olaraq ortaya qoyulan alternativ turizm növləri də ekoloji dəyərlərin pozulmasına yol açar və bu pozulma böyük ölçülərə çata bilər. Davamlı anlayış daxilində, kütləvi turizm üçün nəzərdə tutulan tədbirlər alternativ növlər üçün də həyata keçirilməzsə, bu növlərə olan tələbin artması, alternativ növləri ekoloji təhlükə baxımından kütləvi turizmlə eyni nöqtəyə daşıyacaq. Beynəlxalq turizmin inkişaf meyli turistin və xidmət istehsalçılarının tətildən əldə edəcəyi faydanı maksimumlaşdıracaq formaların inkişaf etdirilməsi istiqamətində, davamlı turizm anlayışı ilə birlikdə, turist-xidmət istehsalçısı-yerli xalq arasında turistik qazanca ortaq olma vəziyyəti yaradılmış olur. Bu baxımdan

alternativ turizm növlərinin idarəçiliyində davamlı yanaşma yüksək dərəcədə əhəmiyyətə malikdir.

Davamlı turizmin müxtəlif təriflərinin turizmin ətraf mühitə həssas formalarıyla paralellik təşkil etməsi diqqət çəkicidir. Təbiət turizmi, aşağı təsirli turizm, yumşaq turizm, təbii həyat turizmi, yaşıl turizm, ətraf mühitlə dost turizm, ekoloji səfər, xüsusi maraq turizmi, uyğun turizm, məsuliyyətli turizm, etik turizmi, işbirliyinə söykənən turizm, kənd turizmi və alternativ turizm, eko-turizm kimi adlarla xatırlanan və bütövlükdə təməlində təbii sərvətlərə məsuliyyətlə yanaşmanı ifadə edən turizm növlərinin hamısının davamlı turizm yanaşmasına nümunə təşkil edə biləcəyi düşünülə bilər. Ancaq araşdırmalar bu turizm növlərinin, xüsusilə davamlı turizm və ekoturizm anlayışlarının səhv başa düşüldüyünü göstərməkdədir. Bu anlayışlar bir-birinə qarışdırılmışdır. Eko-turizm təbiəti əsas götürən turizm növüdür, ancaq davamlı turizmin bundan ayrı olaraq iqtisadi və sosial aspektləri də vardır. Bu istiqamətdən baxılsa eko-turizmin davamlı turizm yerinə istifadə olunmasından daha çox davamlı turizmə daxil olma xüsusiyyəti daşdığı və davamlı turizmin bir mərhələsi ola biləcəyi görülməkdədir.

Davamlı turizm anlayışı; gəzinti, dağçılıq, macəra turizmi, rafting, kanoe, xizək, təbii həyat araşdırması, quşların müşahidəsi, fotomüşahidə, mənzərə seyr etmək, kiçik şəhər və kənd turları, kənd festivalları, çay və kanal səfəri, kiçik miqyaslı konqres və konfranslar, ferma turizmi, dağ turizmi kimi kənd turizm formaları ilə eyni mənada düşünüləməkdədir [19, səh.157]. Bütün bu turizm növlərinin bütövlükdə ekoloji dəyərlərə əsaslanmaları davamlı turizm anlayışının bir turizm növü kimi qəbul edilməsinə və bu turizm növləri ilə qarşılıqlı əlaqələndirilməsinə səbəb olur.

Halbuki, davamlı turizm, hansı turizm növü olursa olsun, ekoloji dəyərlərin turizmin başlıca elementi olaraq qorunmasını, turizm fəaliyyətlərinin ətraf mühitə məsuliyyətli şəkildə yanaşmasını və turizmin iqtisadi inkişafı ilə ekoloji dəyərlərin qorunması səylərinin birgə aparılması vacibliyini ifadə etməkdədir.

Ənənəvi olaraq ətraf mühitə həssas olmayan turizm anlayışı kimi qəbul edilən "Kütləvi turizm" və "Davamlı turizm" anlayışına bərabər sayılan "Alternativ

turizmin" müqayisəsi araşdırıldığında kütləvi turizm yanaşmasının idarəsiz və plansız inkişafa açıq, qazancı maksimumlaşdırmağı hədəfləyən, insanların intensiv və sıx qruplar halında turizmə qatıldıkları, bu səbəbdən yerli əhalinin də dincliyini pozan bir yanaşma olduğu görülür. Alternativ turizm anlayışının ortaya çıxmasını təmin edən əsas faktorlar isə, turizmin getdikcə artan mənfi ekoloji təsirlərinin fərq edilməyə başlanması, yeni turistik fəaliyyətlər axtaran turist sayındakı artım, iqtisadi və ekoloji faktorların gedərək əhəmiyyət qazanması və turizm bazarındakı ümumi meyllərin alternativ turizm növünə doğru sürüşməsi olaraq sıralana bilər. Turizm sektorunda diversifikasiyanın yaradılması, turizm hərəkətliliyinə qatılan turistlərin istehlak davranışlarının zamanla dəyişdiyini göstərməkdə və bu məzmununda cəlb ediləcək yeni investisiyaların alternativ turizm məhsul növləri istiqamətinə yönələcəyini ortaya qoymaqladır.

Alternativ turizm anlayışını ortaya çıxaran amilləri bu şəkildə sıralamaq mümkündür:

- Sahil xəttinə sıxlaşan kütləvi turizmin ekoloji təsirlərinin artması və geri dönüşü olmayan nəticələr yaratması,
- Təbii mühit şüurunun artması nəticəsində ekoloji faktorların əhəmiyyət qazanması,
- İstehlakçı seçimlərində meydana gələn dəyişmələr nəticəsində istehlakçıların daha çox fərdi xüsusiyyətdə məhsul və xidmətlər tələb etmələri,
- Sahil zonasında quruluşlaşmanın, böyük şəhərlərdəki kimi plansız çarpazlaşması nəticəsində böyük şəhərlərdə yaşayan istehlakçıların bu tip istiqamətdən qaçmağa başlamaları,
- Turizmə olan tələbin hər keçən gün artması və sahil xətti xaricindəki bölgələrin turizmi iqtisadi inkişaf vasitəsi olaraq görməsi,
- Yerli rəhbərliklərin turizmin inkişafını infrastruktur və üst qurum çatışmazlıqlarının aradan qaldırılmasında bir vasitə olaraq görməsi,
- Birləşmiş Millətlər Təşkilatının, Dünya Turizm Təşkilatı və YUNESKO kimi təşkilatların alternativ turizm növlərini təşviq edici işləri,

➤ Dünya Bankı, Avropa Birliyi kimi dünya iqtisadiyyatında əhəmiyyətli aktyorların kiçik sahibkarlıq siyasətlərini maliyyə baxımdan dəstəkləməsi.

Ümumiyyətlə beynəlxalq səviyyədə turizm daxili və xarici amillərin təsiri ilə inkişaf edir. Xarici amillər ətraf mühit komponentlərinin təsiri ilə müəyyən olunurlar. Daxili amillər isə turizm sənayesinə daxil olan müəssisələrin təşkilati və fəaliyyət xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Siyasi-hüquqi, səyahətlərin təhlükəsizliyi, iqtisadi və maliyyə, mədəni, infrastruktur-kommunikasiya, demoqrafik, ticarətin inkişafı, yeni və innovasiya texnologiyaları xarici amillərə aid edilir.

Siyasi-hüquqi amillər. Əgər turizmin inkişafına dövlət maraq göstərsə, onda o, turizm və otel təsərrüfatının inkişafını stimullaşdıran və tənzimləyən hüquqi və normativ aktlar qəbul edir, həmçinin otellərin inşasına, yerləşmə infrastrukturunun dəstəklənməsinə və inkişaf etməsinə, ümumilikdə, qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına dair iqtisadi tədbirləri həyata keçirir.

Səyahətlərin təhlükəsizlik amilləri. Turizm inkişaf etdikcə təhlükəsizlik məsələlərinin əhəmiyyəti artır. İnkişaf etmiş ölkələrin turistləri, qonaqları qəbul edən ölkələrin hökuməti tərəfindən istirahət yerlərində, yerləşmə vasitələrində və nəqliyyatda turistlərin həyat və sağlamlıqlarının təhlükəsizliyini təmin etmək məqsədilə keçirdiyi tədbirləri norma kimi qəbul edirlər. Turistlər getdikləri destinasiyalarda yerləşdirmə vasitələrinin və ictimai iaşə müəssisələrinin sanitariya vəziyyətinə xüsusi diqqət yetirirlər.

Maliyyə-iqtisadi amillər. Turizm sənayesinə həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi amillər təsir edir. Makroiqtisadi qeyri-sabitlik, işsizliyin və inflyasiyanın artması insanları narahat edir və nəticədə, əhali turizm səyahətlərindən imtina edir. Ölkədə ümumi daxili məhsulun əhəmiyyətli hissəsini turizmdən əldə olunan gəlir təşkil etdikdə, investisiyalar yeni otellərin tikintisinə və turizm infrastrukturunun inkişafına yönləndirilir. Turizm xidmətlərinə qoyulan qiymətlərin səviyyəsi, istirahət yerinin seçimini müəyyən edən əsas amillərdən biridir. Turizm sferasında maliyyə məsələlərinin tənzimlənməsində valyuta kursu və valyuta mübadiləsinin əlverişliliyi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Mədəni amillər. Mədəni mühit – kütləvi turist axınını yaradan resurslardan biridir. Turistlər dünyada mədəni dəyərlərə malik müəyyən yerlərə gedirlər. Turistləri həmçinin başqa xalqların həyatı və məişət qayğıları maraqlandırır, yerli ansamblın çıxışları, xalq yaradıcılığı elementləri, folklor, xalq oyunları, bayramlar və s. onlarda xüsusi maraq doğurur. Bununla əlaqədar olaraq yerləşmə müəssisələri, turistlərin destinasiyanın mədəni irs nümunələri ilə tanışlığına istiqamətlənmiş ekskursiya və animasiya-asudə vaxt proqramlarının təşkilinə xüsusi diqqət yetirilər.

Sosial-demoqrafik amillər turizm sənayesinin inkişafına əsaslı təsir göstərir. Belə ki, dünya əhalisinin artması nəticəsində turizm potensialı artır, otel fəaliyyətinə yeni əmək ehtiyatları cəlb olunur. Bundan başqa demoqrafik amillər aiddir: vahid və ya dil doğmalığı olan yaxud tarixinin və mədəniyyətinin ümumimiliyi ilə birləşmiş müxtəlif ölkələrdə yaşayan xalqların günü-gündən artan qarşılıqlı marağı; eyni peşə və ya ictimai funksiya sahiblərinin ixtisaslaşmış səfərlərdə iştirak etmək tələbatının artması.

Turizm sənayesinin inkişafı üçün əhalinin yaş, ailə və sosial tərkibləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Səyahət edənlər arasında yaş fərqi ixtisaslaşmış yerləşmə vasitələrinin yaranmasına səbəb olur. Turistlərin sosial statusu, müxtəlif gəlirə malik insanlara istiqamətlənmiş, qiymət səviyyəsinə görə fərqlənən otellərin yaranmasına səbəb oldu. Səyahət edənlərin ailə tərkibi ilə bağlı, turistlər üçün əlverişli endirim təklif edən (ekonom) otellər, ailəvi istirahət edənlər üçün otellər və s. insanların xidmətlərinə verildi.

İnfrastruktur-kommunikasiya amilləri. Nəqliyyat, yerləşmə və qidalanma infrastrukturu turizm üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Turizm sənayesi baxımından beynəlxalq turizmin inkişafı üçün turizm destinasiyasında fəaliyyət göstərən yerləşmə və qidalanma müəssisələri sistemi birinci dərəcəli amil kimi qiymətləndirilir. Turistlər və oteldə yaşayanlar lazımi informasiya əldə etdikdə və otel personalı ilə əlaqə qurduqda heç bir problemlə üzləşmirlər.

Ticarətin inkişafı amili. Hər bir turist səfər etdiyi regiondan və ya ölkədən özü ilə suvenirlər, milli məmulatlar, çap məhsulları, xəritələr, idman ləvazimatları, paltar

və s. aparmağa meyllidir. Bir çox yerləşmə müəssisələri turist məhsullarından əldə olunan mənfəətin dəyərini dərk edərək, həm kompleks otel məhsullarının tərkibində, həm də ayrıca əlavə xidmətlər şəklində turistlərə müxtəlif məhsullar təklif edirlər.

Texnoloji amillər. Elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri digər sahələrdə olduğu kimi turizm sənayesində də geniş tətbiq olunur, o cümlədən nəqliyyat daşınmalarında, distribütorlaşma sistemində və istehlakçı informasiyasında. İnformasiya texnologiyalarının inkişafı kompüterləşmiş bronlaşdırma sistemlərinin yaranmasına səbəb oldu. Bunlar on-layn rejimində yerləşmə müəssisələrində yerlər bronlaşdırmaq üçün şərait yaradırlar. Qlobal distribütor sistemləri milyonlarla istifadəçilərə asan və əlverişli giriş təklif edirlər. Müasir şəraitdə istifadəçi özü üçün turpaket tərtib edir, lazımi bronlaşdırma işlərini həll edərək özünün seçdiyi marşrut üzrə səyahət edə bilir.

Maddi-texniki amillər turizmin inkişafına və onun sosial bazasının genişlənməsinə mühüm təsir göstərir. Turizm fəaliyyətində yerləşmə və qidalanma müəssisələri özünəməxsus yer tuturlar. Otel və restoran servisinin səviyyəsi xarici turistlərə göstərilən xidmətlər arasında vacib rol oynayır. Ancaq turizm sənayesi, xüsusilə də, yerləşmə və qidalanma müəssisələri ilə ərzində tələbatlarının dəyişməsinə məruz qalır, bu isə, yerləşmə və qidalanma müəssisələrinin saxlanması xərclərinin artmasına və xidmətlərin qiymətinin bahalaşmasına gətirib çıxarır.

Beynəlxalq turizmin inkişafını müəyyən edən xarici amillərdən başqa sahə daxili amilləri də müəyyən edib, dəqiqləşdirmək tələb olunur. Sahə daxili amillərə aiddir: otel məhsulunun təkmilləşdirilməsi, otel xidmətləri sahəsinin inkişafı, otel şəbəkələrinin və assosiasiyalarının yaradılması, distribütor-sistemlərinin inkişafı, əmək ehtiyatları amili, marketing amilləri.

Otel məhsulu turizm məhsulunun vacib elementlərindən biridir. Bununla əlaqədar olaraq otel məhsulunun keyfiyyətliliyinə və müasirləşməsinə daha çox diqqət yetirilir. Otel məhsulunun keyfiyyəti daha çox ətraf mühitin vəziyyətindən və infrastrukturdan asılıdır. Bu işdə turizm təşkilatlarının rolu çox böyükdür: regional turizm idarələrinin, hökumət strukturlarının, peşəkar assosiasiyaların. Belə ki, onlar

turizm şəraitinin yaradılması üçün səylərini birləşdirməli və lazımı investisiyaları cəlb etməlidirlər.

Hal-hazırda otel biznesi turizm bazarının ən gəlirli seqmentlərindən birinə çevrilmişdir. Otel məhsulları əsasən kompleks məhsul formasında təqdim olunur. Bu məhsul personalın gülərüzlülüüyü və qonaqpərvərliyi ilə birgə turistə maksimal rahatlıq təminatı yaradır. Otel müəssisələrinin müstəqil fəaliyyət göstərməsi nəqliyyat, rabitə, turoperatorluq və turagentlik, ekskursiya və animasiya-asudə vaxt təşkilatları ilə birgə fəaliyyət göstərən otellərlə əvəz olundu.

Böyük yerləşmə müəssisələrinin gəlirlərinin artması və eyni ölçüdə paylanması, son illərdə informasiya texnologiyalarının və kommunikasiyalarının yaranmasına, eləcə də biznesin inkişafının tənzimlənməsi məqsədilə şəbəkələrdə birləşməsinə şərait yaratdı. Məşhur otel şəbəkələri Marriott, Şeraton, Holiday Inn, Akkor və başqaları turistlərə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinə tam zəmanət verirlər. Otel assosiasiyaları da xeyli inkişaf etmişdir. Bunların arasında ən nüfuzlu təşkilat Beynəlxalq Otel Assosiasiyasıdır.

Distribütorlaşma sistemləri otel məhsulu tədarükçülərini, satıcılarını və alıcılarını vahid şəbəkədə birləşdirirlər. Yeni informasiya texnologiyaları otel xidmətlərinin distribütorlaşma sistemini əhəmiyyətli dərəcədə sadələşdirmiş və onu bütün iştirakçılar üçün informativ və səmərəli etmişdir. Müasir distribütorlaşma sistemləri alıcılarının ehtiyaclarına tez uyğunlaşır və onlara müxtəlif yerləşmə variantlarını və əlavə xidmətləri təklif edirlər.

Turizm sənayesinin inkişafı, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə məşğulluğun artmasına səbəb oldu. İnkişaf etmiş ölkələr və ən məşhur turizm destinasiyaları (Türkiyə, BƏƏ, Misir) işçi qüvvəsi idxal edirlər. Belə ki, Türkiyənin və Misirin otellərində Rusiya və Ukrayna animatorlarına, Polşa və Belarusiya ekskursiya rəhbərlərinə, Almaniya, Slovakiya və Qazaxstan tərcüməçilərinə rast gəlmək olar.

Marketinq – turistlərin qəbuluna istiqamətlənmiş və onlara rəqabətqabiliyyətli və keyfiyyətli xidmətlər göstərən hər bir yerləşmə müəssisəsinin əsas fəaliyyət

elementlərindən biri sayılır. Otelin düzgün işlənilib hazırlanmış marketinq strategiyası-rəqabət mübarizəsində uğur əldə etməyə və biznesi davamlı inkişaf etdirməyə zəmanət verir. Bu zaman turizm müəssisəsinin marketinqinin mərkəzi fiquru-turizm xidmətlərinin istehlakçısı-turist olur.

Mövsümlük amilidə turizmdə xüsusi yer tutur. Mövsümlük amili hər bir yerləşmə müəssisəsinin fəaliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, çünki otellərin fəaliyyəti destinasiyaya gələn turist axınlarının gücündən asılıdır. Mövsümlük amilləri üç qrupa bölünürlər: təbii iqlim, turizm növünün xüsusiyyətləri, istehlakçıların əmək və istirahət xüsusiyyətləri.

Bu və ya digər turizm destinasiyası üçün hər ay gələn turistlərin sayı, il ərzində gələn turistlərin orta aylıq sayından çox olan dövrü, mövsüm adlanır. İki mövsüm mövcud olanda (yay və qış) onlar arasında mövsümarası dövr baş verir. İl ərzində ən çox turist gələn dövr “qızğın mövsüm” (qırmızı, yüksək), heç bir turist gəlməyən mövsüm isə “ölü mövsüm” (göy, aşağı) adlanır. Əgər mövsümlüyə daha dəqiq diqqət yetirsək, onda il ərzində beş mövsümün olmasını müəyyən etmiş olarıq. Pik mövsüm əsasən bir-iki həftə müddətində baş verir. Bu zaman destinasiyaya həddən artıq turist gəlir. Pik mövsüm qızğın mövsümdə müşahidə olunur ki, buda dünyanın müxtəlif regionlarında 2-3 həftədən 3-4 aya qədər davam edir.

Dünyanın bir sıra regionlarında mövsümarası dövr qeydə alınır ki, bu da yaz və payız fəsilələrinə təsadüf edir. Bu dövr üçün destinasiyaya turist axınının azalması və müəyyən turizm fəaliyyəti növlərinin ixtisaslaşması xarakterikdir. Belə ki, mövsümarası dövrdə alternativ turizm növləri olan müalicə, idman, ekstremal, təhsil, işgüzar, elmi turizm inkişaf edir və çimərlik turizminin təşkili imkanları istisna olunur.

Qış mövsümündə turist axını bir qədər azalır və göy və ya aşağı mövsüm başlayır. “İstehlakçı bazarı”nın alveri yaxşılaşır, çünki otel xidmətləri istehsalçıları əlavə sayda turist cəlb etmək məqsədilə qiymətlərdə endirimlər tətbiq edirlər. Bununla belə “Göy mövsüm” anlayışı nisbidir, çünki bu dövrdə qış idman növləri inkişaf edir: idman, xizək, eləcə də, ekstremal, macəra və müalicə.

“Ölü mövsüm” göy mövsüm dövründə baş verir (2-3 həftəlik). Bu dövr turistlərin tamamilə destinasiyaya gəlməməsi və bir çox otel müəssisələri üçün durğunluqla və zərərlə xarakterizə olunur. Yalnız otelin turfirmalarla apardığı düzgün siyasət ölü mövsümdə destinasiyaya turistləri cəlb etməyə şərait yaradır.

