

Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi

Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun inkişafı: Turizm

Fidan Mehdiyeva

UNEC SABA

Azerbaijan State Economic University



MAY 2018

Təşəkkürnamə

Əvvəlcə onu qeyd etmək istərdim ki, mənim bu işimdə yanımda olan, məni dəstəkləyən insanlar olmasa diplom işimi yekunlaşdırma bilməzdim. Ele buna görə də o insanların hər birinə ayrılıqda təşəkkür etmək istəyirəm.

İlk öncə, diplom rəhbərim olan Emil Bəşirova xüsusi təşəkkürlərimi bildirmək istəyirəm. Diplom işimin yazılmasında onun düzgün istiqamətinin və böyük dəstəyinin əvəzsiz rolu vardır.

Daha sonra, bizə belə səmimi və rəqabətli təhsil mühitini yaratdığına görə Professor Aida xanım Quliyevaya minnətdarlığımı bildirmək istəyirəm. Bu 3 ildə hər zaman bizim yanımda olan Aida xanım, yaxşı ki varsınız.

Və sonda bütün çətinliklərimə baxmayaraq, diplom işinin yazılmasında məni hər zaman ruhlandıran və həvəsləndirən valideynlərimə dərin minnətdarlığımı bildirirəm.

Mündəricat

Mövzunun aktuallığı	4
Giriş	5
1. Fəsil Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun payı və Azərbaycanda qeyri-neft sənayesinin inkişafının mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi	6
1.1 Azərbaycan iqtisadiyyatının və sənayesinin inkişaf dinamikasının və strukturunun təhlili	7
1.2 Qeyri-neft sənayesinin inkişaf vəziyyətinin qiymətləndirilməsi	9
1.3 Qeyri-neft sektorunun inkişafı sahəsində problemlər və bunların həlli yolları	15
2. Fəsil Dünyada və Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti və sosial-iqtisadi qiymətləndirilməsi	17
2.1 Dünyada Turizmin sosial-iqtisadi perspektivləri və inkişaf modelləri ..	17
2.2 Ayrı-ayrı Regionlarda Turizmin qeyri-neft sektoru kimi təhlili və qiymətləndirilməsi	23
2.3 Azərbaycanla Turizmin inkişaf dinamikası, regional yerləşmə xüsusiyyətləri	31
2.4 Azərbaycanda Turizm potensialı və onun qiymətləndirilməsi	38
3. Fəsil Azərbaycanda turizmin inkişafının əsas istiqamətləri	42
3.1 Azərbaycanda Turizm xidmətinin keyfiyyət xarakteristikaları	42
3.2 Azərbaycanda Turizm xidməti sahəsində innovasiya siyasəti	44
3.3 Azərbaycanda Turizm xidməti sektorunda investisiya siyasəti	51
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	56
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	58

Mövzunun aktuallığı

Turizm son illərdə istirahətin ən geniş yayılmış növüdür. Turizm yalnız istirahət üçün deyil, həmçinin din, müalicə, iş məqsədləri üçün də istifadə olunur. Əvvəllər turizm geniş yayılmış bir sektor olmasa da, sonralar, yəni İkinci Dünya müharibəsindən və texnologiyanın inkişafından sonra bütün dünyada qlobal dərəcədə yayılmış bir sahəyə çevrildi. Artıq turizm hər bir insanın həyatının bir parçasına çevrilmişdir. Azərbaycanda da turizm qədim tarixə malik bir sahədir. Bunu biz indi də əyani şəkildə görə bilərik. Belə ki, əsrarəngiz təbiətə və qədim tarixə malik olan bir ölkədə turizmin inkişaf etməsi labüd haldır. Burada olan qədim tranzit layihələri və ticarət yolları turizmin qədimdən inkişaf etməsinə təkan vermişdir. Respublikamızda turizm sektorunun əsas inkişaf dövrü müstəqillikdən sonrakı dövrə təsadüf edir. Belə ki, son illərdə turizm prioritet sahə hesab olunaraq inkişafı üçün müxtəlif dövlət proqramları qəbul olunmuşdur. İldən-ilə dövlət və xarici investisiyaların miqdarı artmaqdadır.

Giriş

Turizm dünyada ən gəlirli və perspektivli sahələrdən hesab olunur. Turizm iqtisadiyyatın bir sahəsi olmaqla ən geniş və sürətlə inkişaf edən sektordur. Hal-hazırda bu sahə dünya üzrə ÜDM-un 9%-ni, ixracın isə 6%-ni təşkil edir.¹ Turizmin sürətli inkişaf xüsusiyyətinə malik olması onun sosial-iqtisadi tərəqqidə əhəmiyyətli yerə sahib olmasına səbəb olmuşdur. Bu özünü yeni iş yerlərinin açılmasında və yeni infrastrukturların tikintisində özünü göstərir. Turizmin inkişafı, həmçinin ayrı-ayrı regionların da inkişafı deməkdir. Turizm sahəsində Azərbaycanın rəqabət imkanları həddindən artıq yüksəkdir. Zəngin təbii sərvətlərimiz, rəngarəng iqlimimiz, zəngin tarixi-mədəni irsimiz cəlbedici turizm məhsulu yaratmaq yolunda mühüm zəmindir. Son illərdə Azərbaycan Respublikası turizmi qeyri-neft sektoru kimi prioritet sahə seçmişdir. Bu sahədə qəbul olunan proqramlar, edilən islahatlar milli turizmimiz dünyada tanıtmğa kömək olmuşdur. Lakin, bu sahədə bəzi problemlər də mövcuddur ki, onlar və onların həlli haqqında mövzumuzda danışacağıq.

Onu da qeyd etmək olar ki, Azərbaycan xalqının rifahı yaxşılaşdıqca turizm sahəsinə olan meyil daha da artır. Artıq Azərbaycanda xaricə çıxan turistlərin sayı gündü-gündən artır. Lakin, hər bir turistin istək və arzularını yerinə yetirmək üçün peşəkar kadr potensialına da ehtiyac duyulur. Həmin kadrların yetişdirilməsi Azərbaycan üçün vacib məsələlərdəndir.

İnternet bu sahədə turizm müəssisələrinin ən böyük yardımçısıdır. Onun sayəsində turizmin sürətli, dinamik inkişafı təmin olunmuşdur. Bütün bu kimi məsələlər haqqında mövzumuzda ətraflı danışacağıq.

¹ <http://www.xalqgazeti.com/az/news/economy/52986>

1. Fəsil Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun payı və Azərbaycanda qeyri-neft sənayesinin inkişafının mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi

Ümumiyyətlə iqtisadiyyat dedikdə nə başa düşülür? İqtisadiyyat-hər bir ölkənin sərhədləri çərçivəsində formalaşmış ictimai-iqtisadi bir proses kimi başa düşülür. İqtisadiyyat həmçinin çox geniş struktura malik (bir-biri ilə qarşılıqlı surətdə asılı olan) bir sistemdir. Bu strukturun formalaşması ictimai əmək bölgüsü ilə başlayır. Daha sonra insanların tələbatının artması və o cümlədən elmi-texniki tərəqqi bu prosesi daha uzunmüddətli etmişdir. Bəs ictimai əmək bölgüsü dedikdə nə başa düşülür? İctimai əmək bölgüsü cəmiyyətin ayrı-ayrı üzvlərinin müəyyən sahə üzrə ixtisaslaşmasıdır və üç növə ayrılır: ümumi ictimai əmək bölgüsü, xüsusi ictimai əmək bölgüsü və fərdi ictimai əmək bölgüsü. İctimai əmək bölgüsü əsasında iqtisadiyyat ixtisaslaşmış sahələrə ayrılır. Sahə hər hansı bir sistemin xüsusişdirilmiş hissəsidir. İqtisadiyyat sahəsi dedikdə eyni tipli texnologiyalar əsasında eynicinsli və ya spesifik(xüsusi) məhsullar istehsal edən müəssisələrin məcmusu kimi başa düşülür. Struktur -dəyişkən daxili və xarici mühit amillərinin təsiri şəraitində sistemin tamlığını(bütövlüyünü) onun əsas xüsusiyyətlərinin sabit saxlanmasını təmin edən davamlı əlaqələrin məcmusunu özündə birləşdirir.

1.1 Azərbaycan iqtisadiyyatının və sənayesinin inkişaf dinamikasının və strukturunun təhlili

Ölkə iqtisadiyyatının strukturu deyildiyi zaman milli iqtisadiyyatın tarixən formalaşmış və təkrar istehsalı mümkün olan qarşılıqlı münasibətlərinin məcmusu kimi anlaşılır. Bu struktur iqtisadi resursların daha səmərəli istifadəsini, iqtisadi güclərin təmərküzləşməsini və nəticədə onların daha vacib strateji məqsədlərə yönəlməsini şərtləndirir. Dövlətin həyata keçirdiyi struktur siyasəti başda təkrar istehsal olmaqla, sosial, sahəvi və regional problemlərin həll edilməsinə istiqamətləndirilir və bu siyasətin əsas xarakterik xüsusiyyəti onun daha uzun müddəti əhatə etməsidir. Dövlətin struktur siyasətinin həyata keçirilməsində ən vacib amil kimi investisiya və onun maliyyələşdirilməsi əsas götürülür. Belə ki, struktur siyasəti birbaşa olaraq dövlətin investisiya siyasəti ilə sıx bağlıdır.

Hər bir ölkə özü üçün uyğun olan struktur siyasətini işləyib, həyata keçirməlidir. Çünki dünya iqtisadiyyatı və o cümlədən ölkələrin milli iqtisadiyyatları müasir dövrdə elə bir inkişaf xüsusiyyətinə malikdir ki, onların strukturları ayrı-ayrılıqda böyük bir iqtisadi subyektdir. Hər bir ölkənin iqtisadi strukturunun mürəkkəbliyi isə onun çox istiqamətliliyinin nəticəsidir. Belə ki, hər bir ölkənin milli iqtisadiyyatı ayrı-ayrı regionların, sahələrin, sferaların məcmusudur.

Ölkənin iqtisadi inkişafında əhəmiyyətli rola malik olan və milli iqtisadiyyatın ən vacib sahəsi olan sənaye ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin olunmasında və o cümlədən onun strateji məqsədlərinin həyata keçirilməsində əvəzedilməz rola malikdir. Çünki sənaye məhsullarının yüksək texnoloji istehsalı milli iqtisadiyyatın inkişafına aparıb çıxaran yollardan biridir. Sənaye iqtisadiyyatın elə bir sahəsidir ki, burada təbiətdən bəxş olunan ehtiyatlar yerin təkindən hasil edilir, xammal və materiallar emal olunaraq ictimai tələbata uyğun aralıq və son hazır məhsula çevrilir. İqtisadiyyatın digər

sahələri kimi sənaye sahəsi də bir sıra alt sıra alt sahələrin birləşməsi nəticəsində formalaşmışdır. Bu alt sahələrin bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsi onun strukturunu əmələ gətirmişdir. Sənayenin struktur qiymətləndirilməsi aşağıdakı kimidir:

- Sahə
- Məşğulluq
- Mülkiyyət
- Regional
- Texnoloji
- İnstitusional

Bildiyimiz kimi, Azərbaycan müstəqil dövlət quruculuğuna və iqtisadi tərəqqi prosesinə sovet dövrünün bəhrəsi olan bir sıra problemlərlə başlamışdır. 90-ci illərin əvvəllərində Azərbaycan iqtisadiyyatı inflyasiyanın yüksək səviyyəsi ilə üzləşmişdi. Əslində, inflyasiya o dövrdə idarəolunmaz hal almışdı, belə ki, bazar mexanizmləri normal fəaliyyət göstərmirdi.

1994-cü ildə hökumət artıq 1995-1996 cı illər üçün iqtisadi tərəqqiyə nail olmaq üçün İqtisadi İnkişaf Proqramı hazırladı. Proqram özündə makroiqtisadi sabitlik, struktur dəyişiklikləri, investisiya üçün əlverişli mühitin yaradılması kimi iqtisadi artım planlarını özündə cəmləmişdi. Bütün bu həyata keçirilən iqtisadi artım planları özünü doğrultdu. Büdcədə yaranmış kəsr səviyyəsi aşağı endirildi, manatın məzənnəsi sabitləşdi.

Respublikamızda sənayedə qabaqcıl rol maşınqayırma və metallurgiyaya məxsus idi. Sənayenin böyük bir hissəsi bu iki sahədə birləşmişdi. Çünki hər şeydən əvvəl bu sahələrin inkişaf etdirilməsi üçün xammal mövcud idi. Lakin, bu sözü tam olaraq maşınqayırma üçün demək mümkün deyildi. Belə ki, 90-cı illərdə maşınqayırma MDB kimi ölkələrin rəqabətinə tab gətirə bilməmişdi. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi üçün

xarici şirkətlərin rolu əvəzənməzdir.

İstər sənayenin, istərsə də iqtisadiyyatın struktur yenidən qurulması böyük həcmə kapital qoyuluşu tələb edir. Fəaliyyətdə olan müəssisələrin yenidən qurulması, texniki cəhətdən silahlandırılması, dünya bazarında hazır məhsula tələb olunan standartlara qadir olan məhsulların istehsalı və yüksək texnologiyalı sahələrin inkişaf etdirilməsi kimi tədbirlərin həyata keçirilməsi iqtisadi tərəqqiyə, o cümlədən ölkənin inkişaf etdirilməsi üçün olduqca vacib amillər sayılır.

1.2 Qeyri-neft sənayesinin inkişaf vəziyyətinin qiymətləndirilməsi

Bildiyimiz kimi, Azərbaycan Respublikası, əsasən, neft sənayesi ilə dünyada məşhurdur. Lakin, Respublikamızda yeni sənaye sahələrinin yaradılması və onların infrastruktur təminatının yaxşılaşdırılması üzrə çoxlu sayda inkişaf siyasətlərinin işlənilib hazırlanması və bu siyasətlər üzrə müxtəlif planların icra olunması dövlətimizin yeni inkişaf mərhələsinə keçməsinə imkan yaratmışdır. Həmçinin onu da qeyd etmək olar ki, dövlətimizin qeyri-neft sektorunun davamlı inkişaf meylləri beynəlxalq reyting agentlikləri tərəfindən çox yüksək qiymətləndirilir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi üçün atılan addımların nəticəsi olaraq ölkəmizin Dəvəs İqtisadi Formunda “iqtisadiyyatın rəqabət davamlılığına görə” 39cu yerdə məskunlaşmasını göstərmək olar.

Lakin, bütün bu tip nailiyyətlərə baxmayaraq, ölkəmizin qeyri-neft sektoru üzrə ixrac imkanları aşağıdır. Bu, innovasiya səviyyəsinin aşağı olması ilə əlaqələndirilir.

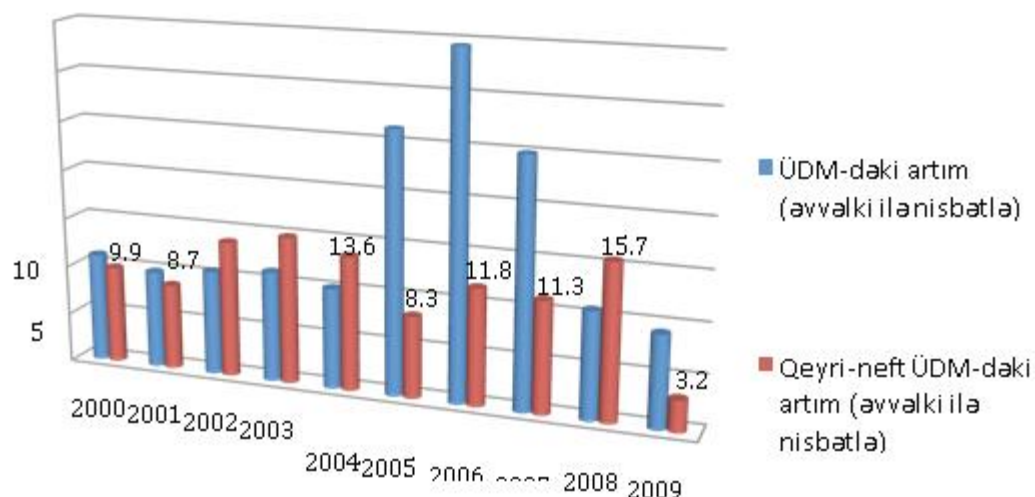
Dövlətimizin qeyri-neft sektorunun potensialının gücləndirilməsi , o cümlədən rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsal edən sənaye sahəsinin yaradılması və həmçinin inkişaf etdirilməsi həm ölkəyə məxsus olan daxili iqtisadi inkişaf modelindən, həm də dünya bazar iqtisadiyyatının müasir inkişaf istiqamətlərindən asılıdır. Elə buna görə də “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında və “Milli İqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsində” qeyri-neft sektoruna daxil olan sahələrin inkişaf etdirilməsi prioritet kimi hesab olunmuş və onun diversifikasiyasının vacibliyi əsas istiqamət kimi qeyd olunmuşdur. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi nəticəsində ilk növbədə dövlət büdcəsinin gəlirləri və o cümlədən regionların sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi də arta bilər.

