

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA
MƏRKƏZİ

Əlyazma hüququnda

Mehrəliyeva Könül Məsləhət qızı

“Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafının əsas problemləri”

Mövzusunda

MAGİSTR DİSERTASIYASI

İstiqamətin şifrə və adı **060404. “İqtisadiyyat”**

İxtisaslaşma **Turizmin iqtisadiyyatı**

Elmi rəhbər: **Dos. Namazəliyev Ə.H.**

Magistr proqramının rəhbəri: **Dos.F.Ə.Qurbanova**

Kafedra müdiri: **Prof.Əlirzayev.Ə.Q**

BAKİ 2018

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....

FƏSİL I GƏLMƏ TURİZMİN SOSIAL İQTİSADI ROLU

1.1. Gəlmə turizminin əsas amilləri.....	7
1.2. Gəlmə turizminin sosial iqtisadi inkişafda rolu.....	13
1.3. Gəlmə turizminin tədqiqi metodları.....	23

FƏSİL II GƏLMƏ TURİZMİN TƏHLİLİ VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

2.1 Gəlmə turizminin dinamikası və xüsusiyyətləri.....	30
2.2 Gəlmə turizminin Azərbaycanda əsas istiqamətləri.....	41
2.3 Gəlmə turizminin səmərəsinin ölçülməsi.....	50

FƏSİL III GƏLMƏ TURİZMİN STİMULLAŞMASI VƏ DÖVLƏT HİMAYƏSİ

3.1 Gəlmə turizmin stimullaşmasının mexanizmləri.....	58
3.2 Gəlmə turizminin iqtisadiyyatın strukturunda tarazlığa təsiri.....	66
3.3 Gəlmə turizminin proqnozu.....	73

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....78

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı.....80

GİRİŞ

Disertasiya işinin aktuallığı. Səyahət etmək istəyənlər üçün 27 sentyabr ümumdünya turizm günü kimi qeyd olunur. Ümumdünya Turizm Günü dünyanın bütün turizm sahələrinin nümayəndələrini birləşdirməyə, daha rahat və maraqlı səyahət etməyə çağırır. Bu gün Azərbaycanda turizm sahəsi inkişaf edir. Hər il ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı artıb və Azərbaycan getdikcə daha çox məşhur olan turistlərin reytingində görünür. Zəngin qədim mədəniyyəti və tarixi olan, şərq ləzzəti və Qərbin mütərəqqi meyilləri ilə birləşən bir ölkə xaricdən gələn yeni qonaqları sevindirmək, ilhamlandırmaqda davam edir. Azərbaycanı görməyə gələn turistlər hər il daha çox olur. Turizm Azərbaycan iqtisadiyyatının mühüm bir lokomotivi olur. Ölkə paytaxtda və regionlarda öz infrastrukturunu aktiv şəkildə modernləşdirir. Azərbaycanda aparıcı beynəlxalq tədbirlər, məsələn, Eurovision, I Avropa Oyunları, Formula 1 Qran-pri, IV İslam Həmrəyliyi Oyunları, beynəlxalq konfranslar, sərgilər və forumlar keçirilir. Gənclər bu cür tədbirlərin işində fəal rol oynayır, yüzlərlə könüllü forum və idman işlərinə cəlb olunurlar.

Azərbaycan Turizm və İdarəetmə Universitetinin tələbələrinin iştirakı ilə Dünya Turizm Günü münasibətilə Bakıda Rusiya İnformasiya və Mədəniyyət Mərkəzində dəyirmi masa keçirildi və bu tədbirlərin həyata keçirilməsində birbaşa gənc təşkilatlarının nümayəndələri iştirak ediblər.

Bütün bu hadisələr sayəsində dünyanın yüz minlərlə insanları qədim ənənələr və zəngin tarixə malik müasir ölkə kimi Azərbaycanı öyrənmişlər. Azərbaycana gələn bir çox turist qəzet və televiziya ekranlarından ölkə haqqında öyrəndikdən sonra ölkəyə gəlmək qərarına gəldilər. Statistika görə, ötən yaz mövsümünün nəticələrinə əsasən, 2016-cı ilin eyni dövründəkindən 25% daha çox turist Azərbaycana gəlib.

Azərbaycanın xarici qonaqları cəlb etməsinin bir səbəbi tolerantlıq və multikulturalizmdir. Ölkədə minilliklər boyunca müxtəlif mədəniyyətlər, dinlər və

millətlərin nümayəndələri sülh və harmoniyada yaşayırlar. Kilsələr, məscidlər və sinaqoqlar eyni küçədə tapıla bilər, irqi və milli ayrışdırıcılığa yol verilmir və xalqımız xarici qonaqlara qarşı həmişə qonaqpərvər olmuşlar.

Ekspertlərin fikrincə, böyük gəlir əldə edən turizm sektoru ölkənin iqtisadiyyatını həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə tanınmasına imkan verir, digər tərəfdən, müəyyən idarəetmə problemləri var. Son illərdə Azərbaycanda müxtəlif beynəlxalq tədbirlər keçirilmişdir. Bu dövrdə xarici turistləri cəlb etmək üçün ölkənin təqdimatını mütəmadi şəkildə təşkil etmək vacibdir. Bu fəaliyyət turistlərin cəlb edilməsi ilə yanaşı, onların gözləntilərinə də cavab verməlidir. Turizm sektorunda, xüsusilə də bölgələrdə aparılan sorğulara görə, ixtisaslı kadrların çatışmazlığı var. 2009-cu ildən bəri mütəxəssislərə artan tələbat var, lakin statistikaya əsasən, 2014-cü ildə turizm sektorunda işləyənlərin yalnız təqribən 10% -i (4 2025 nəfər) müvafiq təhsil almışdır.

Turizm sahəsində iş gənclərə cəlbəedici olmasına baxmayaraq, mövsümi amil və turizm təhsil müəssisələrinin maddi-texniki bazasının olmaması bu sahədə peşəkarlığın səviyyəsini azaltmasına səbəb olur. Hazırda ixtisaslaşdırılmış təhsil müəssisələrinin sənaye müəssisələri ilə əməkdaşlığı təcrübə mübadiləsi, seminarlar və təlimlər vasitəsilə turizm sənayesinin inkişafında vacib məsələlərdən biridir. Turizm potensialı olan bölgələrdə əhəlinin maarifləndirilməsinin olmaması turistlər (xüsusilə də xarici) ilə əlaqələrin olmamasına gətirib çıxarır. Sahibkarlığın əsas məqsədi mənfəət əldə etməkdir. Bu, Azərbaycanda turizmin təşkili üçün əsas maneələrdən biridir. Bu prosesi asanlaşdırmaq üçün kiçik və orta müəssisələri təşviq etmək və onlara əlverişli şərait yaratmaq məsləhətdir. Bunun üçün müvafiq dövlət qurumları xidmətin keyfiyyətini artırmaq üçün maliyyə və texniki dəstək (kadr hazırlığı, seminarlar və sair iştirak) təmin edə bilər. İnternet vasitəsilə istehlakçıya reklam və turizm məhsullarının çatdırılması beynəlxalq təcrübədə geniş yayılmışdır. Beynəlxalq turizm agentlikləri, mehmanxana və turizmlə bağlı digər təşkilatlar Azərbaycanın regionlarından daha çox

internetdən istifadə edirlər.Ölkənin regionlarında turist təşkilatlarına, eləcə də beynəlxalq turist informasiya şəbəkələrinə və turist məlumatlarına çıxış imkanlarının olmaması kimi problemləri qeyd etmək mümkündür.Bu problemləri həll etmək üçün regional turizm təşkilatlarının elektron səhifələri yaradılıb və ya təkmilləşdirilir, beynəlxalq turizm informasiya şəbəkələrinə inteqrasiya olunurlar.

Hal hazırda ölkədə turizm fəaliyyətinin əksəriyyəti yerli turizmdir.Dövlət, kommersiya və qeyri kommersiya təşkilatlarının əməkdaşlığını təmin etmək üçün, turizm siyasətinin planlaşdırılması, həyata keçirilməsi, investisiyaların cəlb edilməsi kimi sahələrdə bir sıra əməkdaşlıq nümunələri mövcuddur.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Tədqiqat mövzusunun məqsədi Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafına mane olan əsas problemlərin və onların həlli yollarının araşdırılmasıdır.Müəyyən olunmuş məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı məqsədlər qoyulmuşdur:

- Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafının mövcud vəziyyətinin araşdırılması
- Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafına mane olan problemlərin müəyyənləşdirilməsi və həlli yolları
- Bu sahədə həyata keçirilən dövlət proqramları və dövlət siyasəti
- Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafının iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsi
- Gəlmə turizmi ilə bağlı statistik göstəricilər

Disertasi işinin metodu. Tədqiqat işində müşahidə, müqayisə, təhlil və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.Müşahidə metodu əsasında keçmişdən bu günə kimi turizmin inkişafı araşdırılmış müqayisə edilmiş və nəticələrin təhlili aparılmışdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki əhəmiyyəti. Araşdırma nəticəsində ələ alınan yeniliklər turizmi əhəmiyyətli şəkildə dəyişdirən yeniliklər arasından seçilmişdir.

- Turislər tərəfindən istifadə edildikcə xidmət və məhsulların çeşitliliyi və xüsusiyyətləri üzərində dəyişiklik
- Turislərin özlərinə fayda yaradacaq sosial və fiziksəl tədbirlərin artırılması
- Turizm sənayəsində faydalığın artırılması enerji,əmək,kapital və torpaq kimi sahələrin yenidən şəkilləndirilə bilməsi

Azərbaycanda gəlmə turizminin tədqiqi inkişaf problemlərinin araşdırılması turizmin inkişaf etdirilməsi sahəsində mühüm rol oynayır.Problemlərin araşdırması və onların aradan qaldırılması yönündə görülmən tədbirlər nəticəsində turistlərin sayında artışı, ölkənin digər inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən tanınması Azərbaycanda iqtisadiyatın bütün sahələrində eləcədə xalqın rifah səviyyəsinin artırılmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir.Beləliklə Azərbaycan bir çox inkişaf etmiş ölkələrin maraq dairəsindədir.Bundan gələcəkdə elmi konfranslarda iştirakı üçün istifadə oluna bilər.

Tədqiqatın predmeti və obyektı.Tədqiqatın predmentini Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişaf perspektivləri təşkil edir.Tədqiqatın obyektini turizm sahəsinin Azərbaycanın gəlmə turizmin inkişafında əsas prioritet sahə kimi seçilməsi problemləri mövcud vəziyyəti və inkişaf perspektivlərinin təhlili və araşdırılması təşkil edir.

Tədqiqatın informasiya bazası. Azərbaycanın gəlmə turizminin inkişafının əsas problemləri mövzusunda Dövlət statistika komitəsinin, elmi-praktik konfransının materialları, yerli və xarici kitab və məqalələrdən eləcədə çox miqdarda internet informasiya ehtiyatlarının məlumatlarındanda istifadə olunmuşdur.

İşin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi hər biri 3 sualdan ibarət olan 3 fəsildən təşkil olunmuşdur.İlk öncə giriş hissəsi verilmiş sonda ədəbiyyat siyahısı,nəticələr və təkliflərlə tamamlanmışdır.Disertasiya işində 5 cədvəldən, 1 sxemdən, 4 dioqramdan eləcədə 3 şəkilən istifadə olunmuşdur.

FƏSİL.I. Gəlmə turizmin sosial-iqtisadi rolu

1.1 Gəlmə turizmin əsas amilləri

Turizm, çox geniş yayılmış və kütləvi açıq fəaliyyət növüdür. Hər il minlərlə insan səyahət həvəskarları sırasına daxil olur. Kruvaziyer, sanatoriya və istirahət evlərində istirahət etmək, bədəni gücləndirmək və yorğunluqdan xilas olmaq üçün son dərəcə vacibdir.

Azərbaycan turizmin inkişafı üçün çox böyük potensiala malikdir. Təbiət, iqlim, tarixi abidələr, mətbəximiz, xalqımızın zəngin mədəniyyəti və digər amillər turizmin bir çox sahəsinin inkişafı üçün əsas yaradır.

Azərbaycanda mineral sular, isti bulaqlar və çamur banyolarının mövcudluğu yalnız istirahət üçün deyil, həm də müalicə məqsədi üçün də gözəl imkanlar yaradır. Dünyadakı yeganə tibbi Naftalan (ağ) neft dünya şöhrətini qazandı.

Turizmin dərəcəsi müxtəlif məqsədlərlə xarici mühiti səyahət etmək üçün əhəlinin ehtiyaclarını, bir turist məhsuluna tələbatın və turist axınının xidmətinin işini təmin etdiyi zaman ölkədə müvafiq şəraitin mövcudluğundan asılıdır. Əlverişli xarici mühitin mövcudluğu cədvəl 1.1-də göstərilən siyasi, iqtisadi, sosial, texniki, mədəni, təbii, ekoloji amillərdən ibarətdir. Onlar müəyyən bir sahədə turizmin inkişafının texniki-iqtisadi əsaslandırılması və həyata keçirilməsinin öyrənilməsində PEST təhlilinin əsasını təşkil edirlər.

cədvəl 1.1.