Mövsümlüyün neqativ nəticələrinə onu aid etmək olar ki, ilin çox hissəsində oteldəki yerlər boş qalır. Mövsümarası dövrdə və qışda turistlərin cəlb edilməsi üçün yerləşmə müəssisələri uyğun qiymət siyasətini həyata keçirməli və ya yeni xidmətləri mənimsəməlidirlər. Mövsümün davamlılığına biznes xidmətlərin təklif olunması – konfransların, seminarların və ya görüşlərin təşkili - yaxşı təsir göstərir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA ALTERNATİV TURİZMİN İNKİŞAF POTENSİALININ TƏHLİLİ

2.1. Azərbaycan turizminin inkişaf istiqamətləri

Son illərdə beynəlxalq turizm sürətlə inkişaf edərək dünya təsərrüfatının ən nəhəng və yüksək gəlirli sahələrindən birinə çevrilmişdir. Ümumi investisiya həcmində 7%, vergi ödənişlərində 5% və dünya ticarət xidmətlərində 1/3 hissə onun payına düşür. Beynəlxalq turizm iqtisadiyyatın, nəqliyyat, inşaat, ticarət, rabitə, kənd təsərrüfatı, xalq istehlakı mallarının istehsalı kimi əsas sektorlarına əhəmiyyətli təsir göstərir və sosial-iqtisadi inkişafın katalizatoru kimi çıxış edir. O, təxminən 250 milyon insanın məşğulluğunu, başqa sözlə desək dünya üzrə hər səkkiz insandan birinin məşğulluğunu təmin edir.

Müasir dövrdə beynəlxalq əmək bazarında baş verən dəyişikliklər, öz növbəsində, turist tələbatının xarakterinə də öz təsirini göstərir. Belə ki, məzuniyyət dövrü uzadılmış, iş həftəsi ixtisar edilmiş və işçilər üçün əlverişli iş qrafiki tətbiq edilmişdir. Əmək bazarında işçilərin iş şəraitinin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş bu tədbirlər, eyni zamanda, əhalinin asudə vaxt fondunun artmasına və nəticədə turizm xidmətlərindən istifadə edən potensial istehlakçıların sayının artmasına səbəb olmuşdur.

Həmçinin turist tələbatının müasir xarakteri subyektiv amillərin təsiri ilə formalaşır. Yeni dəyərlərin yaranması insan psixologiyasında mürəkkəb dəyişikliklərin baş verməsinə gətirib çıxarır. Bunlar aşağıdakı istiqamətlərdə şərtləndirilir: şəxsiyyətin özünün fiziki və mənəvi xüsusiyyətlərinin əsasında daha sərbəst özünü ifadə etməsi və özünü təsdiq etməsi ilə, başqa şəxslərlə, sosial qruplarla və müəssisələrlə münasibətlərinə fərqli prizmadan baxması ilə, təbiətə qarşı fərqli münasibətin formalaşması ilə.

Son dövrlərdə turlar az müddətli olmaqla müntəzəm hala keçmişdir. Qərb ədəbiyyatlarında bu hadisə “fasiləli səyahətlər” adlandırılır, hansı ki, bütün il ərzində,

xüsusilə də fevral, aprel, sentyabr və oktyabr aylarında tələbatın artması ilə canlanma müşahidə edilmişdir.

Digər bir tendensiya - 55 yaşdan yuxarı insanların turizm tələbatının artmasıdır. İlk baxışdan, yaşlı insanların turizmi qeyri-adi kimi görünsədə, təqaüdə çıxmaq (asudə vaxtın yaranması) sözün əsl mənasında istirahət dövrünü təmin edir. Ancaq müxtəlif yaş qrupuna daxil olan insanların tələbatlarının dərinəndən araşdırılması onu göstərir ki, bu cür problem nəinki mövcuddur, hətta daha ciddidir. Əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan əhali qrupundan fərqli olaraq (onlar üçün turizm – gündəlik problemlərdən qaçmağa və itirilmiş iş qabiliyyətini bərpa etməyə imkan verən istirahətdir), təqaüdəçülər üçün turizm – aktiv həyat tərzinin saxlanmasının bir formasıdır. Bu fikir təqaüdə çıxmış insanların (üçüncü yaş turizmi) turizm bazarının mövcud olmasını izah edir.

Həmçinin, istirahət formasında da əsaslı dəyişikliklər baş verir. Baxmayaraq ki, cüməlikdə passiv zaman keçirmək istirahətin ən geniş yayılmış formasıdır, fərdi tələblərin artan diversifikasiya prosesinə daha az cavab verir. Tədricən dəniz-günəş-qum (sea-sun-sand) üç “S” formulu üç “L” (lore-landscape-leisure) dərkətmə-mənzərə seyr etmə-əyləncə formulu ilə əvəz olunur [16]. Onlar yeni dəyərlərə uyğun olaraq, insan psixologiyasında təsdiqini tapıb, müasir turistin davranışında və düşüncəsində əks olunurlar.

Əlverişli coğrafi şəraiti, zəngin təbii, tarixi, mədəni potensialı və insan resursları olan ölkəmiz iqtisadi inkişafın indiki mərhələsində neft və qaz ehtiyatlarının istismarından əldə etdiyi gəlirlərini iqtisadiyyatın şəxələnməsi istiqamətində səmərəli istifadəsinə yönəldərək strateji sahə kimi turizmin inkişafında da əsas hədəfə köklənmişdir. Belə ki, ölkəmizdə turizm sektorunun inkişafı və beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının təmin olunması üçün 2002-2005-ci illər və 2010-2014-cü illərdə «Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı» həyata keçirilmişdir. Həyata keçirilmiş Dövlət Proqramları əsasında son illərdəki sürətli sosial-iqtisadi inkişaf bu sahənin əsaslı inkişaf etməsinə şərait yaratmışdır.

Turizm bazarının sosial mahiyyəti əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artması, ev təsərrüfatında turistlərin istehlakı üçün məhsul istehsalı və xidmətlərin göstərilməsi, mənzil kirayəsi, hədiyyə üçün müxtəlif süvenirlər, xalça, metal və taxta əşyaların istehsalı ilə bağlıdır. Alternativ turizmin inkişafının sosial əhəmiyyəti isə əhalinin asudə vaxtından rasional istifadənin təmin olunması ilə əlaqədardır. Qeyd olunmalıdır ki, turizm xidməti yalnız şəxsi istirahət üçün turist marşrutu müəyyən edən insan kontingenti üçün deyil, həmçinin istirahətin digər növlərindən istifadə edən, yaxud spesifik turist xidmətləri tələb edən əhalini də əhatə edir.

Alternativ turizmin Azərbaycan respublikasının konseptual inkişaf istiqaməti olaraq prioritetliyi, onun investisiya obyektı olaraq qəbul edilməsi və ölkədə investisiya mənbələrinin birbaşa bu sfera ilə bağlı digər sahələrə cəlb edilməsi imkanları və uyğunluğu ilə izah olunur. Azərbaycanın coğrafi-iqtisadi mövqeyi, mühüm beynəlxalq layihələrdə iştirak etməsi və bir çox ölkələrin tranzit xidməti kimi Azərbaycanın ərazisindən istifadə etməsi ölkədə turizmin iqtisadi və inteqrasiya sistemində rolunu artırır.

Turizm artıq dünya səviyyəsində investisiyanın tətbiqi üçün ən gəlirli sahələrdən biri olaraq qəbul edilir. Turizm üzrə ixtisaslaşmış bir sıra şirkətlər öz təcrübəsindən yararlanaraq Azərbaycan turizminin əhəmiyyətini, onun iqtisadi dəyərini qiymətləndirib kapital axınına üstünlük verirlər. Həmçinin Azərbaycanda digər sahələrin və infrastruktur obyektlərin: o cümlədən nəqliyyat şirkətlərinin, hava limanlarının, gəmiçiliklə bağlı resursların, mehmanxanaların artımı və bu sahələrdə kapital qoyuluşu, həm xarici, həm də daxili investorların seçim imkanlarını artırır.

Azərbaycanda turizmin inkişafına maneə olan amillərdən biri olaraq ölkənin nəqliyyat infrastrukturunun beynəlxalq tələblərə uyğun gəlməməsini göstərmək olar. Nəqliyyat sektorunda həyata keçirilən layihələrin ölkə turizminin inkişafına təsiri çox böyükdür. Ümumilikdə ölkədaxili turist daşımalarında nəqliyyat növləri üzrə birinci yer avtomobil nəqliyyatına məxsusdur. Turistlərə sənişin nəqliyyatının müxtəlif növləri – qatarlar, gəmilər, təyyarələr və avtobuslar xidmət göstərir. Nəqliyyat sektorunun inkişafı və ixtisaslaşmış turist nəqliyyatının meydana çıxması, az vəsait hesabına xarici

ölkələrə turist səfərlərinin sayını artırır. Turist səfərləri zamanı nəqliyat növlərinin seçimi, turistin gəldiyi regionun ərazi mövqeyindən, turist göndərən regionun məsafə uzaqlığından, həmçinin turistin sosial durumundan, iqtisadi imkanlarından asılı ola bilər.

Cədvəl 2.1

Ölkəyə gələn və gedən vətəndaşların nəqliyyat növlərindən istifadə üzrə sayı

Göstərici	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı-cəmi (min nəfər)	1332.7	1898.9	1830.4	1962.9	2239.2	2484.1	2508.9	2297.8	2006.2	2248.8
avtomobil (min nəfər)	814.3	989.3	638.8	720.4	792.2	891.7	928.2	748.9	660.0	701.2
dəmir yolu (min nəfər)	211.9	322.8	287.4	312.1	372.8	404.4	378.8	293.4	230.7	256.8
hava nəqliyyatı (min nəfər)	297.2	571.6	624.2	645.8	795.5	946.4	993.5	1089.2	968.9	1164.9
su nəqliyyatı (min nəfər)	9.3	15.2	12.8	14.1	19.9	21.2	26.6	16.1	32.1	16.8
digər (min nəfər)	0.0	0.0	267.2	270.5	258.8	220.4	181.8	150.3	114.5	109.1
Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı - cəmi (min nəfər)	1631.3	2162.4	2362.5	3175.6	3550.2	3874.4	4284.7	4244.3	4095.8	4281.8
avtomobil (min nəfər)	987.9	1102.8	673.3	949.5	1239.0	1295.8	1382.5	1358.9	1302.5	1331.7
dəmir yolu (min nəfər)	265.3	363.3	387.5	543.1	578.7	666.4	655.6	380.1	352.2	396.8
hava nəqliyyatı (min nəfər)	360.8	670.3	895.4	1155.9	1285.2	1503.3	1996.7	2245.2	2151.6	2279.5
su nəqliyyatı (min nəfər)	17.3	26.0	30.7	34.9	39.0	46.5	38.6	29.7	53.2	29.3
digər (min nəfər)	0.0	0.0	375.6	492.2	408.3	362.4	211.3	230.4	236.3	244.6

Mənbə: 2017-ci il Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl-2.1. onu göstərir ki, ölkəyə gələn və gedən vətəndaşlar daşıma vasitəsi kimi daha çox hava nəqliyyatından istifadə etmişdir. 2007-2016-cı illər ərzində ölkəyə

gələn və gedən vətəndaşların hava nəqliyatı ilə daşınmasında 4,2 dəfə artım baş vermişdir. Su və dəmiryolu nəqliyatı vasitəsilə sənişin daşımalarının sayında isə bu illər ərzində nisbətən az artım müşahidə olunmuşdur. Belə ki, dəmiryolu nəqliyatı vasitəsilə xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının daşınmasında bu illər ərzində cəmi 50% artım baş vermişdir. Su nəqliyatı vasitəsilə xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının daşınmasında isə bu artım 70% olmuşdur. Qeyd edək ki, dəmiryolu və su ucuz nəqliyatı növləri hesab olunur. Buradan görsənir ki, bu sahədə görüləsi işlər daha çoxdur. Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin daşıma vasitəsi kimi avtomobil nəqliyatından istifadəsində 2007-2016-cı illər ərzində 14% azalma müşahidə olunmuşdur. Bunu biz vətəndaşların daşıma vasitəsi kimi hava nəqliyatına üstünlük verməsilə də izah edə bilərik. Çünki müasir dövrdə insanlar vaxt amilinə daha çox əhəmiyyət verirlər.

Son illərdə Azərbaycanın iqtisadi sahədə əldə etdiyi uğurlar qiymətləndirilərkən bu uğurların mərkəzində ölkədə həyata keçirilən mühüm layihələr, dövlət proqramları və islahatlar öz əksini tapır. Ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün zəngin tarixi, mədəni və təbii resurslar mövcuddur. Bir çox dünya ölkələrinin iqtisadiyyatında turizm sektoru əsas gəlir gətirən sahə rolunu oynayır, bir sıra dövlətlər isə faktiki olaraq turizmdən əldə etdikləri gəlirlər hesabına yaşayır. Məsələn, qonşu Türkiyədə turizm sahəsindən dövlət büdcəsinə hər il 20-30 milyard dollar vəsait daxil olur. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə bu sahədə hələ də bir sıra problemlər mövcuddur, göstərilən xidmətin keyfiyyəti istənilən səviyyədə deyil, turizm məhsulu üzrə qiymətlər qonşu ölkələrlə müqayisədə bahadır. Buna baxmayaraq son illər mövcud problemlərin həlli ilə bağlı ölkə rəhbərliyi çox böyük işlər görür. Buna əsasən inanmaq olar ki, yaxın gələcəkdə Azərbaycanın dövlət büdcəsinin 10-15 faizini məhz turizmdən gələn gəlirlər hesabına təmin olunacaq.

Ölkədə turizmin infrastruktur sahələrinin əsasını yerləşmə müəssisələri təşkil edir. Dünya təcrübəsində yerləşmə müəssisələrinin təsnifləşdirilməsində mehmanxana və onun daxilində kurort, turist mehmanxanası ayrılır. Eyni zamanda yerləşmə müəssisələrinin motel, kempinq, rotel, flotel, flaytel, botel, turist bazası,

bunqalo və s. tipləri vardır. Mehmanxana müəssisələri xidmətin səviyyəsinə görə də təsnifləşdirilir və müxtəlif kateqoriyalara bölünür. Mehmanxanaların Beynəlxalq təsnifatında mehmanxana tipləri ekonom, orta dərəcəli, lüks dərəcəli, apartament, olaraq təsnifləşdirilir.

Azərbaycanda yerləşmə müəssisələrinin artımı Bakı şəhəri ilə yanaşı əsasən turizmin inkişafı üçün əlverişli şəraitə malik Quba-Xaçmaz, Gəncə-Qazax, Şəki-Zaqatala və Lənkəran bölgələrində müşahidə edilmişdir. Belə ki, Quba-Xaçmazda yerləşmə fondunun dəyişməsi son on ildə 18 dəfə, Gəncə-Qazaxda 5,9 dəfə, Lənkəranda 3,3 dəfə artım olmuşdur. Təhlil göstərir ki, regionlarda yerləşmə müəssisələrinin sayının artması əsasən istirahət yerlərinin genişlənməsi ilə əlaqəli olmuşdur. Belə ki, Quba-Xaçmazda mövcud yerləşmə müəssisələrinin 78%-i, Gəncə-Qazaxda 63%-i, Lənkəranda 74%-i, Şəki-Zaqatalada 80%-i istirahət mərkəzlərinin və kempinqlərin payına düşür. Regionlarda böyük yaşayış məntəqələri və rayon mərkəzlərində hotel, qonaq evlərindən daha çox tranzit turistlər, bölgəyə qısa müddətli səfər edən ölkə vətəndaşları və əcnəbilər istifadə edirlər. Ölkədə fəaliyyət göstərən 548-dən çox hotel və mehmanxanaların 5 ulduzlu olanları, həmçinin şəbəkə sistemində aid olanların əsas hissəsi Bakı şəhərində cəmlənmişdir. Bunun əsas səbəbi isə Bakı şəhərinin paytaxt və biznes mərkəzi kimi formalaşması ilə bağlıdır.

Qeyd edək ki, Azərbaycanda beynəlxalq şəbəkə sistemində daxil olan mehmanxanaların əksəriyyəti mövcuddur. Onlara misal olaraq “Hilton”, “JW Marriott”, “Fairmont”, “Hyatt Regency”, “Sheraton”, “Holiday Inn” və “Ramada”-nı göstərmək olar. Ölkədə fəaliyyət göstərən şəbəkə hotellərinin əsas iş prinsipi xarici qonaqlara xidmət göstərmək və brendlərin standartlarını tətbiq etməkdən ibarətdir. Cədvəl 2.2-dən görüldüyü kimi mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin sayında 2010-2016-cı illər ərzində 9,8 % artım olmuşdur ki, bu da daha çox lüks və birinci dərəcəli nömrə fondu hesabına baş vermişdir. Yerləşmə müəssisələrinin birdəfəlik tutum fondu isə bu illər ərzində 30% artaraq 40042 yer olmuşdur.

Cədvəl 2.2

**Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli
müəssisələrin əsas göstəriciləri**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin ümumi sayı, vahid	499	508	514	530	535	536	548
Nömrələrin ümumi sayı, vahid	14158	14815	15898	16559	17363	17953	20330
Birdəfəlik tutum, yer	30793	31979	32834	33951	35652	37278	40042
Gecələmələr üçün çarpayı-sutka təqdim edilmişdir, vahid	1358286	1504312	1640863	1674065	1687457	1644056	2125266
O cümlədən:							
Ölkə vətəndaşlarına	790230	830501	837774	852513	884908	685117	719002
Xarici vətəndaşlara	568056	673811	803089	821552	802549	958939	1406264
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı-cəmi, nəfər	438479	510162	624924	666348	672345	838145	1122068
İşçilərin sayı, nəfər	6021	6198	7321	8259	9009	8364	9838
Büdcəyə ödənilmiş ƏDV və digər vergilər, min manat	15130,6	27966,5	18058,8	29951,3	28201,5	28098,5	38525,7

Mənbə: ARDSK-nin 2017-ci il məlumatları əsasında müəllifin tərtibatı.

Bu müəssisələrdə yerləşdirilmiş şəxslərin sayı 2010-cu ilə nisbətə 2,6 dəfə artaraq 1122068-ə çatmışdır. Bu artım daha çox ölkəyə gələn xarici vətəndaşların hesabına baş vermişdir. 2010-2016-cı illər ərzində yerləşmə müəssisələrindən əldə olunan gəlirlərdə 2,6 dəfəyə yaxın artım olmuşdur. Bu dövr ərzində mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə çalışan işçilərin sayında 63% artım müşahidə edilmişdir.

Yerləşmə müəssisələrində maksimum gecələmə regionlarda yay turizm mövsümünə təsadüf edir. Bu müəssisələr əsasən iki və ya üç ay tam gücləri ilə işləyə bilər. Qış aylarında isə bayram günlərindən başqa demək olar ki, fəaliyyət göstərmirlər.

İndiki şəraitdə ölkəmiz əsasən qeyri-neft sektorunun inkişafının təmin olunması ilə davamlı iqtisadi inkişafa nail olunmasını, ÜDM-in formalaşmasında və dövlət

büdcəsi gəlirlərinin yaranmasında təbii resurs amilinin azaldılması və bununla da, qeyri-neft sahələrinin üstünlüyünün təmin edilməsini məqsəd olaraq qəbul edib. Məhz bu amil qeyri-neft sahələri daxilində turizm sektorunun inkişafının önəmini daha da artırmış olur. Son illər dövlətin turizm sferasında həyata keçirdiyi siyasətin nəticəsi olaraq bu sahənin inkişafında yeni mərhələyə qədəm qoyulmuşdur. Ölkə Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq olunmuş “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişafın Konsepsiyasında da turizm sferasının inkişafı bir neçə maddədə öz əksini tapmışdır.

Qeyd olunan konsepsiyada qeyri-neft sektorunun əsas dörd istiqamətinin inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Bu istiqamətlər, kənd təsərrüfatı, sənaye, insan inkişafı və turizm sferasıdır. Son illər ərzində Azərbaycanda turizm infrastrukturunun inkişafı üçün xeyli miqdarda vəsait sərf olunub. O cümlədən, istirahət kompleksləri, otellər tikilir, yollar yenilənir, ölkəmizin bütün bölgələrində infrastruktur layihələri həyata keçirilir. Qeyd olunanlar isə turizmin inkişafı üçün vacib amillərdən hesab olunur. Çünki, yol infrastrukturu, qaz, işıq, su təsərrüfatı olmasa, regionlarda turizmin inkişafının təmin olunması qeyri mümkün olar. Bu istiqamətdə ölkəmizin başlıca hədəfi qeyri-neft sektorunun 2020-ci ilə qədər dövrdə sürətli inkişafının təmin olunmasıdır. Qeyri-neft sektoru olaraq turizm sektorunun inkişafı da əsas hədəf kimi nəzərdə tutulur.