Bəs qeyri-neft sektorunda prioritet sahələr hansılar hesab olunur? Bu sualın cavabı təbii olaraq ölkədən-ölkəyə dəyişir. Respublikamızda, əsasən, kənd təsərrüfatı, turizm və informasiya-kommunikasiya texnologiyaları prioritet sahələr hesab olunur.

Qeyri-neft sektoru sahəsindəki bir sıra problemləri həll etmək yalnızca resurslardan səmərəli şəkildə istifadə etməklə məhdudlanmır, burada yeni düşüncə və davranış tərzində vacib rol oynayır. Bir sözlə, bu sahədə yeni kadrların yaranması da vacib məsələlərdən biri hesab olunur.

Aparılan araşdırmalara əsasən , Azərbaycan iqtisadiyyatında neft sektorundan fərqli olaraq qeyri-neft sektorunda inkişafın nisbətən zəif olmasının digər iki səbəbi bunlardır: birincisi ondan ibarətdir ki, neft sektoruna nisbətən qeyri-neft sektoruna daha az xarici investisiyalar cəlb olunur; ikincisi isə bu sahəyə xarici tələbin daha az olmasıdır.

Qrafik 1. Ölkə iqtisadiyyatında ÜDM-nin artımı



Mənbə: ARDSK, “Azərbaycan Rəqəmlərlə” statistik məlumatı

Bu qrafikdən aydındır ki, ÜDM-un artımının böyük bir hissəsi neftdən asılıdır. Lakin, 2008-ci ilə diqqət yetirsək, ÜDM-də azalmanın olduğunu müşahidə edirik. Bunun əsas səbəbi bu illərdə olan qlobal böhrandır. Bu dövrlərdə neftin qiymətinin aşağı düşməsi bu sahəyə olan investisiyaların sayını azaltdı. Nəticədə ÜDM²-un da miqdarı azaldı.

Son illərdə ölkəmizdə qeyri-neft sektoru sahəsində dəyişikliklər baş vermişdir. Belə ki, əvvəlki illərdən fərqli olaraq sənayenin payı azalmış, kənd təsərrüfatı, tikinti, rabitə, telekommunikasiya və xidmətlər sahəsinin payı nisbətən artmışdır.

Qeyri-neft sektorunda rolu nəzərə çarpacaq qədər artan sahələrdən ticarət və xidmət sektorlarını misal göstərmək olar. Bu sahədə kiçik və orta sahibkarlar üçün əlverişli biznes mühitinin yaradılması bu inkişafı daha da stimullaşdırır. Digər bir

² Ümumi Daxili Məhsul

səbəblərdən biri də riskin digər sahələrə nisbətən aşağı olmasıdır. Bu da şübhəsiz investisiyaların həcminə müsbət təsir göstərir. Lakin bir şeyi də qeyd etmək lazımdır ki, orta sahibkarlar üçün əlverişli şərait yaradılmasına baxmayaraq, bu sözü böyük sahibkarlar üçün deyə bilməyəcəik. Bu səbəbdən böyük sahibkarların məşğul ola biləcəkləri işlər müəyyən insanların əlində cəmlənmişdir. bu da qiymətin birtərəfli artmasına səbəb olur.

Son illərdə tikinti sahəsində də bir çox nailiyyətlər ələ olunmuşdur. Bildiyimiz kimi, ölkəmizdə günü-gündən sayı çoxalan hündürmərtəbəli binalar, otellər, şadlıq sarayları bu sahənin inkişafına təkan verir. İnfrastruktur layihələrinin artması tikinti sahəsində sıçrayışlı artıma səbəb olmuşdur. Yeni yolların çəkilməsi, yeni körpülərin salınması bu inkişafı daha da sürətləndirən amillərdən biridir.

Bu sahədə bir çox şirkətlərin və həmçinin onlar arasındakı rəqabətin olması bazarın artmaqda olan tələbini ödəyə bilər. Lakin qeyri-ticari sahə olduğuna görə burada yalnızca daxili tələbat ödənilir. Tikinti sektorunda tələbin istehsalıdan çoxluğu qiymət artımı ilə nəticələnir. Ona görə də son illərdə bu sektorda müşahidə olunan qiymət artımı tələbin çoxluğunun nəticəsidir.

Telekommunikasiya və poçt xidmətləri sahəsində əhaliyə göstərilən xidmətlərin həcmi ildən ilə artmaqdadır. Belə ki 2008- 2009-cu illəri müqayisə etsək bu artım 14%-ə yaxın təşkil edir. Başqa sözlə desək, 684,2³ milyon manatdan çox rabitə xidməti göstərilmişdir. Regionlarda 19 dan çox rabitə müəssisəsinin tikintisi başa çatmışdır.

İKT (İnformasiya-Kommunikasiya Texnologiyası) sahəsində bürokratik əngəllərin aradan qalxması bu sahənin əhəmiyyətli dərəcədə inkişafına səbəb olmuşdur. Dövlət

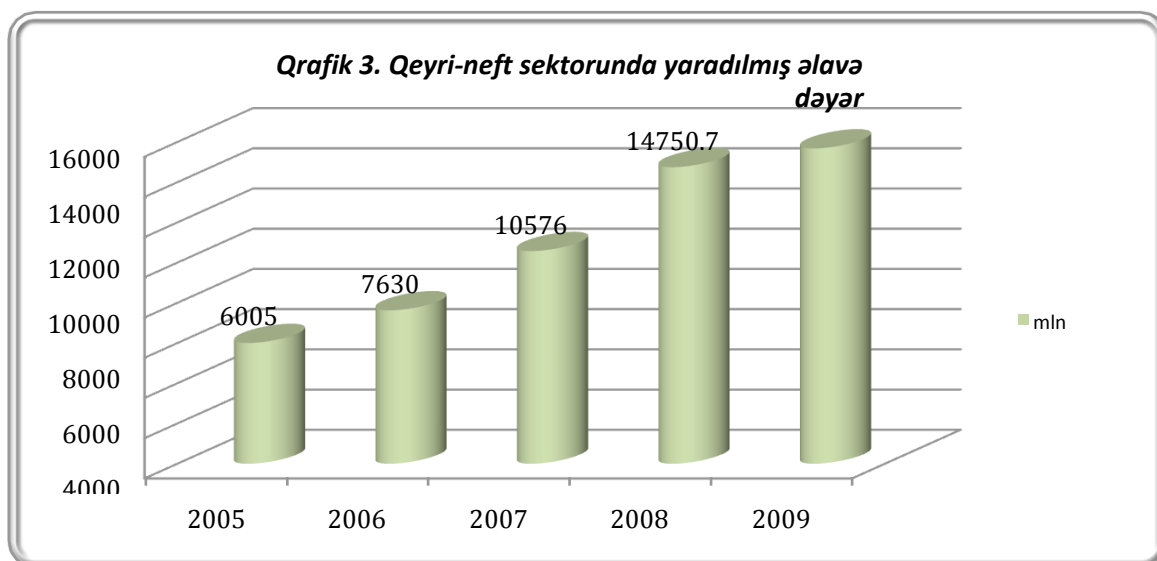
³ Azərbaycan Respublikasında Qeyri-Neft Sektoru Üzrə İdxal-İxracın Mövcud Vəziyyətinin Təhlili və Qiymətləndirilməsi
Osman Nuri Aras, Elçin Süleyman, Ayaz Zeynalov, məqalə

orqanlarında bu sistemlərdən istifadənin səmərəliliyinin artması, habelə, cəmiyyətin bu orqanlar vasitəsi ilə ünsiyyətinin asanlaşdırılması müxtəlif növ informasiya sistemləri arasındakı əlaqələri gücləndirmişdir. Son illərdə bu sahəyə olan investisiyaların da həcmi artmaqdadır. Son illər ərzində bu sahəyə qoyulan investisiya həcminin miqdarı 500 milyon ABD-dən artıqdır. Xarici investisiyaların həcmi həddindən çoxdur. Demək olar ki, qoyulan investiyaların ümumi həcmnin 70%-i xarici investisiyaların payına düşür.

Həm dövlət büdcəsi hesabına, həm də xarici kreditlər hesabına yaradılan investisiya layihələri çərçivəsində yeni avtomagistralların və həmçinin dövlət əhəmiyyətli yolların istifadəyə verilməsi nəqliyyatın inkişafına böyük təkan vermişdir. Son illərdə istər dəmiryolu nəqliyyatında, istər boru kəməri nəqliyyatında, istərsə də avtomobil nəqliyyatında yükdaşımaların həcmi böyük miqdarda artmışdır. (Hətta, boru kəməri nəqliyyatında təxminən 4 dəfə artım müşahidə olunmuşdur.) Nəqliyyat sahəsində bir çox transmilli nəqliyyat proqramları və layihələri çərçivəsində aparılan islahatlar da onun inkişafına yardım edir. Belə ki, TRASECA və Şimal-Cənub dəhlizlərinin Azərbaycan ərazisindən keçən hissəsinin yenidən qurulması və bərpası, həmçinin kənd və dağ bölgələrində olan yolların yenidən bərpası və təkmilləşdirilməsi bu islahatlardandır.

Göründüyü kimi, son illərdə ölkəmizdə qeyri-neft sektoruna daxil olan sahələrdə böyük artım müşahidə olunmuşdur. Bu da öz nəticəsini ÜDM-da göstərmişdir. Bildiyimiz kimi, ÜDM hər bir ölkənin inkişaf göstəricilərindən biridir. Qeyri-neft sektoru da öz növbəsində ÜDM-da əlavə dəyər yaradır və bu dəyərin həcmi ildən-ilə artmaqdadır. 2009cu ildə ÜDM-un təxminən 16 milyard manatlıq hissəsi qeyri-neft sektorunun payına düşmüşdür. Başqa sözlə desək, 47% -i qeyri-neft sektoruna daxil olan sahələrin nəticəsidir. İldən-ilə bu artım davam etmişdir. Yalnızca 2009-cu ildə

qlobal maliyyə böhranı səbəbindən bu artım tempi bir qədər aşağı enmişdir. Bütün bu deyilənləri aşağıdakı qrafikdə daha aydın şəkildə görmək mümkündür:



Mənbə: ARDSK, "Azərbaycan Rəqəmlərlə" statistik məlumatı

Qeyri-neft sektorunun digər bir prioritet sahələrindən biri də kənd təsərrüfatıdır. Kənd təsərrüfatı gündəlik istehlak tələbatını dolayı və yaxud birbaşa ödəyən sahədir. Kənd təsərrüfatının da inkişafı üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir. Lakin daxili məhsullar xarici mallarla rəqabətə girə bilmir. Həmçinin məhsuldarlığın da aşağı olması istehsalın stimullaşmasına imkan vermir. Bu sahədə əsas kapitalla yönəlmiş investisiyanın təxminən 4%-i ovçuluq, kənd təsərrüfatı və meşə təsərrüfatının payına düşmüşdür. 30-a yaxın kənd təsərrüfatı müəssisələrinin tikilib istifadəyə verilməsi tikinti sektorunda əlavə dəyər yaratmışdır.

1.3 Qeyri-neft sektorunun inkişafı sahəsində problemlər və bunların həlli yolları

Qeyri-neft sektoru məhsullarının istər istehsalatında, istər idxalında, istərsə də ixracatında müəyyən problemlər mövcuddur.

Yüksək ixracat potensialının olmağına baxmayaraq, qeyri-neft sektoru ölkə iqtisadiyyatında 5%-lik paya sahibdir. Bu da özündə real imkanları adekvat şəkildə əks etdirmir. Məsələn mineral məhsul ixracatında əsas yer neft və neft məhsullarına məxsusdur ki, o da 97% təşkil edir. Burada qeyri-neft sektorunun payı olduqca azdır, 3%-dir. İxracatda qeyri-neft sektoru məhsullarının payının az olmasına səbəb qlobal böhran və neftin qiymətinin aşağı düşməsidir.

Bir çox iqtisadçıların fikrincə, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi hökumət qarşısında duran vacib məsələlərdən biridir. Qeyri-neft sektoru məhsulları öz standart və keyfiyyətlərinə görə dünyada olan əvəzləyiciləri ilə rəqabətə girə bilmir. Lakin, daxili məhsul ucuz başa gəldiyinə görə əhali onu almağa meyillidir.

Qeyri-neft sektoru sahəsində olan vacib problemlərdən biri də resurslardan tam səmərəli şəkildə istifadə olunmamasıdır. Bu da öz növbəsində dayanıqlı inkişafın qarşısını alır.

Bu sahədə ixrac yönümlü məhsul istehsal edən müəssisələrin sayının az olması da digər problemlərdən biridir. Belə müəssisələrinin sayının artması tikinti sektorunda da inkişafa səbəb ola bilər. Nəinki, ixrac yönümlü həmçinin rəqabətə davamlı məhsullar istehsal olunmalıdır. Təəssüf ki, ölkəmizdə qeyri-neft sektoru məhsulları öz keyfiyyətlərinə görə dünya standartlarından kənarda qalır. Sahibkarlar üçün əlverişli biznes mühiti yaratmaqla yeni infrastrukturların tikintisinə və nəticədə rəqabətə davamlı məhsulların istehsalına nail olmaq mümkündür.

Bu sahəyə qoyulan investisiyaların həcmi də ürəkaçıcı deyildir. Sahibkarları qeyri-neft sektoru sahələrinə investisiya qoymağa təşviq etmək lazımdır.

Ümumiyyətlə desək, qeyri-neft sektoru sahələrinin inkişafına nail olmaq üçün aşağıdakı tədbirlərin reallaşması məqsədəuyğundur:

- 1) İxrac yönümlü, rəqabətə davamlı və dünya standartlarına uyğun olan məhsulların istehsalını genişləndirmək;
- 2) Müasir texnologiyadan istifadə etməklə qeyri-neft sektoru sahələrinin dayanıqlı inkişafına nail olmaq və həmçinin, onun ixracına nail olmaq;
- 3) Ölkəmizdə orta və kiçik emal müəssisələrinin sayının artırılması yönündə tədbirlər görmək;
- 4) Sahibkarlar üçün biznes mühiti yaratmaqla investisiya cəlbini həyata keçirmək;
- 5) Qeyri-neft sektoruna daxil olan sahələrə xarici investisiyaların yatırılması yönündə tədbirlər görmək;
- 6) Respublikamızda olan təbii sərvətlərdən səmərəli şəkildə istifadə etmək;
- 7) Dövlətimizin perspektivli sahəsindən sayılan qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirmək üçün bir sıra layihələrin və planların hazırlanması və s.

2. Fəsil Dünyada və Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti və sosial-iqtisadi qiymətləndirilməsi

Bütün dünyada turizm ildən-ilə inkişaf edir. Aparılan araşdırmalara əsasən deyə bilərik ki, yaxın 5 ildə turizm özünün ən yüksək inkişaf səviyyəsinə çatacaq. Sözsüz ki, bu inkişaf sahəsində Azərbaycan Respublikasının xüsusi yeri vardır. Turizm özünün ən yüksək inkişaf səviyyəsinə çatdıqca turizmlə məşğulluq səviyyəsi də yüksələcəkdir.

Bir çox ölkələrdə turizm ildən-ilə inkişaf edir. Dünyada turizmin inkişaf etməməsinə ən çox ölkələr arası və ya ölkə daxili münaqişələr səbəb ola bilər. Bu tip ölkələrə misal olaraq Afrikanı göstərmək olar. Afrika ölkələri arasında qeyri-sabitliyin olması bu tip ölkələrdə turizmin zəif inkişaf etməsinə səbəb olmuşdur.

21-ci əsr turizm əsri kimi adlandırılır. Turizmə iqtisadi fenomen adı da verilmişdir. Bildiyimiz kimi, turizm hər bir ölkənin ümumi daxili məhsulunun formalaşmasında və həmçinin xarici ticarətin fəallaşmasında böyük rola sahibdir. Bayaq da qeyd edildiyi kimi məşğulluğun, yəni əhalinin işlə təmin edilməsində turizm əvəzsiz rola malikdir. Turizmin inkişaf etməsi iqtisadiyyatın digər sahələrinin də inkişaf etməsi deməkdir. Turizm siyasi inkişafa da təkan verir.