Daxili və Gəlmə turizmin inkişafına kömək edən amillər

Faktor qrupları	Faktorlar
Siyasi	Demokratik hüquqi dövlətin mövcudluğu. Ölkələr arasında diplomatik münasibətlər. Əməkdaş viza rejimi. Ehtiyacı gömrük rejimi. Xarici vətəndaşların hüquqlarının müdafiəsi
İqtisadi	İctimai gücdə iştirakı inkişaf sistemi, rabitə sistemləri, rabitə infrastrukturunun inkişafı, turist xidməti, infrastruktur qiymətlərinin bütün iqtisadi artımı, inflyasiya nisbəti kimi turizm sənayesinin inkişafı, yerli və gələn turist axını səviyyəsinin əldə edilməsi, yol şəbəkəsinin mövcudluğu və keyfiyyəti.
Sosial	İnkişaf edilmiş nəqliyyat sistemi. Aşağı büdcə sərnəşin daşımalarının inkişafı (aviasiya və s.). Yaşayış obyektlərinin mövcudluğu və keyfiyyəti (otel daxil olmaqla). Təklif olunan xidmətlərin növləri, çeşidi və keyfiyyəti. Turizm sektorunun obyektlərinin ödənilməsi. Ölkələrin iqtisadi inkişaf səviyyəsi və valyuta məzənnələri. Əhalinin səviyyəsi. Sosial sərvətin artması.
Mədəniyyət	Ölkənin əlverişli görünüşü. Şəhərləşmə dərəcəsi. Əhalinin səviyyəsinin ölkə həyatında və əmin-amanlığında bir faktor kimi qiymətləndirilməsi. Mədəniyyət səviyyəsi, sağlamlığı, gəlirləri, bilişsel fəaliyyətə qatqı təmin edir. İş vaxtının azaldılması. Boş vaxt məbləğinin artırılması. Əhalinin hərəkətililiyinin artmasında bir amil kimi texniki nailiyyətlərin inkişaf etdirilməsi. Xarici valyutaların ölkənin ərazisində hərəkət azadlığı, yerli əhalinin təhlükəsizliyinə dözümlülük.
Təbii	Turizmin müxtəlif növlərinin (istirahət, kənd, landşaft, aktiv turizmin müxtəlif növləri) inkişafına kömək edən müxtəlif təbii landşaftlar. Diversified iqlim zonaları. Müxtəlif sağlamlıq faktorları.
Ətraf mühit	Təbii mühit, hava, su və s. Təmizlik və ya çirklənmə dərəcəsi.

Mənbə: Asanova İ.M., Trofimova RV, Semuxina EV Rusiyada daxili və xarici turizmin inkişafına kömək edən amillər "Konsepsiya" elmi-metodik elektron jurnal(2015)[16, səh.33]

Qeyri-iqtisadi amillər turizmin inkişafı üçün potensial imkanlar yaradır. Bura landşaftların, istirahət zonalarının, mədəni yerlərin, ibadət obyektlərinin, orijinal mədəniyyətin, memarlıq, təhsil, elm, tibb müəssisələrinin və s. həmçinin viza rejimi, təhlükəsizlik, xidmət keyfiyyəti, millətlərarası münasibətlər, turizm sahəsində dövlət siyasəti, ətraf mühitin vəziyyəti daxildir. Sonradan sənaye dövründə maddi rifah və rahatlıqla yanaşı, duyğu və təəssüratlar da əhəmiyyət qazanır, bu da turizmin inkişafında bir faktordur.

Səyahətin həyata keçirilməsinin amili kimi aşağıdakı səbəblər əsas götürülür:

Reklam, ailə statusu, maliyyə, istirahət etmək arzusu, macəra arzusu, tarixi nöqtəyi nəzərdən maraq, mədəni tədbirlərə və idman tamaşalarına maraq, biznes səfər və s daxildir [2, səh 30].

İqtisadi faktorlar potensial imkanlar fonunda turizmin inkişafının real imkanlarını müəyyənləşdirir. Ölverişli amillər varsa, turizm mövqeləri güclənir. Turizmin inkişafı ilə "turizm intensivliyi", "ölkələrin turist balansı" (müəyyən bir ölkədə əcnəbilərə satılan malların və xidmətlərin dəyərinin və həmin ölkənin vətəndaşlarına satılan malların və xidmətlərin dəyərinin nisbəti) kateqoriyaları əlaqəlidir.

Ölkənin iqtisadiyyatı üçün "turist balansı", "aktiv" (İsveçrədə, Taylandda olduğu kimi, turist balansının müsbət tarazlığı ilə) və ya "passiv" (turist balansının mənfi tarazlığı ilə Almaniya və Rusiyada olduğu kimi) balansla bölünür. Ölkə əhalisinin 50% -dən çoxu ildə azı bir səfər edərsə, ölkədə "kütləvi" turizmin təbiəti olur.

Daxili və gəlmə turizmin inkişafına mane olan əsas amillər aşağıda qeyd edilmişdir:

- Zəif inkişaf etmiş və ya etməmiş mühəndislik infrastruktur (enerji, su, nəqliyyat, təmizləyici qurğu, taxtalar, bankların qorunması və s.); - zəif inkişaf etmiş turizm infrastruktur (turizm sinif və istirahət obyektlərinin yaşayış obyektlərinin çatışmazlığı, olmaması və ya pis vəziyyətləri, ekran obyektləri,

yolkənarı infrastruktur); - investorlar üçün mövcud kredit alətlərinin olmaması; - keyfiyyətin aşağı olması; - peşəkar kadrların olmaması;

- Ölkələr arasında artan rəqabət səviyyəsi; - yerli turist məhsulunun rəqabət qabiliyyətinin az olması; [16,səh 33].

Turist axınları bir sıra təbii (coğrafi yerlər, iqlim və s.) və humanitar faktorlara (tarix, sosial davranış, vərdişlər və s.) bağlı olaraq turizm mərkəzləri ilə sıx bağlıdır.Müəyyən coğrafi sahələrdə turist axınının cəlbediciliyi ilə birləşməsi bu axınları iqtisadi və sosial cəhətdən təsir edən turizm mərkəzlərini təşkil edir.Turist axınları - pulsuz vaxt, istirahət, səyahət etmək məqsədilə xüsusi mərkəzlərə göndərilən turist qrupları qrupudur.1980-ci illərdə aşağıdakı turist axınları mövcud idi:

- Meridional (Şimal-Cənub) - Şimali və Mərkəzi Avropadan Aralıq dənizinə və Afrikaya; Şərq - Qərbdən Avropaya Yaxın Şərq və Asiyadan;
- Atlantik - Qərbi Avropadan Şimali Amerikaya; Şimali Amerikadan Avropaya; Şimali Amerikadan Mərkəzi və Cənubi Amerikaya;
- Asiya - Yaponiyadan Avropaya və Amerikaya; digər Asiya ölkələrindən qonşu ölkələrə;
- Pasifik - Avstraliya və Yeni Zelandiyadan Avropaya və Şimali Amerikaya; Yaponiyadan Sakit okean hövzəsinə qədər.

Ən sıx turist axınları onların QKD ərazisindən keçir; bu, bütün SCS üçün tipikdir.Əlverişli amillərin olması ayrı-ayrı bölgələrin və ölkələrin dünya turizmində rəhbərliyinə gətirib çıxarır və arzuolunmaz amillər turist axınını azaldır[17].

Statik, zaman dəyərində sabitdir.Bu qrup əsasən təbii və mədəni-tarixi resursların miqdarı və keyfiyyəti ilə ifadə olunan ərazinin istirahət və resurs potensialını əks etdirir.Bura dinamik - siyasi, sosial-demoqrafik, maliyyə və iqtisadi, maddi-texniki və s. daxildir.Qeyd etmək lazımdır ki, insanın həyatının stereotipinin statikdən dinamikə dəyişməsi kütləvi xarakter daşıyır.

Təbii və iqlim amilləri - turistləri zəngin və rəngarəng təbii və istirahət resursları, indented sahil körfəzləri, daxili dənizlərin, dəniz çimərlikləri, sıx çay şəbəkəsinin mozaik landşaftları, sahil və dağ dekorasiyası cəlb edir.

Mədəniyyət və tarixi amillər - tarixi və memarlıq abidələri bir sıra maddi və mənəvi mədəniyyətin yüksək səviyyəsi və əhalinin milli və dini tərkibi, yüksək təhsil səviyyəsi, regionda və dünyanın digər əsas regionları ilə mədəni və uzun ənənəvi əlaqələrin mövcudluğudur.

Tətil istiqamətlərinin cəlbədiciliyi əsasən bu amillər tərəfindən müəyyən edilir. Təsadüfi deyildir ki, isti bir iqlimlə birlikdə cənub bölgələri "turizm səfərlər" məqaləsində sadalanır, bütün Skandinaviya ölkələrində, hətta Skandinaviyanın zəngin ölkələrində də tarazlıq mənfi olur. Tarixi və mədəni resursların əhəmiyyəti təhsil səviyyələri və insanların bilik ehtiyacları ilə artır.

Coğrafi mövqe faktorları bütün növlərində fəaliyyət göstərir: fiziki-coğrafi mövqe, təbii və istirahət resurslarından ibarətdir; xüsusilə əsas turizm bazarları ilə bağlı iqtisadi və coğrafi vəziyyət; nəqliyyat və coğrafi mövqeyə sahib olan turistlər və geosiyasi mövqe üçün son dərəcə cəlbədidir çünki beynəlxalq gərginlik mərkəzlərinə və xüsusilə hərbi münaqişələrə yaxınlıq turistlərin əsas "qorxu" səbəbidir.

Ölkədəki siyasi vəziyyəti bütün digər dinamik amilləri müəyyənləşdirir. Krizlər, siyasi qeyri-sabitlik, iqtisadiyyatın militarizasiyası, turist formalitələrinin sərtləşdirilməsi, valyuta məzənnələri və s. bunlar dövlət siyasətinin nəticələridir.

Mühüm bir siyasi amil turizmə və digər beynəlxalq iqtisadi əlaqələr sahəsində əməkdaşlıq üzrə dövlətlərarası və hökumətlərarası sazişlər sahəsində dövlət siyasətidir.

Turizmlə bağlı dövlətin xüsusi siyasəti turizm fəaliyyətinin normalarını, planlaşdırma, reklam, idarələr vasitəsilə turizmə nəzarət etməkdə özünü göstərir.

Turizm siyasəti ölkənin siyasi rejimi ilə sıx bağlıdır və hökumətin üç səviyyəli müdaxiləsini müəyyənləşdirir:

- Tam müdaxilə - demokratik azadlıqlar olmadığı totalitar bir dövlət qurmaq, burada özəl sektorun təşəbbüsü görünmür. Dövlət turizm fəaliyyətinin bütün funksiyalarını monopolizə edir;
- Qismən müdaxilə - fəal iqtisadi fəaliyyətlə xarakterizə edilən ən demokratik ölkələrdə qeyd olunur; Dövlət təşkilatı strukturlar vasitəsilə turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsində daha çox və ya az dərəcədə müdaxilə edir və özəl sektoru bazar iqtisadiyyatı əsasında xidmət sahələrində müəssisələrin qurulması azadlığını tərk edir;
- Kiçik müdaxilə - praktik olaraq turizm fəaliyyətinə müdaxilə etməyən siyasi rejimlər üçün bu sahədə təşəbbüs göstərərək, rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən özəl sektorlara müdaxilə;

Sosial-demoqrafik amillərə yaş, məşğulluq, nikah yaşı, pensiya yaşı, turistlərin sosial tərkibinin genişlənməsi, təhsilin səviyyəsi, əhalinin estetik tələbləri, ödənişli məzuniyyət müddətinin artması, cəmiyyətdə maddi və mənəvi ehtiyaclar, şəhərləşmə və s. aiddir.

Maliyyə və iqtisadi amillərə ölkə iqtisadiyyatının vəziyyəti, maliyyə sabitliyi, əhalinin gəlirlərinin səviyyəsi, şirkətin turizm xərcləri üçün ayrılan vəsaitlərin payı, malların qiymətləri və s. aiddir.

Material və texniki amillər turistik bazanın vəziyyətini və imkanlarını xarakterizə edir bura yaşayış, ərzaq, nəqliyyat, istirahət, ticarət və s. aiddir. Nəqliyyat əlaqələrinin əsas xüsusiyyətləri onların inteqrasiya xarakteridir[10].

Turizm sənayesində xüsusi yer yaşayış və iaşə müəssisələri tərəfindən işğal olunur. Turistlərin cəlbediciliyi otel və restoran xidməti səviyyəsindən böyük ölçüdə asılıdır. Ancaq turizm sənayesi, xüsusilə yaşayış və qida müəssisələri, il ərzində turist xidmətlərinə tələbatın dəyişməsi ilə (mövsümi) yaşayış və ərzaq xidmətlərinin saxlanması xərclərinin və onların xidmətlərinin artırılmasına gətirib çıxarır.

Bu amillər əsasında və Dünya Turizm Təşkilatının statistikalarını təhlil edərək, turizmin daha da inkişaf etdirilməsi üçün proqnoz vermək mümkündür. Bu proqnozlara görə bölgələr üzrə turizmin inkişafı qeyri-bərabər olacaqdır: Asiya və Sakit okean ölkələrində, Avropada və Şimali Amerikada ən yüksək dərəcələr gözlənilir, onlar global səviyyələrdən daha aşağı olacaq. Beləliklə, yaxın gələcəkdə turizm dünya iqtisadiyyatının ən gəlirli sahələrindən biri olaraq qalacaqdır.