Sənəddə turizmin infrastruktur təminatının yaradılması və dünya standartlarına uyğun səviyyəyə çatdırılması, ümumi daxili məhsulda turizmin xüsusi çəkisinin artırılması və bu sahədə rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi kimi hədəflər qarşıya qoyulub. Qeyd olunan bu hədəflər, ölkədə turizm sferasının inkişafının strateji məsələləri kimi qəbul oluna bilər. Azərbaycan turizminin inkişaf istiqamətlərində diqqət yetirilməsi vacib olan məqamlardan biri də turistlərə göstərilən xidmətlərin səviyyəsinin yüksəldilməsidir. Buna nail olmaq üçün xidmətin dünya standartları səviyyəsinə çatdırılması və xidmət sferası olaraq inkişafının təmin olunması vacib məsələ kimi qarşıya qoyulur. İkinci mühüm məsələ bu sahədə qiymətlərin göstərilən xidmətə müvafiq olması və turizmin rəqabətə davamlı sahə kimi inkişaf səviyyəsinə

çatdırılmasıdır. Təəsüf ki, qiymət məsələsində hələdə problemlər mövcuddur. Bundan çıxış yolu ölkədə 2 və 3 ulduzlu otellərin sayının artırılması və əlverişli rəqabət mühitinin formalaşdırılması ola bilər. Belə ki, bu sahədə rəqabətə davamlılığın təmin olunması turizm məhsulunun qiymətlərinin sabitləşməsinə gətirib çıxaracaq. Eyni zamanda biz bu amillərin gücləndirilməsi hesabına turizmin ÜDM-də çəkisinin artmasına nail ola bilərik.

Məlum olduğu kimi ölkə prezidentinin "Turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" 2016-cı il 1 sentyabr tarixli Sərəncamına əsasən, respublikada turizm sferasının mövcud vəziyyətini təhlil edən, mövcud problemlərinin aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlər həyata keçirən və turizmlə bağlı dövlət qurumlarına tapşırılmış vəzifələrin yerinə yetirilməsinin əlaqələndirilməsi işini icra edən Turizm Şurası yaradılmışdır.

Azərbaycanda turizmin resurs potensialının olması bu sahənin inkişaf imkanlarını göstərir. Son illərdə neftdən asılılığın aradan qaldırılması ilə bağlı qeyri-neft sahələrinin iqtisadi səmərəli, rəqabət qabiliyyətli, innovasiyaya əsaslanan turizm sahəsində həyata keçirilmiş məqsədyönlü tədbirlər respublikada bu sahənin inkişafını şərtləndirmişdir. Bu mənada, ölkə Prezidentinin 16 mart 2016-cı il tarixli Sərəncamına əsasən ilə təsdiq edilmiş "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri"ndən olan ixtisaslaşmış turizm və əyləncə sahəsi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Sənəd turistlərin ölkəyə gəliş-gedişinin asanlaşdırılması, turizm xidmətlərinin göstərilməsi zamanı turist marağının təmin olunması ilə bağlı çatışmazlıqlar, bu sahədə qiymət problemləri, turizmin inkişafında baryerə çevrilən digər problemlərin həll edilməsi ilə bağlı dövlət tədbirlərini özündə ehtiva edir.

Artıq 2017-ci ildən başlayaraq Azərbaycanda ticarət festivallarının müntəzəm həyata keçirilməsi, Xızı-Xaçmaz, həmçinin Quba və Qusar ərazilərində turizm və rekreasiya zonalarının fəaliyyət planının hazırlanması bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlərdəndir.

Bununla yanaşı, ölkəyə gələn turistlərin sayının artırılması ilə bağlı əlverişli aviareyslərin yaradılmasını, bu sahədə kadr hazırlığının genişləndirilməsini əhəmiyyətli yeniliklər hesab etmək olar.

Turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğun təşkili təbii ki, bu sahədə xidmət göstərən personalın bu tələblərə uyğunlaşdırılmasını zəruri edir: turizm üzrə təhsil verən təhsil müəssisələrinin başlıca vəzifəsi turizm sektorunu səriştəli, peşəkar, işinin öhdəsindən gələn, xarici dilləri mükəmməl bilən kadrlarla təmin etməkdir.

Sərəncamda vacib istiqamətlərdən biri kimi regionlarda turizm sektorunun canlandırılmasını təmin etmək nəzərdə tutulub. Yaxın vaxtlarda qəbul olunması gözlənilən “Turizm haqqında” yeni qanunda bu istiqamətdə bəzi bölmələr mövcuddur ki, bölgələrdə turizm üzrə iş quran sahibkarlar bu və ya digər formada həvəsləndirilsin. Bu həvəsləndirmə, vergi güzəştləri, güzəştli kreditlər, torpaq vergisindən azad olma və ya xarici ölkələrdən idxal olunan avadanlıqlara aksiz dərəcələrinin tətbiq olunmaması ola bilər. Alternativ turizm növlərinin və müxtəlif istiqamətlər üzrə turist marşrutlarının təşviq olunması da sənəddə öz əksini tapmışdır. Bu strateji sənəddə xüsusilə milli, sosial-iqtisadi, tarixi-mədəni xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla, turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı nəzərdə tutulur.

2.2. Azərbaycanın alternativ turizm imkanları

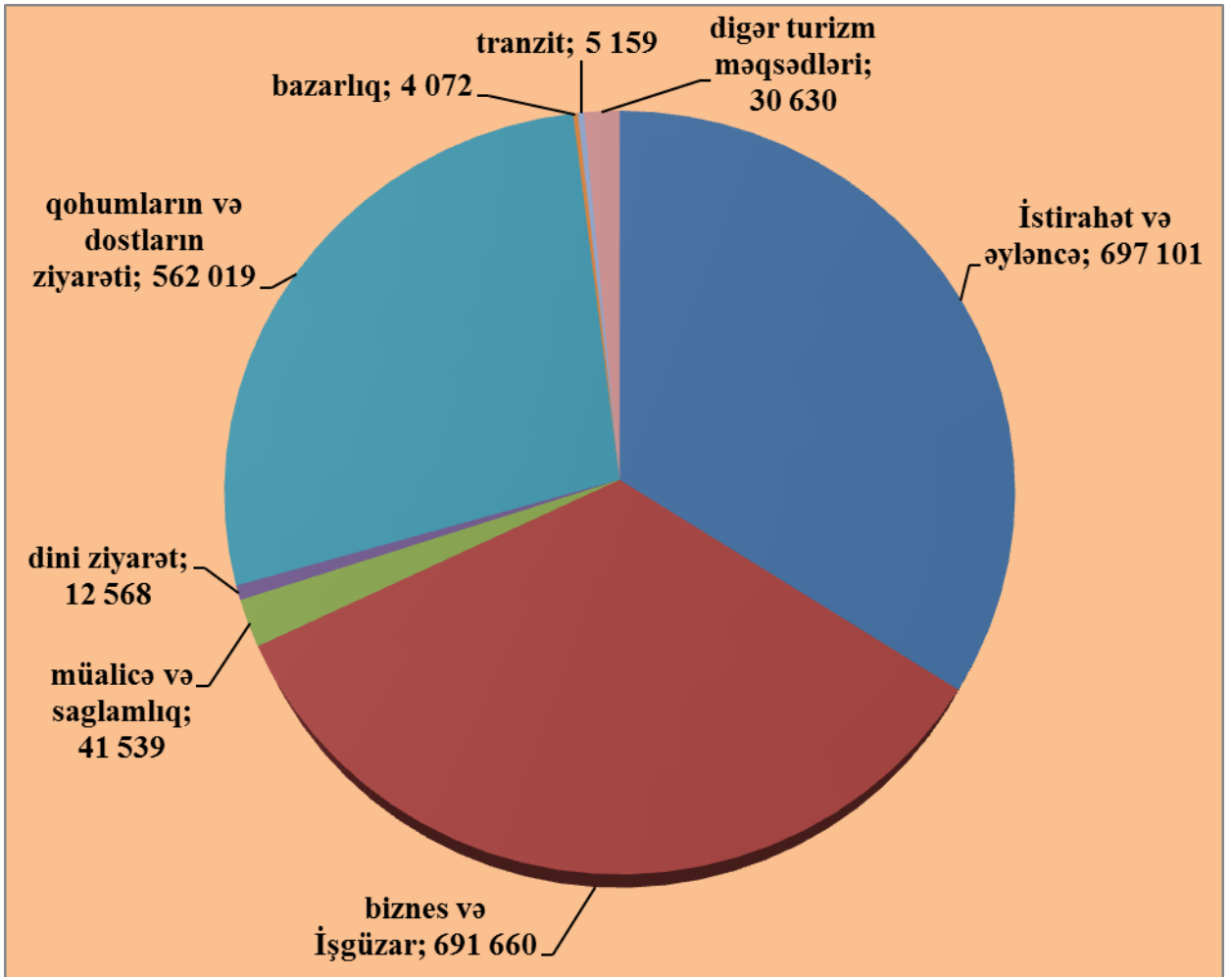
Beynəlxalq təcrübədə böyük miqdarda gəlir götürmək potensialı olan turizm məhsulları hər zaman istehlakçı tələbatına uyğunlaşmanı tələb edir. Azərbaycanda turizm məhsulunun inkişafı üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması, regional səviyyədə uyğun koordinasiyanın qurulması, əsas diqqətin istehlakçının istəyinə istiqamətlənməsi, məhsulun inkişafında regional məqsədin müəyyən edilməsi, eyni zamanda alternativ turizm məhsulların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ümumiyyətlə, Azərbaycanın əksər turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi

üçün müvafiq resurslar vardır, bu potensialın reallaşdırılması üçün dövlətin, həmçinin özəl sektorun davamlı dəstəyi əsas amillərdəndir.

Ölkəmiz turizmin mövcud ehtiyatlarından səmərəli şəkildə istifadə etməklə və turizm infrastrukturunu genişləndirməklə dünyanın hər yerindən qonaqları ölkəmizə cəlb edə bilər.

Şəkil 2.1.

Turizm məqsədilə Azərbaycana gəlmiş əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin səfərin məqsədləri üzrə sayı, nəfər



Şəkil 2.1. Mənbə: 2017-ci il DSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Füsunkar təbiət, mineral su mənbələri, dünyada yeganə müalicəvi neft olan – naftalan, tarixi qədimlik, mədəni fərqlilik, özünəməxsus milli mətbəx və başqa

faktorlar ölkədə bütün turizm formalarının: istirahət, işgüzar, əyləncə, dini, sağlamlıq, qohumların, dostların ziyarəti və digər (idman, tanışlıq, ovçuluq, ekoloji, çimərlik, gastronomik) turizm növlərinin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır. Şəkil.2.1-dən görüldüyü kimi əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan turistlərin 34,1 %-i istirahət və əyləncə, 33,8%-i işgüzar, 27,5%-i dostlara baş çəkmək, 2,0%-i sağlamlıq və müalicə, 0,6%-i dini ziyarət, 0,2% bazarlıq, 0,3% tranzit və 1,5%-i başqa turizm məqsədilə respublikamıza səyahət etmişdir.

Qeyd edək ki, Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən aparılmış sorğunun nəticələrinə əsasən 2016-cı ildə turizm məqsədilə ölkəmizə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı 2044,7 min nəfər olmuşdur.

Turizm məqsədilə Azərbaycana səfər edənlər ölkəmizdə 9978,9 min gecələmə keçirmişlər. Bir turist orta hesabla ölkəmizdə 5 gecələmə müddəti keçirmişdir. Ölkəmizə gələn turistlərin 621,9 min nəfəri (31,4%) kollektiv yerləşmə müəssisələrində, 1357,4 min nəfəri (68,6%) isə fərdi yerləşmə yerlərində gecələmişlər. Bu gecələmələrin 52,2%-i Bakı şəhərinin, 12,1 %-i Gəncə-Qazax, 10,3%-i Quba-Xaçmaz, 6,6%-i Naxçıvan Muxtar Respublikası, 5,1 %-i Lənkəran, 4,7%-i Aran, 2,9%-i Abşeron, 2,3%-i Şəki-Zaqatala, 3,8%-i isə digər iqtisadi rayonların payına düşür.

2016-cı ildə ölkəmizə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin arasında qonşu ölkələrdən gələnlər çoxluq təşkil etmişdir. Belə ki, ümumi turist sayında Rusiya Federasiyasından gələnlərin xüsusi çəkisi 32,8%, Gürcüstandan gələnlər 21,5%, Türkiyədən gələnlər 14, 1 % və İrandan gələnlər 11,4% paya malik olmuşdur. Həmçinin il ərzində ölkəmizə gələn bir əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan turistin səfər müddətində turizm məqsədilə çəkdiyi xərc orta hesabla 690 manat olmuşdur.

Müalicə-sağlamlıq turizmi. Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizmi zəngin tarixə malikdir və əhəmiyyətinə görə turizm növləri arasında mühüm yer tutur. Bunun əsas səbəbi insan sağlamlığının qorunması və bərpası məqsədi ilə təşkil

olunmasıdır. Ümümdünya Turizm Təşkilatının qiymətləndirməsinə görə müalicə sağlama turizmi mühüm turist motivasiyasına aid edilir [26, səh.24].

Dünya təcrübəsinə nəzər salsaq görürük ki, müalicəvi əhəmiyyətə malik olan əraziləri inkişaf etdirmək və bura turist axınını həyata keçirmək üçün ölkələr həmin ərazilərə sərmayə qoyur, turlar təşkil edir, həmçinin bu ərazilərdə kurortlar və müalicə müəssisələri inşa edilir.

Müalicə-sağlamlıq turizmi alternativ turizm növlərinin içərisində Azərbaycan üçün ən perspektivli və labüd istiqamətlərdən biridir.

Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı üçün təbii resurs potensialı baxımından demək olar ki, hər şey var. Buna baxmayaraq müalicə-sağlamlıq turizmi digər turizm növlərinə nisbətən az inkişaf edib, mövcud potensialın heç 5% - dən istifadə olunmur. Halbuki 2012-ci ildə dünyada müalicə-sağlamlıq turizmi sahəsində dövriyyənin həcmi 100 milyard dollar olmuşdur.

Araşdırmalar göstərir ki, müalicə-sağlamlıq turizmindən daha çox qazanc əldə edən ölkələrin sırasında Hindistan, Malaziya, Tayland, Sinqapur kimi uzaq şərq ölkələr vardır. Hindistana il ərzində təxminən 150 min turist bu məqsədlə gəlir. Sağlamlıq turizmində illik 30 faiz artım müşahidə olunan Hindistanda 2012-ci ildə əldə olunan gəlir 1,2 milyard funt olmuşdur. Hindistanın sağlamlıq turizmindəki uğurunun əsas səbəbi bu sahədəki potensialı əvvəlcədən kəşf etmiş olması, ucuz qiymət və yaxşı təqdimatdır. Taylandda yerləşən Fuket xəstəxanasında 15 dildə xidmət göstərən tərcüməçi il ərzində 20 min xarici turistə xidmət etmiş olur [Web-35].

Ümumilikdə müalicə turizminin ən məşhur istiqamətləri; ABŞ, Almaniya, Hindistan, Macarıstan, İsrail, Türkiyə, Cənubi-Koreya, Sinqapur, Tayland, Kolumbiya, Filippin, Kuba, Kosta Rika, Cənubi Afrika kimi ölkələrdir.

ABŞ müalicə turizmindən il ərzində təxminən 5 mld. dollar gəlir götürür. Türkiyədə bu rəqəm 1 milyard ABŞ dollarına çatır.

Ölkəmiz müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı baxımından lazımi təbii ehtiyata, müalicə mənbələrinə malikdir. Bu baxımdan müalicəvi Naftalan neftini, Lənkəran,

Gədəbəy, Naxçıvanın mineral sularını, müalicəvi təsirə malik Abşeronun palçıqlı göllərini və s. göstərmək olar. Azərbaycanda olan kurort ehtiyatları burada müalicə olunanların sayını 2 milyona çatdırmağa şərait yaradır.

Azərbaycanın ən vacib müalicəvi əhəmiyyətə malik resurslarından Naftalan neftini xüsusi qeyd etmək olar. Naftalan nefti nəinki ölkə daxilində hətta beynəlxalq səviyyədə tanınmış müalicəvi resursdur. Naftalan neftindən bir çox xəstəliklərin müalicəsində hərəkət orqanları ilə bağlı xəstəliklərdə, maddələr mübadiləsinin pozulması, həmçinin dəri və ginekoloji xəstəliklərin müalicəsində istifadə olunur. Qeyd edək ki, Naftalana müalicə və istirahət məqsədilə səfər edən turistlərin sayında 2016-cı ilə nisbətən 2017-ci ildə 40% artım olmuşdur. Bu dövrdə Naftalanın turizm obyektlərində 35 mindən artıq turist qeydə alınıb ki, bunun da 7309 nəfəri 62 ölkədən gələn xarici turistlər olmuşdur [Web-36].

Naxçıvan Muxtar Respublikasında olan Duzdağ öz müalicəvi əhəmiyyətinə görə fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Duzdağ Fizioterapiya Mərkəzinə daha çox, bronxial-astmadan və allergik xəstəliklərdən əziyyət çəkən insanlar müalicə olunmaq üçün səfər edirlər. Mərkəzdə hal-hazırda 300 yataq yeri vardır. Burada hər il təxminən 1600-1700 xəstə müalicə olunur.

Mədəni turizm. Bu turizm növü müxtəlif regionların tarixi, incəsənəti, mədəni irs nümunələri, əhalisinin həyat tərzini, dini və s. ilə tanışlığı özündə ehtiva edir. Mədəni turizm şəhər və regionlarda tarixi yerlərə, mədəniyyət obyektlərinə, tarixi abidələrə, muzeylərə, teatrlara, müxtəlif memarlıq nümunələrini, həmçinin yerli əhalinin həyat tərzini və milli-mənəvi dəyərlərini özündə əks etdirən bayramlara və festivallara səfəri nəzərdə tutan turizm növüdür. Qeyd edək ki, mədəni turizm məqsədilə səfər edən turistlər adi turistlərə nisbətən xidmətlərə daha çox pul xərcləyirlər. Azərbaycanın mədəni dəyərləri – muğam, milli və xarici rəqslər, zəngin mətbəx, müxtəlif mədəni dəyərlərə tolerant yanaşma ölkənin mədəni turizm potensialına aid oluna bilər. Tarixi marşrutlar: o cümlədən Böyük İpək Yolu, tarixi döyüş yerləri, məşhur hərbi yürüşlər mədəni turizmin tərkib hissəsi kimi müxtəlif əraziləri əhatə edir. Hazırda turistlərin tələbatına uyğun təşkil olunan tarixi və mədəni

turizm marşrutları beynəlxalq səviyyədə daha aktualdır, bu baxımdan Azərbaycanda da potensialı olan turizm məhsulu kimi inkişaf etdirilməlidir.

Dağ və qış turizmi. Bu turizm növləri ölkəmiz üçün perspektivli sahələrdən hesab olunur. Çünki, Azərbaycanın dağlıq ərazilərində turizmin inkişaf imkanları genişdir. Belə ərazilər daha çox təbiətlə ünsiyyətdə olmağı sevən, vəhşi heyvanları və quşları müşahidə etməyi, riski və idman təhlükəli növlərini xoşlayan insanların daxil olduğu xüsusi turist qruplarının maraq dairəsində olur. Son illər dağ və qış turizminin inkişafı ilə bağlı atılmış məqsədyönlü addımlar nəticəsində Azərbaycanın bir çox dağlıq əraziləri turizm destinasiyası olaraq inkişaf etməkdədir. Bu baxımdan “Şahdağ” Qış-Yay Turizm Mərkəzi və “Tufandağ” Turizm Mərkəzi bu gün məşhur istirahət komplekslərinə çevrilmişdir.

“Şahdağ” Turizm Mərkəzinə 2016-2017-ci il qış mövsümündə 95 mindən çox turist səfər etmişdir. Onlardan 38 min nəfərini əcnəbi turistlər təşkil edib. 2017-ci il yay mövsümü ərzində isə mərkəzə üz tutan turistlərin sayı 40 min nəfərdən (68%-i əcnəbilər olmaqla) çox olub [Web-37].

Qış və xizək turizmi Azərbaycanda yeni turizm növü olmasına baxmayaraq, bu istiqaməti inkişaf etdirmək üçün lazımi potensial mövcuddur. Dağ xizəkçiliyinin inkişafı əlverişli təbii şəraitlə bağlıdır. Bu turizm növünün inkişafı üçün əsas şərt ilin 4-5 ayında qar örtüyünün lazımi miqdarda olmasıdır. Ərazinin landşaftın müxtəlifliyi, relyef xüsusiyyətləri, hava şəraiti, uçqun və sel təhlükəsizliyi dağ-xizəkçilik turizminin inkişafını əsaslandırır.