2.1 Dünyada Turizmin sosial-iqtisadi perspektivləri və inkişaf modelləri

Dünyanın bütün ölkələrində olan turizmin inkişaf səviyyəsini eyniləşdirmək olmaz. Çünki, hər bir ölkənin özünəməxsus ictimai-iqtisadi inkişaf səviyyəsi vardır. Turizm bazarının 59%-inin cəmləndiyi Avropa regionu ilə digər ölkələri müqayisə etmək düzgün sayılmazdı. Amerika da turizmin inkişafı ilə fərqlənən regionlardandır, belə ki, turizm bazarının 20%-i burada cəmlənmişdir. Digər bölgələrə, yəni Afrika, Asiya və

Avstraliyaya turizm bazarının cəmi 10%-i düşür. Öz turizmi ilə dünyada məşhur olan ölkələrə isə İtaliya, İsveçrə, Avstriya və Böyük Britaniya daxildir. Bu ölkələrin gəlirlərinin böyük bir hissəsinin təməlində turizm dayanır.

Qərbi Avropada turizmin inkişafı üçün Şengen sazişi imzalanmışdır. Bu saziş turistlərin, fəhlələrin, əmtəənin və kapitalların vizasız hərəkəti haqqındadır. Bu saziş də turizmin inkişafına təkan verən hadisələrdən biri kimi hesab olunur. Qeyd edək ki, bu sazişə qoşulan ölkələrin sayı durmadan artır.

Qərbi Avropadan başqa bir çox inkişafda olan ölkələrin də turizm resursları mövcuddur ki, indiki dövrdə onları inkişaf etdirmək vacib məsələlərdən biri hesab olunur. Turizm bu ölkələr üçün xarici valyuta əldə etməyin əsas mənbəyi hesab olunur. Məsələn Meksikada turizmdən, daha dəqiq desək, turistlərin qəbulundan gələn gəlir əmtəə və xidmət məxarici hesabına daxil olan gəlirin yarısından çoxunu təşkil edir.

Braziliyada da turizmə böyük yer ayrılır. Kofe ixracından sonra iqtisadiyyatda turizm əsas sahə hesab olunur. Panama dövləti üçün turizm əsas mədaxil mənbəyidir. Ərazisi Azərbaycandan kiçik olmasına baxmayaraq il ərzində 400 mindən çox turist qəbul edir.

Turizm resurlarının çox olması Avropa ölkələri ilə rəqabətə girmək üçün bəs etmir. Hər bir ölkədə turizm üçün maliyyə mənbəyinin yardımı vacib işlərdən sayılır.

Turizmin inkişafında, əsasən, xarici sərmayələrin qəbulu geniş yayılmışdır. Turizmin təşkil olunması xarici şirkətlərə həvalə olunur. Lakin, turizm mərkəzlərinin yadılmasına və istismarına ölkə iqtisadiyyatı cəlb olunmalıdır. Çünki, bu zaman məşğulluq təmin olur, turistlərin yeməyində yerli kənd təsərrüfatı məhsulları istifadə olunur və həmçinin, infrastrukturların tikintisində də yerli materiallardan istifadə olunur.

İnkişaf etmiş ölkələrdə turizmin üstünlüyündən istifadə etmək üçün həm turizm resurslarından, həm də yerli kadrlardan çox səmərəli şəkildə istifadə etmək lazım gəlir. Turizm sahəsində xarici şirkətlərin çox olması ölkə turizmini beynəlxalq turizmdən asılı

vəziyyətə salır. Ona görə də turizm siyasətini düşünərkən bütün bunlar nəzərə alınmalıdır, turizm müəssisələrinin tikintisi zamanı daha çox xarici şirkətlərlə deyil, yerli şirkətlərə meyl göstərmək lazımdır.

Turizm resurslarından çoxda səmərəli şəkildə istifadə olunmaması baxmayaraq, dünyada turizmin istifadəsiz qalan imkanları da mövcuddur. Bu imkanlardan səmərəli şəkildə istifadə olunsaydı turizm gələcəkdə iqtisadiyyatın ön sıralarında qərarlaşacaq.

“Turizm-2020” elmi proqnozu beynəlxalq turizm haqqında əhəmiyyətli proqnoz verən layihədir. Hazırda səyahətə gedən əhali dünya əhalisinin 4%-ni təşkil edirsə, bu sayın 2020-ci ildə 7% olacağı qeyd edilir. Bu da o deməkdir, turizm inkişafın astanasında hesab olunur. Lakin, ölkənin turizm hesabına inkişaf etməyi daxili turizmdən asılıdır. Daxili turizm hər bir ölkə üçün maliyyə nöqtəyi-nəzərindən daha əlverişli hesab olunur.

Asiya, Afrika, Yaxın Şərq və Latin Amerikası qrupunun inkişaf edən ölkələrində əhalinin sürətlə artması hesabına daxili turizmin inkişafı proqnozlaşdırılır. Bu proqnozlara əsasən, 10 “ən çox qonaq qəbul edən ölkələr” sırasına daxil olacaq. Rusiya Federasiyasının da turizm sahəsində inkişafı gözlənilir.

İnformasiya-kommunikasiya sahəsində irəliləyişlər qeydə alındıqca turizm sahəsində də dəyişikliklər baş verir. Bu dəyişikliklər turizm sahəsində olan transfer vasitələrində öz əksini tapır. Həmçinin, texnologiya sahəsindəki innovasiyalar turizm sifarişləri ilə bağlı olan sistemlərin istifadəsini asanlaşdırır. Bugün bütün bu yeniliklərlə ayaqlaşmaq üçün Avropada xırda turizm müəssisələrinin yerinə daha böyük infrastruktur fəaliyyət göstərməkdədir. Bu proseslər isə AB-ya daxil olan ölkələrin xeyrinə yönəlmişdir. Məsələn istehlak kreditinin dövriliyyəyə daxil olunması üçün çalışılır. Bu o deməkdir ki Avropa Birliyinə daxil olan hər hansı bir üzv ölkədən digər bir üzv ölkəyə səyahət olunduğu zaman istehlak kreditinin istifadəsi mümkün olacaqdır.

Turizm sahəsində görünən sürətli inkişaf onu daha da başqa istiqamətlərə yönləndirməyə imkan verir. Yəni, bu sahədə olan progress təkcə turizmdən gəlir əldə

etməyə deyil, həmçinin iqtisadiyyatın digər sahələrindən də mənfəət əldə etməyə yol verir.

Belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, turizmin inkişafı həm də iqtisadiyyatın inkişafıdır. Həmçinin iqtisadiyyatın inkişafında turizmin rolunu artırmaq əsas dövlət siyasətlərindən biri hesab olunur.

Bəs turizmin inkişaf modeli nə üçün zəruridir?

Digər iqtisadi sahələrin turizmə təsirini öyrənmək və dəyərləndirmək üçün turizmin inkişaf modelindən istifadə olunur. Turizmin inkişaf modeli dedikdə ərazi, sahə, sahələrarası səbəb-nəticə əlaqələri nəzərdə tutulur. Məhdud resurslardan istifadə etməklə maksimum mənfəət əldə etmək modelin əsas məqsədi hesab olunur. Bir çox inkişaf modelləri mövcuddur ki onlardan bəziləri haqqında danışmağa dəyər:

Turizmin makroiqtisadi modeli⁴

Turizmin makroiqtisadi inkişaf modelində turizmin ümumi iqtisadi artımdakı rolu müəyyənləşdirilir. Turizmdə inkişaf əldə etmək üçün turizm siyasəti təyin olunur. Sosial-iqtisadi perspektivlər qiymətləndirilir.

Turizmin regional modeli

Regionda turizmə məxsus olan müxtəlif infrastrukturların yaradılması və müxtəlif regionlarda yerləşən əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi bu modelin xarakterik xüsusiyyətidir. Resursları iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək əsas məqsədlərdən biri hesab olunur

Turizmin sahə modeli

Burada əsas məqsəd turizmin müxtəlif növlərinin düzgün təyinatını aparmaqdır. Hansı sahədən nə qədər gəlir əldə edildiyini müəyyənləşdirmək turizmin sahə modelinə məxsus xüsusiyyətdir.

Turizmin proqnoz modeli

Turizmin gələcəkdə hansı inkişaf səviyyəsində olacağını proqnozlaşdırır. Bu

⁴ "Turizmin inkişaf modelləri" fənnindən, internət mənbəsi

sahədən gələ biləcək gəlirlər hesablanır. Bu zaman ölkənin resurs imkanları da nəzərə alınmalıdır. Bu modeldə uzunmüddətli dövr üçün nəzərdə tutulan turizm inkişafı qiymətləndirilir. Proqnozlar iki yerə bölünür: aktiv proqnozlar və passiv proqnozlar. Həmçinin bu modelin də iki növü vardır: statistik və dinamik proqnoz modelləri.

Turizmin bazar modeli

Bildiyimiz kimi bazarda iki əsas qüvvə rol oynayır. Onlardan biri tələb, digəri isə təklifdir. Turizmin bazar modeli də bu iki qüvvəyə əsaslanır. Burada təklifə turistlərin sayı, seqmenti, alıcılıq qabiliyyəti və digər xarakteristiklər daxildir. Tələb və təklif isə bir-biri ilə tarazlaşmalıdır. Bazara çıxarılan xidmət turizm bazarının əsas ölçü vahidi hesab olunur.

Turizmin səmərə modeli

Bu model adından da göründüyü kimi turizm sahəsindən əldə olunan gəlirlər və xərclərə əsaslanır. Yəni, turizmin inkişafı gəlirlər xərclərdən daha artıq olduqda müsbət qiymətləndirilir.

Turizmin sosial modeli

Bildiyimiz kimi, turizm sahəsində infrastrukturların sayı artdıqca, işsizlər işlə təmin olunur. Bu o deməkdir ki, bəzi sosial məsələlər öz həllini tapır. Turizmin sosial modeli də məhz buna əsaslanır. Turizmin inkişafı öz bəhrəsini həm kənd təsərrüfatına, həm də nəqliyyata da verir.

Turizmin inkişafında səmərəli yerləşmə

Turizmin səmərəli yerləşmə modeli bəlkə də modellər arasında ən vacib olanlardan sayılır. Çünki, turizm sektoru ərazi üzrə inkişaf yolu keçirir. İqtisadi səmərə də məhz bu yol ilə əldə olunur. Belə ki, turizm müəssisələri sərhədlərə, nəqliyyat yollarına, ucuz resurslara daha yaxın yerləşdirilir.

Resurs modeli

Müxtəlif ölkələr turizmin inkişafına yönəlmiş fərqli resurslarla təmin olunmuş ola bilər. Azərbaycan Respublikasında da turizmin inkişafı üçün vacib olan resurslar

mövcuddur.

Azərbaycan Respublikasının qədim tarixi abidələri, müxtəlif mənzərəli guşələri və s. bu resurslardan sayılır.

Turizmdə “Planlaşma” modeli

Planlaşma modeli 2 hissədən ibarətdir:

- 1) Strateji planlaşma
- 2) Marketing planlaşması

Strateji planlaşmada dövlət siyasəti vacib rol oynayır. Marketing planlaşmasında isə turizm məhsulu və ona xas olan xarakteristikalar əsas götürülür. Marketing planlaşması turizm təşkili üçün əsas rol oynayır və tələb-təklif əyrisi ilə qiymətləndirilir.

Hər bir sahədə olduğu kimi, turizm sahəsində də onun inkişafı üçün əsas olan müəyyən amillər vardır. Bu amillərə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- 1) Təbii və yaxud coğrafi amil (ərazi mövqeyi)
- 2) iqlim şəraiti amili
- 3) turistlərin miqdarı
- 4) investisiya potensialı
- 5) turizm potensialı

Təbii ki, bu amillərin olması turizmin inkişafı demək deyildir. Bu amillər düzgün şəkildə təşkil olunduqda turizmin inkişafına nail olunur. Deməli, turizmin inkişafı turizmin təşkili adlandırılan amildən də asılıdır. Turizmin təşkili amili dedikdə isə, xidmət, informasiya, müxtəlif turizm infrastrukturlarının və müəssisələrinin təşkili nəzərdə tutulur.

Turizm proqnozu

Turizm proqnozu dedikdə, “**Gələcəyə baxış**” nəzərdə tutulur. Burada əsas olan inkişaf meyilləri qiymətləndirilir. Bu qiymətləndirmə aparıldıqdan sonra onlar arasında funksional şəkildə asılılıq qurularaq proqnozlar təşkil olunur.

2.2 Ayrı-ayrı Regionlarda Turizmin qeyri-neft sektoru kimi təhlili və qiymətləndirilməsi

Turizmin inkişafında onun regional xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması vacib məsələlərdən biridir. Regional xüsusiyyətlər deyildikdə turizm sektorunun yerləşməsi zamanı ayrı-ayrı regionların iqtisadi gücünün bu sektora sərf olunma intensivliyi başa düşülür. Regional xüsusiyyət ölkənin coğrafi şəraitindən və tranzit şəraitindən asılıdır. Hər bir regionun müxtəlif resursları və onlardan istifadə mexanizmi mövcuddur. Bu resurslardan düzgün şəkildə istifadə etmək, regionda yeni iş yerlərinin açılmasına nail olmaq turizmin inkişafına aparıb çıxaran yollardandır.

Dünyada yerləşən regionların iqtisadiyyatı bütövlükdə dünya iqtisadiyyatını əmələ gətirir. Dünyada baş verən müxtəlif qanunauyğunluqlar, inkişaf dinamizmi regionların da iqtisadiyyatına öz təsirini göstərir. Regionlar da bir-biri ilə daima qarşılıqlı əlaqədə olmalıdır. Bu inkişafı sürətləndirən əsas amillərdən biridir. Lakin, bu əlaqə inzibatçılıq üzrə qurulmamalı, bərabər hüquqlu olmalıdır.

Dünyada turizm aspektindən bəzi regionlar daha əlverişli, daha sosialtutumlu, daha inkişafa meyilli hesab olunurlar. Məhz buna görə də turizm 2 əsas istiqamətdə öyrənilir:

- 1) Makroiqtisadi səviyyədə
- 2) Regionun sosial-iqtisadi inkişafına uyğun

Turizm təbii sərvətlərlə bağlı sahə olduğuna görə, ayrı-ayrı ölkələrin təbii-coğrafi şəraiti və onun yerləşmə xüsusiyyəti turizmin inkişafına olduqca əhəmiyyətli şəkildə təsir edir. Bu baxımdan bəzi ölkələr turizm sektoru üzrə daha çox inkişaf etmiş sayılırlar. Bu tip ölkələrə misal olaraq İtaliya, İspaniya, Fransa, Böyük Britaniya və s. göstərmək olar.

Turizmi sosial-iqtisadi cəhətdən daha yüksək qiymətləndirən ölkələrdə daima yenidən-qurma işləri aparılır, yeni infrastruktur salınır, mövcud tarixi mədəniyyət abidələri rekonstruksiya edilir. Ölkədə mövcud olan xidmət sahələri, o cümlədən

mağazalar belə daha müasirləşdirilir. Ölkədə əgər hər hansı bir kriminagen ərazi mövcuddursa, bu barədə turistlərin məlumat mənbəyi daha da möhkəmləndirilir. Tarixi şəhərlər turistlər üçün daha çox maraq kəsb etdiyinə görə, bu tip şəhərlərdə daha çox ixtisaslaşmış ekskursovodlardan istifadə olunur. Bütün bu tip işlərin həyata keçirilməsi, turizmin bir qeyri-neft sektoru sahəsi kimi inkişafını daha da sürətləndirir.

Avropa regionunda turizmin qeyri-neft sektoru kimi təhlili

Turizm dövrümüzün vacib hadisələrindən biri sayılır. Turizm sahəsinə dinamik inkişaf xüsusiyyəti xasdır. Elm və texnikanın inkişafı özünü turizm sektorunda da biruzə verir. Texnologiya yeniliklərdən daha sürətli istifadə edən ölkələr turizm sahəsini daha dinamik inkişaf etdirmək potensialına sahib olurlar.

Son dövrlərdə dünyada turist səyahətlərinin artımı 4.6% artmış, bu sahədən gələn gəlir isə 12% artmışdır. Demək ki, beynəlxalq xidmət sahəsinin bir qolu olan turizm sahəsinin artım tempi sürətlidir.