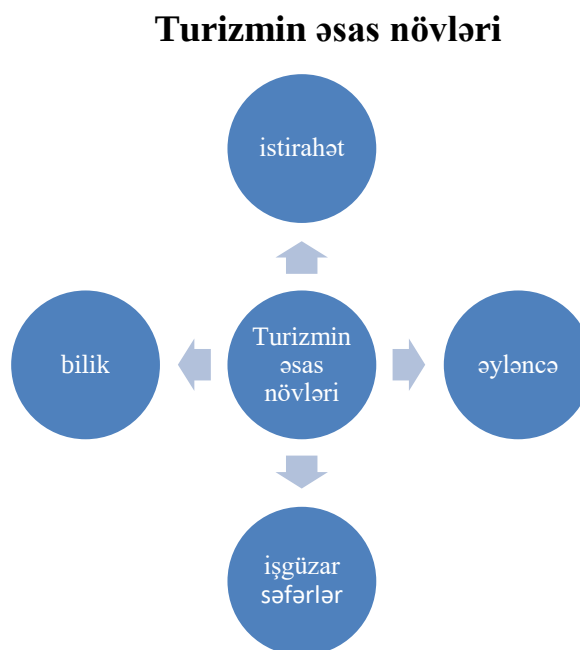
1.2 Gəlmə turizmin sosial iqtisadi inkişafda rolu

Müasir şəraitdə ərazi problemlərinin həllində və inkişafında turizmin təşkili, inkişafı və integrasiya olunmuş iqtisadi idarə edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qloballaşma və integrasiya proseslərinin möhkəmləndirilməsi baxımından, davamlı inkişafın və fəaliyyət sahəsinin mühüm amilindən biri olan turizmin bir sıra kompleks problemlə vəziyyətləri və idarəetmə mexanizmləri ilə əlaqəli dəyişikliklər meydana gəlir. Azərbaycanda turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Ölkənin müəyyən bölgələrində turizmin səmərəli təşkili və inkişafı problemlərinin həlli ümumi xüsusiyyətlərə malikdir. Lakin təbii şəraitin, turist resurslarının və iqtisadi vəziyyətin, strukturun və tarixi inkişafın təbiətindən asılı olaraq, hər bir bölgə öz fərdi xüsusiyyətlərinə malikdir. Turizmin iqtisadi əsasları, potensial imkanları və bu sahələrdə iqtisadi potensialın cəlb edilməsi və onların birgə istifadə istiqaməti daxil olmaqla, istifadəsini müəyyən edir. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin inkişafında turizm əhəmiyyətli rol oynayır. Ölkələr arasındakı əlaqələrin intensivliyi münaqişələrin riskini azaldır. Turizmdən alınan gəlirlər əhalinin müxtəlif segmentləri arasında paylanılır. Turizm bir çox iş yeri yaradır və əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Turizm xidmətlərini lazımi səviyyədə təmin etmək, iş yerlərinin sayının artmasına gətirir (eyni zamanda hər bir xarici turistdən alınan gəlir 1 ton xam neftin satışından əldə edilən gəlirdən daha böyükdür). Son vaxtlar yerli və xarici

turizmin inkişaf səviyyəsi bir-birinə yaxınlaşdı. Turizm sahəsindəki siyasət, viza, gömrük və başqa formalitənin sadələşdirilməsi turizmin inkişafına kömək edir. Məsələn, Qərbi Avropa ölkələri tərəfindən bağlanmış Şengen müqaviləsi iştirakçı ölkələr arasında gömrük formalaşdırmalarını sadələşdirdi və turistlər bu ölkələrin ərazilərində sərbəst şəkildə hərəkət edə bilirlər[18].

Turizm iqtisadiyyatın digər sahələri ilə bağlı çox xüsusi üstünlüklərə malikdir: turizmə qoyulan vəsait qısa müddətdə ödənilir. Turizm tarixi abidələrin qorunmasını, şəhər və kəndlərin yaxşılaşdırılmasını, yolların tikintisini, infrastrukturun inkişafını tələb edir. Turizmin inkişafı bir çox iş yeri yaradır, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarının inkişafını sürətləndirir. Son illərdə Azərbaycanda sürətlə inkişaf edən beynəlxalq turizm, 4,3% orta illik artım təmin edir. Hal-hazırda beynəlxalq turizm (göstərilən bütün xidmətlərin 1/3-i bu turizmin payına düşür) global iqtisadiyyatda aparıcı fəaliyyət növlərindən biridir. Bəzi ölkələrdə dövlət büdcəsinin 30-40% turizmə (Meksika, Sinqapur, Tayland Ştatları milli gəlir və digər gəlirlərin 80%-i turizm tərəfindən təmin olunur) görə formalaşır. Beləliklə, UNWTO proqnozlarına görə, 2020-ci ildə turizm gəlirləri 1,5-2 milyard dollar təşkil edəcək. Bu, planetdəki insanların turizm proseslərində fəaliyyətinin 2-3 dəfə artacağını göstərir[14].

Sxem 1.1.



Mənbə: web,<http://portal.azertag.az/ru> sayıtının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Dünyada turizmin əsas növləri: istirahət, əyləncə, işgüzar səfərlər və bilik turizmidir. Bu turistlərin istehlakçıları turistlərin ümumi sayının 70% -ni təşkil edir. Beynəlxalq turizm inkişafında tendensiyaların təhlili göstərir ki, turist axınındakı kəskin regional fərqlər var. Son illərdə turistlərin çoxu öz bölgələrinə səyahət etməyi üstün tuturlar. Beləliklə, Avropanın 90% -i, Amerikanın 72% -i, Afrika turistlərinin 45% -i, Asiya və Sakit okean ölkələrindən olan turistlərin 75% -i, Yaxın Şərq turistlərinin 60% -i və Cənubi Asiyadan turistlərin 55% -i istirahət edirlər[30].

Sosial faktorların ən vaciblərindən biri də turizmin inkişafını sürətləndirir və turizm sənayesinin inkişafı sosial problemlərin həllinə müsbət təsir göstərir. Regionlarda yeni iş yerləri açılır, mədəniyyətlərin mübadiləsi, kommunikasiya və infrastruktur inkişaf etdirilir, turist fəaliyyəti bölgələrdən ölkənin böyük şəhərlərinə qədər miqrasiya axınını azalır. Daxili turizmin inkişafı ölkənin iqtisadiyyatının və yerli infrastrukturunun inkişafında mühüm rol oynayır, xarici turist axınının artmasına

kömək edir. Turizmin inkişaf tendensiyalarının təhlili göstərir ki, yüksək səviyyədə reklam və informasiya texnologiyalarına malik olan ölkələrdə təbii iqlim, iqtisadi, sosial və siyasi faktorlarla yanaşı turizm sürətlə inkişaf edir.

İqtisadiyyatın alternativ sektorlarının inkişafı üzrə dövlət proqramları iqtisadi inkişafın tədricən keçidini həyata keçirmək və ölkənin enerji resurslarının ixracına asılılığını azaltmaq üçün nəzərdə tutulmuşdur. Dövlət proqramının mərhələli şəkildə həyata keçirilməsi "yol xəritəsi" Azərbaycanın inkişafı üçün on ildir ki, bir strategiyadır. Bu, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin, o cümlədən turizmin inkişaf etdirilməsini nəzərdə tutur.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2009-cu il 14 aprel tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş 2009-2013-cü illərdə Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı üzrə Milli Proqramının həyata keçirilməsi makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi, yeni müəssisələrin yaradılması və yeni işçilərin yaradılması sahəsində mühüm rol oynayır. Sosial xidmətlərin səviyyəsini daha da artırmaq əhalinin rifahının yaxşılaşdırılması və yoxsulluğun azaldılması ilə nəticələnir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı sahəsində məqsədyönlü siyasəti nəticəsində 2011-ci ildə 5,1 min müəssisə, 94,1 min yeni iş yeri yaradılmışdır bunun 72,4 mini qalıcıdır. Ümumiyyətlə, proqramın qəbulundan bəri keçən dövr ərzində ölkədə 14,7 min müəssisə fəaliyyətə başlayıb, o cümlədən 240,7 min yeni iş yeri açılmışdır bunun 179,6 mini daimi iş yeridir. Dövlət başçısının xüsusi diqqət və qayğı ilə 2011-ci ildə regionların davamlı inkişafı makroiqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılması ilə təmin edilmişdir. ÜDM həcmi əvvəlki ilə nisbətən 0,1% artaraq, adambaşına düşən həcm 5530,6 manat (7003,4 ABŞ dolları) təşkil edib. 2011-ci ildə bütün maliyyə mənbələri hesabına iqtisadiyyatın və sosial sektorun inkişafına 12,8 milyard manat həcmində investisiyalar yönəldilmişdir (2010-cu illə müqayisədə 27,3 faiz çoxdur)[7].

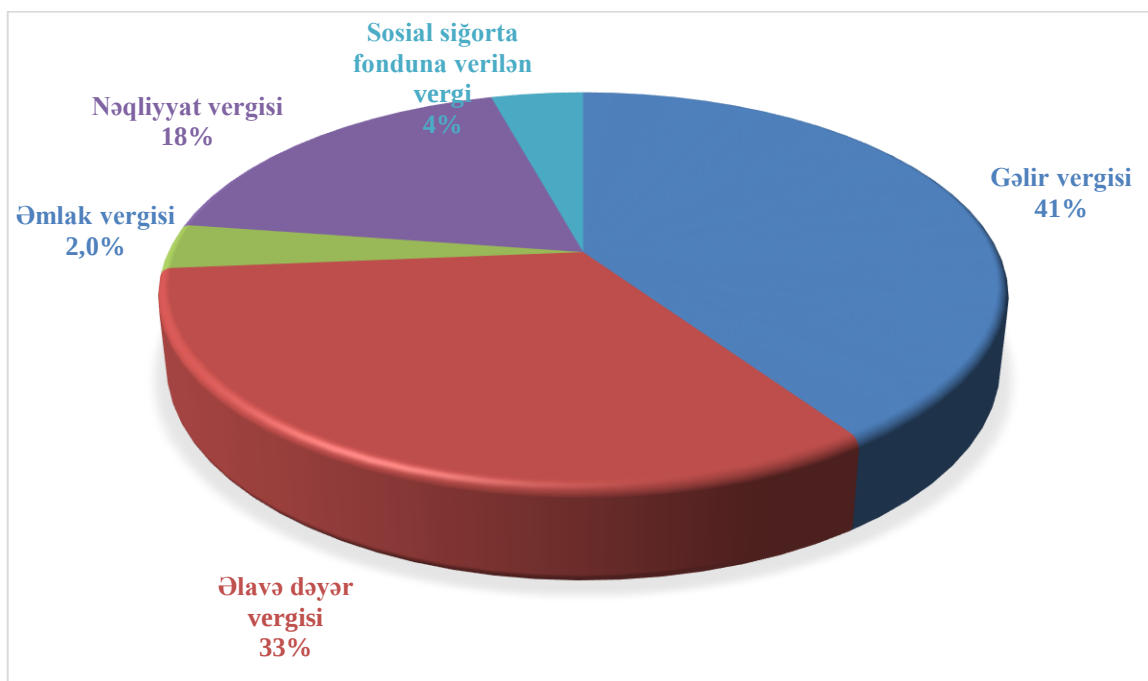
Qədim dövrlərdən bəri Azərbaycan Böyük İpək Yolu marşrutunda mühüm dayanma nöqtəsi olan bir ölkə kimi tanınır. Şərq və Qərb xalqları arasında əsrlər boyu əlaqələr xalqlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin inkişafına yardım, bu yolla dünya sivilizasiyasının inkişaf etdirilməsinin mühüm vasitəsi kimi çıxış edərək mədəniyyət mübadiləsini təbliğ etmişdir. Orta əsrlərdə Azərbaycan Şərq və Qərbdə bir sıra ölkələrlə sıx ticarət əlaqələri qurmuşdur. Şirvandan neft, ipək (xammal kimi), sənaye məhsulları, zəfəran, duz və s. nəql edilmişdir. Azərbaycanda ən qədim şəhərlərdən biri olan Bakı orta əsrin əvvəllərində Yaxın və Orta Şərqin məşhur ticarət mərkəzlərindən biri idi. Onun iqtisadiyyatının əsasları neft və duz istehsalı, həmçinin zəfəran, çilpaq və s. becərilməsi idi. Şəhərin inkişafında karvan və su yolları ilə bu malların Şərqdən uzaq ölkələrə nəql edilməsi mühüm rol oynamışdır.