Bu istiqamətdə fəaliyyət göstərən turizm mərkəzlərinin ən əsas problemlərindən biri kimi onların mövsümi fəaliyyət göstərməsini qeyd etmək olar. Ancaq hazırda bu istirahət mərkəzləri mövsümlilik problemini həll etmək üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirirlər. Bu tədbirlərə, süni qar yağdırma sisteminin tətbiqi, müxtəlif kimyəvi qarışıqlardan istifadə, qar örtüyünün bərkidilməsi aiddir. Qeyd edək ki, hazırda bütün qış turizm mərkəzlərində süni qar yağdırma maşınlarından istifadə edilir.

Dünya təcrübəsinə nəzər salsaq görürük ki, qış turizm mərkəzlərinin İsveçrədə 10%-i, İtaliya və Avstriyada təxminən 40%-i süni qardan istifadə etməkdədir.

Bununla yanaşı başqa yerlərdən qarın gətirilməsi metodundan da geniş istifadə edilir. Məsələn, Norveçin dağlarından Danimarka kurortlarına bərə ilə qar gətirilir.

İdman turizmi. Hal-hazırda idman sektoru Azərbaycanda ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Son zamanlar ölkədə idman infrastrukturunun inkişafı üçün xeyli miqdarda maliyyə vəsaiti sərf olunmuşdur. Belə ki, Azərbaycanın şəhər və rayonlarında olimpiya kompleksləri və mərkəzlərinin tikilib istifadəyə verilməsi, həmçinin müxtəlif növ idman meydançalarının və təsisatlarının yaradılması ölkədə beynəlxalq səviyyəli idman yarışlarının təşkilinə şərait yaratmışdır [10, səh.127].

Belə yarışların ən böyüyü 2015-ci il iyun ayında ölkəmizdə keçirilmiş 1-ci Avropa Oyunlarıdır. Bu yarışda 50 ölkədən 6000 idmançı iştirak etmişdir. İlk dəfə Azərbaycanın ev sahibliyi etdiyi Avropa oyunları turizm sektoru üçün böyük imkanlar yaratmışdır. Belə ki, Avropa Oyunları ərəfəsində ölkəmizə 10 minlərlə xarici qonaq təşrif buyurmuşdur.

Bundan başqa ölkəmizdə Bədii gimnastika üzrə dünya çempionatı, Ümumdünya Şahmat Olimpiadası və Formula-1 kimi nüfuzlu beynəlxalq yarışlar keçirilmişdir. Azərbaycanda keçirilən bu nüfuzlu idman yarışları turizm sektoru üçün böyük imkanlar yaratmışdır.

İşgüzar turizm. Bu turizm növü ölkəmizdə turizmin ən perspektivli istiqamətlərindən hesab olunur. Hazırda işgüzar turizmin təşkilində əsasən böyük şəhərlərdə mövcud olan 4 və 5 ulduzlu otellərin potensialından yararlanılır. Ancaq regionlarda olan mədəniyyət mərkəzləri və konqres salonları işgüzar turizmin təşkilində geniş istifadə edilə bilər.

Qeyd edək ki, turizmlə bağlı “Yol Xəritəsində” qarşıya qoyulmuş hədəflər içərisində, işgüzar turizmin inkişafında yer almışdır.

İşgüzar turizmin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin nəzdində yaradılan Azərbaycan Konqreslər Bürosu ölkəmizin dünya turizm bazarında işgüzar turizm məkanı kimi tanınmasında mühüm rol oynayır.

İşgüzar səyahətlər ən perspektivli turizm növlərindən sayılır. Təsadüfi deyil ki, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, 2016-cı

ildə biznes turizmi məqsədi ilə ölkəmizə gəlmiş qonaqların ümumi sayı 258 299 nəfər olub [web-38]. 2017-ci ildə isə Azərbaycanda biznes turizmin inkişafı üçün bir sıra tədbirlər keçirilib.

Çimərlik turizmi. Azərbaycanda Xəzər dənizi sahilləri Abşeron yarımadası, şimal və cənub zonası üzrə kütləvi çimərlik turizmi potensialına malikdir. Araşdırmalar göstərir ki, şimaldan cənuba uzanan 850 km-lik sahiyanı ərazilərin 60-70%-ində çimərlik turizmini inkişafı üçün əlverişli təbii-coğrafi şərait vardır. Hazırda ölkəmizin Xəzərsahili ərazilərində 90-dan çox çimərlik mövcuddur və bu say artmaqda davam edir. Bu turizm növünün inkişafını təmin etmək üçün çimərlik zonalarında xidmət infrastrukturları müvafiq standartlara uyğunlaşdırılmalı və geniş çeşidli əlavə xidmətlər təklif olunmalıdır. Qeyd edək ki, ölkəmizdə bu turizm növü üzrə ən əsas problem turizm mövsümünün qısa olmasıdır.

Qeyd edək ki, çimərlik turizmi zonaları yaradılarkən qoyulan ən əsas tələblərə suyun təmizliyi, uyğun infrastruktur və turizm xidmətlərinin səviyyəsi daxildir. Çimərlik turizmi sahəsində uğur qazanmış Yunanıstan, Türkiyə, İspaniya, Fransa kimi ölkələrin bu sahədə əldə etdiyi təcrübədən yararlanmaq olar.

Ekoloji turizm. Dünya turizm bazarının təqribən 10 faizi turizm sahəsinin xüsusi növü olan ekoloji turizmin payına düşür. Ekoturizmin inkişaf sürəti isə bütövlükdə turizm sektorunun inkişaf sürətini 2-3 dəfə qabaqlayır. Ölkəmiz öz zəngin flora və faunası ilə əhəmiyyətli ekoturizm potensialına malikdir. Belə ki, 11 iqlim tipindən 9-unun müşahidə olunduğu Azərbaycan ərazisində ekoloji turizmin inkişafına töhfə verə biləcək milli parklar, göllər, dağlar, zəngin fauna və flora mövcuddur. Azərbaycanda flora müxtəlifliyi özündə təbiət tarixinin dərin izlərini əks etdirir. Bu, eyni zamanda, bir neçə fərqli təbiətə malik bölgələrin cəmləşməsi və təbii şəraitin fərqliliyi ilə əlaqədardır.

Azərbaycanda 4100-dən çox çeşiddə bitki növü mövcuddur. Bununla yanaşı ölkə ərazisinin təxminən 10 faizini əsasən vələs, palıd, ağcaqayın, fıstıq və göyrüş ağaclarından olan meşəlik ərazilər təşkil edir. Suların və torpaqların qorunmasında

dağ meşəlikləri mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu potensialdan istifadə edərək açıq təbiətə turist gəzintiləri və ekskursiyalar təşkil edilə bilər.

Dini turizm. Ümumdünya turizm təşkilatının məlumatına əsasən dini turizmin beynəlxalq turizmdə payı 8-10% təşkil edir. Azərbaycanda mövcud dini abidələrə 1750-dən çox məscid, 500-dək piri, 40 kilsə, sinaqoq, ibadət yerləri və ziyarətgahlar daxildir. Bu obyektlərə əsasən dini inanlı insanlar səyahət edirlər. Naxçıvan ərazisində yerləşən “Əshabi-Kəhf” ziyarətgahına nəinki ölkə vətəndaşları, eyni zamanda İran, Türkiyə və başqa ölkələrin vətəndaşları da turist qismində səfər edirlər. Bakıda respublika səviyyəsində tanınan Bibiheybət məscidi, Mir Möhsün ağanın məqbərəsi, Nardaran piri, Gəncədə İmamzadə piri kimi dini ziyarət obyektlərini insanlar ziyarət edir və müəyyən ayinlər icra edirlər.

Azərbaycan tarix boyu atəşpərəstlik, xristianlıq və İslam dinlərinin fəal yayılma mərkəzi kimi çıxış etmişdir. Ona görə də ölkə ərazisində bu dinlərə mənsub çoxlu sayda tarixi abidələrə rast gəlmək mümkündür.

Ölkəmizə səfər edən xarici turistlər dini məkanlara ekskursiya obyektini kimi baş çəkirlər. Çünki, onlar dini obyektlərə əsasən tarixi-memarlıq abidəsi kimi baxırlar. Azərbaycanda atəşpərəstlərin qədim abidələrindən biri olan “Atəşgah” məbədi yerləşir. Hindistan, İran və Rusiyadan gələn atəşpərəstlər “Atəşgah” məbədini ziyarət edirlər. Avropa ölkələrindən gələn turistlər isə daha çox xristianlıqla bağlı abidələri ziyarət etməyi xoşlayırlar. Belə ki, avropalı turistlər Şəkinin Kiş kəndindəki alban məbədinə, Qəbələnin Nic kəndindəki alban kilsəsinə daha çox maraq göstərirlər .

Ümumilikdə dini turizm mənəvi-dərketmə baxımından əhəmiyyət kəsb etməsi ilə yanaşı, həmçinin iqtisadi əhəmiyyəti də vardır. Belə ki, dini turizmin inkişafı turizmin xidmət obyektlərinin yerləşdiyi region əhalisinin, biznes strukturlarının, dövlətin iqtisadi mənfəətlərini yüksəldir, dini birlik və təşkilatlara dəstək göstərir. Dini turizmin iqtisadiyyata birbaşa təsiri turistlərin məqsədləri baxımından istiqamətlənmiş xərcləri, dolayısı təsiri isə turistlərin yardımçı sahələrə xərcləri şəklində ifadə olunur. Dini turizmin iqtisadi xüsusiyyəti onunla fərqləndirilir ki, bu

turizm növünü seçmiş insanlar fərqli kateqoriyaları təmsil edir və onların xərcləri müəyyən məqsədlər üzrə olur.

2.3. Alternativ turizmin regional inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsi

Regionların mövcud vəziyyəti, potensialı, inkişaf etdirilə biləcək sahələr, orada yaşayan əhəlinin tələbatlarının müəyyənlişməsi, ümumiyyətlə həm regionlarda yaşayan əhəliyə, həm də səyahət etmək istəyən turistlərə yüksək xidmət göstərilməsini təmin edəcək ən vacib qurumlardan biri yerli özünü idarətmə orqanlarıdır. Çünki yerli özünü idarətmə orqanları fəaliyyət göstərdikləri bölgə ilə bağlı ən düzgün məlumata malik olurlar. Məhz bu xüsusiyyətə görə bələdiyyələr turizmin inkişafında mühüm rol oynayır.

Regional turizmin inkişafında bələdiyyələr bir sıra mühüm funksiyalar yerinə yetirirlər. Bu funksiyalar arasında başlıca olaraq infrastrukturun formalaşdırılması turizm baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, bölgədə nəqliyat xidməti, küçələrin işıqlandırılması, ərazinin su, elektrik təminatının optimal vəziyyətə gətirilməsi ilə bağlı fəaliyyətlər bələdiyyələrin başlıca vəzifələrindən sayılır. Həmçinin ərazinin gələcəkdə necə istifadə olunması ilə bağlı planların hazırlanması da bələdiyyələr tərəfindən yerinə yetiriləcək mühüm vəzifədir. Planın hazırlanması dedikdə ərazinin strateji vəziyyəti, əhəlinin mədəniyyəti, ənənələrə bağlılıq səviyyəsi və başqa yerli amilləri nəzərə alınaraq turizm fəaliyyəti üçün ərazinin planlaşması nəzərdə tutulur. Bu planlaşma bölgələr üzrə fərqlilik göstərir, çünki hər bir bölgənin özünəməxsus tarixi, ənənələri, yeniliklərə yanaşmaları vardır.

Turizmin bir bölgə iqtisadiyyatına faydalı sektor olaraq inkişafını təmin etmək üçün, mövcud potensialı nəzərə alaraq turizm fəaliyyətinin qurulması və buna uyğun infrastruktur yaradılmasına qərar verilməlidir. Ancaq, ondan da əhəmiyyətli, bölgəni bir bütün olaraq əhatə edən regional planlaşdırma edilməlidir. Bu səbəbdən, turizm sektoru üçün hazırlanacaq və inkişaf etdiriləcək işlər, bir regionun inkişaf planının tərkib hissəsi olmalıdır.

Bir bölgənin potensial turizm imkanı, bölgədə inkişaf edə biləcək turistik məhsulların növündən asılıdır. Potensial imkanların üzə çıxarılması, uzun bir müddətə, daxili prinsiplərə bağlı olaraq istifadə olunacağı kimi, regional subsidiyaların təsiri ilə də hərəkətlilik qazana bilər. Ancaq əsl inkişaf, regional turistik məhsula istiqamətli tələbin meydana çıxması nəticəsində mümkün ola bilər. Bunun üçün, turizm bazarlarındakı, turistik məhsula yönəlik tələbi araşdırmaq lazımdır. Bu baxımdan, sorğu yaradan meylləri davamlı izləmək, bu istiqamətdə əskiklikləri aradan qaldırmaq, keyfiyyətli bir turistik məhsul üçün başlıca şərtidir.

Turist gözlənti və meyllərində, cəmiyyətin və ya müəyyən bir qrupun mədəniyyət elementləri və fərdi xüsusiyyətləri istiqamətləndirici olmaqdadır. Şəxsin cəmiyyət içindəki ictimai sinifi, təhsil səviyyəsi, yaşı, dini və mədəni fərqlilikləri gözləmələrin müxtəlifliyini artırmaqdadır. Bu müxtəlifliyə qarşı beynəlxalq turist seçimlərində əsas aşağıdakılar önə çıxır:

- Daimi hərəkət yerinə tam bir rahatlama,
- Tamamilə xarici mühit yerinə, bilinən yerlərdə səyahət etmə,
- Tək başına səyahət etmək yerinə, qrup səyahəti seçim etmək,
- Nizamsızlıq yerinə nizamlılıq gözləmələri.

Ölkəmizdə turistlərin qəbulu və onlara yüksək səviyyədə xidmətlərin göstərilməsi üçün mövcud turizm potensialının qiymətləndirilməsinə böyük ehtiyac vardır. Bu baxımdan “regionların turizm potensialının qiymətləndirilməsinə dair sistem yanaşma” metodologiyasına M.Abadovun, B.Budaqovun, R.Həsənovun, Y.Həsənlinin, N.Əliyevanın, B. Bilalovun, V.Dərgahovun və digər alimlərin elmi əsərlərində rast gəlinir. Bununla yanaşı regionların turizm potensialının qiymətləndirilməsinə dair sistem yanaşması istiqamətində xarici tədqiqatçılardan V.Q.Qulyayev və M.V.Yefremova mühüm nəticələr əldə etmişlər. Onlar turizm potensialının qiymətləndirilməsində ümumi prinsip və yanaşmaları göstərmiş, qiymətləndirilmənin alqoritmlərini və təşkilati sxemlərini işləyib hazırlamışlar. Resurs yanaşması üzrə qiymətləndirilmənin dörd əsas növü qeyd olunur. Bunlar təbii,

dəyər göstərici kəmiyyətləri vasitəsilə qiymətləndirilmə, turizm potensialının ekspert və statistik qiymətləndirilməsidir.

1. *Təbii göstəricilər əsasında regionların turizm potensialının qiymətləndirilməsi.* Təbii və rekreasiya ehtiyatlarına əsaslanan bu qiymətləndirmə üsulları XX əsrin 80-90-cı illərində aparılmış tədqiqatlar bazası üzrə müəyyən edilmiş və milyon insan-gün/il ilə hesablanan resursların tutumu ərazilərin turizm potensialının təqribi qiymətləndirilməsini verir. Ərazinin turizm potensialının qiymətləndirilməsinin bu metodikası professor V.Q.Qulyayev tərəfindən təklif olunmuşdur [21]. Yuxarıda ifadə olunmuş turizm resurslarının və obyektlərin tutumunun müəyyən edilməsi üsullarına əsaslanır. Ərazilərin turizm potensialının ümumi iqtisadi qiymətləndirilməsi üçün V.Q.Qulyayev resursun istehlak tutumunu – istehlakın məhdudluğu, mövsümlük, nəqliyyat rahatlığı nəzərə alınmaqla konkret zaman çərçivəsində istehlak üçün əlçatan olan resurs həcmının faktiki qiymətini istifadə etməyi təklif edir. V.Q.Qulyayevin fikrinə əsasən, turizm obyektləri üçün məhdudiyyətlərin mövcudluğu onların istehlak tutumunun sifirə bərabər olmasına səbəb ola bilər, yaxud da mənfi qiymət ala bilər [21, səh. 72-75].

2. *Ərazilərin turizm potensialının dəyər qiymətləndirilməsi.* Bu turizmdə istifadə olunan və ya gələcəkdə istifadə olunması nəzərdə tutulan turizm ehtiyatlarının dəyərinin hesablanmasıdır. Turizmi inkişaf etdirmək istəyən regionlar öz turizm resurslarına özündə bir dəyər ifadə edən, daim yenilənməyi və bu səbəblə yeni maliyyələşmə mənbələrinin tapılmasını tələb edən ərazi aktivləri kimi baxırlar. Bunlarla yanaşı qeyd etməliyik ki, investisiyalar əsasən dəyər qiymətləndirilməsinə, çəkilmiş xərclərin qısa müddətdə ödənilməsinə malik və iqtisadi cəhətdən səmərəli olan layihələrə qoyula bilər. Təqdimatı yaxşı olan turizm obyektləri daxili və xarici investorları cəlb edə bilər. Lakin dəyər qiymətləndirilməsi olmayan və sərf olunmuş maliyyə xərcinin qarşılığını almaq imkanı olmayan obyektlərə investisiya qoymaq düzgün hesab edilmir.

3. *Ərazinin turizm potensialının statistik qiymətləndirilməsi.* Bu respublikamızın bölgələrinin miqyasını özündə ehtiva edən statistik məlumatlara əsaslanır. Belə

göstəricilərə aşağıdakılar aid edilir: destinasiyanın sahəsi, yerli əhalinin sayı, çayların, şlalələrin, göllərin və başqa su hövzələrinin, flora və fauna növlərinin, tarixi abidələrin sayı, infrastruktur obyektlərinin sayı, turizm müəssisələrinin sayı, onların gəlirləri və s. Statistik göstəricilər əsasında qiymətləndirilmənin tətbiqi nisbətən məhdud xarakter daşıyır və istifadəçiyə destinasiyanın turizm imkanlarının kəmiyyət xarakteristikasını verir.

4. *Ərazinin turizm potensialının ekspert qiymətləndirilməsi.* Ekspert qiymətləndirilməsi son zamanlar daha geniş istifadə olunmağa başlanmışdır. Belə qiymətləndirmədə nəticələrin həqiqiliyi daha çox ekspertlər qismində çıxış edən elmi cəhətdən savadlı və təcrübəli mütəxəssislərin cəlb olunması zamanı təmin olunur. Bu cür qiymətləndirmənin əsasını nümayiş obyektlərinin rekreasiya cəlbediciliyinin bal sistemi ilə qiymətləndirilməsi əlamətləri, meyarları və metodikası təşkil edir. Qiymətləndirmədə nəzərə alınan əlamətlər üzrə ekspertlər tərəfindən verilmiş balların cəmi obyektlərin nisbətən cəlbedici, cəlbedici, xüsusilə cəlbedici kimi kateqoriyalara ayırmağa imkan verir. Destinasiyanın təqdim olunması obyektləri üzrə balların cəmlənməsi ərazinin turizm potensialını qiymətləndirməyə imkan verir.

$$\Theta.R.Q = TX + BX + TMX + \dot{I}SQ \quad (2.1)$$

Burada $\Theta.R.Q$ – Ərazinin kompleks rekreasiya qiymətidir;

TX – landşaft xüsusiyyətlərinə görə qiyməti,

BX – tibbi-bioloji xüsusiyyətlərinə görə qiyməti,

TMX – tarixi-mədəni xüsusiyyətlərinə görə qiyməti,

$\dot{I}SQ$ – rekreasiya resurslarının sosial-iqtisadi cəhətdən qiymətidir [6, səh. 186].

Destinasiyanın turizm potensialının ekspert qiymətləndirilməsində xarici mənzərənin fərqliliyi vacib amil kimi nəzərə alınır. Xarici mənzərənin fərqliliyinin daxili quruluşla əlaqəsi bu cür qruplara ayrılır: 1 bal – çəmənlik-düzən; 2 – bal kolluq-çəmən; 3 bal – meşə-çəmən; 4 bal – çəmənlik-sututar; 5 bal – meşə-sututar; [27, səh. 178-180].

Azərbaycanlı alim V.S.Dərgahovun fikrinə görə bölgənin landşaft-ekzotikliyi qiymətləndirilərkən təbii komplekslər belə qruplaşdırılmalıdır: Çəmən-meşə-sututar – 5 bal; çəmən-meşə-kolluq – 4 bal; meşə-çəmənlik-düzən – 3 bal; kolluq-çəmən-yarımsəhra – 2 bal [6, səh. 93-95]. Bu cür qiymətləndirmə sahilyanı ərazilər üçün münasib hesab olunur. Bununla yanaşı turizm resurslarının qiymətləndirilməsində bölgənin daxili mənzərəsi də vacib əhəmiyyətə malikdir.