Avropa regionu turizm sahəsi üzrə ən inkişaf etmiş hissələrdən biridir. Dünya turizm bazarının ələ təxminən 60%-i bu regionun payına düşür.⁵ Bu inkişafda Avropanın Qərbi və Cənub bölgələri xüsusilə fərqlənən hissələrdəndir. Avropaya başqa ölkələrdən gələn turistlərin çoxu məhz bu istiqamətlərə yönəlir. Ərazinin çox da böyük olmamasına baxmayaraq, burada inkişaf etmiş ölkələrin sayı çoxdur. Bu ölkələr öz milli-mədəni və etik inkişaflarına görə bir-biri ilə rəqabətə girirlər. Tarixi-mədəni abidələrə, əyləncə mərkəzlərinə, coğrafi xüsusiyyətlərinə və bir sıra digər xüsusiyyətlərə görə Avropa regionunun ölkələri digər əraziləri inkişafına görə qabaqlayır.

Bugün Avropada siyasi sabitlik öz sakit tempində davam edir. Məhz bu səbəb də turizmin inkişafına təkan verir.

Avropada turist axınlarının Şimaldan Cənuba- yəni, Aralıq dənizi sahillətinə tərəf olması təsadüfi deyildir. İsti dəniz sahilləri, narın qumlu çimərliklər, təmiz hava və digər cazibədar məkanlar turistlər üçün prioritet hesab olunur.

⁵ "Turizmin əsasları" kitabından

Turizm sahəsinin Avropa regionunda inkişaf etməsinin digər səbəbi isə qədim hesab olunmasıdır. 2-ci dünya müharibəsindən əvvəl yaradılmış turizm sektoru o gündən bugünə durmadan inkişaf edir.

Fransa regionda turistlərin sayına görə fərqlənən ölkələrdən sayılır. Fransa ölkəsi nəinki Avropa regionunda, hətta dünyada fərqlənən ölkələrdən sayılır. Fransa hökuməti Akvitanıya adlanan yerdə kənd məskənlərinin və turizmin inkişafı üçün plan hazılamışdır. Bu plana, əsasən, Fransanın sahil bölgəsi 16 hissəyə bölünmüşdür. Bu bölgünün 9-unda turizm sektorunun inkişafı üçün müxtəlif çimərliklərin, istirahət guşələrinin, turizm infrastrukturlarının salınması nəzərdə tutulmuşdur. Qalan 7 sektorun təbii-cografi şəraiti qorunub saxlanmış, qeyri-neft sektorunun digər bir qolu olan kənd təsərrüfatının inkişafı üçün bir sıra işlərin görülməsi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Fransa özünün kurort məkanları ilə seçilən yerlərdəndir. Cazibədar yaxta klubuna malik olan La-Qrand-Mot turistlərin tez-tez gəldiyi məkanlardan sayılır. Şəhərlərdən isə Meze və Marsel şəhərləri və təbii ki, paytaxt şəhəri olan Paris məşhurdur.

Fransada turizmin dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin əsas məqsədi bölgələrin iqtisadi inkişafına nail olmaqdır. Yay mövsümlərində istirahətin uzadılması üçün müxtəlif tədbirlər də düşünülür.

İspaniya xaricdən gələn turistlərin sayına görə Fransadan sonra ikinci yerdə dayanır. İspaniya ölkəsi turizmin qeyri-neft sektorunun dinamik inkişaf edən sahəsi olduğunun fərqlində idi. Elə buna görə də hökumət bu sektora xarici sərmayələrin cəlb edilməsi məqsədi ilə “Açıq Qapı” siyasətini həyata keçirməyə başladı. Müxtəlif turizm infrastrukturlarının tikilməsi üçün xüsusi kreditlər ayrılmağa başlanmışdı.

Ümumiyyətlə turizm sektoru İspaniya iqtisadiyyatında çox böyük rola sahibdir. Bu sektor sayəsində İspaniyada 60-cı illərdə təxminən 500 min nəfərlik, 70-80-ci illərdə isə 1 milyon nəfərlik iş yeri açılmış, bu da işsizlik səviyyəsini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salmışdır. Turizm ölkəyə böyük miqdarda valyuta axınına səbəb olmuşdur.

Lakin, bunu da qeyd etmək lazımdır ki, turizmin nəzarətsiz şəkildə artımı bölgənin

təbii-coğrafi şəraitinə ziyan vura bilər. Belə ki, Aralıq dənizi sahillərinə turistlərin həddindən çox axını ölkədəki demoqrafik və təbii şəraitin pisləşməsinə səbəb olmuşdur. İspaniyada xaricə səyahət sahəsi isə nisbətən zəif inkişaf etmişdir.

İtaliyanın adı turizm sahəsində xüsusilə qeyd olunmalıdır. Turizm burada 100 illik tarixə malikdir. Qədim dövrlərdən etibarən Aralıq dənizinə gələn turistlərin çoxu İtaliyanın payına düşürdü. İtaliya, həmçinin, nəinki yerli, o cümlədən xarici turistləri cəlb etmək üçün kifayət qədər yetərli olan əsrarəngiz təbiətə malikdir. Xarici qonaqların, demək olar ki, yarısı buranın tarixi-mədəni dəyərləri ilə tanış olmaq üçün səyahət edirlər. Turizm İtaliyanın ən çox şimalında cəmlənmişdir. Xarici turist axınına görə fərqlənən şəhər isə Venet sayılır.

Avropa regionunda öz turizm inkişafına görə fərqlənən digər bir ölkə isə **Böyük Britaniya** sayılır. Burada kapitalizm cəmiyyətinin olması turizmin inkişafına iqtisadi, ictimai və siyasi cəhətdən şərait yaratmışdır. Böyük Britaniya 4 hissədən ibarətdir: İngiltərə, Uels, Şotlandiya və Şimali İrlandiya. Hər bir hissənin isə özünəməxsus təbiəti vardır.

Şotlandiya digər hissələrdən öz iqlimi ilə fərqlənən ərazidir. Skandinaviya ölkələrinin iqlimi ilə oxşar iqlimə sahibdir. Burada çoxlu turizm mərkəzləri vardır ki, Qlazqo, Edinburq bunlara misal olaraq göstərilə bilər. Ərazisinin böyük bir hissəsinin dağlardan ibarət olması onu İsveçrə təbiətinə bənzədir. İrlandiya bölgəsi də turizm axınından külli miqdarda vəsait götürə bilən ərazilərdəndir. Britaniyalılar eyni zamanda səyahət etməyə də üstünlük verən millətdir. Burada yaşayan əhali məzuniyyət zamanlarında İtaliya, Fransa, Türkiyə və Yunanıstan kimi ölkələrə baş çəkirlər.

Şimali və Cənubi Amerika Regionunda turizm

Amerika regionu turizmin inkişaf səviyyəsinə görə Avropadan geri qalır. Burada turizmin, demək olar ki, 75%-i ABŞ, Meksika və Kanadanın, yəni Şimali Amerika subregionunun payına düşür. Burada turizm sektoru üzrə digər iki ölkəni də qabaqlayan ABŞ-dır. ABŞ xarici turistlərin sayına görə dünyada Fransa və İspaniyadan sonra

üçüncü, turizmdən əldə olunan gəlirə görə isə dünya reyting cədvəlinə görə liderdir. Amerika regionunda turist axınına görə fərqlənən ərazi Karib dənizi sahilləri sayılır. Karib dənizi bölgəsi əsrarəngiz təbii iqlim şəraiti və həmçinin əhəmiyyətli turizm bazarlarına yaxınlığına görə dünyada bu sektor üzrə ixtisaslaşmış region hesab olunur. Bu regionda turizm üzrə məşhur olan ölkələrə Puerto-Rikonu, Dominikan Respublikasını, Çilini, Baham adalarını, Çilini misal göstərmək olar. Bu region okeanda gəmilərdə olan kruizlər hesabına böyük miqdarda gəlir əldə edir. Mavi dəniz sahilləri, gözəl təbiət, əlverişli iqlim şəraiti və yüksək xidmət böyük miqdarda turizm axınına səbəb olmuşdur. Kanada ölkəsi də dünyada böyük turizm mərkəzlərindən hesab olunur.

Amerika qitəsinin digər hissəsi isə Cənubi Amerikadır. Bu bölgəyə ildə 14-15 milyon turist gəlir. Turizmin inkişafına görə bir qədər fərqlənən ölkələr isə Braziliya, Argentina, Uruqvay və Çilidir. Bu region digərlərindən öz ekzotik təbiəti ilə seçilir. Lakin, təəssüf ki, bu regiondakı ölkələr əsas turist marşrutlarından kənarda qalır. Həmçinin hava nəqliyyatının da nisbətən baha olması turizmin inkişafını ləngidən amillərdən sayılır.

Hal-hazırda turizm sektoru ABŞ-da ən çox gəlir gətirən sahələrdən sayılır. Hər il ABŞ-da xarici turistlər 80 mlrd \$ məbləğində pul xərcləyirlər.

Turistlər üçün avtomobil, avtobus, təyyarə kirayəsi ilə məşğul olan şirkətlərin sayı getdikcə artır. Bu da turizmin inkişafına müsbət təsir göstərən amillərdən biridir. Belə şirkətlərin sayı ilə ABŞ qonşularını qabaqlayır.

Milli parklar, Dağ meşə zonaları, dağ kurort zonaları öz ecazkarlığı ilə turistləri valeh edir. Bu istirahət guşələrinin salınması və yenilənməsi üçün dövlət külli miqdarda vəsait sərf edir. Son illərdə burada əyləncə parklarının da tikilməsi maksimum həddə çatmışdır. Hər il belə parkları, təxminən 300 milyon nəfər ziyarət edir. Hazırda bu parkların sayı 600-ü ötmüşdür. Həmçinin, burada külli miqdarda at sürmək üçün də park salınmışdır. “Amerika turizm agentlikləri cəmiyyəti” adlanan qeyri hökumət təşkilatının mövcudluğu turizmin inkişafına əvəzsiz töhfəsini vermişdir. Bu təşkilatda

müxtəlif turizm agentlikləri birləşərək turizmə aid bir çox tədqiqatlar aparır, müxtəlif problemlərə aid kitablar, jurnallar nəşr edirlər.

Amerika son onillik ərzində külli miqdarda sərmayə qoyaraq zəruri turizm infrastrukturuları, ictimai iaşələr yaratmışdır. Nəhayət, 20-ci əsrin 80-ci illərindən etibarən müştərilərə xidmətlər paketlər şəklində təklif olunmağa başladı. Bu zaman bir müştəri bir və ya bir neçə turizm xidmətindən eyni zamanda istifadə edə bilərdi.

Amerikada turistləri cəlb edən üsullardan biri də “pokec xidmətləri”⁶ adlanan təklifdir. Bu xidmətdən mərkəzdə yerləşən “Ritz –Karlton” otelinə tutmuş Brodveydəki “Milford-Plaza” oteli əhalinin istirahət günlərində istifadə edir. “Pokec xidmətlər” paketinə oteldəki otaq nömrəsi və bir sıra xidmətlər daxildir. Bu xidmət paketinin də özünəməxsus üstünlükləri mövcuddur ki, onlar da aşağıdakılardan ibarətdir:

- 1) Xidmətlər paket şəklində təqdim olundunda nisbətən daha ucuz başa gəlir, lakin bu həmişə belə deyildir. Bəzən keyfiyyət cəhətdən müəyyən fərqliliklər olur;
- 2) Bəzən müştərilərin ürəyindən elə xidmətlər keçir ki, onların ayrı-ayrılıqda təqdim olunması müştərilər üçün əlverişli sayılmaz;
- 3) Xidmətlərin paket şəklində təqdim olunması müştəriləri bir çox xidmətləri düşünmək əziyyətindən azad edir və s.

“Pokec xidmətlər” paketində müştərilər üçün yataqda səhər yeməyi, bahalı əyləncələr və s. daxildir.

Dünya turizm bazarına diqqət yetirsək, burada Avstraliya və Yeni Zenlandiyanın vəziyyəti elə də urəkaçıcı deyildir. Lakin, bir turistin səyahət etməsi üçün xərclədiyi vəsaitin miqdarına görə bu iki yer ön sıralardadır.

ABŞ-in dünya turizm bazarında ön sırada olması Azərbaycan-ABŞ əlaqələrinin dərinləşməsinə daha da zəruri edir.

Afrika regionunda turizmin təhlili

⁶ Eyni qiymətə müxtəlif xidmətlər daxildir.

Afrika regionunda qeyri-neft sektorunun digər sahələri kimi turizmin də inkişafı zəifdir. Afrikanın 700 milyon əhalisinin olmasına baxmayaraq, burada turistlərin sayı 20 milyondan çox deyildir. Afrika ölkələrində iqtisadi cəhətdən zəiflik hökm sürdüyünə görə turizm infrastrukturları demək olar ki, yox səviyyəsindədir.

Afrika regionunda turizmin inkişafı bölgə üzrə qeyri-bərabər paylanmışdır. Gəlirin 90%-dan çoxu Şimali, Cənubi və Şərqi Afrikanın payına düşür. Burada çox az sayda ölkə müasir standartlara uyğun turizm infrastrukturunu yaratmışlar. Bu ölkələrə misal olaraq, CAR, Tunis, Mərakeş, Bostvananı göstərmək olar.

Afrika ölkələrində turizmin inkişafından danışan zaman ilk ağıla gələn ölkə Misirdir. Misir dünyada heyratımız, qədim məbədləri və sərdabələri ilə məşhurdur. Misirin prezidenti olan Hüsni Mübarək qədim abidələrin yeniləşməsinə, daha da gözəlləşməsinə böyük miqdarda vəsait sərf etmişdir. Misirdə turizm haqqında internetdə də çoxlu sayda məlumat mövcuddur. Misir bir qeyri-neft sektoru olan turizmdən külli miqdarda gəlir əldə edən ölkələrdən sayılır. Misirdə olan qədim gözəlliklər haqqında bir çox layihələr, planlar hazırlanır. Bunlardan biri də Misir ehramları yaxınlığında qədim fironlardan müasir prezidentlərə qədər olan bütün mədəniyyəti özündə yansıtan abidələrin yaradılmasıdır. Bu da turizmin dinamik inkişafına təkan verəcəkdir.

Ölkədə turizmin inkişafının qarşısını kəsən amillərdən biri də müxtəlif münaqişələr və terror aktları hesab olunur. Misirdə də bir sıra terror aktlarının baş verməsi ölkəyə gələn turist sayının azalmasına səbəb olur. Buna misal olaraq, Giza ehramları yanında olan terror aktını göstərmək olar. Bu terror aktı onlarla turistin həyatını itirməyinə səbəb olmuşdur.

Turizmin inkişafına görə fərqlənən digər ölkələrdən biri də CAR-dır. Hətta, buradakı zəngin qızıl yataqları tükəndikdən sonra ölkənin inkişafını təmin edə biləcək potensial sahə, məhz turizm sayılır. Bu ölkədə turizm haqqında inkişaf proqramı da qəbul olunmuşdur. CAR-a əsas turizm axını Böyük Britaniya, İsveçrə, İtaliya, Almaniya kimi inkişaf etmiş Avropa ölkələrindəndir. Ekzotik gözəlliyə mənsub olan CARda

turizmin inkişafı dinamik şəkildə davam edir. Müxtəlif, anoluqu olmayan quşların və zəngin baobab ağaclarının olması turistlərin daima diqqətini cəlb edir.

Afrika regionunda beynəlxalq turizmin mərkəzlərindən biri də Tunis sayılır. Bu ölkədə əsas gəlir mənbəyi turizm sayılır. Saxara səhrası, mərcan qayalıqları, oazislər, Cərbə və Suss çimərlikləri turistləri cəlb edən yerlərdəndir. Afrikada otellərin sayına görə də fərqlənən yer Tunis sayılır. Burada 600-dən çox beynəlxalq standartlara cavab verən otellər mövcuddur. Bu ölkənin Aralıq dənizi sahilində yerləşməsi ona əlavə perspektivlər qazandırır. Tunis üçün əsas turizm bazarları Fransa, Almaniya və Böyük Britaniya sayılır. Yəni, əsas turizm axınları bu ölkələrdəndir.

Asiya-Sakit okean regionunda turizmin təhlili

Bu regiondakı ölkələrin əvvəllər müstəmləkə və yarımmüstəmləkə olması onları uzun müddət iqtisadi və sosial inkişafdan məhrum etmişdir. Lakin, sonralar burada iqtisadiyyatın sürətli inkişafı onun ayrı-ayrı sahələrinin, o cümlədən turizmin də inkişafına səbəb oldu. Bu inkişafda xüsusi rolu olan ölkələr Çin və Yaponiya sayılır. Çində özəl sektorun yaxşı idarə olunması da buna təsir edən amillərdəndir.