Turizm sənayesi birbaşa turist müəssisələrinin fəaliyyətindən, sənaye sahələrinin inkişaf səviyyəsindən, turizm sənayesinə dolayı təsir göstərən xidmətlərin və xüsusilə bölgədə mövcud infrastrukturun səviyyəsindən asılıdır. Buna görə turizmin bölgənin sosial-iqtisadi vəziyyətinə təsiri, eləcə də əməliyyat müəssisələrinin və infrastrukturun müəyyən edici amilləri kimi öyrənilməsinə ehtiyac var. Azərbaycanın Lənkəran-Astara iqtisadi-coğrafi bölgəsində yuxarıda göstərilən məsələlər böyük əhəmiyyət daşıyır, çünki bu region ölkənin ən vacib turizm zonalarından biridir. Buna baxmayaraq, bu istiqamətdə geniş araşdırmalar aparılmayıb. Bu baxımdan turizmin biznes fəaliyyətində, istehlakında və əhalinin gəlirlərinin yaranmasında rolunun müəyyənləşdirilməsi vacibdir. Buna görə potensial imkanların müəyyən edilməsi ilə turizm və əlaqəli sənaye vəziyyətini qiymətləndirmək lazımdır. Eyni zamanda regionun sosial-iqtisadi inkişafına kömək edə biləcək yeni növ və fəaliyyət istiqamətləri müəyyənləşdirmək lazımdır. Tədqiqatın məqsədi Lənkəran-Astara iqtisadi və coğrafi bölgəsinin turizm sektorunun vəziyyətini öyrənmək, regionun əhalisinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsində turizmin rolu və onun sosial və iqtisadi inkişafa təsirinin xüsusiyyətlərini müəyyən etməkdir [13].

Turizm, ölkənin və onun bölgələrinin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərir. Turizmin ictimai həyatın təsirinə iqtisadi, sosial və humanitar baxımdan baxıla bilər. Turizmin iqtisadiyyata təsiri bu sənayenin növləri və istiqamətlərindən asılı olaraq müxtəlif səviyyələrdə ifadə olunur. Turizmi sahibkarlıq fəaliyyəti hesab edərsək, bu baxımdan turizmin hər bir müəssisəsi öz müştərilərinə məhsul və xidmətlər təqdim edən, öz işçilərinin maaşlarını və digər ödəniş növlərini ödəyən, səhmdarları mənfəətlə təmin edən, dövlətə vergiləri ödəyən öz maraqlarına sahib fəaliyyət kimi təqdim edə bilərik.

Turizm, istehlakçı məzmununun ifadə edildiyi müxtəlif mal və xidmətlərə yeni bir tələb formasının ortaya çıxmasına kömək edir. Yerli sənaye istehsalçıları öz məhsullarını istehlakçıların tələbatı səviyyəsində doğru miqdarda təqdim etməlidirlər. Yerli sənaye məhsullarının satışının artması ilə yerli əhalinin yaşayış səviyyəsi artmaqda davam edir. Turist axını sayəsində, bir çox yerli müəssisəsinin mənfəəti artmaqdadır: muzeylərin, tamaşaların və sərgilərin təşkilatçıları, film sənayesi və s. Bunun sayəsində müvafiq vergilər ödənilir və bununla da əhalinin gəlirləri artmaqdadır. Gəlirlərin artışında əsaslı rollardan biridə nəqliyyat müəssisələridir, çünki kütləvi nəqliyyatda sənişin dövriyyəsi, taksi artımı, avtomobil və avtobusların icarəsi və s. artır. Maliyyə planında turizm müəssisələrinin hər biri müəyyən vergilər ödəyir bular 1.1 diaqramında əks olunmuşdur:

Dioqram 1.1.

Maliyyə planında turizm müəsisələrinin ödədiyi vergilər

Mənbə: Soltanova H.B. “Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı” kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Turizm ölkəyə və bölgəyə xarici valyuta daxilolmalarına yardım edir. Bu, yalnız tur paketlərinin satışı ilə deyil, həm də turistlər tərəfindən ödənilən gündəlik xərclər və əlavə xidmətləri təmin etməklə təmin edilir, çünki turist valyutaları valyuta birjalarında təmin edilir. Turizmin sosial əhəmiyyəti turistlərin istehsal prosesində və ev təsərrüfatında fəaliyyətini itirmiş enerjinin bərpasında əks olunur. Turizm insanların fiziki və psixoloji stressdən xilas olmasına kömək edir. Turizm, psixofizioloji resursları və işlə məşğul olma qabiliyyətini bərpa edə bilər. Turizm, sərbəst vaxtınızı səmərəli istifadə etməyə imkan verir. Bundan əlavə, bu cür fəaliyyət ümumiyyətlə ətraf mühitə təhlükəsiz sayılır. Bunlarla birlikdə turizm, yeni iş yerlərinin yaradılması və işsizliyin azalmasına gətirib çıxarır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm sənayesi başqa regionlardan yeni işçi qüvvələrini cəlb etməyə kömək edir. Eyni zamanda, turizm

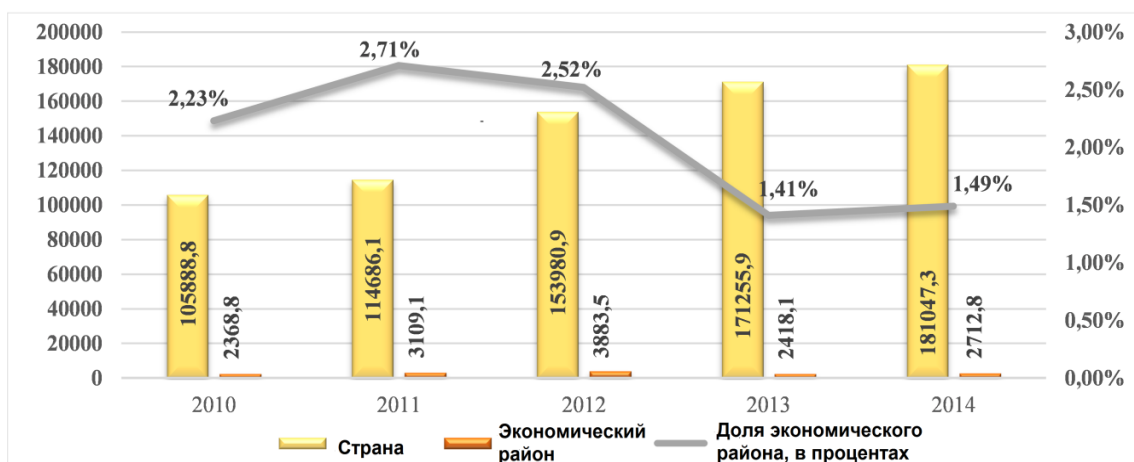
birbaşa və dolayısı ilə bölgədə yaşayan həyat səviyyəsinə təsir göstərir və bu, yerli əhalinin gəlirlərinin artmasına gətirib çıxarır. Vətəndaşları boş vaxtlarda müsbət fəaliyyət formalarına cəlb etməkdir. Bu onları mənfi hallardan qaçırır. Turist fəaliyyəti ətraf mühitin fəaliyyətini təşviq edir, çünki bu sahənin inkişafı ətraf mühitin qorunmasında maraqlıdır. Turizm mexanizasiyadan və avtomatlaşdırmadan təsirlənmir. Məsələn, otel biznesində orta məşğulluq səviyyəsi 10 turistə 3 nəfər (2-dən 5) artır.

İqtisadi rayonlardakı yerləşdirmə müəssisələrinin mənfəəti birbaşa paylanılır. Ölkənin rayonlarında bu göstərici əsasən paytaxtdan geridə qalır. Bu, ölkəyə gələn turistlərin əksəriyyətinin Bakıda qalması ilə bağlıdır. Bundan başqa, paytaxtdakı qiymətlər olduqca yüksəkdir. Eyni zamanda, ölkənin paytaxtı baş verən hadisələrin sayı ilə müqayisədə digər regionlardan qabaqda olması faktı da mühüm rol oynayır. Statistik təhlil göstərir ki, yaşayış müəssisələrinin mənfəəti artmaqdadır. Beləliklə, 2010-cu ildə yerləşdirmə müəssisələrinin illik mənfəəti 105888,8 min manat təşkil edib, 2014-cü ildə bu rəqəm 181047,3 min manat təşkil edib. Yəni 4 illik mənfəət 75,957,5 min manat artıb. Son iki ildə müqayisədə, yerləşdirmə şirkətlərinin mənfəətinin 2013-cü ildə 17275 min AZN təşkil etdiyini göstərir[3].

Lənkəran-Astara iqtisadi-coğrafi bölgəsində 2012-ci ildə yerləşdirmə şirkətlərinin mənfəəti 3,83 milyon manat təşkil edib. Son illərin analizi göstərir ki, 2010-2012-ci illərdə mənfəət artımı olub, 2013-cü ildə kəskin azalma müşahidə olundu və 2014-cü ildə bir əvvəlki ilə nisbətən kiçik bir artım oldu. Bizim fikrimizcə, ölkənin digər regionlarında infrastrukturun və turizm xidmətlərinin yaxşılaşdırılması bu göstəricinin azalmasına gətirib çıxardı. Həm də qiymət faktorunda qeyd etmək lazımdır[3].

dioqram 1.2.

**Lənkəran-Astara iqtisadi-coğrafi bölgəsinin ölkədə yerləşdirmə
müəssisələrinin mənfəəti ilə payı (AZN)**

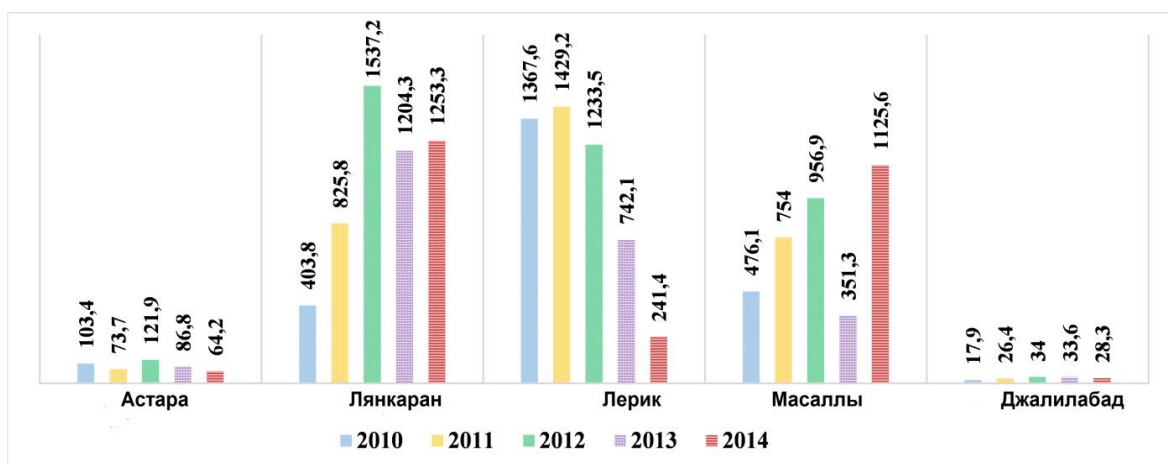


Mənbə: Regionlarda turizmin inkişafının strateji planlaşdırılması. AMEA Gənclərin İntelektual İnkişaf Mərkəzində gənc alimlər, doktorantlar və magistrələr cəmiyyəti. Gənc alimlərin kitabındakı məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Lənkəran-Astara bölgəsinin inzibati bölgələri yaşayış müəssisələrinin mənfəətinin müqayisəsində maraq doğurur. Bu göstəriciyə görə, Cəlilabad rayonu zəif təbii turist potensialının mövcudluğundan ötrü digər bölgələrdən geridə qalır. Qeyd edək ki, müvafiq təbii turist potensialına malik Astara rayonu üçün müvafiq rəqəm daha aşağıdır.

dioqram 1.3.

**Lənkəran-Astara iqtisadi və coğrafi bölgəsinin inzibati bölgələrində
yerləşdirmə müəssisələrinin mənfəəti (min manat).**



Mənbə: Regionlarda turizmin inkişafının strateji planlaşdırılması. AMEA Gənclərin İntelektual İnkişaf Mərkəzində gənc alimlər, doktorantlar və magistrlər cəmiyyəti. Gənc alimlərin kitabındakı məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Diaqramdan göründüyü kimi Astara bölgəsində 2012-ci ildə ən yüksək mənfəət 121,9 min manat təşkil edib. Sonrakı illərdə mənfəət azalıb. 2014-cü ildə 64,2 min manat təşkil edib ki, bu da 2012-ci ilə nisbətən 2 dəfə azalıb. Bölgədə ən yüksək mənfəət 2012-ci ildə Lənkəran inzibati rayonunda qeydə alınıb. Lerikdə ən yüksək göstərici 2010 və 2011-ci illərdə qeydə alınıb. Masallı rayonunda son 2 ildə kəskin bir düşmə (2013) və kəskin artım (2014) baş vermişdir. Bu sahədəki yaşıyış məntəqələrinin sayının əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması olmuşdur ki, bu baxımdan bu sahə üçün statistik məlumatlarda olduqca dəyişkəndir. Ümumiyyətlə, müəssisələrin sayının azalması bütün iqtisadi rayon üçün xarakterikdir. Mənfəətin azaldılması yaşıyış müəssisələrinə gələnlərin sayının azaldılmasına uyğun olmalıdır.