Turizmin təbii ehtiyatlarının qiymətini müəyyən edərkən meşə ehtiyatlarının öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bununla yanaşı landşaft ekzotikliyi cəhətdən əlverişli relyef və ərazinin meşəlik dərəcəsi, təbii-mineral suları həmin regiona turist axınına səbəb olan əhəmiyyətli təbii amillər kimi nəzərə alınır. Dəniz və ya göl olan ərazilərdə sahilyanı mövqe təbii turizm potensialının ən vacib seqmentlərindən sayılır. Araşdırmalar nəticəsində məlum olur ki, dənizsahili ərazilərdə təbii turizm ehtiyatlarının qiymətləndirilməsində bal kriteriyasından istifadə daha məqbul sayılır. Dünya təcrübəsində 5 ballıq qiymətləndirmə kriteriyasından istifadə məqsədəuyğun hesab olunur və əsas meyar kimi götürülür [6, 20, 21, 22, 24]. Sahilyanı ərazilərdə turizm potensialının qiymətləndirilməsi sahildən qurunun daxilinə doğru olan sahələrin qiymətləndirilməsi üzrə həyata keçirilir. Eyni zamanda “sahil zonası” kimi tanınan sahə daxilində təbii resurslar əsasında rayonlaşma aparılmaqdadır. Həmçinin hər bir turizm-rekreasiya rayonunun sahil zolağının sərhədləri rayonun özünəməxsus xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla müəyyənləşdirilə bilər.

Turizm ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi zamanı ayrı-ayrı göstəricilər üzrə bal sistemi əsasında şkalanın tərtibi əsas məsələlərdən biri hesab oluna bilər. Belə ki, Turizm-rekreasiya ehtiyatlarının bal sistemi ilə qiymətləndirilməsində ərazilərin ballara görə qiymət meyarları aşağıdakı kimi fərqləndirilir: əlverişsiz – 1 bal; nisbətən əlverişli – 2 bal; orta səviyyədə əlverişli – 3 bal; əlverişli – 4 bal; çox əlverişli – 5 bal. Qeyd olunan bal qiymətləndirilməsi sahilyanı ərazilərdə temperatur rejimi nəzərə alınmaqla günəşli günlərin sayına əsasən müəyyən edilir. Əgər 18-23°C olan orta temperatur rejimi 135 gündən çoxdursa 5 bal, 100-135 gün aralığındadırsa 4 bal, 100 gündən azdırsa 3 bal olaraq götürülür. Turizmin təşkili baxımından nisbətən

əlverişli sayılan ərazi 2 bal olaraq dəyərləndirilir. Dəniz sahili çimərliklərin turizm-rekreasiya baxımından qiymətləndirilməsi zamanı dəniz suyunun 15-17°C orta temperatur rejimində olması komfort səviyyə hesab olunur. Dənizdə suyun 14-27°C orta temperaturda olan günlərin təkrarlanması 4 balla, suyun 13-28°C temperaturda olması diskomfort səviyyə sayıldığından 3 balla, 13°C – yə qədər və 29°C-dən üstün olan günlərin sayı çox olduqda isə 1 balla qiymətləndirilir. Beləliklə, sahilyanı bölgədə komfortlu gün miqdarını müəyyən etməklə, ayrı-ayrı dəniz sahili bölgələrin təbii-rekreasiya imkanları müqayisə edilir, hansının üstün, hansının zəif olması göstərilir. Sahilyanı ərazilərdə rekreasiya landsaftlarına dair aparılmış araşdırmalarda sahilyanı ərazinin 30 metrliyindən 200 m uzaqlığa qədər olan çəmənliklər, düzənənlik meşələri estetik zənginliyə və komfort səviyyəyə uyğun ərazilər sayılır. Sahilyanı ərazidən kənarlaşdıqca, meşəlik və çəmənlik ərazilərin dağətəyi və dağ quruluşu ilə əvəzlənməsi, eyni zamanda burada unikal təbiət abidələrinin, meşələrin, relyef formasının mövcud olması ərazinin təbii zənginliyini daha da artırır. Qeyd olunanlar bütövlükdə Azərbaycan ərazisi üçün xarakterikdir. Rus alimləri L.İ.Muxina və İ.S.Koroleva öz elmi tədqiqatlarında turizm-rekreasiya ehtiyatlarını iki mövqedən – istirahətin təşkili və istirahətçi baxımından qiymətləndirilməsini təklif etmişlər [27, səh. 35-58]. Digər rus alimləri K.V.Maslenkova, Y.A.Vedenin, həmçinin N.S.Mironenko isə bal metodunu saxlamaqla, rekreasiya potensialını bu göstəricilərə əsasən qiymətləndirmişlər: iqlimin əlverişli olması, dənizdə suyun temperatur səviyyəsi və suyun kimyəvi quruluşu, su təminatı, relyef, bitki, bataqlıqlar, günəş radiasiyasının miqdarı [29, 27-48]. Professor A.H.Salmanov ərazinin rekreasiya potensialının bal qiymətləndirilməsinə sosial-iqtisadi amilləri də əsas kimi götürərək nəzərə almışdır. Belə ki, o qeyd olunan qiymətləndirmədə bu amilləri də tətbiq etmişdir: dənizdə suyun temperatur dərəcəsi və xarakteri, bitki, su təminatı, seysmiklik, mineral sular, nəqliyyat infrastrukturu, kənd təsərrüfatı potensialı, mühəndis-texniki vasitələr, əmək resursları, xidmət sektorunun və rekreasiya-turizminin inkişaf səviyyəsi [30, səh. 87-89] .

Rekreasiya ehtiyatlarının qiymətləndirilməsində N.P.Şelomov, M.N.Zabayev və K.İ.Lyumodrov öz tədqiqatlarında yaşıllıq normasının qiymətləndirmədə nəzərə alınmasını əsaslandırmışlar. Belə ki, hər adambaşına yaşıllıq normasını hesablayarkən meşə - parklardan, çimərlik ehtiyatlarından istifadə normasını vacib hesab edərək, m^2 /adam miqdarı ilə yaşıllıq ərazinin orta yüklənmə dərəcəsinə görə müxtəlif zonaları ayırmağı tövsiyyə etmişlər [22, 47-49].

Bunlarla yanaşı digər qiymətləndirmə göstəricilərindən istifadə olunması mümkünliyini inkar etməyərək, dissertasiyada turizm potensialından istifadənin effektivliyini yüklənmə əmsalının köməyi ilə turizm təşkilatlarının istehsal güclərinin effektivliyinin müəyyənləşdirilməsinə dair ənənəvi üsullara oxşar bir formada qiymətləndirməyi təklif etmək olar. Resurs-ərazi potensialının istifadəsinin effektivliyi bu potensialdan istifadənin faktiki və mümkün ola biləcək səviyyələrin nisbətini əks etdirən meyar vasitəsilə aydınlaşdırıla bilər.

Turizmdə iqtisadi səmərəliliyin təmin olunması üçün iqtisadi-riyazi üsullardan da geniş istifadə olunur. İqtisadi-riyazi üsuldən istifadə etməklə həyat keçirilən qiymətləndirmə xərclərin azaldılması və gəlirlərin artırılması prinsiplərinə əsaslanır. Bu üsulla hər bir region maksimal inkişaf səviyyəsinə nail olmağa cəhd edir.

Yüksək turizm-rekreasiya potensialına və turizm cəlbediciliyinə malik olan bölgələrin mövcud imkanlarının düzgün qiymətləndirməsi və bunun əsasında regional inkişafa dair siyasətlərin formalaşdırılması uzun illər sınaqdan çıxmış metodların, nəzəriyyələrin dəqiq və uğurlu tətbiqi ilə bağlıdır.

Araşdırma nəticəsində məlum olur ki, hər bir region turizm məhsulunun istehsal amillərinə malik olmaqla və öz rəqabət üstünlüklərini müəyyən etməklə resurs-ərazi potensialından istifadənin effektivliyinə təsir edə bilər. Eyni zamanda, beynəlxalq turizm bazarında baş verən dəyişiklikləri nəzərə alan, həmçinin daxili iqtisadi tsikillərin müxtəlif fazalarında regional turizm təsərrüfatının təşkilinin xüsusiyyətlərinə əsaslanan vacib amillərin uçotunun aparılması lazımdır. Bu baxımdan resurs-ərazi potensialından istifadədə effektivliyin dinamikası iqtisadi tsiklin fazalarının dəyişməsi və inkişafı ilə bağlı olur. Eyni zamanda, ərazilərin

turizm-rekreasiya potensialının resurs qiymətləndirilməsində vahid təmələ söykənən metodika mövcuddur. Onlar əsasən meyarların və göstəricilərin miqdarı, çəki əmsalları və inteqrasiya olunmuş qiymətləndirilmə göstəricilərinin hesablama üsulları cəhətindən fərqlənirlər. Resurs yanaşmasında ərazilərin turizm potensialının qiymətləndirilməsi üsullarının tətbiqi kəmiyyət xarakteristikasının istifadəsi yolu ilə subyektivliyi azaldır və bölgələri cəlbedicilik, eyni zamanda alternativ turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə effektivlik baxımından sıralamağa şərait yaradır.

Qeyd edək ki, biz turizmə funksional təyinatına görə həm istehlak sferası, həm də Ümumi Daxili Məhsulun və iqtisadi artımın, sosial inkişafın tərkib hissəsi kimi baxa bilərik. Turizmin maddi əşya forması həm xidmət istehlakı, həm də istehsal xarakterli olduğu üçün o, müasir şəraitdə istehsalçı kimi kapital tutumlu və yüksək rentabellik səviyyəsinə malikdir. Azərbaycanda alternativ turizmin potensial inkişaf indikatorunu ölkənin iqtisadi imkanları və ərazi resursları təşkil edir. Bu baxımdan ölkə üzrə Ümumi Daxili Məhsulun artımı, əhalinin sayı, dövlət və əhali gəlirlərinin artım dinamikası, regionlarda sosial infrastrukturun inkişaf etdirilməsi, alternativ turizm növləri üçün zəruri olan obyektlərin yaradılması prosesləri regionlarda turizmin inkişafına zəmin yaradır.

III FƏSİL. ALTERNATİV TURİZMİN İNKİŞAFINA DAİR DÖVLƏT SİYASƏTİNİN TƏKMİLLƏŞMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Alternativ turizm davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi

Turizm son dövrlərdə sürətlə inkişaf edən bir iqtisadi sektor olaraq, dünya iqtisadiyyatında vacib yer tutmağa başlamışdır. Bu isə davamlı inkişafın yeni istiqamətlərinin turizm fəaliyyətinə nüfuz etməsinə gətirib çıxarmışdır.

Cəmiyyətinin inkişafı ilə bağlı qəbul edilən qlobal davamlı inkişaf konsepsiyasına uyğun olaraq “Davamlı turizm” anlayışı gündəmə gəlmişdir. Turizmdə davamlılıq elə bir inkişafı nəzərdə tutur ki, bu prosesdə indiki nəsillərin ehtiyaclarının təmin olunması gələcək nəsillərə problem yaratmadan həyata keçirilir. Həmçinin bu, öz təbiətini dağıtmayan, cəmiyyətin tarazlaşdırılmış, düşünülmüş, idarə olunan və fasiləsiz inkişafını təmin edən bir fəaliyyətdir. Başqa sözlə desək, davamlı inkişaf nəsillər boyu əhalinin yüksək həyat keyfiyyətini təmin edə biləcək təbii resursların tükənməsinə şərait yaratmadan, ondan ekoloji baxımdan məqsədəuyğun qaydada istifadə etmək əsasında cəmiyyətin dayanıqlı inkişafını özündə ifadə edir.

“Dünya Turizm Təşkilatı”, həmçinin “Turizm və Səyahətlər sektorunda Tədqiqatlar Assosiasiyası” turizmdə davamlılıq prinsiplərini qəbul etmişlər. Turizmin davamlılığı bu sahənin inkişafına dair strateji yanaşmanın istifadəsi ilə təbii və mədəni potensialın tükənməz istifadəsini özündə ehtiva edir. Eyni zamanda turizm sənayesi müəssisələri tərəfindən istifadə olunan ehtiyatlardan səmərəli istifadə texnologiyasının tətbiqi, istehsal prosesində tullantılarının azaldılması ilə yerli əhalinin turizmin təşkili prosesinə cəlb olunmasını, ictimai və özəl sektorların qarşılıqlı münasibətlərində partnyorluğu, regionların və dövlətlərin sosial-iqtisadi inkişafına turizmin töhfəsini ifadə edir.

Azərbaycanda turizmin davamlı inkişafı ümumilikdə iqtisadi və sosial inkişafda özünü büruzə verir. Belə ki, regionlarda turizmin inkişafı ilə yanaşı infrastrukturun, o cümlədən nəqliyyat infrastrukturunun genişlənməsi, Bakı-Tbilisi-Qars nəqliyyat xəttinin

açılması, beynəlxalq dəniz ticarət limanının tikilməsi, Azərbaycanın dəmir yolu xəttinin interreyl sistemə birləşdirilməsi xarici vətəndaşların bu nəqliyat növü üzrə də ölkəyə səfər etməsinə əsaslı təsir göstərəcək. Həmçinin Avropa-Qafqaz-Asiya, Şimal-Cənub nəqliyat dəhlizləri də xüsusilə regionlar üzrə turizm səyahətinə çıxan, birdən artıq ölkəyə, şəhərə səfər etmək istəyən turistlər baxımından cəlbedicilik yaradacaq amillər hesab olunur.

Alternativ turizm konsepsiyasının ortaya çıxması və onun ifadə etdiyi mənə haqqında sual verərkən, bu növün ətraf mühitə həssas bir turizm növü kimi inkişaf məqsədi güdməsidir. Lakin, turizm bazarında alternativ modellərin ortaya çıxması həmişə ətraf mühitə həssaslığa deyil, rəqabət üstünlüyü təmin etmək üçün məhsul fərqliliyinə görə idarə olunur. Aydındır ki, bu cür səfərlərdə iştirak edənlər təbii mühitdə olmaq istəyən və yerli mədəniyyəti bilmək istəyən turistlərdir.

Ancaq bu məhsulların istehlakçısı və istehsalçısı yanaşmasının da eyni istiqamətdə olduğu anlamına gəlmir. Əslində, bu istiqamətdən kənarında alternativ turizm məhsulu yaratmaq və satmaq məsələsi ekoloji həssaslığa vurğu verən təchizat elementləri tərəfindən pozulub. Bu vəziyyət, marketinq vasitəsi olaraq ətraf həssaslığının istifadəsi kimi inkişaf edir. "Yaşıl" marketinq məsələsində işə yaradığı, amma yalnız məhsulun istehlakçı gözləntilərinə və sənaye standartlarına cavab verdiyi zaman mümkün olması bir gerçəklikdir [31].

Təcrübədə, alternativ növlərin ətraf mühit mənfiliklərini nəzarət etməkdən uzaq təbiəti bu növlər üçün "davamlı yanaşmanın" əhəmiyyətini ortaya qoyur. Ətraf mühit biliklərindən kənarlaşan alternativ turizmin formaları ekoloji dəyərlərin pisləşməsinə gətirib çıxaracaq və bu pisləşmə böyük miqyaslı olacaqdır.

Davamlılıq anlayışı çərçivəsində kütlə turizmi üçün həyata keçirilən qabaqlayıcı tədbirlər alternativ növlər üçün nəzərə alınmazsa, bu növlərə olan tələbin artması alternativ növləri ətraf mühit təhlükəsi baxımından kütlə turizmi ilə eyni nöqtəyə daşıyacaqdır.

Beynəlxalq turizmin inkişafı tendensiyası turistlərin və xidmət göstərənlərin istirahətdən əldə edə biləcəyi faydaları maksimum dərəcəyə çatdırmaq üçün fəaliyyəti

inkişaf etdirməklə bərabər, davamlı turizm konsepsiyası ilə birlikdə turist – xidmət istehsalçıları – yerli əhali arasında turizm gəlirinə ortaqlıq vəziyyəti yaratmış olmaqdadır. Bu baxımdan davamlı yaşama alternativ növlərin idarə olunmasında da yüksək dərəcədə əhəmiyyətə malikdir.

Beynəlxalq turizm bazarından alternativ növlərin ekoloji həssaslığa zidd olaraq ətraf mühitin pozulmasına gətirib çıxarmasına müxtəlif nümunələr vermək mümkündür [31]. Əsas məsələ odur ki, "yaşıl məhsulları" satışı çıxaran bəzi turizm agentliklərinin və turoperatorların öz kataloqlarında və broşurlarında "təmiz, pozulmamış təbiət" olaraq satdıqları yerlər əslində təbii mühit baxımından heç bir dəyəri olmayan yerlər olaraq görülməkdədir. Bu tamamilə istehlakçının aldadılmasına yönəlmiş cəhdlərdir.

Digər bir tendensiya isə, alternativ turizmi təşkil edən xidmət təminatçılarının ətraf mühit həssaslığından uzaq əməliyyatlar həyata keçirmələridir. Türkiyənin Antaliya sərhədlərində və Torosda olan Beşkonak Mevki, Şərqi Antaliyaya gələn turistlərin raftinqlə məşğul olma imkanına görə ən əlverişli məkanlardan hesab olunur. Məlumdur ki, həmin ərazidə raftinq xidmətləri göstərən agentliklərin isə çayların quruması, körpülərin olmaması ilə bağlı problem yaşamaqdadır. Bu, hadisənin Beşkonakın alternativ turizm növləri üçün yaxşı hazırlanmadığının bir göstəricisidir və bu, turizm fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi bu bölgəyə zərər verəcək bir faktır. Bölgədə lazımlı bir nəzarət yoxdur. Rafting agentliklərindən bəziləri uyğun olmayan materiallardan istifadə etdiyini ifadə edir. Bu vəziyyət, turizmin sağlamlığı və bölgənin imicini və rəqabət gücünü ehtiva edən uzunmüddətli turizm inkişafı baxımından əlverişsizdir.

Alternativ bir turizm növü olaraq, qaya dırmanması əsnasında, süxurların üzərinə uzanan metallar, zaman keçdikcə qayanın səthini düzəldir və təbii quruluşu məhv edir. Yoğun xizək bitki artımını və düzənlik sahələrini azaldır.

Azərbaycanda turizmin davamlı inkişafı əhalinin tarixi-mədəni irsinə, ənənəvi xüsusiyyətlərinə müvafiq qaydada təmin edilir.

Ümumilikdə turizmdə davamlı inkişafın təmin olunması üsulları aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

1. ayrı-ayrı dövlət idarəetmə qurumlarının, qeyri-dövlət təşkilatlarının, həmçinin ictimai qurumların və ittifaqların, həmçinin ayrı-ayrı mütəxəssislərin turizmin təşkili və idarə edilməsi sisteminə cəlb edilməsi;

2. təbii mühiti və mövcud ehtiyatları qorumaqla turizmin təşkili və planlaşdırılması;

3. mövcud turizm imkanlarından istifadə zamanı yerli əhalinin turizm fəaliyyətinə cəlb edilməsi, onların bu sahədə maarifləndirilməsi;

4. turizm sferasında kadr təminatının gücləndirilməsi;

5. turizm potensialına dair layihələrin və onların reallaşmasından sonra təsirinin ölçülməsi;

6. turizm fəaliyyətinin effektivliyinin yüksəldilməsi ilə bağlı hazırlanmış müştərək layihələrin yaradılmasına yerli əhalinin iştirakının stimullaşdırılması.

Turizmin davamlı inkişafı üçün dövlət nəzarət orqanları aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirməlidir:

1. turizm resurslarından səmərəli istifadə olunması, həmçinin ətraf mühitin qorunması və sağlamlığın təbliği, eyni zamanda turizm ehtiyatlarının qorunması və saxlanması sahəsində tədbirlərin görülməsi;

2. turizm əhalinin marağının yaradılması;

3. turizm infrastrukturuna birbaşa investisiyaların qoyulması ilə turizm sənayesinin inkişafının dəstəklənməsi;

4. turizmdə infrastrukturun inkişafı ilə bağlı əlverişli mühitin yaradılması üçün turizm fəaliyyətinin dəstəklənməsi;

5. turistlərin əmlakının, hüquq və maraqlarının qorunması, onların təhlükəsizlik təminatı;

6. Xarici ölkələr və beynəlxalq qurumlarla turizm sferasında əməkdaşlıq;

7. turistlərin və qısa müddətli səyahətçilərin ölkəyə giriş-çıxışı ilə bağlı yaranan problemlərin qısa müddətdə həlli üçün digər əlaqədar dövlət idarəetmə qurumları ilə əməkdaşlıq;

8. turizmdə xidmət obyektlərinin təminatının gücləndirilməsi;

9. bu sahəyə nəzarət mexanizminin gücləndirilməsi.

Qeyd olunanlarla bərabər davamlı turizmin təşkili üçün əlaqədar dövlət orqanları turizmdə nəqliyatın inkişaf etdirilməsi və xarici vətəndaşlar üçün viza rejiminin sadələşdirilməsi təmin edilir.