Bu regionda turist axının çox olduğu ən böyük ölkə Çindir. Bu ölkədə turizmin inkişafına səbəb olan əsas amillər xarici kapitalların cəlbi və yüksək səviyyəli otellərin tikilməsidir. Keçən əsrin 80-ci illərdə burada “Açıq Qapı” siyasətinin həyata keçirilməsi onun Qərb ölkələri ilə əlaqələrini genişləndirdi. Çində müasir iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi iqtisadi sahələrin, o cümlədən turizmin irəliləməsinə səbəb oldu.

Çoxlu sayda xırda adalardan ibarət olan Yaponiyanın əhalisi 129 milyondan çoxdur. Yaponlar səyahət üçün uzaq məsafələrə getməyi xoşlamayan əhalidir. Qədim zamanlarda səyahətə gedənlərin sayı əhalisinin sayına nisbətən olduqca az idi, lakin sonralar bu sayda olduqca böyük irəliləyiş baş verdi. Yapon əhalisi səyahət üçün, əsasən, Sinqapur, Tailand, Malayziya, Cənubi Koreya, o cümlədən Çinin Honkonq əyalətinə üz tuturlar. Yaponiya sakinləri üçün digər məkan Avropa hesab olunur. Böyük Britaniya, İtaliya, Almaniya bu ölkələrdəndir.

20-ci əsrdə Yaponiya 21-ci əsr üçün nəzərdə tutulan turizmin inkişaf planını həyata keçirməyə başladı. Bu planda turizmin dinamik inkişafı üçün müasir standartlara cavab verən müxtəlif otellərin, turizm infrastrukturlarının tikilməsi, daxili turizmin inkişafının təmin edilməsi, xarici səfərlərin təşkilinin stimullaşdırılması, turizmin idarəçiliyində yeni strukturun yaradılması nəzərdə tutulmuşdu. Yaponiya, həmçinin bir çox müştərək turizm layihələrində də iştirak edir, turizm obyektlərinin tikilməsinə sərmayə sərf edir. Onun müştərək müqavilələrdə iştirak etdiyi ölkələrə İndoneziya, Malayziya, Tailandı misal göstərmək olar.

Avstraliyada turizmin təhlili

Avstraliya dünyanın ən kiçik qitəsidir. Bu qitə xeyli miqdarda turist yola salan və qəbul edən ölkə kimi tanınır. Dünyanın 50 milyon ildən çox toxunulmaz qalan sahələri, narın qumlu çimərlikləri, tropik meşələri turistləri cəlb edən yerlərdir. Müxtəlif hündürlükdə olan göydələnlər, opera və dram teatrları, muzeylər, qalereyalar, idman və əylənlə mərkəzləri əsl gözəllik nümunələridir. Körfəzin ortasında qeyri-adi formada tikilən opera teatrının binası daha çox diqqət cəlb edənlərdən sayılır. Avstraliya əhalisi də Yaponlar kimi öz istirahətlərini, əsasən öz vətənlərində keçirməyi daha çox üstün tuturlar.

2.3 Azərbaycanca Turizmin inkişaf dinamikası, regional yerləşmə xüsusiyyətləri

Bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında da turizm ən gəlirli və ən perspektivli sahələrdən hesab olunur. Neft, maşınqayırma və tibbdən sonra turizm potensial yerə malikdir.

Bildiyimiz kimi, dövlətimiz neft sektoru ilə dünyada tanınır. Lakin, bu dövlətin inkişafı üçün kifayət deyil. Qeyri-neft sektorunun da inkişaf etdirilməsi zəruridir.

Ölkəmizdə aparılan islahatların hamsı buna istiqamətlənmişdir. Azərbaycanın uzun müddət əsarət altında qalması onun inkişafına bəzi əngəllər törətmişdir. Lakin, müstəqillik əldə etdikdən sonra hazırlanan layihələr, planlar sayəsində, nəinki neft sahələri, o cümlədən qeyri-neft sektoruna daxil olan bir sıra sahələr dinamik şəkildə inkişaf etmişdir.

Ölkəmizin dünyaca məşhur turizm dövlətinə çevrilməsi üçün potensial imkanları mövcuddur. 1998-ci ildə sentyabrın 7-8-də TRASEKA layihəsi çərçivəsində İpək yolunun bərpasını həyata keçirmək üçün beynəlxalq konfrans keçirildi. Burada 32 dövlət və 13 beynəlxalq təşkilatın rəsmi nümayəndələri iştirak etmişdi. Bu zaman Avrasiya dəhlizi üzərində yerləşən ölkələrdə iqtisadiyyatın inkişafına nail olmaq, ölkələrin təbii resurslarından tam və səmərəli şəkildə istifadə etmək, ticarəti və turizmi inkişaf etdirmək üçün saziş imzalandı. Bu və bunun kimi digər layihələr turizmin inkişafına təkan verdi.

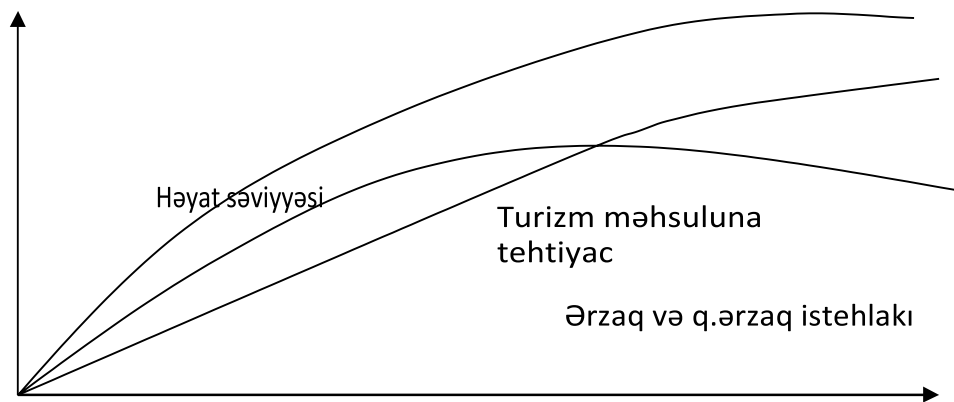
Azərbaycanın qədim və zəngin tarixə malik olması, 11 iqlim qurşağına yerləşməsi, Xəzər dənizi sahillərində yerləşməsi, tarixi-etnoqrafik abidələrlə zəngin olması turizmin inkişaf etdirilməsi üçün kifayət edən səbəblərdir. Ölkəmizdə mineral suların, müaliəvi neft və palçıqın olması, Xəzər dənizi sahillərində narin qumlu çimərliklərin mövcud olması da turistləri cəlb edən amillərdən sayılır.

Azərbaycanda turizmin inkişaf dinamikası onun resurslarının miqdarından, onların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilmə dərəcəsindən, həmçinin sosial-demoqrafik xüsusiyyətlərindən asılıdır. Turizmin inkişafı başda coğtafi şəraitlə başlasa da, onun davamlı inkişafı digər iqtisadi sahələrin inkişafından və integrasiya dərəcəsindən asılıdır.

Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı onun əhalisinin sayından, xüsusən turizmlə məşğul olan kütlədən, resurslardan, infrastruktur üçün zəruri olan maliyyə resurslarından asılıdır. Lakin, bunların hamısı düzgün şəkildə qiymətləndirilməlidir. Məhz buna görə, turizm sahəsində hər hansı bir islahat qəbul olunarkən dünya

təcrübəsindən və resurslarından istifadə olunur.

Turizmin inkişaf metodikası konstruktiv göstəricilər ilə izah olunmalıdır. Yəni, turizmdə təhlil aparmaq üçün əhalinin davranış meyillərinin dəyişmə dinamikası da öyrənilməlidir. Cari vəziyyətdə əhalinin gəlirləri artırsa, o ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarında olan inkişafın daha da yüksək olmasını arzulayacaq. Bütün bunları qrafiklə də əyani şəkildə göstərmək mümkündür. Bu qrafik gəlirlər, ölkəmizdə mövcud olan həyat səviyyəsi və əhalinin gəliri və həyat səviyyəsinə uyğun olan ərzaq, qeyri-ərzaq, turizm məhsullarına olan təlabatı əks etdirir. İqtisadi təhlilə əsasən, Azərbaycanda 40% əhali adam başına düşən gəlirin səviyyəsinə görə yoxsulluq dərəcəsidir. Elə buna görə də bu qrup əhalinin turizmdən istifadə dərəcini təhlil etmək məntiqli hesab olunmur. İndi isə qrafikə nəzər yetirək:



Mənbə: “Azərbaycanda turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu”adlı dissertasiyadan

Ölkə turizminin inkişaf sürəti, həmçinin çoxlu sayda turizm mərkəzlərinin və infrastrukturlarının olmasından asılıdır. Bu obyektlərin tikilməsi üçün həm kifayət qədər daxili maliyyə vəsaitləri, həm də xarici investisiyalar gərəklidir. Azərbaycan Respublikası bu sahəyə xüsusi diqqət ayırır. Belə ki, “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitlərinin istifadə Qaydaları”nda müxtəlif turizm mərkəzlərinin tikintisinin maliyyələşməsi üçün güzəştli kreditlərin verilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Fondun maliyyə vəsaiti hesabına regionlarda turizm

infrastrukturalarının inşası üçün banklardan kreditlər ayrılmışdır. Ölkədə turizm inşafına nail olmaq üçün vacib şərtlərdən biri də insan resurslarından daha düzgün, məqsədyönlü şəkildə istifadə etməkdir. Bu istiqamətdə irəliləmək üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” çərçivəsində turizmin hüquqi bazasının daha da təkmilləşdirilməsi, daxili turizmin inkişafı, infrastrukturaların tikilməsi, müxtəlif marketing planlarının həyata keçirilməsi üçün bir sıra işlər görülmüşdür.

Azərbaycan Respublikasının turizminin dünya səviyyəsinə cavab verməsinin səbəblərindən biri onun Ümumdünya Turizm Təşkilatına üzv olmasıdır. 130 ölkənin üzv olduğu bu təşkilatda olmaq Azərbaycana digər ölkələrin də təcrübəsindən istifadə etmək imkanı yaratmışdır.

140-dan çox turizm şirkətinin mövcud olduğu Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün kifayət qədər əlverişli şərait mövcuddur. Güman olunur ki, yaxın gələcəkdə Azərbaycan turizm üzrə inkişaf etmiş ölkələr sırasında öz layiqli yerinə sahib olacaqdır.

Azərbaycanda turizmin regional yerləşmə xüsusiyyətləri

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün lazım olan potensial resurslar kifayət qədərdir. Respublikamızda qeyri-neft sektoru sahələrindən olan turizm inkişaf etmişdir və ölkəmizin gəlirində əsaslı yer tutur. Lakin digər ölkələrdən Azərbaycana gələn turistlərin sayı olduqca azdır. Bu sahədə müxtəlif islahatlar və tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Məsələn, ölkəmizdə dünya standartlarına cavab verən otellərin sayı günü-gündən artmaqdadır.

Regionlarda turizmin inkişaf etdirilməsi prioritet məsələlərdən sayılır. Azərbaycan Respublikasında özünəməxsus inkişaf xüsusiyyətlərinə görə, coğrafi şəraitlərinə görə, resurslarının müxtəlifliyinə görə, perspektivlərinə görə səkkiz turizm regionu mövcuddur ki, onlar da aşağıdakılardır:

- 1) Abşeron-Bakı turizm regionu;

- 2) Quba-Xaçmaz turizm regionu;
- 3) Dağlıq Şirvan turizm regionu;
- 4) Gəncə-Qazax turizm regionu;
- 5) Lənkəran-Astara regionu;
- 6) Naxçıvan turizm regionu;
- 7) Şəki-Zaqatala turizm regionu;
- 8) Qarabağ turizm regionu.

Bu turizm regionları arasında ən çox inkişaf edəni Bakı-Abşeron turizm regionu sayılır. Xəzər dənizi sahilində, əlverişli coğrafi şəraitdə yerləşən bu iqtisadi rayonda bir çox idman və əyləncə mərkəzləri, o cümlədən sağlamlıq mərkəzləri, turizm təşkilatları fəaliyyət göstərir. Bilgəh, Nardaran, Pirşağı, Buzovna, Novxanı kimi narın qumlu çimərliklərə sahib olan ərazilərin hamısı turizm baxımından əhəmiyyətli sayılan yerlərdir. Bakı şəhərində dünyaca məşhur olan çoxlu sayda otellər şəbəkəsi mövcuddur ki, onlara misal olaraq, “Radisson SAS Plaza Hotel”, “Park Hyatt Hotel”, “Excelsior Hotel” şəbəkələri və s. göstərmək olar. Bundan başqa, İçəri Şəhərin tarixi memarlıq abidələri də diqqəti cəlb edən məqamlardan hesab olunur. Buradakı abidələr öz qədimliyin saxlayaraq yenidən bərpa olunmuşdur. Buxara və Multani kimi adlanan karvansaralar turistlərin daha çox ziyarət etdiyi yerlərdəndir. Abşeron-Bakı turizm regionu öz qoruqları ilə də məşhurdur. Belə ki, bu regionda “Qobustan Dövlət Qoruğu”, “Altağac Milli Parkı” və “Cənnət Bağı” istirahət zonası yerləşir. Müasir idman kompleksləri də öz növbəsində turizmin inkişafına təkan verirlər.

Quba-Xaçmaz Turizm Regionu

Bu regionun Abşeron-Bakı turizm regionuna yaxın yerləşməsi onun turizminin inkişafına müsbət təsir göstərmişdir. Gözəl iqlim şəraiti, çimərlikləri, dağ havası turistlərin bu əraziyə tez-tez gəlməsinin səbəblərindən sayılır. “Cənnət Bağı” istirahət zonası, Nabran və Yalamanın qumlu çimərlikləri, Afurca Şəlaləsi, Təngəaltı dərəsi, “Quba” istirahət məkanı təbiətsevər turistlər üçün əsrarəngiz yerlər sayılır. “Palma”,

“Malibu”, “Qreen-Vill”, “Atlant” istirahət məkanları məşhurdur. Bu region Böyük Qafqazın yüksək dağlıq regionun da yerləşiyinə görə, Böyük Qafqazın Şahdağ, Tufandağ, Bazardüzü kimi yüksək dağlıq əraziləri də məhz, bu regiona düşür. Burada, Həmçinin Qalaaltı sanatoriyası da yerləşir. Quba-Xaçmaz turizm regionuna gələn turistlərin sayı ildən-ilə artmaqdadır. Bu ərazidə yerləşən turizm resursları həm zəngindir, həm də perspektivlidir. Müxtəlif xidmət obyektləri də fəaliyyət göstərməkdədir.

Dağlıq-Şirvan turizm regionu

Böyük Qafqazın cənub-şərqində yerləşən bu məkan çox gözəl və əsrarəngiz təbiətə malikdir. Regionun Bakıya az məsafədə yerləşməsi daxili turizmin inkişafına səbəb olmuşdur. Bu region, əsasən idman və istirahət turizmi üzrə ixtisaslaşmışdır. Pirqulu və Şirvan Dövlət Qoruqları bu regionda yerləşir. Şamaxıda Məşhur Cümə Məscidi, Astrofizika Rəsədxanası, Gülistan Qalası, Buğurd Qalası, səkkizbucaqlı Şaxəndan, İsmayılıda qədim qalalar, Lahıc Dövlət Tarixi Qoruğu turistlərin ən çox gəldiyi məkanlardan hesab olunur.

Gəncə-Qazax turizm regionu

Bu turizm regionu Azərbaycan Respublikasının qərb hissəsində yerləşir və çox əlverişli iqlim şəraitinə malikdir. Region, əsasən, istirahət və müalicə turizmi üzrə ixtisaslaşmışdır. Dağ-meşə iqlim şəraitinə mənsub olan Gəncə-Qazax regionu mineral sularla zəngindir. İmamzadə tikililər kompleksi, Cümə məscidi, Məşhur Nizami Gəncəvinin məqbərəsi və s. tarixi yerlərin olması turizmin inkişafını təmin etmişdir. Azərbaycanda məşhur olan, dəniz səviyyəsindən 1556 metr yüksəklikdə yerləşən Göygöl, məhz burada yerləşir. Onun ətrafında olan Göygöl və Hacıkənd istirahət zonaları turistlərin tez-tez gəldiyi məkanlardan sayılır. Həmçinin, bu ərazidə Göygöl Dövlət Qoruğu salınmışdır. Dünyaca məşhur olan “Naftalan” kurortu müalicə baxımından olduqca əhəmiyyətli sayılır. Gəncə-Qazax turizm regionu qədim insanların yaşadığı ərazilərdəndir. Bu baxımdan “Aveyadağ” mağaraları turistlər üçün maraq

doğuran yerlərdən hesab olunur. Müxtəlif müasir otellər kompleksi də buraya gələn turistlərin sayını artıran səbəblərdəndir.