1.3.Gəlmə turizmin tədqiqi metodları

Turizm ölkənin coğrafi-strateji yeri və təbii ehtiyatlarından tamamilə asılı olan dövlətin iqtisadi həyatının tərkib hissəsidir.Hər il 27 sentyabr Dünya Turizm Günü qeyd olunur[21].Azərbaycan dünyanın qlobal rəqabət qabiliyyəti baxımından 148 ölkə arasında 39-cu yerdə yerləşən turizm sahəsində inkişaf edən ölkələrdən biridir. Azərbaycanda turizm Azərbaycan iqtisadiyyatının sektorlarından biridir.Nisbətən kiçik bir ölkədə var olan neft ehtiyatları və neft gəlirləri turizm sənayesinin əhəmiyyətli inkişafı üçün istifadə olunur. Bundan əlavə, Azərbaycanın ərazisində 9 təbii zona təmsil olunur.2016-2017-ci illərdə Rusiya Federasiyasının Turizm üzrə Federal Agentliyinin statistikasına əsasən, Azərbaycan rus turistləri tərəfindən ən çox ziyarət edilən beş ölkə arasında yer alır.2016-cı ilə nisbətdə, 2017-ci ildə Azərbaycana gələn rus turistlərinin sayı 31% artıb.Dünya Turizm və Səyahətlər Şurasının hazırladığı hesabatə görə, Azərbaycan 2010-2016-cı illərdə ən güclü turist axını ilə müşayiət olunan ilk 10 ölkə arasındadır.Bundan əlavə, Azərbaycan səyahət və turizm iqtisadiyyatında ən sürətlə inkişaf edən ölkələr arasında ilk dəfə (46,1%) birincisi olmuşdur[web, 29].

Cədvəl 1.2 görüldüyü kimi 2008-ci ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı 1 milyon 400 min nəfərdən çox olmuşdur.2017-ci ildə ölkəyə cəmi 1.818.258 nəfər ziyarət edildi.Bunlar əsasən Avropadan, Asiyadan, Şimali Amerikadan və s. ölkələrdən gələn turistlərdən ibarət idi.

cədvəl 1.2.

Azərbaycana gələn turistlərin sayı

1	2006	900.000
2	2007	1.100.000
3	2008	1.400.000
4	2009	1.000.988
5	2010	1.850.000
6	2011	2.239.000
7	2012	2.484.048
8	2013	2.508.904
9	2014	2.297.804
10	2015	2.006.176
11	2016	2.242.783

Mənbə: web, <http://www.bbc.com/news/business> sayıtının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

MDB vətəndaşları üçün (Türkmənistan və Ermənistandan - Erməni vətəndaşları və erməni mənşəli digər dövlətlərin vətəndaşları istisna olmaqla) Azərbaycana daxil olmaq üçün viza tələb olunmur. Digər ölkələrin vətəndaşları üçün viza özəl və ya hüquqi şəxsdən və ya səyahət agentliyindən dəvət əsasında verilir. 2003-cü il yanvarın 1-dən turist vizasının emalı üçün 20 ABŞ dolları məbləğində dövlət haqqı ödənilir.

2016-cı ildə yeni vergi azad sisteminin tətbiqi ilə turistlər alqı-satqı üçün daha əlverişli şərait əldə ediblər. Pulsuz vergi xidmətlərindən istifadə edənlər üçün 3 aylıq (90 gün) müddət də məcburidir [web, 29].

2017-ci ilin noyabr ayında Əmək və Sosial Siyasət Komitəsinin iclası keçirilmişdir. Komitə üzvləri "Turizm haqqında" qanunun 7.1-ci maddəsinin dördüncü bəndinə müəyyən dəyişikliklər edilməsini təklif ediblər. Bu məqalədə "səyahət şirkətləri" sözünün yerinə "ASAN Viza sistemi" sözləri əvəz edilməlidir.

Komitə sədrinin sözlərinə görə, elektron viza üçün müraciət edən hər bir hüquqi şəxs üçün 3 iş günü müddətində həlli planlaşdırılmışdır. Viza işlərinin icrası və müştəriyə e-poçt vasitəsilə göndərilməsi yalnız vizanın boykot edilməsi üçün lazımi əsaslar olmadıqda mümkündür. Müştəri rədd edildikdə, bu barədə məlumat veriləcəkdir[7].

Xarici valyuta Azərbaycana gəldikdə elan edilməlidir. Fərdi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş əşyaların, həmçinin qara ləzzətin 3-4 litrə qədər, 600-ə qədər siqaret və dərmanın idxalına icazə verilir. Ölkə daxilində girişdə elan edilmiş şəxsi əşyaları, pulları, qiymətli kağızları, zinət əşyaları, əl sənətləri və malların alınması, 125 qrama qədər qara kürünün çıxarılmasına icazə verilir. Antikaların çıxarılması yalnız müvafiq dövlət orqanlarının icazəsi ilə mümkündür. Ölkənin əxlaqını və dövlət sistemini təhqir edən əşyaların, silah və döyüş sursatlarının (müvafiq icazə olduqda bir ov tüfəngi istisna olmaqla), narkotik vasitələrin və həmçinin ədəbiyyat və video materialların tranzitini qadağan edir[18].

Paytaxt Bakıdan başqa, Azərbaycanda bir çox istirahət zonası var. Turistlərin kütləvi axınına bu bölgələrin müxtəlif iqlim şəraitləri, habelə flora və faunası kömək edir. Azərbaycan istirahət sahələri baxımından ən məşhurları arasında Gəncə, Naxçıvan, Şəki, Qəbələ şəhərlərinin tarixi dəyərini qorumağa davam edir. Gəncə şəhərini ziyarət edən xarici turistlərə memarlıq (xüsusilə karvansaralar) və ticarət mərkəzləri ilə tanış olmaq üçün ekskursiya turizm xidmətləri təklif olunur[23].

Şəki şəhəri memarlıq - Şəki Xanı Sarayı (1763) ilə məşhurdur. Bundan başqa şəhər daxilində türbə, qalalar və dini qurumlar yayılır.

Qədim dövrlərdən etibarən xalq təbabətinin müalicə üsulları Naxçıvan şəhərini sağlamlıq turizminin mərkəzinə çevirdi. Şəhər Duzdağ (1173 metr) duz mədənləri ilə məşhurdur. Şəhərin qurulduğu tarix - təxminən 3500 il əvvələ aiddir.

Tarixi M.Ö. 10-cu əsrə aid olan qədim şəhərlərdən biri Lənkəran, Xəzər dənizinin yaxınlığında yerləşir. Şəhərdə sağlamlıq yaxşılaşır. Naftalan şəhərinə gələn

turistlərin əsas hədəfi turizmin bu növüdür. Burada dəri, sinir və ürək-damar sistemi xəstəlikləri üçün müalicə tapa bilərsiniz[23].

Ölkə daxilində dağ turizmi, əsasən, 1999-cu ildə, 10 Mayda qurulan Dağ İdman Klubunun (GSK) köməyi ilə həyata keçirilir. Klubun layihəsi Tərlan Ramazanov tərəfindən təklif olunub. 2003-cü ilin qışında klub üzvləri 4243 km yüksəklikdəki Şahdağ (Hüsər şəhəri) üçün gediş etdi. GCW tərəfindən təşkil edilən fəaliyyətlərin əsas məqsədi, xarici turistləri, xüsusilə dağcıları cəlb etməkdir. Burada çox çətin iqlim şəraitində yerli müsabiqələr keçirilmişdir. Klub üzvlərinin və dağ turizmi ilə maraqlananların sayı sürətlə artır[22].

2002-ci ildə Azərbaycanda turizmin inkişafı üzrə dövlət proqramı qəbul edilmişdir[web.25]. Təqdim edilən proqrama "2002-2005 və 2010-2014 dövründə turizm inkişafı məsələləri haqqında" adı verilmişdir. Bu proqramın məqsədi ölkədə turizmin statistikasını, xüsusilə də illik ÜDM-in səviyyəsini tərtib etmək idi. Belə bir proqram Turizm Nazirliyi tərəfindən dövlət səviyyəsində hazırlanmış və "2008-2016-cı illərdə Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı" adlandırılmışdır. Xarici vətəndaşları cəlb etmək məqsədilə turizm sahəsində təlimlərin keçirilməsi, yaşayış yerlərinin sayının artırılması və s. nəzərdə tutulmuşdur[24].

Əgər 2002-ci ildə ölkə iqtisadiyyatı 432 milyon manat məbləğində gəlir əldə edibse, 2009-cu ildə bu göstərici 1122 milyon manat[26,28], turistlərin yerləşdiyi yerlərin sayı isə 3 dəfə artıb. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə, son iki ildə turist sayı 41% artmışdır[27]. 2011-ci ildə ölkədə bir sıra "yeni turizm" açılmış, tarixi və mədəni abidələrə və xüsusi təyinatlı abidələrə yollar bərpa olunmuşdur. Həmçinin, 2008-ci ildən Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi "Azərbaycan - Turizm Dünyası" adlı foto müsabiqə keçirir. Müsabiqə dörd kateqoriyadan ibarətdir: Azərbaycan təbiəti, irs, turizm növləri və Azərbaycan əcnəbilərin gözü ilə. I II müsabiqənin rəsmi şüarı Azərbaycan şairi Süleyman Rüstəmin "Yerli cənnəti görmək istəyirsən, Azərbaycana gedin!" sözləri ilə gəlir (Cənnət görmək istəyən, Azərbaycana

gəlsin!)[28].Azərbaycan Prezidentinin sərəncamı ilə aprelin 10 da Bakı şəhərinin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin Konqres Bürosu tərəfindən Bakıda "Baku Shopping Festival"təşkil olundu.2018-ci ilin mart ayında Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin turizm şöbəsinin müdiri Aydın İsmiyev "Halal turizm" ("Halal turizm") əsasını qoymaq arzusunu açıqladı[web, 31].Bu layihənin məqsədi xüsusilə müsəlman Şərq ölkələrindən xarici turistləri yeni turistik standartlarla təmin etməkdir. Halal turizminin özü turizm sahəsində yeni bir sürət istiqamətidir.Layihəyə görə yeni yaşayış yerləri - otel və yataxanaların tikintisi planlaşdırılır.

2018-ci ilin aprel ayında "Turizm və Səyahət" beynəlxalq sərgisi açılmışdır ki, bu da AITF-2018 kimi adlandırılmışdır.Bu sərgi 17-ci hesabatdır[32].Bundan əlavə, 25 avqust 2005-ci il tarixində Azərbaycan Turizm İnstitutu yaradılmışdır[35].

Hal-hazırda Azərbaycanda geniş yayılmış turizm növlərindən biri inkişaf edir - gastronomik turizm.

Tibb turizmi vasitəsi ilə ölkəni xarici qonaqlarla tanış etmək imkanı geniş yayılmışdır.Sağlamlıq proqramı əsasında xarici ölkədə olduğu müddətdə insanların əsas məqsədi müalicə və ya xəstəliyin qarşısını almaqdır,bu müddət ərzində həm də müxtəlif turistik yerləri ziyarət edir, özünəməxsus arxitektura ilə tanış olur.

Beləliklə, Azərbaycanda tibb turizminin inkişafının iki səbəbi daha məqsədəuyğundur: birincisi, Azərbaycan ərazisində dərman naftalan neftinin unikal yataqları var, ikincisi isə, əlbəttə, xarici qonaqlara göstərmək üçün bir çox yerlər mövcuddur.

Bu yaxınlarda "Health Travel Business Club" forumunda oxşar məsələ müzakirə olundu.Layihənin təşkilatçılığı, 1news.az-ın müxbirinə tədbirin detallarını izah edən həmtəsisçisi Natalya Ostapenko, "Birinci sərgi və tədbirlər" şirkətidir.

"Naftalan Azərbaycanın bir məqamıdır, çünki dünyada belə bir sahə yoxdur. Burada çox yaxşı bir infrastruktur və avadanlıq var, amma təəssüf ki, postsovet məkanının bütün ölkələrində olduğu kimi, tibbi xidmət səviyyəsi də çox istənilməlidir.

Ona görə də indiki fəaliyyətimiz yerli mütəxəssislərin növbəti 2-3 il ərzində tələb olunan səviyyəyə çatmasına kömək edəcək. Bundan əlavə, Azərbaycanlı həkimlər xarici mütəxəssislərə müraciət edən xəstələrin qəbul və müalicə üsullarını birbaşa müşahidə etmək üçün ölkəni xarici klinikalara səfərə çıxacaqlar. "Biz hərtərəfli bir seçim apardıq və bu gün dialoqa açıq şirkətlər qarşılıqlı olaraq tərəfdaşlarını müəyyənləşdirmək üçün danışıqlar aparmağa başlayacaq. Həm də onların əlaqələrinin necə inkişaf edəcəyini görəcəksiniz və biz bu layihənin uzunmüddətli perspektivə malik olduğunu başa düşəcəyik", - deyə təsisçi qeyd edib [web, 29].

Xarici həkimlər üçün bu şərtlər də faydalıdır, çünki onlar Bakıda öz maraqlarını təmsil edəcək tərəfdaşlar əldə edəcəklər və ölkəmizdə öz bizneslərini genişləndirə biləcəklər. Daha sonra isə Səhiyyə və İstilik Turizminin Dəstəklənməsi Assosiasiyası ilə əməkdaşlıq çərçivəsində xəstələrin xarici ölkələrdən cəlb edilməsi istiqamətində tədbirlər həyata keçirilməsi planlaşdırılır.