Alternativ turizmin inkişafının sosial mahiyyəti yerli əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsi, ev təsərrüfatında turistlərin istehlakı üçün məhsullar və xidmətlər istehsalı, mənzillərin kirayəsi, xalça istehsalı, hədiyyə üçün müxtəlif metal və taxta əşyaların istehsalını özündə ehtiva edir. Həmçinin alternativ turizmin inkişafının sosial əhəmiyyəti əhalinin asudə vaxtdan düzgün istifadə etməsində də öz əksini tapır. Nəzərə almaq lazımdır ki, turizm xidməti təkcə şəxsi istirahət üçün turist marşrutu ilə hərəkət edən əhali qrupu deyil, eyni zamanda fəal istirahətin fərqli növlərindən də istifadə edən və yaxud spesifik turist xidmətləri qəbul etmək arzusunda olan əhali kontingentini də əhatə edir.

Alternativ turizmin Azərbaycanda strateji inkişaf istiqaməti olaraq prioritetliyi, investisiya obyektı olaraq müəyyən olunması və Azərbaycan respublikasının investisiya mənbələrinin daha çox bu səviyyə və bu istiqamətlə bağlı digər sahələrə cəlb edilməsi potensialı və əlverişliliyi ilə izah olunur. Bundan başqa Azərbaycanın coğrafi-iqtisadi mövqeyi, transmilli beynəlxalq layihələrdə iştirak etməsi və bir çox ölkələrin Azərbaycanın coğrafi imkanlarından tranzit xidməti kimi istifadə etməsi ölkədə turizmin iqtisadi rolunu artırır.

Dünya ölkələrində turizm artıq investisiyanın tətbiqi üçün ən əlverişli sahə olaraq qəbul edilməkdədir. Eyni zamanda Azərbaycanda bir çox sahələrin və infrastruktur obyektlərin – nəqliyyatın, hava limanlarının, gəmiçilik resurslarının, həmçinin mehmanxana biznesinin inkişafı və bu sahələrdə kapital qoyuluşuna ehtiyac xarici və daxili investorların seçim imkanlarını artırmaqdadır.

Sosial inkişaf, sosial siyasətin formalaşması, regionlarda əhalinin məskunlaşması məqsədi ilə turizmin təşkili, aparıcı iqtisadi proses olaraq ayrı-ayrı ixtisaslı insanların işlə təmin olunmasına, bazara məhsul təqdim olunmasına imkan yaradır. Regionlarda ərazi idarəetməsi və sosial inkişafı tənzimləmək üçün bələdiyyə, əhali və dövlət əmlakını, maliyyə resurslarını turizm dövryyəsinə cəlb etmək müəyyən vəzifə bölgüsü və səlahiyyətlər çərçivəsində həyata keçirilir.

Turizmə qoyulan birbaşa investisiyalar turizmin inkişafı ilə yanaşı, digər sahələrin resurslarının turizmdə istifadəsi üçün turizm dövryyəsinə cəlb olunması potensialını artırır. Turizmin bir fəaliyyət növü kimi sahələrarası xarakterli olması onun həmin sahələr üzrə konkret fəaliyyət xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir. Respublikada istənilən bölgənin kənd təsərrüfatı məhsulları, qidalanma resursları müxtəlif mülkiyyətdə olmasına baxmayaraq turizm məhsulu kimi, ölkəyə gələn turistlərə təqdim olunaraq, onların ərzaq tələbatının ödənilməsinə istiqamətləndirilə bilər. Ölkənin ərzaq bazarında zəruri olan məhsulların istehsalı daxili bazar və xarici turistlərin istehlakı, həmçinin vətəninə qayıdarkən özü ilə apardığı məhsullar hesabına artmış olur. Turist destinasiyalarında ən çox fərdi mənzil tikintisi, ictimai iaşə, səhiyyə xidməti və əyləncə müəssisələrinin artması müşahidə olunur.

Regionlarda turizmin inkişafı və çoxlu sayda turist cəlb edilməsini, iqlim, təbii şərait, müalicə üçün lazım olan palçıqlar, mineral sular, daş duz və digər resursların turizmdə istifadəsi hesabına təmin etmək olar. Bunu biz Rusiya təcrübəsində də müşahidə edə bilərik. Belə ki, Azərbaycanlı turistlər Rusiyanın mineral sularla zəngin olan Qafqaz sanatoriyalarına gedərkən hər səfər müddətində 2000 ABŞ dollarından çox vəsait sərf edirlər. Müşahidələr göstərir ki, gedən turistlərin məhz müalicə məqsədi ilə təbii mineral sulardan istifadə etməsi niyyəti ilə getməsi hesabına ilə 20 mln ABŞ dollarından çox vəsait respublikadan Rusiyaya ötürülür [12, səh. 50].

İstənilən ölkə üçün turizm səfərlərinin motivi həmin ölkənin iqtisadi quruluşu, əhalisinin həyat səviyyəsi və turist xidmətlərinin səviyyəsi ilə bağlı ictimai fikir mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycana xarici investorların gəlişinin artması, ölkə resurslarından sahibkarlıq və kommersiya məqsədi ilə istifadə olunması, təbii turizm

ehtiyatlarından qısa müddətli turizm məqsədi üçün istifadəsinə şərait yaradır. Başqa sözlə xarici firmaların respublikada artması, birgə layihələrdə iştirak edən şəxslərin istehlak tələbatının müəyyən hissəsinin yerli turizm obyektlərində 2-3 günlük istirahətlə ödənilməsinə gətirib çıxarır.

Alternativ turizmin inkişafı Azərbaycanda əmtəə və xidmət istehsalının həcmi, onun strukturunu təkmilləşdirmək üçün əsas yaradır. Bu baxımdan elmi-texniki tələblərə uyğun, xarici turistlərin zövq və marağını nəzərə alaraq turizm sənayesini inkişaf etdirmək, eyni zamanda ev təsərrüfatında məşğulluğun səviyyəsini artırmaq və ixtisaslaşdırmaqla ölkəyə gələn turistlərin sayını yüksəltmək olar. Bölgələrə turist axınının yüksəlməsi həmin ərazilərdə mənzil, kirayə evlərin artımını əsaslandırır. Eyni zamanda, daha kamfortlu mənzil şəraiti və mənzil rəqabəti bütövlükdə regionun və kəndin sosial-iqtisadi məzmununu dəyişir. Bu zaman fərdi yaşayış evlərinin tikintisi, həmin evlərin milli və arxitektura şəraitinin kompleks şəkildə yaradılması zəruriyyəti meydana çıxır. Alternativ turizmin regional xüsusiyyətləri regionun təbi-coğrafi şəraiti, yerli əhalinin məşğulluğu, ənənəvi istehsal və istehlak davranışı ilə müəyyən olunur.

Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafı üçün zəruri olan turizm-rekreasiya potensialı mövcuddur. Ölkəmizin mövcud turizm-rekreasiya resursları, həmçinin zəngin milli irs nümunələri burada turizmin inkişafı üçün geniş imkan yaradır.

3.2. Regionlarda alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmi

Azərbaycanda turizmin inkişaf strategiyasının 2020-ci ilə qədər fəaliyyət planında, alternativ turizm növlərini inkişafını təmin edərək ölkəmizin turizmdən əldə etdiyi gəlirləri artırmağı qarşıya məqsəd qoymuşdur.

Ölkəmizdə yay “çimərlik turizmi” ilə bərabər, alternativ turizm (müalicə-sağlamlıq turizmi, qış turizmi, dağ-idman turizmi, kənd turizmi, ekoturizm) növləri

baxımından da unikal resurslara malikdir. Eyni zamanda təəsüflə qeyd etməliyik ki, hazırda bu imkanlardan istənilən səviyyədə istifadə olunmur.

Republikada turizm sahəsində həyata keçirilən natamam planlaşdırma və strategiyalar nəticəsində:

- paytaxta yaxın ərazilərdə yüksək dərəcədə yüklənmə;
- Xəzərsahili zonada və ona bitişik ərazilərdə nizamsız şəhər tikintisi;
- qeyri-qənaətbəxş infrastruktur və ekoloji tarazlığın pozulması məsələləri yaranmışdır.

Yaranmış mənfi tendensiyaları dəyişdirmək üçün, ölkənin turizm strategiyasında həyata keçirilməyə istiqamətlənmiş yeni siyasət, strateji yanaşmalar ortaya qoyulmalıdır.

Bu istiqamətdə strateji yanaşmalar çərçivəsində, xəzərsahili bölgədə turizmin inkişafı baxımından yüksək potensiala malik bölgələrin “turizm rayonu” olaraq regional səviyyədə investisiyaların cəlb olunmasını stimullaşdıran “ərazi modeli” kimi planlaşdırılması və inkişaf etdirilməsi mümkündür. Bu baxımdan, təkcə Xəzərsahili ərazi deyil, eyni zamanda sahilyanı bölgələr və ona bitişik yaşayış yerləri planlaşdırıla bilər. Bu istiqamətdə siyasətin həyata keçirilməsi turizm sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək üçün vacibdir.

Şəhər və bölgələrin markalaşması ölkəmizdə turizm üzrə ixtisaslaşma baxımından vacib işlər sırasında yer almaqdadır.

Turizm çeşidləndirilməsi qismində, perspektiv dövrdə, ilk olaraq inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulan turizm növləri ayrı-ayrılıqda nəzərə alınaraq qiymətləndirilməlidir.

Azərbaycanda turizmin əsas inkişaf istiqamətlərinə, rekreasiya-turizm zonaları, turizm rayonu çərçivəsində dəqiq düşünülmüş və nizamlı formada yanaşma olmalıdır. Bu strategiya təbii ehtiyatları və infrastrukturunu perspektivli turizm destinasiyalarına yönləndirməyi əsas məqsəd kimi qarşıya qoyur. Bu mənada alternativ turizmin mikro və makro səviyyədə necə, harada və hansı formada inkişaf etdirilməsi baxımından dərin araşdırmaların aparılması zəruridir.

Yeni təyinat nöqtələrinə nəqliyat imkanlarının inkişaf etdirilməsi, nəqliyat sistemində keyfiyyətli xidmət təminatı üçün geniş zolaqlı və rahat asfalt örtüyü, yeni dəmir yolu xətləri, gəmi və hava limanları kimi alternativ nəqliyyat növlərindən geniş istifadə olunmalıdır.

Bütövlükdə turizmin inkişafına nail olunması üçün aşağıdakı stimullaşdırıcı mexanizmlərdən istifadə olunmalıdır:

- Turizmə xarici investisiyanın cəlb edilməsi üçün əlverişli investisiya mühiti formalaşdırılmalıdır;

- Kiçik və orta ölçülü turizm və rekreasiya müəssisələri ilə yanaşı turizm şirkətlərinin də dövlətin dəstəyindən yararlanmalarını təmin edəcək güzəştli vergilər tətbiq olunmalıdır.

- Turizmə investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılması istiqamətində düşünülmüş marketing siyasəti həyata keçirilməlidir.

- Turizmin çeşidləndirilməsinə, ilboyu fəaliyyətinə və ölkəyə yayılmasına yönəlik layihələr həyata keçirərək xəzərsahili bölgələrlə yanaşı digər bölgələrdə investisiya qoyuluşu təşviq edilməlidir.

- İlk növbədə prioritet turizm növlərinə (ekoloji, müalicə-sağlamlıq, kənd və qış turizmi) və inkişaf səviyyələrinə uyğun olaraq regional səviyyədə turizmin təşviqat mexanizmləri yaradılmalıdır.

Yuxarıda göstərilən istiqamətlərdə təbii ehtiyatlardan istifadə zamanı, davamlı inkişaf prinsipinə əməl etmək və təbii zənginliyi qorumaqla ekoloji turizmin genişlənməsinə nail olunması nəzərdə tutulur. Regionların mövcud təbii ehtiyatları öz xüsusiyyəti ilə seçilir. Bu baxımdan turist cəlbediciliyi olan bölgələrdə, mühafizə etmə və istifadə olunma tarazlığı nəzərə alınaraq təbii varlığa uyğun, yerli memarlıq üslublarını özündə əks etdirən şəhərsalma, kənd turizmi, bölgə əhalisinin inkişafına şərait yaradan yerli sənət nümunələrinin təqdim edildiyi atelyelər, markalaşma sahəsində ilk addımları formalaşdıran yerli turizm məhsulları istehsalının genişləndirilməsi nəzərdə tutulur.

Ayrı-ayrı regionlar daxilində yerləşən Təbii Qoruq, Milli Park, ovçuluq və ətraf mühit mühafizə sahələri, infrastrukturla birgə bölgənin eko-turizm istiqamətli inkişaf etdirilməsiylə sistemliyi təmin ediləcək. Belə bölgələrin hava yolu, quru yolu və dəmiryolu üzrə nəqliyat əlaqələri gücləndirilərək alternativ nəqliyat imkanları da nəzərdən keçiriləcək.

Ökə prezidentinin təsdiq etdiyi turizm inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinə uyğun olaraq ekoturizm bölgələrində ictimai institut və təşkilatlarla yerli ərazi idarəetmə orqanlarının əlaqəli çalışması zəruri hesab olunur. Ekoloji turizm üzrə xərclərin yerli bölgə əhalisinin hesabına təmin edilməsi zamanla planlaşdırma və idarəetmə sahəsində yerli əhalinin aktiv iştirakının təminatçısı rolunda çıxış edir. Bununla yanaşı, ekoloji turizmin inkişaf etdiriləcəyi bölgələrdə ictimai təşkilatlar, yerli idarəetmə orqanları, özəl sektor və yerli qeyri-hökumət təşkilatlarının fəaliyyətləri ilə yanaşı yerli miqyasda "İnfrastruktur birlikləri"nin yaradılması üçün lazımi tədbirlər görülməkdir.

Ölkəmizdə turizmin inkişafına dair davamlı olaraq dövlət proqramları qəbul olunmuş və həyata keçirilmişdir. Belə ki, 2002-2005-ci illəri əhatə edən turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramının yerinə yetirilməsi nəticəsində bu sektorun inkişafı üçün əlverişli şərait yaradılmış, Azərbaycanın dünya turizm bazarına inteqrasiyasının bünövrəsi qoyulmuşdur. Bundan sonra 2010-2014 turizmin inkişafına dair ikinci Dövlət Proqramı təsdiq olunmuşdur ki, bu da Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün mühüm mərhələ hesab olunur. Bu dövlət proqramının əsas məqsədi ölkədə yüksək iqtisadi, ekoloji və sosial tələblərə uyğun yeni turizm sənayesinin formalaşdırılması və onun iqtisadiyyatın əsas sektorlarından birinə çevrilməsinin təmin etmək olmuşdur. Qeyd olunan məsələlər həmin dövr ərzində əsasən öz həllini tapmışdır.

Bütövlükdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramlarının işlənməsi, təsdiq edilməsi və yerinə yetirilməsi aşağıda göstərilən məqsədləri özündə ehtiva edir:

1. turizm-rekreasiya ehtiyatlarının qorunması, saxlanması və bərpa işinin təmin edilməsi;

2. turizm resurslarının bütövlükdə cəmiyyətin və onun ayrı-ayrı üzvlərinin rifah halının yüksəldilməsində istifadəsi;

3. insanların hüquq və azadlıqlarının, o sıradan sərbəst yerdəyişmə hərəkəti azadlığının, istirahət hüququnun, asudə vaxtdan sərbəst və səmərəli istifadə edilməsi ilə əlaqədar hüquqların təmin edilməsi, buna əməl olunmasına şəraitin yaradılması;

4. gənclərin vətənpərvər və humanist ruhda tərbiyə edilməsinə sövq edilməsi və bu istiqamətdə lazımi şəraitin yaradılması;

5. turizm bazarının və turizm sənayesinin beynəlxalq standartlara uyğun səviyyədə inkişafının təmin edilməsi.

Azərbaycanda turizmin inkişafının fəlsəfi əsasları və bu sferada dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri turizmin inkişafına dair dövlət strategiyasında öz əksini tapmışdır [8, səh.172]. Turizmin inkişafına dair dövlət strategiyasına uyğun bu sahədə qəbul edilən dövlət proqramları həmin strategiyada qarşıya qoyulmuş əsas məqsədlərə nail olunmasının mexanizm və vasitələrini özündə əks etdirməli, bu strategiyada olan turizmin davamlı inkişafına dair fikirləri tamamlamalıdır.

Turizmin resurs potensialı turizmin davamlı inkişafında əsas amillərdən hesab olunur. Turizmin davamlı inkişafında aşağıdakı resurs problemlərini qeyd etmək olar:

- Regional ərazi problemləri. İlk növbədə ayrı-ayrı regionlar müxtəlif resurs potensialına və keyfiyyətinə sahib olurlar, ona görə də inkişafın vahid yanaşması bütün regionlar üçün məqbul sayıla bilməz;

- Regionlar arasında və region daxilində mövcud ərazi-əmək bölgüsü məsələləri, onların qarşılıqlı iqtisadi əlaqəsi. Bu, turizm müəssisəsi üçün regionun rekreasiya-turizm təsərrüfatından istifadə etməklə yüksək qazanc əldə olunması zamanı rekreasiya təsərrüfatının saxlanılmasını təmin edə biləcək alternativ turizm növlərinin və uyğun infrastrukturun inkişafında öz əksini tapır;

- Maddi bazanın köhnəlməsi, milli mehmanxana şəbəkəsinin, müasir tipli yerləşdirilmə vasitələrinin tikintisinin genişləndirilməsi zərurəti: kiçik ölçülü otellərin və bölgələrdə yerləşdirilmə obyektlərinin artırılması;

- Turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsində mövcud resursların turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi, istifadəsi və inkişafı problemləri;

- Təşkilati-idarəçilik resurslarından istifadə problemi;

- İxtisaslı kadrların hazırlığı və təminatı ilə bağlı problemlər; ixtisaslı müəllimlərin azlığı, peşə və ixtisasların konkretləşdirilməsi və genişləndirilməsinin zəruriliyi;

- Regionda yerli əhalinin turizmin inkişafı ilə bağlı, onun müsbət və mənfi tərəfləri haqqında zəruri məlumatlarının yetərsizliyi, həmçinin qiymət qrupları üzrə turizm məhsuluna istehlakçı tələbinin differensiasiya problemləri.

Qeyd olunanlara uyğun olaraq regional turizm infrastrukturunun hər bir elementinin həyat dövriyyəsinin artırılması prinsiplərini təklif etmək olar. Son nəticədə, regionda turizm bazarının mövcudluğu onlardan asılı olacaqdır. Bu prinsiplərə, əsas aşağıdakıları aid etmək olar:

- təklif olunan turizm məhsulunun keyfiyyətinin yüksəldilməsi (turistlərin üstünlük verdiyi dəyərlər zamanla dəyişir, tələblər artır, ona görə də təklif olunan turizm xidmətləri müasir standartlara uyğun olmalıdır);

- turizm sənayesini təşkil edən elementlərin (turizm müəssisələri və obyektləri) daim modernləşdirilməsi, turizm infrastrukturunun fiziki və mənəvi dəyərinin itirilməsi ilə bağlı texniki cəhətdən mütəmadi olaraq yenidən təchiz olunması, təklif edilən turizm xidmətlərinin çeşidinin artırılması və s.;

- turistlərin tələblərinə, üstünlük verdikləri dəyərlərə uyğun reklam siyasətinin həyata keçirilməsi;

- turizm məhsulu üzrə çevik qiymət siyasətinin tətbiqi (potensial turistlərin cəlb olunması məqsədilə mövsümlə əlaqədar qiymət endirimlərinin tətbiq edilməsi, turizm xidmətlərinin diversifikasiyası, konkret istiqamətlər üzrə turistlər üçün güzəştlər sisteminin və endirimlərin həyata keçirilməsi).

Azərbaycanda dövlətin turizm siyasətinin əsas istiqamətləri kimi bu sahədə azad rəqabətin inkişafı və əlverişli investisiya mühitinin yaradılması məsələləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan bilavasitə turizm sektoru ilə bağlı olan sahələrdə

o cümlədən, nəqliyat, mənzil-kommunal, informasiya texnologiyaları sahəsində rəqabətin stimullaşdırılması üzrə tədbirlər planı işlənib hazırlanmasına ehtiyac vardır. Bu kimi tədbirlər xüsusilə kiçik biznesin inkişafını stimullaşdırmağa, turizm bazarında inhisarçılıq tendensiyasının qarşısının alınmasına, keyfiyyətin yüksəldilməsinə və xidmətlərin qiymətinin aşağı düşməsinə istiqamətləndirilməlidir. Həmçinin belə tədbirlər Azərbaycan turizminin beynəlxalq turizm bazarında rəqabətə davamlılığına səbəb ola bilər.