Lənkəran-Astara turizm regionu

Bakı-Astara turist marşrutunun üzərində yerləşən Lənkəran-Astara turizm regionu şərq tərəfdən Xəzər dənizi ilə əhatə olunmuşdur. İqlimi olduqca əlverişlidir, belə ki, subtropik iqlim qurşağında yerləşir. Bu region İran İslam Respublikası ilə həmsərdəd olduğuna görə iki dövlət arasındakı əlaqələrin genişlənməsində böyük paya sahib olmuşdur. Bir çox istirahət mərkəzləri və turizm obyektlərinə sahibdir ki, onlar da aşağıdakılardır:

- 1) “Qafqaz”, “Qala”, “Sərhəd” otelləri
- 2) “Xanbulan” istirahət mərkəzi və “Hirkan moteli”
- 3) Astarada “Min bir gecə” istirahət ocağı
- 4) “İstisu” sanatoriyası və s.

Bu istirahət zonalarının hər biri hər il turistlə zəngin olur. Hirkan Dövlət Qoruğu və Qızılagac Milli Parkı da bu regionda yerləşir. Zəngin flora və faunaya malik olan bu regionda da turistlərin sayı gündən-günə artır. Subtropik iqlimə malik olması onu da fərqli edir, burada Azərbaycanın digər regionlarında olmayan fərqli meyvə və tərəvəzlərə rast gəlmək mümkündür. Son illərdə Lerikdə dağ turizminin də inkişaf etməsi turistlərin sayında böyük artıma səbəb olmuşdur. Lənkəranda müxtəlif kurort-istirahət zonaları da fəaliyyət göstərməkdədir.

Naxçıvan turizm regionu

Azərbaycan Respublikasında xidmət sahəsi ilə fərqlənən region, məhz Naxçıvan turizm regionu sayılır. Region öz müalicəvi zonaları ilə də fərqlənir. “Duzdağ” və “Darıdağ” müalicəvi-kurort əraziləri turist sayı ilə fərqlənən yerlərdir. Naxçıvan Muxtar Respublikasında beynəlxalq əhəmiyyətli hava limanı fəaliyyət göstərir. Əshabi-Kəhf adlanan ziyarətəgahına isə dünyanın bir çox yerlərindən müsəlman turistlər gəlirlər.

Şəki-Zaqatala turizm regionu

Böyük Qafqazda yerləşən bu region Bakı-Balakən turist marşrutunun üzərində yerləşir. Dağlıq və dağətəyi landşafta yerləşən bu ərazi dağ şlaləri ilə zəngindir. “Gələsən-görəsən” qalası, İsfahan, Təbriz karvansaraları, Kiş məbədi burada yerləşir. İlisu və Şəfa adlanan pansionatlar turistlərlə zəngin bölgələrdən sayılır.

Qarabağ turizm regionu

Bu turizm regionu hal hazırda ermənilər tərəfindən işğal altında olduğuna görə iflic vəziyyətindədir. Lakin, zəngin turizm resurslarına malik olduğuna görə olduqca perspektivli sahə hesab olunur.

2.4 Azərbaycanı turizm potensialı və onun qiymətləndirilməsi

Bildiyimiz kimi, Azərbaycan Respublikası turizm potensialı ilə olduqca zəngindir. Lakin, təəssüflər olsun ki, ölkəmizdə xidmət sahəsi dünya standartlarına tam da olaraq uyğun şəkildə deyil. Məhz bu səbəbdən, buraya gələn turistlər istirahətdən daha çox, ölkəmizin tarixi mədəniyyəti ilə, folkloru ilə, musiqisi ilə, incəsənəti ilə və əsrarəngiz gözəlliyə sahib olan təbiəti ilə tanış olmağa gəlirlər.

Ölkəmizdə hər mövsümə uyğun olan istirahət zonaları fəaliyyət göstərir. Əgər siz yayda istirahət etmək istəyirsinizsə, Xəzər dənizi sahilı regionlarına baş çəkməlisiniz. Abşeron və Lənkəran zonası, həmçinin Xudat-Yalama ərazisi bu baxımdan əlverişlidir. Bu ərazilərdə yay aylarında suyun istiliyi 23-26 dərəcə təşkil etdiyinə görə istirahət baxımından sərfəlidir. Əgər siz istirahətinizi qış aylarında etmək istəyirsinizsə, Böyük Qafqaz regionunda yerləşən rayonlarımız sizin xidmətinizdə olar. Qusar və Şamaxı bölgələri dağlıq əraziyə sahib olduğuna görə qış turizmi üçün əlverişli hesab olunur. Əgər siz heyvanlar və təbiət, yəni flora və fauna vurğunu isəniz gözəl qoruqlarımız diqqətinizi cəlb edə bilər. Sizin əgər lisenziyanız varsa, ovçuluqla da məşğul ola

bilərsiz. Bir çox xəstəliklər müalicəsi sayılan Naftalan neftinin dünyada anoluğu mövcud deyildir. Respublikamız həmçinin balneoloji ehtiyatlarla da zəngin bir ərazidir.

Ölkəmizdə turizm resursları zəngin olduğuna görə hər il yeni-yeni turizm istirahət mərkəzləri açılır. Bu da öz növbəsində turizm axınını gücləndirir. Bu turizm mərkəzlərinin açılmasını həyata keçirərkən, regionların sosial-iqtisadi inkişafına xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Ayrı-ayrı regionlarda da müxtəlif turizm infrastrukturunun açılması vacib məsələlərdən sayılır.

Hər bir iqtisadi regionun özünəməxsus relyefi, coğrafi şəariti və onlara uyğun olaraq turizm resursları mövcuddur. Bayaq da qeyd etdiyim kimi, turizm regionları arasında fərqlənən yer Abşeron turizm regionu hesab olunur. ən çox bu ərazidən istifadə olunmasına baxmayaraq, regionun turizm ehtiyatları tükənməmişdir. Belə ki, bu regionda su altında kruiz turizminin inkişaf etdirilməsi perspektivi mövcuddur. Qədim qobustan qaya təsvirləri uzun müddətdir turistlərin maraqla gəldiyi məkanlardandır. Ölkəmizdə mövcud olan palçıq vulkanları, nəinki xarici turistlərə, elə yerli turistlərimizə də tam olaraq tanış deyildir.

Dağ turizminə görə Şəki, Zaqatala və o cümlədən, Qax rayonu əlverişlidir. Təmiz hava almaq istəyən turistlərimiz Qusar-Siyəzən regionuna baş çəkə bilər. Suvar adlanan dağ turizm bazası (Laza kəndi) turizmin inkişafında böyük rol sahibdir. Qubada Qəreş də potensiallı bölgələrdən hesab olunur. Əgər lazımınca vəsait yatırılırsa, bu bölgədə turist axınında böyük irəliləyiş baş verər.

Gəncə-Qazax bölgəsinə diqqət yetirsək, Naftalan kurort-istirahət mərkəzi diqqərimizi cəlb edir. Bu yer beynəlxalq əhəmiyyətli istirahət mərkəzi kimi tanınmaq sahəsində potensiallı hesab olunur. Göygöl turizm zonası da son zamanlar turistlərin tez-tez gəldiyi ərazilərdəndir. Lənkəran-Astara turizm regionunun Xəzər dənizi sahilində yerləşməsi ona çoxlu sayda turistlər qazandırır. Bu ərazinin narın qumlu çimərlikləri, mülayim hava şəraiti, mineral bulaqları insanı məst edir.

Naxçıvan turizm regionu olduqca perspektivli ərazi hesab olunur. Bu regionun

inkışafı üçün müxtəlif islahatlar yalnız Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra həyata keçirilmişdir. Hələ keçmiş zamanlardan buradan karvan yollarının keçməsi, onun zəngin tarixi mədəniyyətə sahib olmasına səbəb olmuşdur. Bu əraz müalicəvi əhəmiyyətli mineral sularla da zəngindir. Belə ki, Badamlı mineral suyu ölkəmizdə və o cümlədən, dünyada məşhurdur. Şahbuzda qış idman turizmi inkişaf etmişdir. Kəlbəcərin İstisuyunun dünyada tayı bərabəri yoxdur. Bu region erməni qəsbkarlarının işğalı altında olduğuna görə bu regionun potensialından istifadə etmək mümkün deyildir.

Ümumiyyətlə desək, Azərbaycanın bütün regionlarda turizm sektorunu inkişaf etdirmək mümkündür. Azərbaycan mülayim iqlim şəraitində yerləşdiyinə görə və heç bir regionunda ekstremal vəziyyət olmadığına görə turistlər bu yerləri rahatlıqla ziyarət edə bilər. Zəngin tarixə malik olması da ona ayrıca bir üstünlük qazandırır. Lakin, bütün bunlara baxmayaraq, son zamanlar ölkəmizin şimalı və cənubu daha çox turist axını ilə qeydə alınmışdır. Onun əsas səbəbi bu regionlarda müasir standartlara uyğun turizm infrastrukturalarının tikintisidir. Buna misal olaraq, Lənkəran şəhərində 4 ulduzlu AB Qala otelini göstərmək olar.

Turizm sektoru olduqca geniş sahədir. Bu sahəyə xidmət edən ölkəmizdə yüzlərlə müəssisə fəaliyyət göstərir. Bu müəsisələrdə də yüzlərlə insan çalışır. Deməli, turizm işsizliyin radan qaldırılması baxımından iqtisadiyyatın inkişafında yaxından iştirak edən sahədir.

Bizim ölkədə xidmət sahəsinin tam olaraq inkişaf edə bilməməsinin əsas səbəbi bu sahədə çalışan mütəxəssislərin beynəlxalq standartlara cavab verə bilmir. Çünki bu sahədə çalışacaq mütəxəssislər yetişdirən tədris mərkəzimiz əvvəldən olmamışdır. Bu sahədə olan problemi həll etmək üçün Türkiyənin turizm nazirliyi və TİKA adlanan beynəlxalq təşkilat Respublikamızda olan müxtəlif turizm şirkətlərinin idarə olunması və həmçinin, bu sahədə mütəxəssislər yetişdirmək üçün çoxlu sayda kurslar təşkil etmişdir.

Turizm sahəsi olduqca diqqət tələb edən sektordur. Bu sahəyə məsuliyyətlə yanaşmaq lazımdır. Çünki ölkəmizə gələn turistlər xidmətin səviyyəsinə çox diqqət yetirirlər. Müxtəlif turizm obyektlərində təmizliyə, personalın gülərüz olmasına və diqqət yetirmək lazımdır. Həmçinin ölkəmizə ilk dəfə gələn əcnəbilərdə öz ölkəmiz haqqında müsbət təəssurat yaratmaq lazımdır. Dövlət proqramı daxilində həyata keçirilən tədbirlər turizmin inkişafına müsbət təsir göstərir.

3. Fəsil Azərbaycanca turizmin inkişafının əsas istiqamətləri

Turizm sektorunda xidmətin keyfiyyəti əsas problemlərdən biridir. Bu sahədə xidmət maksimum dərəcədə keyfiyyətli şəkildə həyata keçirilməlidir. Çünki, nəzərə almaq lazımdır ki, buraya gələn turistlər növbəti turist axınının təbliğatçıları olacaqdır. Yəni, əgər xidmət səviyyəsi yüksək olsa, turist axınında artım baş verəcəkdir. Başqa sözlə desək turizmin iqtisadi səmərəliliyi turistlərə göstərilən xidmətin səviyyəsindən asılıdır.

Xidmət səviyyəsinin yüksək şəkildə olmasının başqa üstünlükləri də mövcuddur. Belə ki, yüksək xidmət səviyyəsi ilk növbədə maddi imkanları olan turistləri ölkəyə cəlb edir. Bu da öz növbəsində ölkəyə valyuta daxilolmalarına səbəb olur. Bu halda əsas istehlak mallarının ixracı azda olsa dayandırılır, əhali lazım olan istehlak məhsulları ilə təchiz olunur.

Bayaq da qeyd etdiyim kimi, turistlər getdiyi yerlərdə əgər xidmət səviyyəsi yüksək dərəcədə olmuşdursa, təbliğatçıya çevrilirlər. Araşdırmalar göstərir ki, turistlərin hər hansı bir əraziyə getməsi onların şəxsən özlərinin qiymətləndirməsindən və ya tanışlarının məsləhətindən asılıdır. Əgər turistlərə qarşı yüksək səviyyədə ekskursiya təşkil olunarsa, onlar getdiyi yerlərin elm, təhsil, səhiyyə və sosial-təminat sahəsində əldə etdikləri nailiyyətləri barədə daha ətraflı məlumatları olmuş olacaq.

3.1 Azərbaycanca Turizm xidmətinin keyfiyyət xarakteristikaları

Azərbaycan Respublikası da xarici turistləri cəlb etmək yolunda kompleks tədbirlər həyata keçirir. Sözsüz ki, hər bir insan hər hansı bir yerə getmək üçün ilk növbədə maraqlandığı məqamlardan biri də qiymət səviyyəsidir. Ölkəmiz məhz bu səbəbdən

müxtəlif turlar üçün optimal qiymətlər təyin etməyə çalışır. Həmçinin daha çox turist cəlb etmək üçün mövcud turizm potensialından daha çox istifadə edərək, investisiyalar yatırır. Lakin bu tədbirlərə baxmayaraq, bu sahədə problemlər yaranır. Əsas problemlərdən biri də Azərbaycanda digər ölkələrə nisbətən istirahətin daha baha başa gəlməsi və xidmət səviyyəsinin isə başqa ölkələrlə müqayisədə aşağı olmasıdır. Həmçinin daha çox turist cəlb etmək üçün tədbirlər görülsə də, bu tədbirlər lazımı səviyyədə deyil. Məsələn, Azərbaycanın lüks otellərində sutkalıq qiymət min manatdan iki min manata qədər dəyişir. Lakin, inkişaf etmiş ölkə olan Amerikada vəziyyət bundan fərqlidir. Amerikaya bir həftəlik səyahət, gediş-gəliş də daxil olmaqla 3-4 min dollardan artıq etmir. BƏƏ-də isə istirahətin qiyməti, təxminən 1500 dollar təşkil edir. Türkiyənin Antalya kimi məşhur istirahət zonasına səyahətin qiyməti 500-600 dollardır.

Azərbaycana turistlər, əsasən, səyahət etməyə gəlirlər. Hər il bəzi problemlərin olmasına baxmayaraq turist sayında artım baş verir. Əsas turist axını isə cənub bölgəsinə olur. Çünki bu bölgədə olan istirahət zonaları müasir standartlara uyğun şəkildə qurulmuşdur. Nabran və Quba bölgələri də çox gedilən ərazilərdəndir. Şamaxı, Şəki, Qax kimi rayonlarımızda da son illərdə böyük irəliləyişlər qeydə alınmışdır.

Son 5-10 il arası dövrlərdə Azərbaycanda istər turizm sektorunda olan xidmət sahəsində, istər bu sektorda olan infrastrukturların sayında, istərsə də regionların iqtisadi cəhətdən inkişafında çox böyük irəliləyişlər qeydə alınmışdır. Həmçinin bu sahədə xarici investiyaların da rolunun artması üçün bəzi tədbirlər həyata keçirilmişdir. Dövlət və Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin köməyi vasitəsi ilə istər daxili sahibkarlar, istərsə də xarici investorlar arasında bu sahəyə yatırım etmək üçün layihələr həyata keçirilmişdir. Həmçinin regionlarda da turizmin inkişafı üçün islahatlar edilmişdir. Ona görə ki, Azərbaycan Respublikasının hər bir regionu turizm potensialı ilə olduqca zəngindir və iqtisadi yüksəliş əldə etmək üçün bu zənginlikdən istifadə etmək lazımdır. Qeyd olunduğu kimi ölkəmizdə xidmət səviyyəsi digər ölkələrə nisbətən aşağı olduğuna görə turistlərin demək olar ki, 99%-i buraya istirahət üçün deyil, səyahət üçün gəlirlər.

Bu turistlər Azərbaycanın zəngin tarixi mədəniyyəti ilə tanış olmaq istəyənlərdir.

Xidmətin keyfiyyəti kompleks xarakter daşıyır. Yəni, o vahid göstərici ilə dəyərləndirilə bilməz. Bu səviyyənin yüksəldilməsi üçün onunla bağlı olan bir sıra iqtisadi və təşkilati göstəricilər səviyyəsi də yüksəldilməlidir.