Bu assosiasiyanın sədri Ruslan Quliyevin sözlərinə görə, bu gün onlar müxtəlif Avropa ölkələrinin, eləcə də Türkiyə, Latviya, Rusiya, Belarusiya və Cənubi Koreyanın tibbi təcrübəsini öyrənmək mərhələsindədir. Realizasiyaya gəldikdə isə gələcəkdə Naftalan, Qalaaltı, Naxçıvan və Qəbələ istisna olmaqla, zəruri infrastruktur mövcuddur. Birincisi, təklif olunan paketin dəyərinin dünya səviyyəsinə uyğun olmasını təmin etməlidir. Bunu etmək üçün bu sektora subsidiya siyasətini həyata keçirmək, vergi sistemini sadələşdirmək və müxtəlif dövlət mexanizmlərini istifadə etmək lazımdır. Daha sonra özəl sektorun inkişafı, sahibkarlıq üstündə olacaq 1news.az-a müsahibəsində Ruslan müəllim deyir [web, 29].

Əvvəlcə Azərbaycan postsovet ölkələrindən xəstələri daha sonra Türkiyə və İran, sonra Avropa kimi sərhəd ölkələrini cəlb etməyi planlaşdırır. Bunun üçün marketinq və təbliğat baxımından böyük işlər görülür. Məsələn, son dövrlərdə Galaaltı sanatoriya və istirahət mərkəzi Avropada Tarixi Termal Şəhərlər Assosiasiyasının üzvləri siyahısına daxil edilmişdir. Yəni ölkəmiz artıq bu xəritədə öz yerini tutur. Bu il

Azərbaycan Tibb turizmin inkişafı üzrə beynəlxalq elmi seminarlar və simpoziumlar təşkil edəcək eyni zamanda, Qazaxıstan, Moskva, Dubay, Türkiyə və Avropa ölkələrində müvafiq sərgilərdə iştirak edəcək. Belə tədbirlərin köməyi ilə, əlbəttə ölkəmizin ekspertləri investorları mövzuyla əlaqədar cəlb etməyi planlaşdırılır.

Beləliklə, artıq bu gün ölkəmizdə tibbi turizmin inkişafı üçün əsaslar aktiv olaraq qoyulub. Öz növbəsində, Azərbaycan həkimlərinin xarici ölkələrlə qarşılıqlı əməkdaşlığının faydalı olduğunu sübut edəcək və zəngin meyvələrini gətirəcəkdir.

FƏSİL.II. Gəlmə turizminin təhlili və qiymətləndirilməsi

2.1. Gəlmə turizmin dinamikası və qiymətləndirilməsi

Turizm inkişafının ən vacib xüsusiyyətlərindən biri, müxtəlif regionlarda və ölkələrdə beynəlxalq turizm axınlarının qeyri-bərabər paylanmasıdır. Turist axınları dünyanın bir çox yerlərində cəmləşir və onların hərəkəti regionlar arasında çoxdur. Ən çox turist axını Avropada və Asiyada cəmlənir. Eyni zamanda, Yeni Dünya ölkələrində turizmin rolu artır.

Bu gün müşahidə olunan dərəcələr bunlardır:

- kollektiv və ya qrup turistlər turistlərin ümumi sayının 20-30% -ni təşkil edir, qalan 70-80% -i yaxın ölkələrə səyahət edən fərdi turistlərdir. Son illərdə kütləvi turizmin xeyrinə dəyişən bu nisbət aşağıdakılardan ibarətdir: bir ardıcıl tətillərin sayının azalması və eyni zamanda bayram günlərinin tezliyində artım; hava nəqliyyatının aşağı qiyməti; nömrələrin sayının artması; turoperatorların kütləvi turizmə maraqlarının artması; böyük fayda təmin edən yeni istiqamətləri axtarmaq; kütləvi turizm iş sayının artması; avtobusla səyahət edən turist sayının artması;

Rekreasiya həcmi biznes turizminin həcmindən daha dinamik şəkildə artır. XX əsrdə iş dünyası beynəlxalq turizm bazarında üstünlük təşkil edirdi, lakin indi istirahət turizmi dəyişdi və bunun nəticəsində turistlərin 60% -i tətillə üçün səyahət edir və yalnız 40% -i ticarət məqsədləri üçün səyahət edir[4].

Bu gün gəlmə turizm beynəlxalq turizmin aparıcı filiallarından biridir. Yalnız bu xalqların mədəniyyətlərarası dialoq səviyyəsində sosial tərəfdaşlıq prinsiplərini həyata keçirmək üçün səmərəli bir yol deyil. Qloballaşan təhsil turizmi bir növ turistik fəaliyyət kimi deyil, eyni zamanda müxtəlif qurumlar arasında qarşılıqlı əlaqə kimi mühüm bir nəzarət mexanizmi olaraq görülür. Sosial inkişafın mədəni inkişaf

biliklərinin yeni anlayışı və dünyada mədəni müxtəlifliyin qorunması ehtiyacları, mədəni turizm perspektivlərini regional inkişafda bir amil kimi artırır.

Son illərdə turist istəkləri əsasən turizm təklifinin təsiri altında yaradılıb bu vəziyyəti tərs olaraq dəyişdi. Piyasaların doyma və müştəri tələbatının daha yaxşı başa düşülməsi tələb olunan təklif və tələbi müasir şəraitdə artırır ki, bu da yalnız geniş maliyyə və vaxt imkanlarına sahib olmaq şərti ilə baş verə bilər. Buna görə müvafiq turist təklifinin yaradılmasını təmin etmək üçün turist tələbinin ətraflı və diqqətli araşdırılması və qiymətləndirilməsi lazımdır.

Tədiyə balansının şərtlərinə uyğun olaraq manevrlərdə iştirak edən hərbiçilər də istisna edilməlidir. Şəkil 2.1-də gəlmə səyahətçilər başqa səyahətçilər kimi təsnifatlaşdırılır. Gəlmə ziyarətçilər də özündə müəyyən hissələrə ayrılır ki bulara turistlər və bir günlük ziyarətçilər daxildir. Turistlər isə iki yerə ayrılır: xarici ölkədə məskunlaşmış və orada daimi yaşayan ölkə vətəndaşları və müvəqqəti olaraq ölkəyə ziyarət məqsədi ilə gəlmiş digər qeyri-rezidentlər. Nəticədə daxili ziyarətçilərin hamısı səfərlərin məqsədinə görə qruplaşdırılır.

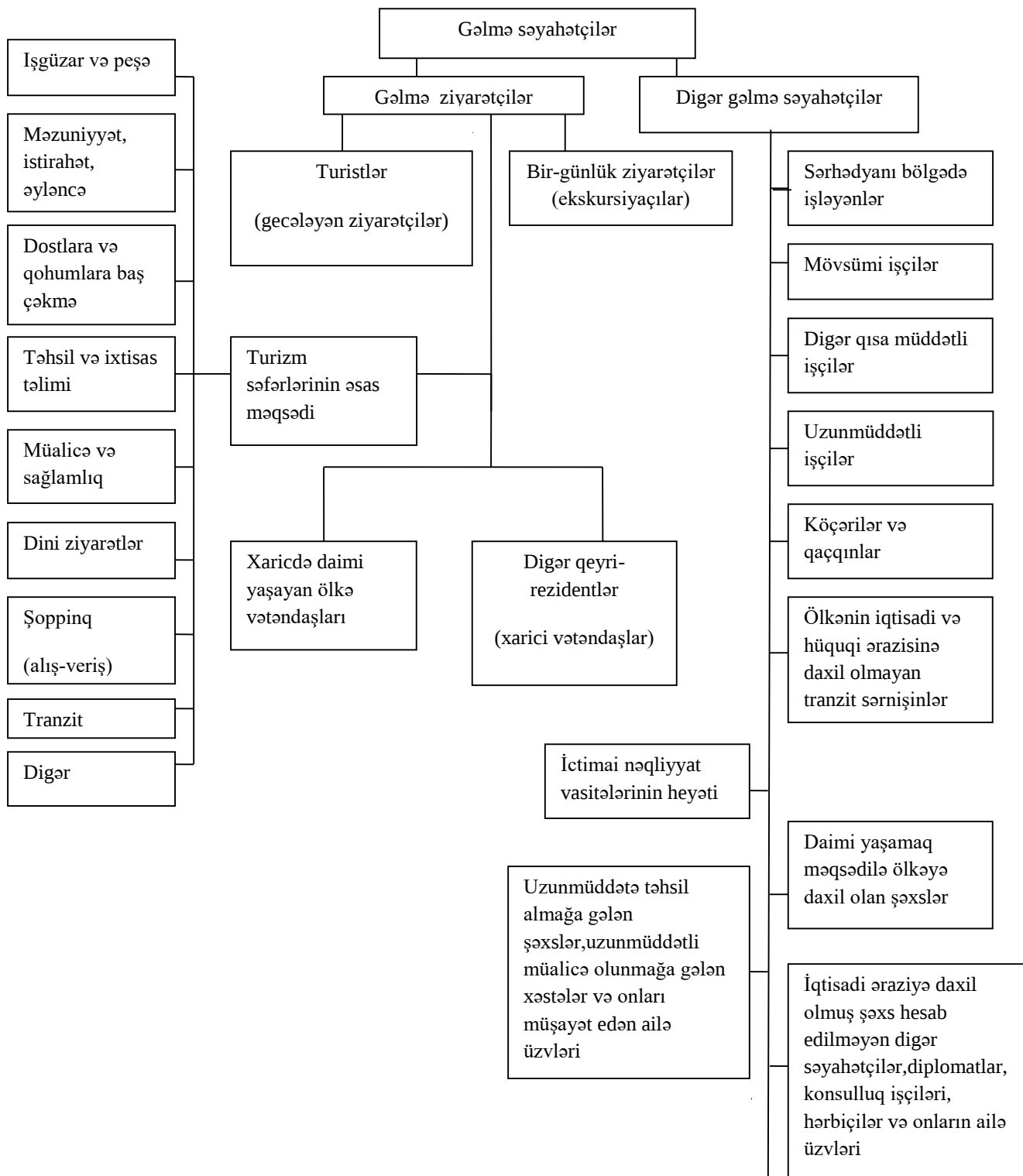
Tədqiq olunan ölkəyə əsasən daxili səyahətçi daxili ziyarətçi adlanır.

a) turist səfərinə çıxmış olanlar;

b) səyahət etdiyi və daimi yaşayış yeri olan ölkənin vətəndaşı olanlar; [4].

şəkil 2.1.

Gəlmə səyahətçilərin növləri



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

XX əsrin sonunda beynəlxalq səyahət üçün zaman və il ərzində edilən reyslərin sayını və qalmaq uzunluğunu artırmaq üçün bir tendensiya var. Bu tendensiya yaşlı turistlər və pensiyaçıların sayını artırmaqdan ibarətdir. Dünya Turizmində eyni zamanda həftə sonları və ya 2 gecə 3 gündən ibarət olan qısa səfərlərin sayının artması qeyd olunur. Bu uzun outages qarşısını almaq üçün, bir neçə gün səfərə çıxmaq istəyən gənc turistlərə səyahət reysləri bağlıdır.

Müştəri istəklərinə xidmətdə artım var. Xüsusilə, turistlər daha çox səyahət etmək üçün müasir xidmət haqqında biliklərə malik olmalıdırlar. Turistlər səyahət edərkən tez-tez bir şeyləri tənqid edir və səyahət zamanı daha çox rahatlığa önəm verirlər. Bununlada səyahət edərkən istədikləri rahatlıq səviyyəsini müqayisə edərək öz şikayətlərini bildirir və bu şikayətlər əsasında turizm xidməti dahada təkmilləşdirilir.

Əhalinin hərəkətliliyində də artım müşahidə olunur. Müasir dövrdə avtomobillərin sayında olan artışı insanların asan şəkildə səyahət etmələri üçün mühüm rol oynayır. Səyahətlərin səfərlərində daha çox pul yatırmağa başlanılması turizm xərclərinin artması ilə müşahidə olunur. İndi məşhur olmayan ənənəvi yaşayış - dağ chalets, ov klubları, bungalovlar və s. kimi turist məhsulları dahada mürəkkəbləşir. Gastronomiyanın yeni konsepsiyaları yaradılır.

Son illərdəki xarakterik xüsusiyyətlər birbaşa şirkətlərin (yatay və şaquli) fərdi şirkətlərin sermayəsi, homojen biznes və ya əlaqəli (birgə) şirkətləri birləşdirmək və əmələ gətirməklə xarici turizm bazarlarına aktiv təsir edir. A.Ş. Kuşkovanın rəhbərlik etdiyi bir qrup alimin əsərlərindən biri əsas inteqrasiya növlərini təsvir edir.

cədvəl 2.3

Beynəlxalq turizmin inkişaf dinamikası

İl	Turist səyahətlərində iştirak edənlər (mln. nəfər)	İl	Turist səyahətlərində iştirak edənlər (mln. nəfər)
1950	25,3	1980	285,0
1955	43,0	1985	327,0
1960	71,0	1990	458,2
1965	116,0	1995	567,4
1970	165,8	1998	636,7
1975	213,0	2000	698,0

Mənbə: Məmmədov JA, Soltanova X.B, Rəhimov S.G 2002 “Beynəlxalq turizm coğrafiyası”[2, səh 23].

Müəllifə görə beynəlxalq turizm bu mərhələlərdən keçmişdir:

1841 illər, 1841 ildən 1914 ilə qədər, 1914 ildən 1945 ilə qədər, 1945ildən 1990 ilə qədər[2, səh 23].