Regionlarda təbii-coğrafi, tarixi-mədəni və digər müxtəlifliklər, onlara olan maraq alternativ turizmin yaranmasını şərtləndirir. Bütün bunlar isə son nəticədə beynəlxalq səviyyədə turizmə “görünməyən ixracat” məhsulu kimi baxılmasına əsas yaradır. Hazırda bir sıra dövlətlər üçün turizm iqtisadiyyatın ən gəlirli sektorlardan biri halına gəlmişdir. Belə ölkələrə ABŞ-1, Fransanı, İspaniyanı, İtaliyanı, Yunanıstanı, Türkiyəni, həmçinin Böyük Britaniyanı misal göstərmək olar. Qeyd olunan ölkələr müxtəlif yöndə iqtisadi stimullaşdırma mexanizmləri tətbiq edirlər, o cümlədən öz turizm məhsullarını xaricə ixrac edən turizm şirkətlərinə güzəştlər tətbiq edirlər.

Ölkənin əlverişli turist destinasiyalarına yerli turistlərin cəlb edilməsi üçün stimullaşdırıcı mexanizmlərdən istifadə olunmalıdır.

İndiki şəraitdə yerli və xarici vətəndaşlar üçün fərqli, təhlükəsiz, cəlbedici destinasiya kimi obrazın formalaşdırılması və dəstəklənməsi, ölkəyə gələn turistin müsbət təəsüratlarla öz ölkəsinə qayıtması üçün əlverişli şəraitin yaradılması ölkəmizdə alternativ turizmin inkişafının strateji məsələsi hesab olunur. Həmçinin alternativ turizm ölkəmizdə turizmin diversifikasiyasına, ilboyu fəaliyyət göstərməsinə, regionlar üzrə bərabər inkişaf imkanlarının yaradılmasına və bütövlükdə turizmin davamlı inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərir. Buna görə də regional səviyyədə alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılmasına dair tədbirlər ilbəil artırılmalıdır.

3.3. Alternativ turizmin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmləri

Cəmiyyətin hazırkı inkişaf mərhələsində dünya iqtisadiyyatının artan dinamika ilə inkişaf edən perspektivli sahələrindən olan turizmin sosial və iqtisadi əhəmiyyəti daima artmaqdadır. Hazırda turizmin fəaliyyətinin genişləndirilməsi həm ümumilikdə ölkə üçün, həm də ölkəmizin hər bir regionu üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda multiplikativ iqtisadi effekt verən turizm sektoru ÜDM-in formalaşmasında vacib rol oynayır və əhalinin maddi rifahının yüksəldilməsinə xidmət edir.

İndiki şəraitdə turizmin mövcud problemlərinin araşdırılması təkcə sosial-iqtisadi deyil, həmçinin mədəni-siyasi cəhətdən də mühüm əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, zamanla daha çox mədəniyyət hadisəsi kimi gündəmdə olan turizm fenomeninə artıq elmi-mədəni təfəkkürdə bir kulturoloji proses kimi baxılmaqla, öyrənilməkdə və dəstəklənməkdədir. Getdikcə dünyanı insanlar üçün vahid bir ev kimi təsvir edən və bəşəri dəyərləri ön planda tutan müəssisə və təşkilatlar, dövlət qurumları, fərd və cəmiyyətlər, turizm fəaliyyətinin insan həyatının mühüm tərkib hissəsi olmasını, bütövlükdə iqtisadiyyatın, elmin və mədəniyyətin yüksəlişinə səbəb olan əhəmiyyətli bir gücə malik olduğunu qəbul etməkdədirlər. Bu mənada ölkəmizdə turizmin inkişafının sürətləndirilməsi üçün bu istiqamətdə dövlətin rolunun daha da artırılmasına ehtiyac vardır.

Qeyd edək ki, indiki şəraitdə dövlət turizmi Azərbaycan iqtisadiyyatının perspektivli və prioritet təşkil edən sahələrindən biri hesab edərək aşağıdakı istiqamətlərdə vəzifələri öz üzərinə götürür:

- turizm fəaliyyətini stimullaşdıraraq bu sahənin inkişafı üçün uyğun şəraiti təmin edir;
- bu sahənin prioritet yönlərini müəyyənləşdirir və dəstəkləyir;
- Azərbaycanın əlverişli turizm ölkəsi olması imicini formalaşdırır;
- Azərbaycan turistlərin, turoperatorların və turagentlərin, onların assosiasiyalarının və birliklərinin hüquqlarının müdafiəsini təşkil edir və dəstəkləyir.

Ümumilikdə turizm sferasının dövlət tənzimlənməsinin prioritet yönünə xarici turizm, daxili turizm, sosial və özfəaliyyət turizminin inkişaf etdirilməsi və dəstəklənməsi daxildir. Azərbaycanda turizmin dövlət tənzimlənməsi əsasən aşağıdakı istiqamətlər üzrə həyata keçirilir:

- Ölkədə turizm fəaliyyətinin prioritet istiqamətləri müəyyən edilir;
- turizmə dair hüquqi-normativ əsaslar formalaşdırılır;
- dövlət, regional və bələdiyyə səviyyəsində turizmin inkişafına dair proqramlar işlənilib hazırlanır və yerinə yetirilir;
- yerli bazarda və beynəlxalq turizm bazarında turizm xidmətlərini və məhsulunu təqdim edir;
- turistlərin təhlükəsizliyini təmin edir, onların hüquqlarını və maraqlarını qoruyur;
- bu sahəni peşəkar kadrlarla təmin edir;
- turizm sahəsində elmi araşdırmaların genişləndirilməsini təmin edir;
- turizm sənayesi müəssisələrinin standartlaşdırılması və təsnifatını təmin edir;
- turoperatorların vahid dövlət reystrini yaradır və yerinə yetirir;
- turizm sahəsinin informasiya resursları təminatını yaradır;
- turizm biznesinin inkişafı üçün zəruri şəraiti təmin edir;
- bu sahədə dövlət xidməti göstərir;
- turizmlə bağlı dünya ölkələri ilə və beynəlxalq qurum və təşkilatlarla ikitərəfli və çoxtərəfli əlaqələrin qurulması, o cümlədən ölkədən kənar olan dövlət hakimiyyəti orqanlarını turizm sahəsində təmsil edən nümayəndələr vasitəsilə.

Azərbaycanda son illər ərzində turizm sferasında sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı xeyli sayda normativ-hüquqi aktlar və sənədlər qəbul edilmişdir. Otellərin xidmət səviyyəsinin öyrənilməsi və dünya standartlarına uyğun qiymətləndirmə aparılması məqsədilə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2004-cü il 16 iyul tarixli 97 nömrəli qərarı ilə “Turist-ekskursiya xidmətləri ilə bağlı sertifikatlaşdırma”nın təşkili qaydaları təsdiq olunmuşdur. Bu qaydalara görə Mədəniyyət və Turizm

Nazirliyi respublikada fəaliyyət göstərən otel və otel tipli yerləşdirmə müəssisələrinin təsnifatını həyata keçirilir.

Beynəlxalq aləmdə ən mötəbər reyting sistemindən hesab olunan Dünya İqtisadi Forumunun 2017-2018-ci illərə dair Qlobal Rəqabətlik Hesabatında Azərbaycan öz mövqeyini iki pillə yaxşılaşdıraraq 35-ci yerə yüksəlmişdir. Bununla da Azərbaycan dünya üzrə hər 4 dövlətdən 3-nü arxada qoyaraq MDB-də liderliyini saxlamışdır. Eyni zamanda Azərbaycan İtaliya, Rusiya, Hindistan, İndoneziya, Türkiyə, Cənubi Afrika Respublikası kimi ölkələrini də iqtisadiyyatın qlobal rəqabət qabiliyyəti indeksi üzrə qabaqlamışdır. Qeyd edək ki, qlobal rəqabət qabiliyyəti indeksi üzrə reytingdə Rusiya 38-ci, Ermənistan isə 73-cü sırada göstərilmişdir.

Bütün bunlar, ölkə rəhbərinin 2016-cı il dekabrın 6-da təsdiq etdiyi Strateji Yol xəritələrinin monitorinq və qiymətləndirmə yekunları kompleks və sistemli iqtisadi siyasət kursunun müsbət nəticələr verdiyini göstərməkdədir. Məhz Qlobal Rəqabətlik Hesabatında ölkəmizin iki pillə yüksəlməsi digər mötəbər reytinglərdə də dövlətimizin mövqelərinin güclənəcəyini göstərir. Ölkəmizin rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəlməsində turizmin rolunu xüsusi qeyd etmək lazımdır.

Göstərilən məqamlarla yanaşı Azərbaycanın rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanlara vergi güzəştləri tətbiq edilməli, onların maliyyə təminatının yaxşılaşdırılması və müasir texnologiyaların ölkəyə gətirilməsi, tətbiqi ilə bağlı, həmçinin istehsal xərclərinin aşağı salınması üçün güzəştli kreditlərin verilməsi istiqamətində planlı siyasət həyata keçirilməlidir.

Öz mahiyyətinə görə sənayedə differensiaslaşdırma strategiyası bənzərsiz olaraq yaradılan fərqli məhsul və xidmətlərin bazara təklif edilməsidir. Bu strategiyanın tətbiqi müxtəlif formalarda ola bilər: texnologiya, dizayn və marka adı, əmtəə və xidmətlərin fərdi xüsusiyyətləri, müştəri servisləri, məhsulların istehlakçılara təqdim edilmə metodları və s. Azərbaycanda bu strategiyanın turizm sahəsində tətbiqi mövcud imkanlardan geniş çeşiddə istifadə olunması əsasında beynəlxalq bazarda rəqabətə davamlılığın təmin edilməsinə xidmət edir. Bu baxımdan ölkəyə turizm və istirahət məqsədi ilə gələn xarici vətəndaşlara geniş çeşiddə xidmətlər təklif

olunmalıdır ki, o öz ölkəsinə qayıdarkən səfərdən məmnunluğunu ifadə etsin. Eyni zamanda xarici turistlər üçün qısa müddətli ekskursiyalar təşkil edərək onlara ölkəmizin tarixi keçmişi və abidələri haqqında məlumat vermək, müxtəlif əyləncə proqramları ilə rəngarənglik yaratmaq və milli mətbəximizin nümunələri ilə onları məmnun etmək olar.

İndiki şəraitdə turizmdə xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı istifadə olunan əsas vasitələrdən biri də turizm sənayesi obyektlərinin təsnifatı sistemidir. Hazırda yerləşdirmə vasitələri, çimərliklər, dağ xizək yolları üzrə milli təsnifat sistemi işlənilib hazırlanmış və yaxud hazırlanma prosesindədir. Eyni zamanda bu siyahıya muzey xidmətlərini, turist marşrutlarını, turoperatorları, qidalanma müəssisələrini, nəqliyyat şirkətlərini daxil etməklə təsnifatı genişləndirmək olar.

Turizm bazarının xüsusiyyəti onun subyektlərinin, ölkə və region maraqları və bu maraqların uyğunlaşmasına təsir göstərən obyektiv və tənzimlənən mexanizmlərin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi ilə müəyyənləşir. Alternativ turizmin motivini potensial turistin tələbatı və bu tələbatı yaradan başlıca məqsədlər təşkil edir. Alternativ turizmin motivinə bir çox amillər qrupu təsir edir. Bu amillərə misal olaraq real iqtisadi durum, reklam, turizm infrastrukturunun mövcud vəziyyəti və turist kimi iştirak etmiş insanların artmış müsbət ictimai fikrini göstərmək olar.

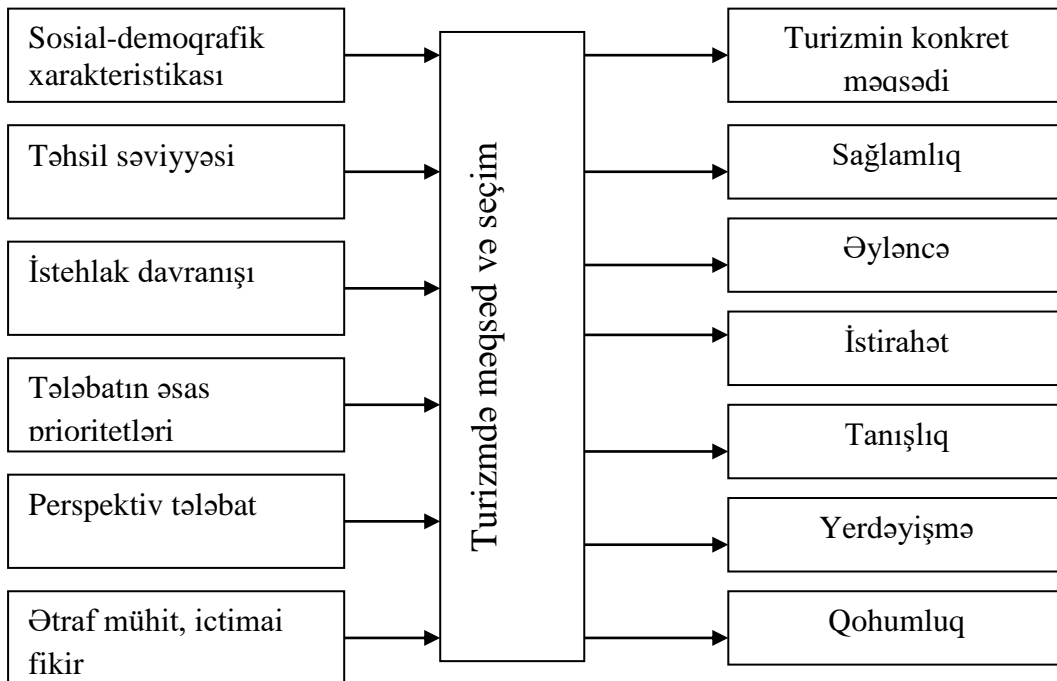
Turizmin fəaliyyətinin motivasiyası məqsədyönlü fəaliyyət mexanizmi kimi turizmin inkişafının proqnozlaşdırılmasında və idarə edilməsində əhəmiyyətli rola malikdir. Motivləşdirmə turizm sektorunun sahə quruluşunu, onun inkişafının əsas istiqamətlərini və tənzimləmə yollarını müəyyənləşdirir.

Turizmin motivləri istehlakçıların fərdi tələbatlarını müəyyənləşdirən fizioloji, psixoloji baxışlar sistemi, dəyərləri və təhsil səviyyəsi ilə formalaşan rekreasiya ehtiyacları kimi qəbul edilir [26, səh.187].

Motivləşmə insanların istehlak davranışını, turizm infrastrukturunu obyektlərinin yerləşmə və funksional təyinatının planlaşmasını müəyyən edir.

Turizmdə motivləşməyə turistlərin bu sahədə istehlakçı davranışı və seçim qabiliyyəti kimi də baxmaq olar. Motiv hər şeydən əvvəl turistlərin məqsədi ilə

müəyyən olunur. Bu məqsədlərə hər bir turist üçün fərdi və məcmuu tələbata uyğun olan, həmçinin bu tələbata adekvat olan istehlakçı dəyərlərinin məcmuusu daxildir.



Sxem 3.1. Motivləşmənin funksional modeli [12, səh. 92].

Turist motivləri bir çox iqtisadi ədəbiyyatlarda: istirahət, əyləncə, tanışlıq, müalicə və dini məqsədlər kimi, əsas və alt məqsədlərə ayrılır. Bunu müəyyən göstəricilər və metodlar ilə müəyyən etmək mümkündür [26, səh. 191]. Turist motivinin onu təşkil edən maraqlarla uzlaşdıqda onun reallaşması daha intensiv, tələbata uyğun olaraq baş verir.

Turizmdə ixtisaslaşma istiqamətləri turizm bazarının müxtəlif seqmentlərinə uyğun gəlir, hansı ki, bu seqmentlər fərqli (sosial, demoqrafik, psixografik və s.) xarakterə malik istehlakçılar qrupunu təşkil edir. İxtisaslaşma dərinləşdikcə turizm bazarının seqmentləşməsi daha çox daralır. Məsələn, otel təsərrüfatının xidmət obyektləri konkret bazar seqmentlərinə müraciət edirlər. Bu obyektlərin bir hissəsi

orta və nisbətən aşağı gəlirli sənişinlər üçün xidmətlər təklif etmək üzrə ixtisaslaşırlar. Bir çox otellər isə məqsəd bazarı kimi işgüzar turistlərə yönəlirlər.

Müasir şəraitdə turizm qlobal xarakter daşıyır. Beynəlxalq turizm bazarının formalaşması transmilliləşmə prosesləri ilə müşahidə olunur ki, bu da fərdi kapitalların beynəlxalq miqyasda cəmlənməsində, müxtəlif dövlətlərin monopoliyaları arasında əlaqələrin genişlənməsində, turizm sənayesində transmilli şirkətlərin sürətli inkişafında ifadə olunur.

Bir sıra turizm sənayesi müəssisələri iri təsərrüfat komplekslərində birləşərək bir dövlət çərçivəsindən çıxaraq milli baryerlərin aşılmasına şərait yaradırlar. Bu istiqamətdə formalaşan iqtisadi təşkilatlar turizm xidmətlərinin beynəlxalq standartlarının hazırlanmasında və tətbiqində əhəmiyyətli rol oynayırlar.

Regionlarda turistlərin cəlb olunmasının əsas göstəricilərindən biri yerləşmə müəssisələrində komfortluğun və xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsidir. Eyni zamanda müxtəlif informasiyaların tez ötürülməsi üçün bütün nömrələrdə qlobaq şəbəkəyə bağlı videotelefon və kompüter texnikası quraşdırılmalıdır.

Turizmin inkişaf tendensiyasına uyğun olaraq qidalanma müəssisələrində də müəyyən dəyişiklik baş verəcək, o cümlədən restoranlarda, barlarda və kafələrdə menyuda ekzotik mətbəxə üstünlük veriləcək. Qidalanma zamanı milli musiqi və maraqlı əyləncə proqramları təklif olunacaq.

Son illər əhalinin sürətlə hərəkət etməsi də müşahidə olunmaqdadır. Avtomobili olan insanlar marağında olduqları ərazilərə səyahət edirlər. Eyni zamanda turistlər səfərləri müddətində daha çox pul xərcləməyə meyli olurlar. İndiki şəraitdə turistlər qeyri-ənənəvi və təbii yerləşmə vasitələrinə meyl göstərirlər: ovçu evləri, dağ mağaraları, bunqalo və s.

Beynəlxalq turizm bazarında turizm məhsulunun təkmilləşdirilməsi davam etdirilir. Turizm sahəsində yeni konsepsiyalar yaradılır. Birbaşa yerləşmə obyektlərinə və ekskursiyalara aid olmayan məsələlərə daha çox diqqət yetirilir.

Dövlətin turizm siyasətinin məqsədi mövcud iqtisadi və siyasi şəraitdə turizm sənayesinin inkişafı və təkmilləşdirilməsi ilə bağlıdır. Bu istiqamətdə görüləcək

işlərdən ən vacibi rəqabətə davamlı milli turist məhsulunun dünya turist bazarlarına çıxarılması və reallaşdırılmasıdır. Bu baxımdan turizm sahəsində marketing üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Milli səviyyədə həyata keçirilən turizm marketinginin strategiyası Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə müsbət turist imicini yaratmaq və ölkəyə xarici turist axınını təmin etməkdir.

Turizmin idarəetmə struktunda ölkə iqtisadiyyatının əsas amilləri və əhalinin maddi rifahının yaxşılaşdırılması yolları müəyyənləşir, iqtisadi mexanizmlərlə təmin olunur. Müasir şəraitdə turizmin idarə edilməsi, gəlirli sahə kimi, beynəlxalq turizmin daha sürətlə artırılması ilə formalaşdırılır. Alternativ turizmin iqtisadi, sosial, coğrafi tərəfləri bu sahənin göstəricilərinin müəyyən edilməsi, təhlili, proqnozlaşdırılması üsulları və mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi hesabına baş verməlidir. Azərbaycanda kəndin, bölgələrin sosial inkişafı və əhalinin yerləşmə meyarları, beynəlxalq maliyyə və islahatlara kömək proqramı əsasında, yerli mənafeləri təmin edən institutlar yaratmaq və mexanizmlər reallaşdırmaq idarəetmənin təkmilləşməsinə xidmət edir.

Qeyd edək ki, “Azərbaycanda ixtisaslaşmış turizmin inkişafına üzrə Strateji Yol Xəritəsi” bu sferada qəbul edilən son dövlət proqramlarından biridir. Qeyd olunan sənəddə turizm sənayesinin inkişafı ilə bağlı bir çox strateji məqsəd və hədəflər müəyyənləşmişdir. Bu yol xəritəsində göstərilir ki, Azərbaycan iqtisadiyyatının strateji inkişafında prioritetlərdən biri ixtisaslaşmış turizmin dəqiqləşdirilməsi turizm sahəsinin inkişafı üzrə yerinə yetirilən işlərin davamlılığına xidmət edəcək, ölkəmizin cəlbedici turizm destinasiyası kimi tanınmasına şərait yaradacaq.