Beynəlxalq turizm xidmətin səviyyəsinin spesifikliyini, vahidliyini, ümumiliyini özündə əks etdirən qiymətləndirmə dərəcəsinin tətbiq edilməsini özündə əks etdirir. Lakin bu qiymətləndirmə səviyyəsi də reallığı tam olaraq göstərə bilməz. Xidmət keyfiyyəti bir vahidləri ilə qiymətləndirilir. Bu qiymətləndirmə metodu tam olaraq obyektiv sayılmır. Bunun da bəzi səbəbləri vardır ki, onlar aşağıdakılardır:

- 1) Eyni kateqoriyaya mənsub olan turizm müəssisələrində xidmət səviyyəsi bəzən eyni olmaya bilər;
- 2) Bu qiymətləndirmə zamanı bəzən subyektiv amillər meydana gəlir;
- 3) Xidmət sahəsində çalışan personalın şəxsi keyfiyyətləri bir-birindən fərqli olur.

Aparılan araşdırmalar göstərir ki, ölkəmizdə müxtəlif istirahət mərkəzləri haqqında məlumat mənbəyi dost-tağışlardır və ya qohumlardır. Ən çox istifadə olunan xidmət növü isə, təxmin edəcəyiniz qədər ilə restoranlardır.

3.2 Azərbaycanda Turizm xidməti sahəsində innovasiya siyasəti

Ümumiyyətlə, innovasiya dedikdə müəyyən sahədə olan yenilikdən söhbət gedir. Turizm sahəsində də vəziyyət belədir. Burada innovasiya deyildiyi zaman, yeni texnologiyalardan istifadə etmə, kompüterləşmə nəzərdə tutulur. Turizm sahəsində innovasiyadan istifadə olunma zəruri məsələlərdən sayılır. Bugün turizm sahəsi demək olar ki, bütünlüklə kompüterləşmə mərhələsinə keçmişdir və bu da bütün iş prosesini dəyişmişdir. Lakin bunu da nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir innovasiya əlavə vəsait ələb edir ki, burada az miqdardan söhbət getmir. Ona görə də bəzi sahələrdə bu

istiqamətdə inkişaf ləng gedir. Innovasiya prosesi bütün işi yüngülləşdirməyə xidmət edir. Yəni fiziki əməklə həll olunan işlər artıq kompüterlərin köməyi ilə həll olunur.

Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə müxtəlif cür baş verir. Bu ölkənin iqtisadi və turizm vəziyyətindən asılı olaraq baş verir. Bu proses həmçinin müəssisədən-müəssisəyə də fərqlənir. Müəssisələrin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi, mövcud olan ixtisaslaşmış kadrlar və maliyyə vəziyyəti bu fərqləri əmələ gətirir.

Beynəlxalq turizm sahəsində informasiya-kommunikasiya texnologiyasının rolunun müəyyənləşdirilməsi və öyrənilməsi maraq doğuran məsələlərdən biridir. Həmçinin, turizmin inkişafında informasiya texnologiyasının rolunun özünəməxsus xüsusiyyətləri də mövcuddur. Turizm xidmətinin daşınılmaz olması, onun inkişafında reklamın əvəzsiz rolunun olması onu digərlərindən fərqləndirir. Bundan əlavə, turizm sektorunun mövsümi xarakter daşması və mövsümün qızgın çağında, yəni turistlərin bol olduğu dövrdə digər turizm müəssisələrinin də yardım üçün işə cəlb olunması etibarlı və sürətli informasiya sisteminin olmasını tələb edir. Məhz buna görə də bu sahədə kompüterləşmənin mövcudluğu turizm sektorundan vacib rola malik olan turoperatorların işinə əhəmiyyətli dərəcədə kömək olur.

Turizm müəssisələrinin əvvəlcədən avtomatlaşdırılması nəticəsində yol biletləri və otel nömrələrinin əvvəlcədən sifariş olunması daha rahat şəkil almışdır. Biz əgər müasir səviyyəli informasiya texnologiyasının strukturuna nəzər yetirsək, burada 3 səviyyənin olduğunu görürük:

- 1) Müəssisədaxili informasiya sxemi;
- 2) Müəssisələrarası informasiya sxemi;
- 3) İnteraktiv informasiya sxemi.

Gəlin, buların hamısını nəzərdən keçirək:

Müəssisədaxili səviyyədə informasiya texnologiyasının tətbiqi adından da göründüyü kimi müəssisə daxilində olan işin həcmindən və həmçinin, müəssisənin

profilindən asılıdır. Bu səviyyədə əsas məsələ turizm fəaliyyətini həyata keçirmək üçün lazım olan informasiyanın qəbul olunması, işlənilib hazırlanması və mühafizə olunmasıdır. Müəssisədaxili sürətli texnologiyanın tətbiqi üçün, informasiyanın qəbul edilməsi, saxlanması və ötürülməsi üçün müasir səviyyəli kompüterlər tələb olunur. Bundan başqa müəssisədaxili informasiya texnologiya sisteminin yaradılması üçün müəssisənin müxtəlif bölmələri arasında operativ əlaqələrin olması, o cümlədən informasiyanın ötürülməsi üçün maneələrin aradan qaldırılması da vacib məsələlərdən sayılır. İnformasiya texnologiyasının turizm sektorunda tətbiqinin müəssisələrarası səviyyəsi də geniş yayılmışdır. Bu tip səviyyənin tətbiq olunması müxtəlif turizm müəssisələrində idarəetmə işinin təşkilini, turların təşkil olunmasını və maliyyə hesabatlarının aparılmasını daha da sürətləndirir. Ümumiyyətlə, informasiya şəbəkələrinin yaradılması turagentliklərin, turoperatorların və müştərilərinin işini asanlaşdırır və onların iqtisadi mənafeələrinin daha rahat şəkildə uzlaşmasını təmin edir.

İnternetin müxtəlif turizm müəssisələri üçün yaratdığı imkanları qısa şəkildə aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- 1) 7 gün, 24 saat operativ şəkildə iş rejimi. Potensial əməkdaşların axtarılmasının təmini;
- 2) Müəssisənin internet saytının yaradılması;
- 3) Müəssisələrin müştərilər ilə əlaqəsinin sürətli şəkildə yaradılması;
- 4) Şəbəkə marketinqinin müvəffəqiyyətli şəkildə həyata keçirilməsi;
- 5) İnternet vasitəsi ilə otel nömrələrinin bron edilməsi və biletlərin satılması işinin həyata keçirilməsi;
- 6) Ucuz kommunikasiya vasitəsi ilə əlaqələrin yaradılması. Bu zaman elektron poçt, rəqəmli telefon, videotelefon nəzərdə tutulur;
- 7) Ucuz reklamın həyata keçirilməsi;
- 8) Elektron yarmarka və sərgilərdə uzaqdan qeyri-nəql hesablaşmaların həyata keçirilməsi.

Informasiya və onun etibarlı mübadilə vasitələri turizm üçün niyə bu qədər vacibdir?

Bu suala daha düzgün şəkildə cavab vermək üçün turizmin xarakterik xüsusiyyətlərini bilmək, turizm məhsulunun yaradılması və istifadə olunması zamanı qarşıya çıxacaq problemləri bilmək və o cümlədən, ayrı-ayrı turistlərin fərdi xüsusiyyətlərini bilmək lazımdır.

İndi isə potensial turistin İnternetin köməyi ilə əldə edəcəyi informasiyanın üstünlüklərini qeyd edək:

- 1) Məsafədən asılı olmayaraq istədikləri turizm müəssisələrinin xidmətindən istifadə etmək;
- 2) Turları və otel nömrələrini, həmçinin nəqliyyat vasitələrini əvvəlcədən bronlaşdırmaq;
- 3) İnternet axtarış sistemlərindən istifadə etmək;
- 4) Müxtəlif otellər, nəqliyyat vasitələri və biletlərin qiymətləri haqqında məlumat almaq;
- 5) Elektron poçtdan istifadə etmək;
- 6) İstifadə etdiyi turizm məhsulunun haqqını daha sürətli şəkildə, elektron formada ödəmək.

İnternetin və informasiya texnologiya vasitələrinin turizmdə rolu o qədər artmışdır ki, artıq onlar müştəri cəlb etmə və turizm müəssisəsinin rəsmi üzvü sayılır. Hər bir tur firmanın öz rəsmi İnternet saytı və elektron poçt ünvanı mövcuddur. Turizm infrastrukturlarının uzaqgörən rəhbərləri artıq başa düşürlər ki, İnternet yalnız məlumat mənbəyi deyil, həmçinin müştəri cəlb etmə vasitəsidir. illər keçdikcə İnternetə çıxış sayı durmadan sürətli şəkildə artır. 90-cı illərdə 30-40-50 idisə son zamanlar bu rəqəm 200-ü ötmüşdür.

Ümumiyyətlə götürsək, turfirmanın fəaliyyəti indiki zamanda İnternetsiz mümkün deyil. Bütün biznes sahəsində İnternetdən istifadə olunur. Hazırda dünyada Turist-

İnternet layihələri də mövcuddur ki, bu layihələrə aşağıdakılar aiddir:

- 1) Ümumi turizm saytı;
- 2) Qlobal bronlaşdırma saytları və portalları;
- 3) Turfirma İnternet səhifələri;
- 4) Turagentliklərin İnternet səhifələri;
- 5) Otellərin saytı;
- 6) Turistlərin, səyahətçilərin xüsusi saytları və s.

Ən əlverişli bronlaşdırma prosesi ele məhz İnternet vasitəsi ilə həyata keçirilir. Bu “Online Bronlaşdırma Sistemi” adlanır. 10-15 il bundan öncə turfirmaların faksla işləmə verdişi və İnternətə olan inamsızlığı onların işini olduqca çətinləşdirir və ləngidirdi. Lakin, indi bütün dünya bu sistemdən istifadə edir. Bu sistemin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır ki, onlar da aşağıdakılardır:

- 1) Sistemin 24 saat operativ şəkildə fəaliyyətdə olması;
- 2) Hər zaman yenilən informasiyaya malik olması;
- 3) Turistlərlə operativ ünsiyyətin qurulması.

“Online Bronlaşdırma Sistemi” zamanı təsdiqləməni gözləməyə belə ehtiyac yoxdur. Məhz buna görə də bu sistem daha əlverişli, sürətli və səmərəli sayılır.

Azərbaycan turizm saytı yaradılan zaman ilk öncə, Azərbaycanın zəngin tarixinin olması, əlverişli coğrafi mövqeyinin olması, ölkəmizin turizm ehtiyatları ilə daha zəngin olması əks olunmalıdır. Bundan sonra isə təşkil olunacaq turlar, onların ərazisi, iqlimi, digər şəraitləri haqqında məlumat verilməlidir.

Respublikamızın turizm imkanları həddindən artıq çoxdur. Məhz buna görə də Ölkəmizin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən bu sahədə bir sıra layihələr həyata keçirilmişdir. Bu layihələr misal olaraq, dövlətimizin turizm imkanlarını özündə əks etdirən reklam-çap məhsullarını göstərmək olar. Bu layihə son 5 ildə həyata keçirilmişdir. Bu məhsullara misal olaraq aşağıdakıları göstərmək olar:

- 1) “Azərbaycan” və “Bakı” fotoalbomları;

- 2) “Xalçaçılıq” və “İpəkyolu” haqqında kitabçalar;
- 3) “Turistlər üçün məlumat” kitabçası;
- 4) “Azərbaycan otelləri”, “Azərbaycanın tarixi abidələri” haqqında bukletlər;
- 5) Azərbaycanın, Şuşanın xəritələri;
- 6) “Azərbaycana Xoş Gəlmisiz” CD diskisi və s.

Müasir dövrdə İnternet Yer Kürəsinin istənilən nöqtəsinə yayılmışdır. Məhz buna görə də insanlar bu xidmətdən istifadə edərək istədikləri yerə gedə bilirlər. Məsələnin qloballığını anlayan turizm şirkətləri də dünyada təmsil oluna bilmək üçün öz İnternet səhifələrini yaratdılar. Müasir dövrdə bu tip İnternet saytlarının 80000-dən artıq olduğunu nəzərə alsaq, dərindən də görürük də bu məsələ populyardır.

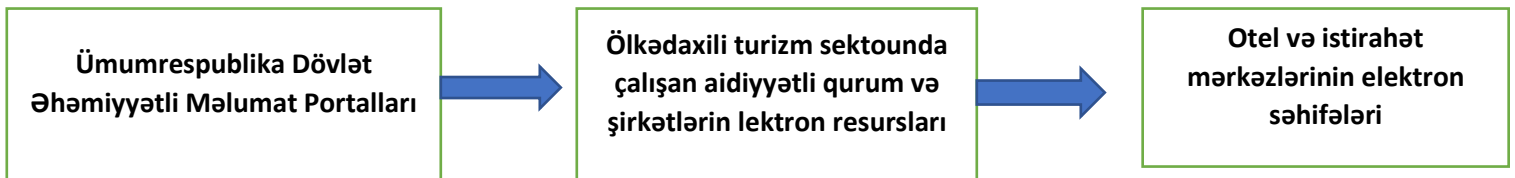
Turizm sahəsində texnologiyadan istifadə və kompüterləşmə digər sahələrə nisbətən gec başlamışdır və bu 1960-ci illərə təsadüf edir. 70-ci illərin əvvəllərinə qədər texnologiyanın imkanlarından tam olaraq istifadə olunmurdu. Kompüterləşmənin gec tətbiq olunması nəticəsində sonralar turizm sahəsində daha az vəsaitlə daha çox avadanlıqdan istifadə olunmasına səbəb oldu. Azərbaycanda isə kompüterləşmə, əsasən 2000-ci illərdən sonra başlamışdır, lakin hələ də tam olaraq tətbiq olunmur.

Dünya üzrə bəzi turizmə aid olan səhifələr böyükdür və istifadəçilərə daha geniş imkanlar yaradır, yəni kommersiya xarakterli imkanlardan əlavə bəzi səyahətçi məsləhətləri, müxtəlif otellərin şəkilləri, videoları, valyuta kursları, hava məlumatları haqqında məlumat verirlər. Bu tip səhifələrə misal olaraq, “<http://www.yahoo.com>”, www.expedia.com, www.asiatravel.com, www.travelocity.com və s.

Azərbaycan haqqında isə ən çox məlumat mənbəyi kimi hesab olunan sayt www.myst.gov.az, (Azərbaycan Respublikasının Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin saytı) www.azerbaijan-info.com və Azərbaycanın mədəniyyət və incəsənətinə həsr edilmiş www.culture.az saytları ölkəmizin turizm imkanlarını göstərmək baxımından əhəmiyyətli dərəcədədir.

Bu tip saytlardan yalnızca informasiyanın verilib-alınması, yəni məlumat mənbəyi kimi də deyil, həmçinin turizm xidmət və məhsulunun satışını da həyata keçirmək mümkündür. Bunu faizlə ifadə etsək, dünya üzrə ümumi turizm xidmətinin yalnızca 1%-ni təşkil etməsinə baxmayaraq, rəqəmlə ifadə etdikdə böyük miqdarı təşkil edir.

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına ayrıca diqqət və qayğı göstərilmişdir. Belə ki turizmlə mədəniyyətin bir dövlət qurumunda birləşməsi Azərbaycanın zəngin mədəniyyət və incəsənət irsinin də təbliğ olunmasına təkan vermişdir. Ənənəvi təbliğat vasitələrindən əlavə (burada nəzərdə tutulur: çap məhsulları, video çarxlar və s.) elektron resurslarında bu istiqamətdə yayılması vacib məsələlərdən sayılır. Azərbaycan Respublikasında bu tip elektron resurslar üç kateqoriyaya ayrılır:



Birinci kateqoriyada, əsasən, ölkə haqqında ətraflı məlumat yerləşdirilir. Bu kateqoriyaya daxil olan səhifələrdən ilk növbədə www.azerbaijan.az portalını qeyd etmək olar.

İkinci kateqoriyaya isə, İmprotex Travel, Sevgun Travel və Absheron Tour and Caspian Invest Commerce şirkətlərinin internet resursları daxildir. Bu şirkətlərin İnternet səhifələrində həm ölkəmizin müxtəlif rayonlarının turizm resursları təsvir olunur, həm də həmin şirkətlərin əhali üçün nəzərdə tutulmuş müxtəlif turizm xidmətləri barədə məlumatlar əks olunur.

Üçüncü kateqoriyada nəzərdə tutulmuş otellər, əsasən, Bakıda yerləşir. Bu kateqoriyaya daxil olan İnternet səhifələrində müxtəlif otellər haqqında təbliğat aparılır.

Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, bu tip veb səhifələrin əsas məqsədi təqdimat və reklam xarakterlidir.

Azərbaycanın da turizm imkanlarının tanınması daima vacib məsələlərdən esab

olunmuşdur. Məhz bu səbəbdən, 2002-ci ildə www.azerbaijan.tourism.az saytı istifadəyə verilmişdir. Bu saytın adı beynəlxalq telekanallarda, sərgilərdə, turizmlə bağlı olan kataloqlarda göstərilmişdir. Saytın üstün cəhətlərindən biri də daima yenilənən olmasıdır. Turizm sektorunda digər bir innovasiya xarakterli tədbir isə reklam fəaliyyətinin təşkilidir. Azərbaycan Respublikası turizm sahəsində reklam işini ciddi şəkildə reqlamentləşdirir, yəni müəyyən qaydalar qoyur. Təkcə ölkəmizdə deyil, dünyada reklam işi müəyyən qaydalara tabe olmalıdır.

Reklam zamanı turizm məhsulu haqqında yayımlanan informasiyaların həmsi düzgün və obyektiv olmalıdır. Çünki, reklamda deyilən məlumat ilə faktiki göstərilən xidmət arasında ziddiyyət olarsa, turistin həmin şirkətdən kompensasiya almaq kimi hüququ vardır.

Bütün kütləvi informasiya vasitələrini, çap məhsullarından olan kataloq, broşür, buklet, plakat, kino, reklam, birja, sərgi və yarmarkaları turizm sahəsində əsas reklam vasitələri adlandırmaq olar. Elə buna görə də bu sahələrin inkişafı birbaşa turizmin inkişafına aparıb çıxarır. Bu da dövlətin gələcək iqtisadi siyasətinin bir qolunu əmələ gətirir.

3.3 Azərbaycanca Turizm xidməti sektorunda investisiya siyasəti

Hər bir dövlət öz sahələrinin inkişaf etməsi üçün müəyyən yatırımlar edir, investisiyalar ayırır. Azərbaycan Respublikası da turizmin inkişafı yolunda bir sıra yatırımlar etmişdir. Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, turizmin inkişafına başqa ölkələrin təcrübəsindən istifadə etmədən nail olmaq mümkün deyil. Digər ölkələrə nəzər yetirdikdə turizm sektorunun inkişafı üçün dövlət proqramının hazırlandığını, vergi sahəsində güzəştlər edildiyini, gömrük rejimi sahəsində sadələşdirmələr edildiyini görə

bilərik. Turizm sektorunun inkişafı üçün dövlət tərəfindən maliyyə vəsaiti ayrılır, ayrı-ayrı turizm şirkətləri üçün güzəştli kreditlər ödənilir. Məhz bu tədbirlər hesabına turizmin texniki bazası zənginləşdirilir. Ümumiyyətlə, özəl sektor sahəsində çətinlik çəkilən hissə bu sahədə olan infrastrukturların inkişafı üçün zəruri vəsaitin ayrılmasıdır. Bu sahənin əhatə etdiyi tədbirləri aşağıdakı şəkildə təsvir etmək olar:

- 1) Turizm sektoru üçün təcrübəli kadrların hazırlanması və daha da təkmilləşdirilməsi;
- 2) Bu sahədə sahibkarlığın dəstəklənməsi (xüsusilə kiçik və orta sahibkarlığın);
- 3) Ölkəmizin milli turizm məhsul və xidmətinin dünya bazarında tanıtılması;
- 4) Turizmin ümumi vəziyyəti barədə məlumatın yayılması;
- 5) Daha yeni turizm məhsul və xidmətinin istehsalının genişləndirilməsi.

Dövlətin həyata keçirdiyi turizm siyasəti müxtəlif səviyyədə keçirilə bilər. Bura daxildir: ölkə, rayon, region və icma səviyyəsində olan turizm siyasətləri. Əgər müəyyən bir turizm regionu müəyyən bir turizm məhsulu üzərində yüksək qiymətin qoyulmasına nail ola bilirsə, bu zaman o həmin məhsulun istehsalında iştirak etmiş işçilərə daha yüksək əmək haqqı verməyə və həmin məhsulun bazarda qorunmasına nail ola bilər. Bununla həmin regionun rəqabətqabiliyyəti də qiymətləndirilə bilər.

Azərbaycan Respublikası da beynəlxalq turizmin təcrübəsindən istifadə edərək, turizm sektorunda investisiya siyasəti həyata keçirmişdir. Lakin, təəssüflər olsun ki, bu sahədə olan boşluqların sayı çoxdur. Bu sahədə olan problemlər aşağıda ardıcıl şəkildə qeyd olunmuşdur:

- 1) Respublikamız bütün icra və qanunverici hakimiyyət orqanlarının, xüsusən də Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin diqqətini turizm infrastrukturlarının inkişafına yönəlmişdir. Lakin, müasir beynəlxalq təcrübədən istifadə etmək yolunda olan addımlar hələ də tam atılmamışdır. İnvestorların hüquqlarını müdafiə edən hüquqi

sənədlər hazırlanmamışdır. Bu hal da öz növbəsində turizmin inkişafını ləngidir.

2) Digər tərəfdən isə, turizm sektorunun tam olaraq müasir tələblərə cavab verməsi üçün külli miqdarda vəsait tələb olunur. Azərbaycanda da özəl sektorda maliyyə vəziyyəti elə də ürəkaçıcı deyil. Bir sıra ölkələrin də Azərbaycanla münaqişəli vəziyyətinin olduğunu nəzərə alsaq, onların bu sahədə yatırım etməsindən ehtiyat etdiyi nəticəsinə gələ bilərik.

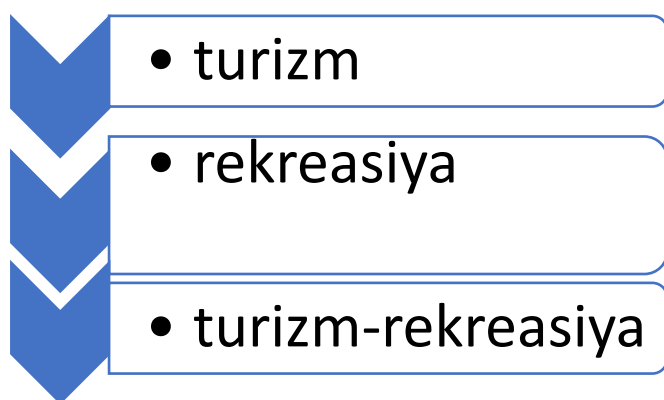
3) Azərbaycanda olan banklar da turizm sektoruna güzəştli kreditlər verməkdən çəkinirlər. Çünki Azərbaycandakı banklar uzunmüddətli olan və böyük miqdarda olan gəlirdən daha çox, qısamüddətli və az miqdarda olan gəlirə üstünlük verirlər. Təbii ki, bu ölkəmizdə olan bank sisteminin nisbətən zəif inkişaf etməsindən irəli gəlir. Bunun nəticəsində isə xalqımız potensial kredit verilməsindən məhrum olur və turizmin inkişafı ləngiyir. Bu da beynəlxalq integrasiya prosesinin müəyyən dərəcədə qarşısını alır.

4) Dağlıq Qarabağ probleminin hələ də tam şəkildə həll olunmasına baxmayaraq 1994-cü ildə atəşkəs elan olduqdan sonra ölkəmizdə sabitlik hökm sürmüşdür. Lakin turizm sektorunda olan marketinq siyasəti yaxşı inkişaf etmədiyinə görə ölkəmizin hər bir regionuna çatdırılmalı olan informasiyalar, yeniliklər yolunda problemlər yaşanır. Məlumatlandırma sistemi beynəlxalq tələblərə cavab vermir. Digər tərəfdən turizmin inkişafına müsbət təsir edə biləcək beynəlxalq təşkilatlarla da münasibətlər zəifdir. Bu sahədə təcrübəli marketinqlərə böyük ehtiyac vardır.

Ümumiyyətlə marketoluqlar öz reklam işlərini həyata keçirərkən beynəlxalq təşkilatlarla, digər daha təcrübəli olan ölkələrin turizm sektorunda olan müəssisələri ilə əlaqələr yaradırlar. Bu əlaqələr səmərəli, məzmunlu və bazar iqtisadiyyatının inkişafına uyğun şəkildə qurulmalıdır. Respublikamızın marketoluqları marketinq siyasəti hazırlayarkən ölkəmizin ayrı-ayrı regionlarının turizm potensialını araşdırmalı və bu sahədə inkişaf proqramı hazırlamalıdırlar. Həmçinin onların hazırladığı inkişaf proqramı elə olmalıdır ki, onun nəticəsində həm investorlar, həm də dövlət iqtisadi

səmərə əldə etməlidir. Bu proqram ardıcıl və pilləli şəkildə həyata keçirilməli və mərkəzdən idarə olunmalıdır. Ancaq bu zaman onun nəticəsinə nail olmaq olar.

5) İnvestisiya siyasəti sahəsində olan zəifliklərdən biri də regionların tam şəkildə mənimsənilməməsidir. Bu da potensial investorların itirilməsinə səbəb olur. Lakin, bu sahədə dövlət əhəmiyyətli tədbirlər həyata keçirilmişdir. Buna misal olaraq, Prezidentimizin 2008-ci il 20 iyun tarixli fərmanı ilə təsdiqlənmiş Turizm və rekreasiya zonaları üçün nəzərdə tutulmuş Əsasnaməni göstərmək olar. Bu Əsasnaməyə görə Turizm və rekreasiya zonaları insanların sağlamlığını, istirahətini, əyləncəsini təmin edən, tarixi və mədəni əhəmiyyət daşıyan, milli və mədəni irsimizi qoruyan, müasir turizm infrastrukturlarına sahib olan, regionların sosial-iqtisadi inkişafına yönəlmiş ərazilərdir. Bu tip ərazilər, 3 formada olur:



Turizm-rekreasiya əraziləri yalnızca Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin istifadəsinə verilmiş torpaqlarda deyil, həmçinin bələdiyyə və xüsusi mülkiyyət torpaqlarında salına bilər. Rekreasiya ərazilərində Əsasnaməyə zidd olmayan istənilən fəaliyyətlə məşğul olmaq olar. Qeyd etmək lazımdır ki, bu ərazilərdə salınmış tədris-məşq, turist cıgırları və o cümlədən, yolların keçdiyi torpaq ərazilərinin sahiblərinə, icarəçilərinə müəyyən kompensasiya ödənilir.

Azərbaycan ərazisində son illərdə xarici investorları cəlb etmək üçün müəyyən güzəştlər tətbiq olunmuşdur. Bu sahədə fəaliyyət göstərmək üçün onlar qarşısında

qoyulan tələblər aşağıdakılardır:

- 1) Müvafiq lisenziyanın alınması;
- 2) Yerli işçilərdən istifadə olunması;
- 3) İxtisaslı kadrların hazırlanması.

Son illərdə investisiya sahəsində müəyyən tədbirlər həyata keçirilmiş və uğurla nəticələnmişdir. Bunlara misal olaraq, Şahdağ turizm kompleksinin yaradılmasını, Şəki və Zaqatala ərazilərində kurort zonalarının yaradılmasını və s. göstərmək olar. Bütün bu kimi tədbirlər sayəsində Azərbaycan Respublikasının turizm-xidmət sahəsində apardığı investisiya siyasəti nisbətən də olsa uğurlu siyasətə çevrilmişdir.

Nəticə və Təkliflər

Bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycan Respublikasında da turizm iqtisadiyyatın vacib sahələrindən birinə çevrilərək, əhalinin əsas gəlir mənbələrindən olmuşdur. Regionlarda turizm infrastrukturlarının inkişafına dair Dövlət Proqramı da təsdiqlənmişdir. Azərbaycanda turizmin inkişafı məqsədi ilə Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin fəaliyyət planında regionlarda yeni müəssisələrin açılması və həmçinin yerli və xarici investorları bu sahəyə cəlb edilməsi üçün tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Lakin, bütün bunlardan əlavə potensial ərazilər müəyyənləşdirilməli və onların qorunması üçün planlar hazırlanmalıdır.

Azərbaycanda turizm sektorunda bir sıra çatızmazlıqlar mövcuddur ki, onlar da aşağıdakılardır:

- 1) Xarici investisiya miqdarının azlığı;
- 2) Ölkəmizdə Ümumdünya Turizm Təşkilatına və BMT-nin Statistika Komissiyasına uyğun statistik göstəricilərinin olmaması;
- 3) Azərbaycanda turizm potensialından tam şəkildə istifadə olunmaması;
- 4) Bu sahədə sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşmaması.

Bu tip problemlərin həlli üçün aşağıdakı həll yolları müəyyənləşdirilə bilər:

1) Bayaq da qeyd etdiyim kimi, Azərbaycanda turizm potensialından tam olaraq istifadə olunmur. Elə buna görə də potensial sahə hesan olunan Kür çayı sahilinin abadlaşdırılması məqsədəuyğun hesab oluna bilər. Bunun nəticəsində sel fəlakətinin də qarşısı alına bilər.

2) Xəzər sahilində yerləşən ölkələrlə saziş bağlanaraq kurizlərin inkişafına nail oluna bilinər.

3) Özümüzə məxsus olan turizm markasını yarada bilərik. Bu nə deməkdir? Dünyada turizm ölkələri hesab olunan məşhur ölkələr müəyyən brendləri ilə tanınırlar. Məsələn, Paris öz dəbi və modası ilə, yəni moda həftələrinin təşkil olunması ilə, Hollandiya öz gülçülüüyü ilə, Braziliya serialları ilə və s. Azərbaycanda da bu yöndə

tədbirlər görülməlidir. Çünki, bu ölkə həm qədimliyi ilə, həm də tolerantlığı ilə bütün dünyada məşhurdur.

Ümumiyyətlə qeyri-neft sektoru sahəsi kimi turizm ölkədə həm sənayenin, həm iqtisadiyyatın və ən əsası, yeni iş yerlərinin açılması ilə sosial rifahın artmasına böyük töhfə bəxş edir. Elə buna görə də bu yöndə tədbirlərin görülməsi vacib məsələlərdən hesab olunur.

Azərbaycanın son dövrlərdə nüfuzlu tədbirlərdə iştirakı və bir çoxuna ev sahibliyi etməsi ilə ölkəmizə gələn turistlərin sayı artmışdır. Buna bir nümunə olaraq, 2012-ci ildə keçirilən “EUROVISION” beynəlxalq mahnı müsabiqəsini misal göstərmək olar. Azərbaycanın 2011-ci ildəki qalibliyi müsabiqəni ölkəmizə gətirdi. Elə bununla da, xarici turistlərin ölkəmizi daha yaxından tanıması üçün zəmin yarandı. Bundan başqa “BAKU 2015” adı ilə dünyada ilk dəfə keçirilən avropa oyunlarının Azərbaycanda baş tutması xarici turistlərin ölkəyə marağını daha da artırdı. Eləcə də, son illərdə dövlətimizin dəstəyi ilə “Formula 1” avtomobil yarışlarına ardıcıl olaraq ev sahibliyi etməyimiz çox sevindirici haldır.

Yuxarıda danışılardan bu nəticəyə gəlmək olar ki, beynəlxalq tədbirlərin ölkəmizdə keçirilməsi turizmin inkişafına müsbət təsir göstərir. Bunun da əsas səbəbi ölkənin beynəlxalq arenada tanınması, mədəniyyətinin dünyaya çatdırılmasıdır.

Ədəbiyyat siyahısı

Kitablar:

- 1) “Turizmin əsasları” kitabından, İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva Bakı 2007
- 2) “Turizmin əsasları” kitabından , Soltanova H.B, Hüseynova Ş.H Bakı 2007
- 3) “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi” Bilalov B.Ə. Bakı-2002
- 4) World Tourism Organization, “Tourism Highlights 2014”
- 5) “Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya yolları” - Ç.M. Abbasov, Bakı-2005
- 6) “Azərbaycan Respublikasında 2010 – 2014 – cü illər üçün nəzərdə tutulmuş turizmin inkişafına dair dövlət proqramı”
- 7) “Qeyri-neft sənayesinin inkişafı” dərslik - Abbasov İ.M., Əliyev T.M Bakı-2017
- 8) Siyavuş Yeganlı, E.Hacıyev “Turizm” Bakı 2001

İnternet resursları:

- 1) www.diskurs.az
- 2) www.azerbaijans.com
- 3) www.yap.org.az
- 4) www.xalqqazeti.com
- 5) www.mövqe.az
- 6) www.economics.com
- 7) www.kaspi.az