Horizontal inteqrasiya dedikdə fərdi şirkətlərin sərmayesinin xarici turist bazarlarına çevrilməsi və birləşdirilməsi və homogen şirkətlərin alınmasıdır. Bu xüsusilə meymənxana rəhbərliyi vəziyyətindədir. Məsələn, hər kəs dünyanın müxtəlif ölkələrində yerləşən Sheraton, Mariotte, Novmeymanxana, Sofitel, Hilton kimi müxtəlif meymənxana zəncirlərini bilir. Böyük meymənxana şirkətləri imtiyaz müqavilələri, idarəetmə müqavilələri bağlayaraq əmlak alır və xarici bazarlara daxil olurlar.

Şimali Amerika və Avropada hazırda ən azı on meymənxanadan ibarət olan üç minnən çox mehmanxana zənciri var. Ən prestijli olanları isə mütəmadi olaraq "Mehmanxanalar" jurnalında dərc edilir. Üç növ meymənxana zənciri var: korporativ

şirkətlər, mehmanxana operatorları və müstəqil mehmanxana birliyi.Şaquli integrasiya dedikdə turizm xidmətlərinin müxtəlif sahələrində şirkətlərin yerləşdirilməsi və ya alınması yolu ilə kapitalın xarici bazarlara daxil edilməsi və nüfuz edilməsi nəzərdə tutulur.Turizmin bu cür integrasiyası üç dominant Avropa modelinin nümunəsi hesab olunur: Alman, İngilis və Fransız[34].

Konsentrasiya yalnız yatay və şaquli istiqamətdə deyil, həm də diaqonalda işləyir.İlk qrupdan fərqli olaraq, diaqonal tipli integrasiya və ya şaxələndirmə funksional və texnoloji cəhətdən əlaqəsiz müəssisələrin birləşməsini əhatə edir. “Diversified” yöntemi isə, çoxtərəfli formasıylarına görə əhəmiyyətli üstünlüklərə malikdir.Bəzi sənayelərin zərərləri başqalarının mənəfəti ilə qarşılanması qarşılıqlı kompensasiya üçün imkanlar yaradır.

Beləliklə, hazırda turizm daha da global hala çevrilir.Qonaqpərvərlik sənayesinin əsas iqtisadi kompleksləri ilə birləşdiyi bir çox müəssisələr fərdi dövlətlərin sərhədlərini aşaraq milli maneələrin aradan qaldırılmasını tələb edir.Qısa bir müddətdə gəlmə turizm dünyanın bütün sahəsini əhatə edən beynəlxalq səviyyəli fenomen halına gəlib çatıb.İstehsalın və kapitalın intensivləşdirilməsi və mərkəzləşdirilməsini daha sıx bir şəkildə göstərən bu yeni iqtisadi aktivlər, turizm xidmətlərinin beynəlxalq standartlarının təsdiqlənməsi və yayılmasına kömək edir.

Müasir turizm müəssisələri kifayət qədər informasiya dəstəyi olmadan təsəvvür edilə bilməz.Hətta ən sadə turu bilmək böyük miqdarda bilik tələb edir.Bu biliklərə beynəlxalq və ya yerli nəqliyyat, planlaşdırılmış xidmət və tariflər, xidmət qiymətləri, mehmanxana sinifi və digər turist xidmətləri haqqında məlumatlar daxildir.

Dünya iqtisadiyyatının mühüm bir hissəsi, dünya dövlətlərinin sosial-iqtisadi inkişafı, istehlak tələblərinin strukturunda fərqlənən və müxtəlif sosial və demoqrafik qruplarda yaşayan əhalinin inkişaf səviyyəsinin və dünyanın bölgələrində qeyri-müntəzəm inkişaf səviyyəsinin öyrənilməsi ilə tanış olan istirahət və turizm resursları, çoxölçülü turizm siyasəti və beynəlxalq təşkilatlardır.

Səyahət proqramlarının təklifində artım bir şəxsin mədəni və idrak effektivliyinin tanınması və bir insanın tarixi, dini, ənənə, imic və həyat tərzini üçün şərait yaratması və ümumiyyətlə digər insanların mədəniyyətlərinin məlumatlandırılması üçün mədəni zərurətin tanınmasında vacib rol oynayır. Gəlmə turizmi, gündəlik, yüksək bədii, ümumi və aristokratik və digər mədəni qaynaqlara əsaslanan mədəni bir kapitaldır.

XX əsrin ortalarından XXI əsrin əvvəlindən əvvəl beynəlxalq turizmin məkan strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliklər olmuşdur. Gəlmə turizminin coğrafi bölgəsi 20-ci əsrin ortalarından etibarən artıb, lakin global və yerli proseslərin təsiri altında bu gün daim dəyişikliklər mövcuddur. 20-ci əsrin ikinci yarısında dünyanın müxtəlif bölgələrində beynəlxalq turizm dinamikası əhəmiyyətli fərqlər ortaya qoyur və gəlmə turizminin inkişafında əsas tendensiyləri əks etdirir. Ümumiyyətlə, dünyanın müxtəlif bölgələrində beynəlxalq turizmdəki dəyişikliklər turizmin inkişafının global tendensiylərini təkrarlayır. 80-ci və 90-cı illərin iqtisadi böhranları səbəbindən turizm axınının artım sürətinin azalması, 2001-ci ildə XX əsrdə baş verən terror aktları, SARS-in 2003-cü ildə yayılması bütün turizm sahələrində müşahidə edilmişdir. Ancaq hər bölgənin inkişaf, durğunluq dövrü var. Bunlar yerli amillərdən təsirlənir [28].

Avropa bölgəsi gəlmə turizmi üçün əsas beynəlxalq mərkəzdir. Lakin, turizm sahəsində inkişaf edən keçmiş bölgələrdə Avropanın və Amerikanın payı ümumiyyətlə Şərqi Asiya və Sakit okean və digər makro bölgələrdəki gənc turizm sənayesində yüksək artım tempinə görə sabit olaraq azalmışdır. Ümumiyyətlə, Avropa və Amerika hələ də dünya turizm bazarının 3/4-i özündə cəmləyir.

Mədəni və təhsil turizminin ikinci bölgəsi APR'dir. Min illərdir mədəni ənənələrin mübadiləsi Asiya-Sakit okean bölgəsi ərazisində nadir memarlıq abidələri və dini obyektlərin unikal birləşməsini əks etdirir. Asiyanın xarici turistlərin lideri olma ehtimalı çox böyükdür, yalnız gəlmə deyil həmçinin tibbi-istirahət (spa) turizminin

inkişafı amilidə bu prosesin reallaşmasında mühüm rol oynaya bilər. Hal-hazırda Çin, Hindistan və Tayland əsas beynəlxalq bilik turizm mərkəzlərinə çevrilir.

Yeni təəssürlərin axtarılması Afrika və Yaxın Şərq ölkələrinə səfərlərin artırılmasına öz töhfəsini verir. Bu bölgələrdəki yüksək xüsusilə Mərakeş, Suriya, Cənubi Afrika və Tunisdə birgə turların inkişaf etməsini vurğulamaq lazımdır. Ancaq gəlirin çox hissəsi çimərlik tətili təşkilatının (BAE, Misir, Tunis) payına düşür. Əsasən Tanzaniya, Keniya, Zambiya, Zimbabve kimi ölkələrdə gəlmə turların populyarlığının tədricən artması müşahidə olunur.

Beynəlxalq turizmin inkişafında maraqlı tendensiyalardan biri milli və dini xüsusiyyətləri nəzərə alaraq, turizm inkişafı (yaşayış, nəqliyyat, yemək, səyahət proqramı və s.) üçün xüsusi şəraitin yaradılması ola bilər. Belə yanaşma Yaxın Şərq ölkələrindən gələn turist axınlarının sürətlə artması kontekstində "halal" turizmin (İslam qanunvericiliyinə əsaslanan turizm) inkişafına kömək edəcəkdir. Təklif olunan turizm imkanlarının qəbulu digər Asiya ölkələrindən (məsələn, Yaponiya və ya Çin) gələn turistlər üçün Qərb sivilizasiyasının qəbulundan çox fərqli olan xüsusi ehtiyacların formalaşması barədə vurğulamaq olar[27].

Mədəni ənənə, forma və mədəniyyət turizminin yeni birləşməsini, forma və mədəniyyət turizminin yeni bir anlayışını, çoxlu sayda insan mədəniyyətini, ənənələri fərqli və zehniyyətli xarici turistləri, ənənəvi turizmi daha geniş əhatə edən qonaq ölkələrdə mədəni və məlumatlı və əyləncəli imkanları daim artırır. Buna görə müasir turizmin inkişafının əsas xüsusiyyəti turistlərin tələbatının dəyişən mürəkkəb təbiətinə uyğundur və dünya inkişafının siyasi, iqtisadi və digər faktorlarını nəzərə alaraq tez və çevik şəkildə dəyişə biləcək fərdiləşdirilmiş bir turizm məhsulu yaratmaqdan ibarətdir.

Turizmin müasir inkişafı da innovativ texnologiyaların yayılması ilə xarakterizə olunur. Bunlar beynəlxalq turizm infrastrukturunun bütün komponentlərinin inkişafında, müasir insanların asudə vaxt və asudə vaxtlarında gedən kompleks ehtiyaclarına cavab verən turistik fəaliyyətlərin müxtəlifliyini dərinləşdirmək və

yaymaq, yeni istiqamətlərin inkişafı və beynəlxalq turizm üçün bazarların nümayiş etdirilməsində özünü göstərir.

Turizmin bəzi növlərində səyahətlərin hadisələrlə bağlı olması burada mütəxəssislərin bu hadisələr qarşısında hazırlıqlı olmasını vacib bilir[2,səh 49].

Turizm inkişafında mövcud tendensiyaları həll edən hər bir yeni tendensiya əks istiqamətdə hərəkət etdiyini göstərir. Bir sıra hallarda, bu meyillər inkişaf etdikləri zaman daha mürəkkəbləşir və gözlənilməz nəticələr verir və bu, əsas istiqamətin müəyyənləşdirilməsini çətinləşdirir. Aydındır ki, müasir turizmdəki vəziyyətdə bu və suveren tendensiyaların bir və ya daha çoxunu bir-birindən ayırmaq mümkün deyildir. Eyni zamanda, turizm fəaliyyətinin müxtəlifliyi paradiqma dəyişikliyinə şahid olur. Turizm, inkişafın müxtəlifliyi və mürəkkəbliyi və tədqiqata xüsusi yanaşmalar tələb edən kompleks və çoxtərəfli bir fenomendir.

Azərbaycan sürətlə öyrənir və turizmin inkişafı sahəsində təcrübə qazanır. Dövlət tərəfindən alınan tədbirlər nəticəsində ölkənin ən gözəl və məhsuldar sahələri ilə müasir turizm və mehmanxana infrastrukturu, turizm sektoru üçün hazırlanmış kadr hazırlığı, turizm agentliyi şəbəkəsi yaradılıb. Həmçinin informasiya və reklam qurğuları yaradılmış, müxtəlif turistik marşrutlar hazırlanmış və sınaqdan keçirilmişdir.

Turizm inkişafında mövcud tendensiyalar həm global iqtisadiyyatda, həm də fərdi iqtisadiyyatların təsirində artım göstəricisidir. Turizm bir tərəfdən səyahət və istirahət üçün əhalinin xüsusi ehtiyaclarını ödəmək məqsədi daşıyan milli iqtisadiyyatın bir sahəsidir və digər tərəfdən bölgənin iqtisadi inkişafını təmin etməklə bu sektor üçün effektiv tənzimləmə sistemi yarada bilər.

Dünya təcrübələri göstərir ki, turizm biznesini neft hasilatı və emaldan sonra yalnız rentabellik və dinamizm təmin edir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatlarına görə, istehsal və xidmət bazarının 10% -i dünya ümumi

daxili məhsulunun 6% -ni, qlobal investisiyanın 7% -ni və vergi gəlirlərinin 5% -ni təşkil edir[web, 35].

Azərbaycan Respublikasının coğrafi mövqeyi təhlükəsizdir. Transkafkasiyanın bütün şərq hissəsini, Avropa və Asiya sərhədlərini əhatə edir. Respublika Cənubi Qafqazın regional lideridir, çünki bu, beynəlxalq arenada ən böyük, iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş və siyasi cəhətdən vacib dövlətdir. Hal hazırda Azərbaycan dünyada neft və qaz ehtiyatları ilə tanınır, bu da turistlərin inkişafı üçün böyük bir turizm potensialıdır.

Azərbaycanda turizm son illərdə sürətlə inkişaf edən iqtisadiyyatın filiallarından biridir. Dünyadakı 11 mövcud iqlim bölgəsindən 9u, subtropik bölgələr və dağlıq yüksək dağ çəmənlikləri Azərbaycan torpaqlarında təmsil olunur. Təbii müxtəlifliyə əlavə olaraq, ölkə tarixi abidələrlə zəngindir - 6000-dən çox mədəniyyət abidəsi, keçmişə toxunan və mədəniyyətləri tədqiq edən hər bir təəccüblü təsəvvür mövcuddur.