Nəticə və təkliflər

Turizmin bir region və ya bölgədə inkişafı nəzərə alınması lazım olan əsas məqam regionun rəqabət gücüdür. Regionun davamlı turizm cəhətdən güclənməsi isə destinasiyanın rəqabət gücünün davamı baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu baxımdan, rəqabətə əsaslanan bazarlarda turizm regionunun gücü, regionun rəqibləri qarşısında bazar payını qoruyarkən, resurslarını davamlı şəkildə istifadə etməsi, əlavə dəyəri yüksək məhsullar bazara çıxarma qabiliyyəti olaraq təyin olunmaqdadır. Davamlı turizm həssaslığı ilə ortaya çıxan və bu həssaslıqda qurulan alternativ turizmin, kütləvi turizmin problemlərinin həlli olub olmadığı bütöv bir müzakirə mövzudur. Alternativ turizmə yönəlik tənqidlərin başında, bu cür formaların yalnız bir marketing aləti kimi ortaya çıxarılmış olmalarıdır. Bu cür təbii mühitə həssas formaların turizmə qatılanlar arasında ətraf mühit şüurunu artırması baxımından əhəmiyyətli bir hərəkət olduğu danılmaz bir həqiqətdir. Bununla yanaşı əgər, planlı və nizamlı şəkildə təşkil edilməzsə alternativ turizm növləri də ekoloji mühitin pozulmasına yol açmağa bilər. Bu baxımdan, alternativ turizmin təşkil olunduğu bölgələrdə ekoloji planlaşmanın edilməsi, investisiya qoyuluşu zamanı təbii mühitə təsirin qiymətləndirilməsi şərti qoyulması və həm dövlət orqanları, həm özəl sektor nümayəndələri və birliklər, həm də vətəndaş təşəbbüsü tərəfindən bu proseslərin təqib edilməsi əhəmiyyətli rola malikdir.

Son bir neçə ildə Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı üçün mühüm əhəmiyyətli xeyli işlər görülmüşdür. Bu məqsədlə yeni otellər, istirahət mərkəzləri tikilib, xarici turistlərin ölkəyə cəlb edilməsi üçün viza rejimi sadələşdirilir, həmçinin beynəlxalq səviyyədə forumlar, simpoziumlar və idman oyunları keçirilir. Xarici turistlərin Azərbaycanda rahat və təhlükəsiz istirahət etmələri üçün əlverişli şərait yaradılmışdır. Azərbaycanda son illərin statistik məlumatları göstərir ki, bu turizm növlərindən istirahət və əyləncə, biznes və işgüzar, həmçinin qohumların və dostların ziyarəti kimi turizm növləri xüsusi çəkiyə malikdir.

Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycan alternativ turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi baxımından əhəmiyyətli bir potensiala sahibdir. Zəngin, təbii və mədəni varlıqları ilə tanınmış tarixi və mədəniyyət xəzinəsinə sahib olan Azərbaycan regionunda milli və beynəlxalq səviyyədə turizm və istirahət fəaliyyəti üçün əhəmiyyətli bir cazibə mərkəzidir. Bu zənginliklər ilk növbədə önümüzdəki illərdə Azərbaycanın turizm gəlirlərinə böyük miqdarda töhfə verəcəyi ehtimalını artırır.

Lakin buna baxmayaraq bu potensialdan hələ də lazımi səviyyədə istifadə olunmur. Bu baxımdan mövcud potensialın təşviqi və qiymətləndirilməsi aparılmalı, dövlət tərəfindən texniki və maliyyə dəstəyi göstərilməli və alternativ turizm növləri üçün yaxşı marketinq planlaşdırma sistemi tətbiq edilməlidir.

Tədqiqat nəticəsində Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafının aşağıdakı xüsusiyyətləri üzə çıxarılmışdır:

- alternativ turizm potensialının mövcud vəziyyətinin əlverişli olması, həmçinin ölkədə islahatlar proqramının tərkibində alternativ turizmin prioritetliyi;
- regionlarda alternativ turizmin inkişafına töhvə verəcək davamlı tədbirlərin və regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair proqramların həyata keçirilməsi;
- dünya üzrə turizm hərəkətlərinin zaman keçdikcə müxtəlif istiqamətlərə yönəlik olduğunu, xüsusilə yeni bölgələr və alternativ turizm növlərinə olan marağın artdığını bu sahədəki beynəlxalq təşkilatların illik statistik məlumatlarına əsaslanaraq söyləmək mümkündür;
- alternativ turizmin inkişafı üçün xarici investisiyanın və yerli əhalinin xüsusi vəsaitlərinin bu sahəyə cəlb edilməsində dövlətin rolu yüksəkdir.

Qeyd olunanlarla yanaşı turizm hərəkətlərinə qatılan insanlar tərəfindən, klassik qəbul edilən turizm bölgələrinə nisbətən daha çox yeni bölgələr seçim edilməkdə, yeni turizm məhsullarına olan tələb artımı da buna paralel olaraq inkişaf etməkdədir. Xüsusilə qlobal istiləşmə, bioloji müxtəlifliyin gün keçdikcə azalması, gəlir səviyyəsindəki artım, şəhərləşmə nəticəsində artan stress, insanların təbii məhsullara olan əlaqəsi və təbiətlə iç-içə olma həvəsinə görə davamlı turizm daxilində fəaliyyət

göstərən ekoloji turizm növlərinin bu sahədə yeni satışa çıxarıla məhsullar olaraq inkişaf göstərdiyi görülməkdədir.

Alternativ turizm fəaliyyətinin düzgün idarə olunması bölgə xalqı və buradakı sənaye müəssisələrinin daha diqqətli olması və təbiət şüurlarını qatqı təmin etməkdə, turizm müəssisələri və ətraf mühit arasında, ətraf mühitin qorunması və yaşadılması mövzusunda təbii bir bağda ortaya çıxarmaqdadır. Kütləvi turizmdəki plansız və idarəsiz inkişafın yol açdığı mənfilik, yaratdığı ekoloji təsirlər və destinasiyaların davamlılığı baxımından təbiətə yönəlik müəssisələrə olan ehtiyac gündən-günə özünü hiss etdirməkdədir. Bu vəziyyət bölgənin bir turizm destinasiyası olaraq davamlılıq və ekoloji turizm kontekstində əhəmiyyətli bir imic yaratmasına da köməkçi olacaq.

Azərbaycanda alternativ turizmin əsas inkişaf istiqamətləri turizm növləri və bölgələr üzrə aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

- dağ-idman turizminin inkişafı, idman və istirahət məqsədilə 2-3 günlük turların təşkili. Bura əsasən Quba-Xaçmaz, Şəki –Zaqatala regionlarına səfərlər daxildir;

- dini turizmin həm xarici vətəndaşların, həm də yerli əhalinin istifadəsi üçün Bakı, Naxçıvan və Gəncə şəhərlərində inkişafı;

- xarici ölkələrin xüsusilə Rusiya, Gürcüstan və İran vətəndaşı olan Azərbaycanlıların öz doğma yurdlarına gəlməsi, həmin yerləri ziyarət etməsi üçün etnik turizmin inkişafına investisiya qoyuluşları;

- Ölkədə dərkətmə turizminin inkişafı ilə bağlı tarixi abidələrin qorunması və turizmdə istifadəsi, işgüzar-biznes əlaqələri və ərazilərinin inkişafı, bunların turizmdə istifadəsi;

- müalicə turizminin inkişafı sahəsində Naftalan, Naxçıvan, Masallı və digər bölgələrdə müalicə və sanatoriya-kurort müəssisələrinin, turizm-rekreasiya müəssisələrinin beynəlxalq tələblər səviyyəsində inkişafının təmin edilməsi ilə xarici turistlərin ölkəyə cəlb edilməsinin intensivləşdirilməsi;

Bunlarla yanaşı respublikada turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə rəqabət üsünlüyünün təmin olunmasına istiqamətlənən siyasətdə diferensiallaşdırma strategiyası ölkədə turizmin mövsümlük probleminin həll edilməsinə

yönəldilməlidir. Bu baxımdan mövcud potensialdan istifadə edərək ölkəmiz beynəlxalq turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini artırmaqda, alternativ turizm növlərinin genişləndirilməsində maraqlı olmalıdır.

Alternativ turizmin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üzrə strategiyaların formalaşdırması aşağıdakı istiqamətlərdə hədəfləri qarşıya qoymalıdır:

- turizm məhsulunun çeşidinin artırılması və keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- potensial istehlakçıların və məqsəd auditoriyasının tələbinə uyğun olaraq turist məhsulunun təklifinin formalaşması üçün yeni marketinq alətlərindən istifadə;
- alternativ turizm sahəsində rəqabət mühitinin yaradılması və saxlanılması;
- Azərbaycanın alternativ turizm məhsullarının ölkədaxili və beynəlxalq bazarlarda irəliləyişinin təmin edilməsi üzrə aktiv siyasət;
- alternativ turizm potensialı yüksək olan regionlarda dövlətin dəstəyinin artırılması və bu sahədə dövlət mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi hesabına turizm resurslarından səmərəli istifadənin təmin olunması.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. **Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar Strateji Yol Xəritəsi**, 6 dekabr -2016 –cı il.
2. **Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün əlavə tədbirlər haqqında Sərəncam** 01 Sentyabr 2016-cı il.
3. B.Ə.Bilalov və Ç.G.Gülalıyev, **Turizmin əsasları**, Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 2015. 496 s.
4. B.Ə.Bilalov **“Turizmin menecmenti”** Bakı: “Mütərcim”, 2005.372 s.
5. Bilalov.B. **Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizmi: problemlər və perspektivlər**. “Turizm və Qonaqpərvərlik Tədqiqatları” jurnalı, №3, Bakı, 2013, s. 24-33.
6. V.S.Dərgahov **Rekreasiya Turizm Ehtiyatları** «MBM» mətbəəsi. Bakı, 2008. 216 səh.
7. Cabbarov Əli, **“Turizmin iqtisadi əsasları”**, Bakı 2015, 267 s.
8. Ə.Q.Əlirzayev **“Turizmin itisadiyyatı və idarə edilməsi”**, Bakı 2011.
9. Faiq Nadirov, Mahir Qəhrəmanov **“Ekoturizm”**, Bakı-2008.
10. Məmmədov E.Q. **“Azərbaycanda idman turizminin inkişaf perspektivləri”** Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları Beynəlxalq jurnal “AZAV” MMC, Bakı, 2015, səh. 120-129
11. Məmmədov E.Q. **“Azərbaycanda kənd turizminin təşkili və inkişaf perspektivləri”** Azərbaycan Aqrar Elmi, №-1-2, Bakı “Tərəqqi”-2011, səh. 147-150.
12. Məmmədov E.Q. **“Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri”**, Bakı- “Gənclik” Nəşriyyatı – 2013.
13. Məmmədov Q.S., Xəlilov M.Y. **Ekologiya, ətraf mühit və insan**, Bakı-2000.

14. Məmmədov C.A., Soltanova H.V., Rəhimov S.H. “Beynəlxalq turizmin coğrafiyası” Bakı: - 2002. 548 s.
15. Ümumdünya Turizm Təşkilatı, **Turizmin Qlobal Etik Məcəlləsi**.1999, 6 s.

Türk dilində

16. Murat Yeşiltaş və İlker Öztürk, **“Bölgesel kalkınma çerçevesinde alternatif turizm faaliyetlerine yönelik bir değerlendirme: Sivas Örneği”** C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2008.
17. Nazmi Kozak, Meryem Kozak, Metin Kozak, **Genel Turizm İlkeleri ve Kavramları**, Sekizinci Basım, Detay yayıncılık, Ankara, 2009.
18. Hacıoğlu, N. və Avcıkurt, C. **Turistik Ürün Çeşitlendirməsi**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım 2008.
19. Küçükaltan. D. ve Yılmaz. İ.A. **Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Ekoturizmin İgneada Ölçeğinde Uygulana bilirligi**. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. Akçakoca,157-167, 201.

Rus dilində

20. Боголюбова С. **Эколого - экономическая оценка рекреационных ресурсов**. Москва: Издательский центр, 2009, 256 с.
21. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. **“Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие”**. Москва: Советский спорт, 2008. - 280 с.
22. Забаева М.Н. **“Эффективное использование регионального туристского потенциала: теория, методология и практика”**: Дис. ... док. экономических наук. Нижний Новгород , 2011, 395 с.
23. Здоров А.Б. **Экономика туризма**, Учебник - М.: Финансы и статистика, 2004 г. 272 с.
24. Зейналлы Юсасиф **“Экономико-географические проблемы функционирования и управления туристической системой Азербайджана”** Баку, 1998 г. 112 с.

25. Qasımov R.M. Beynəlxalq turizm bazarı: Nəzəriyyə və praktika. Bakı: “Nurlan”, 2001. 204 s.
26. Квартальнов В.А. «Теория и практика туризма», Учебник М.: Финансы и статистика, 2003 г. 672 с.
27. Королева И. С. **Кадастровая оценка рекреационных земель с учетом их ценности: на примере Белгородской области:** Дис. ... кан. географических наук. Белгород 2009, 173 с.
28. Ледовских Е.Ю., Дроздова А.В., Моралева Н.В., **Экотуризм на пути в Россию. рекомендации, принципы, российский и зарубежный опыт,** Тула-2002.
29. Масленникова К.В. **Формирование факторов и условий новышения эффективности использования ресурсов региона для устойчивого развития туризма:** Дис. ... кан. экономических наук. Санкт – Петербург 2006, 161 с.
30. Салманов А.А., Асадов А.М. **Возможности использования туристического потенциала,** Баку: «Авропа», 2013, 177 с.
31. Сергеева Т. К., **Экологический туризм –Москва-2004.**

İnternet resursları

32. www.unwto.org
33. www.mct.gov.az
34. www.president.az
35. www.anl.az
36. www.naftalan-ih.gov.az
37. www.medeniyyet.az
38. www.stat.gov.az

REFERAT

Mövzunun aktuallığı. Turizm sahəsində uğur qazanmış ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm ölkənin həm sosial, həm də iqtisadi inkişafının sürətlənməsində böyük əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, o dövlətin büdcə gəlirlərinin formalaşmasında, xarici ticarət balansının qorunub saxlanmasında vacib rol oynayır. Bu baxımdan turizm sahəsinin inkişafı inteqrasiya amili kimi müasir dövrümüzün zəruri məsələlərindən biri halına gəlmişdir.

İndiki şəraitdə turizm sektorunun inkişafında maraqlı olan ölkələrin sırası genişləndikcə bu istiqamətdə kəskin rəqabət mühiti yaranmışdır ki, bu da Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf problemləri və onun regional tərəflərinin tədqiqat obyektı olaraq seçilməsini zəruri edir.

Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişaf perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün, regionlar üzrə turizm ehtiyatlarının üzə çıxarılması və qiymətləndirilməsi ilə bağlı dərin araşdırmaların aparılmasına ehtiyac vardır. Bu isə alternativ turizmin regional xüsusiyyətlərinin və inkişaf problemlərinin geniş şəkildə tədqiqinin vacibliyini ön plana çəkir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədini Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişaf potensialının öyrənilməsi, bu sahədə mövcud vəziyyətin qiymətləndirilməsi, regional xüsusiyyətlər və imkanlar çərçivəsində onun inkişafı ilə bağlı konkret təklif və tövsiyələrin hazırlanması təşkil edir. Bu məqsədin reallaşması üçün aşağıdakı əsas vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- alternativ turizmin mahiyyəti, inkişaf faktorları və onun sosial-iqtisadi əhəmiyyətinin nəzəri-metodoloji əsaslarının müəyyənləşdirilməsi;
- Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf potensialını təhlil etmək və alternativ turizmin regional inkişafa təsirini qiymətləndirilmək;
- alternativ turizmi davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi tədqiq etmək, onun səmərəli təşkili üsullarını müəyyən etmək;

- alternativ turizm növlərinin yaradılmasında dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsi üzrə tövsiyələr hazırlamaq;

- regionlarda alternativ turizm növlərinin inkişafının stimullaşdırılmasına dair təklif və tövsiyələr hazırlamaq.

Tədqiqatın obyektı. Tədqiqatın obyektı kimi Azərbaycan respublikasında alternativ turizm növləri seçilmişdir.

Tədqiqatın predmeti. Tədqiqatın predmetinə alternativ turizmin inkişaf amilləri və onun təşkilinin regional aspektləri daxildir.

Tədqiqatın informasiya bazasını bu sahədə yerli və xarici alimlərin əsərləri, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin hesabatları və internet materialları təşkil edir.

Dissertasiya işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- alternativ turizm anlayışı onun mahiyyəti, inkişafının zəruriliyi və amillərinin elmi-nəzəri əsasları ümumiləşdirilmişdir;

- Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri tədqiq edilmişdir;

- respublikada alternativ turizmin inkişaf potensialının mövcud vəziyyəti, onun resursları və təşkilati aspektləri, həmçinin alternativ turizmin regional inkişafa təsirinin qiymətləndirilməsi metodikasını tədqiq olunmuşdur.

- alternativ turizm davamlı turizmin əsas istiqaməti kimi tədqiq olunaraq, onun təşkilində səmərəliliyin təmin olunması yolları müəyyən edilmişdir.

- alternativ turizmin inkişafında dövlətin vəzifələri konkretləşdirilərək, onun rolunun artırılması mexanizmləri verilmişdir;

- regionlarda alternativ turizmin inkişafının stimullaşdırılması istiqamətində nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malik təkliflər verilmişdir.

Dissertasiyanın quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, hər fəsildə üç paragraf olmaqla üç fəsil, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından ibarət olaraq, özündə 4 cədvəl, 1 sxem və 1 şəkli əhatə edir. Tədqiqat işi 85 səhifə həcmində olub, 38 ədəbiyyatı özündə əks etdirir.

Tədqiqatın girişində mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, onun öyrənilmə səviyyəsi verilir, məqsəd və vəzifələri müəyyənləşir, tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasları və məlumat bazası göstərilir, elmi yeniliyi açıqlanır.

Dissertasiyanın birinci fəslində alternativ turizm anlayışının mahiyyəti, xüsusiyyətləri və inkişaf amilləri, həmçinin Azərbaycanın turizm məhsulu növləri və formalaşma amilləri tədqiq olunur.

İkinci fəsil Azərbaycanda alternativ turizmin inkişaf potensialının öyrənilməsindən bəhs edir. Bu fəsildə Azərbaycan turizminin inkişaf istiqamətləri təhlil olunur, onun xüsusiyyətləri araşdırılır.

Üçüncü fəsil alternativ turizmin inkişafına dair dövlət siyasətinin təkmilləşməsi istiqamətlərini özündə ehtiva edir. Həmçinin alternativ turizmin inkişafında dövlətin rolunun artırılmasının əhəmiyyəti vurğulanaraq, bu istiqamətdə təkliflər verilir.

Dissertasiyanın nəticə və təkliflər hissəsində Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişafına dair əldə olunmuş nəticələrə uyğun konkret təkliflər verilmişdir.

РЕЗЮМЕ

В современных условиях развитие туризма стало одним из важнейших вопросов экономической жизни, как фактора интеграции. Нынешняя тенденция туризма требует создания новых конкурентоспособных продуктов на туристическом рынке. Это показывает, что в будущем потребности в альтернативном туризме будут расти. Следует отметить, что альтернативный туризм поддерживает устойчивый туризм, в отличие от массового туризма. Принимая во внимание, что одним из наиболее важных факторов перемещения является нежелательная природная среда, одним из способов достижения устойчивого конкурентного преимущества является поддержание баланса природных ресурсов и использования. В этом контексте делается попытка обосновать важность использования природных ресурсов в исследовательской работе и привлекательности целевых показателей.

Диссертация посвящена современному состоянию развития альтернативного туризма в республике, ее проблемам и организационным аспектам, а также оценке воздействия альтернативного туризма на региональное развитие. Кроме того, у Азербайджана есть большой потенциал для развития альтернативного туризма. Однако этот потенциал не использовался должным образом.

В результате этого исследования можно обеспечить туризм в течение года продвижением туризма в Азербайджане посредством развития альтернативного туризма.

SUMMARY

In modern conditions tourism development has become one of the most important issues of economic life, as an integration factor. The current trend of tourism requires the creation of new competitive products in the tourism market. This shows that in the future, alternative tourism demands will grow. It should be noted that alternative tourism supports sustainable tourism, unlike mass tourism. Bearing in mind that one of the most important traveling factors is undesirable natural environment, one of the ways to achieve sustainable competitive advantage is to maintain the balance of natural resources and use. In this context, it is attempted to substantiate the importance of the use of natural resource utilization in the research work and the attractiveness of the targets.

The dissertation is devoted to the current situation of the growth of alternative tourism in the Republic, its problems and organizational aspects as well as assessment of the impact of alternative tourism on regional development. Also, Azerbaijan has great potential for the development of alternative tourism. However, this potential has not been used properly.

As a result of the study, it was possible to provide tourism throughout the year with the promotion of tourism in Azerbaijan through the development of alternative tourism.