Azərbaycan turizm resurslarının xüsusi maraqlarını və turizmin inkişafını nəzərə alaraq formaları aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər:

-mədəni, təhsil, biznes və özəl turizm (çimərlik, hadisə, ekoloji, kənd, ovçuluq və balıqçılıq, idman, sağlamlıq, elmi və s.)[5].

Çimərlik turizmi ən məşhur istirahət sahələrindən biridir. Yerli turistlərin çoxu dənizdə istirahət etməyi üstün tuturlar. Bu istiqamət Abşeron yarımadasında və ölkənin şimalında Nabranın turistik ərazisində aktiv şəkildə inkişaf edir.

Azərbaycanın cənub bölgələrində çimərlik istirahətinin inkişafı üçün böyük ümidlər var, lakin meymanxananın və digər turistik obyektlərinin infrastrukturunun olmaması inkişafa mane olurdu.

Son illərdə xizək turizmi çox populyar olub və tələb olunur. Bununla əlaqədar olaraq, Şahdağ layihəsi Azərbaycanın Qusar rayonunda həyata keçirilmişdir və bundan sonra infrastruktur və ekoloji cəhətdən müasir mühəndislik və nəqliyyat infrastrukturunu nəticəsində müasir bir xizək qurğusu fəaliyyəti həyata keçirilmişdir.

Həmçinin Almanya Federal Hökumətinin köməyi ilə Qafqaz təşəbbüsü proqramında layihələr çərçivəsində Samur Yalama milli parkının icrasına başlamaq nəzərdə tutulmuşdur[7, səh 9].

Azərbaycanda turizm assosiyası dövlət sektoru və turizm sənayəsi arasında əlaqələrin qurulması üçün yaradılmış qurumdur və bu qurum turizm şirkətləri və mehmanxanaları əhatə edən 300 üzvə sahibdir.2009 cu ildə fəaliyyətə başlamış bu quruma üzv olmaq üçün təstiq olunmuş tələblərə əsasən turizm qanunvericiliyinə uyğun fəaliyyət göstərən turizm şirkətləri qəbul edilir.Bu tələblər turistlərin hüquqlarını qorumaq məqsədi daşıyır.Könüllülük prinsipinə əsasən fəaliyyət göstərən qurum üzv şirkətlərin maraqlarına uyğun fəaliyyət göstərir lakin istənilən turizm şirkətinin turizm assosiyasına üzvü qəbul edilməzdir.Bununda səbəbi turizm sənayəsində fırıldaqçılığın qarşısını alınması üçün görülmüş tədbirdir.

AZTA-da gəlmə, getmə və nəqliyyat komitəsi fəaliyyət göstərir.Mütəmadi olaraq keçirilən iclaslarda komitə üzvləri mövcud problemləri müzakirə edərək mövcud tədbirlər həyata keçirilməsi ilə bağlı qərarlar qəbul edirlər və keçirilmiş görüş problemin həlliylə bağlı səmərəli vasitəyə çevrilmişdir.AZTA-nın əsas problemləri sırasına görülmə işlərdən bazar iştirakçılarının məlumatlı olmaları daxildir.Turizm assosiyası ölkə daxilində Naxçıvan Muxtar Respublikasında fəaliyyət göstərən turizm şirkətləri tərəfindəndə üzvlüklə bağlı müraciətlər alırlar.Assosiyanın nəinki ölkə daxilində həmçinin xarici ölkələrdə də nümayəndəlikləri var(Dubay,Malaysiya və Ukranya).

Böhran dövründə gəlmə turizmdə yaranmış problemlər və onların həlli yollarıyla Azərbaycan turizm Assosiyasının sədri, gəlmə turizm komitəsinin rəhbəri və gəlmə turizmlə məşğul olan 22 şirkət rəhbəri, nümayəndəlikləri ilə bərabər görüş keçirilib.Görüşdə AZTA Rusiyanın turizm şirkətləri ilə əməkdaşlıq əlaqələrinin gücləndirilməsi fikrini irəli sürmüşdür[web, 30].

Digər bir qurum isə Sağlamlıq və Termal turizm assosiasiyasıdır ki 2014cü ildə yaradılmış bu qurumda sağlamlıq turizminin inkişafı məqsədi üçün fəaliyyətə başlamışdır. Bütün bunlar kifayət edir ki turizmin inkişaf perspektivliyi artsın və nəticədə turistlərin axınında böyük töhfə versin.

2.2. Gəlmə turizminin Azərbaycanda əsas istiqamətləri

Azərbaycanda turizmin inkişafı nəzdində qəbul edilmiş qərarlar, aparılan islahatlar, dövlət proqramları və bir sıra tədbirlər nəticəsində turizm sənayəsi yeni bir mərhələyə keçid etmişdir. Bu sahədə aparılan tədbirlər sırasında turizmin inkişafı Azərbaycanda qeyri neft sektoruna inkişaf etdirilməsində mühüm vasitə olacaqdır. Turizm sahəsinə investisiya qoyuluşunun artırılması bu sahədə kadr hazırlığının təşkili və daha çox regionlarda turistik sahələrində qoyulmuş investisiya, elektron marketingin rolunun artırılması mühüm tədbirlərdəndir. Əsasən Azərbaycanın xarici ölkələrdə tanınması üçün reklam xarakterli tədbirlər sırasında turizm saytının (www.azerbaijan.travel) istifadəyə verilməsi əsas tədbirlərdən biri oldu. Sayt azərbaycan, rus, çin, türk, fransız daha sonra isə alman dilində istifadəyə verilmişdir. Daha sonra xarici ölkələrin tv kanallarında göstərilən Azərbaycan haqqında (CNN, Euronews, “World Travel Channel”, TRT 1, “KanalTürk” kanallarında) videoçarx nümayişi və verilişlərin yayımı həyata keçirilmişdir.

Bundan əlavə, dövlət işlərinə və ölkənin prezidenti tərəfindən göstərilən güclü dəstəyə diqqət yetirilməlidir. Bu baxımdan, 2010-cu il aprel 6-da qəbul edilmiş 2010-2011-ci illərdə Azərbaycan Turizm Təşviqi Dövlət Proqramı haqqında danışmaq lazımdır.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi aşağıdakıları həyata keçirir: [29].

- turizm sənayesindəki münasibətləri yaxşılaşdırmaq üçün normativ hüquqi tədbirlər həyata keçirmək;

- Yerli və xarici turizm bazarlarında turistik məhsulları təşviq etmək;
- Turistlərin hüquq və maraqlarının qorunması, təhlükəsizliyin təmin edilməsi;
- Turizm sənayesində lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma, turistik məhsulların sənədləşdirilməsi;
- Turizm inkişafının mənafeləri nəzərə alınmaqla Azərbaycan Respublikasının ərazisində giriş, çıxış və qalıcı qaydaların yaradılması;
- Turizmin inkişafı üçün dövlət proqramlı proqramlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi üçün birbaşa büdcə ayırmaları;
- Turizm sənayesinə investisiyalar üçün əlverişli şərait yaratmaq;
- Səyahətə gedən tur operatorları və səyahət agentliklərinin toplu krediti, yerləşmə və yerləşdirmə birimlərinin təmin edilməsi;
- Azərbaycan Respublikası torpaqları;
- Turistik fəaliyyətlərin personalının sağlanması;
- Turizm sənayesi sahəsində elmi araşdırmaların inkişafı;
- Azərbaycanlı turistlərə, tur operatorlarına, tur agentliklərinə və digər beynəlxalq səyahət proqramlarına yardım;
- Kartoqrafik məhsulların verilməsi;
- Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində nəzərdə tutulmuş rejimə tətbiq edilən digər yollarla.

Azərbaycan Respublikasında mövcud turizm vəziyyəti və inkişafı üçün tədbirlər ölkəmizin daxili turizminin inkişafı və təşviqi baxımından rəqabət üstünlüklərini və əlverişsizliyini qiymətləndirməyə imkan verir. Ölkənin turizm sektorundakı ən böyük problemlərdən biri də turizm xidmətlərinin səviyyəsinin və keyfiyyətinin artmasıdır. Bu məsələ Dövlət Proqramında əksini tapır. 2006-cı ildə Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinə daxil olan Azərbaycan Turizm İnstitutu turizm məktəbi yaradılıb. 2006-cı ildən 2012-ci ilə qədər bu ali təhsil

müəssisəsi turizm sahəsində 503 yüksək ixtisaslı kadr hazırlamış və istehsal etmişdir. Onlardan 499-u bakalavr, 4 nəfər magistr dərəcəsi almışdır [2, səh 113].

Turizm baxımından Azərbaycan çox bahalı bir ölkədir. Yüksək qiymətə görə daxili və xarici turizm də zərər çəkir. Üç günlük Azərbaycana səfər etmək üçün, "ucuz" mehmanxana xərcləri, ən yaxşı 300-350 dollar pul vəsaiti tələb edir. Bunun bir neçə səbəbi var. Yeni yaşayış sahibləri onların investisiya xərclərini kompensasiya etmək üçün qiymətləri yüksək qiymətləndirirlər. Buradaki əhəmiyyətli rolunu çox sayda nəzarət strukturları tərəfindən oynanılır, çünki bu xərclər xidmət xərclərində əks olunur. Nəticədə, istehlakçı zədələnmişdir. Turizm xidmətlərinə yüksək qiymətlərin davamı turistlərin ölkəyə gəlməsinin qarşısını ala biləcək səbəblərdən biridir.

Xarici ölkələrin təcrübəsi əsasında ölkəmiz daha yaxşı nəticələr əldə etmək və Azərbaycanda turizmin inkişafını dəstəkləmək üçün aşağıdakı tədbirləri görməlidir:

- Turizm inkişafına yaradıcı yanaşma, yerli mətbəx, xalq sənəti və s. ilə bağlı olan Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, yaradıcı turizmin inkişafı üçün böyük potensial var.
- Azərbaycanı turistlər üçün cəlbedici bir yerə çevirmək üçün geniş reklam və informasiya fəaliyyətinin hazırlanması və həyata keçirilməsi lazımdır. Bu baxımdan bəzi işlər görülsə də (məsələn, Euronews, CNN və digər xarici televiziya kanallarında reklam) əlavə tədbirlər görülməlidir:
- Azərbaycandan kənarda müvafiq işlər görülməlidir. Bu səbəbdən, ilk növbədə xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərən tur operatorları ilə əməkdaşlıq qurulmalıdır;
- Azərbaycana xidmətlə getmək istəyən turistlər üçün milli hava yolu "AZAL" ölkənin turistik potensialını təyyarə ilə tanış etmək imkanı tapmalıdır;

- Hava limanında və qatar stansiyasında Azərbaycana gələn turistlərin qarşılınması üçün imkanlar yaratmaq məqsədi ilə informasiya mərkəzləri yaradılmalıdır;
- Beynəlxalq turizm sərgilərinin təşkili;
- Xaricdə Azərbaycan Respublikasının turizm ofislərinin açılması;
- Turistlər şəhərin xəritələrini, şəhərin metro və nəqliyyat marşrutlarını hazırlamalıdırlar. Bunun üçün müvafiq dövlət strukturları (Dövlət və Xəritəçəkmə Dövlət Komitəsi və s.) ilə əməkdaşlıq edilməlidir;
- Kitablar, muzeylər və digər obyektlərdə çoxlu audiokabsalar yaradılmalıdır. Bu yerlərdə satılan biletlər onlayn olmalıdır;
- Bakı şəhərində "Avtobus turu";
- 3-4 ulduzlu mehmanxana tikmək üçün Bakı və Azərbaycana prioritet verilməlidir. Hal-hazırda "Hyatt Regency", "Kempinsky", "Hilton", "Jumeyra", "Four Seasons", "Marriott" və digər otellərdə turistlərin ehtiyaclarına cavab verə bilərik. Ancaq dünya təcrübəsi orta hesabla 3-4 ulduzlu otellərdə turistlərin daha çox üstünlük təşkil etdiyini göstərir. 5 ulduzlu mehmanxanalarda, əsasən, işgüzar səfərlərə gələn insanlar (ticarət strukturlarının nümayəndələri və digər dövlətlərin nümayəndələri) qarşılır;
- Bakıda keçirilən beynəlxalq festivallar müəyyən səviyyədə keçirilir. Xarici təcrübə göstərir ki, bu festivallar böyük miqdarda ölkəyə köçürülür. Festivalın özünəməxsusluğuna və milli xüsusiyyətlərinə görə festivalın mövzusu digər ölkələrdə təşkil edilənlərdən fərqli olmalıdır;

Qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda göstərilən təkliflərin əksəriyyəti artıq mövcuddur. Beləliklə, milli aviasiya şirkətinin təyyarələrinə Azərbaycan haqqında məlumat vermək məqsədi ilə reklam və informasiya fəaliyyəti inkişaf etdirildi. Beynəlxalq tur operatorları üçün "infotour" təşkil edilib və müntəzəm turizm sərgiləri

fəaliyyət göstərir. Həmçinin Bakı hava limanında informasiya mərkəzi açıldı. Bakıda turistlər üçün xəritələr nəşr olundu. Hazırda köhnə şəhərdə köhnə turistlər audio təlimatlardan istifadə edir. Avtobus turları təşkil edildi. Ölkənin müxtəlif yerlərində festivallar keçirilir (Qəbələdə beynəlxalq musiqi festivalı, Göyçayda garnet festivalı) və s. imkanlar artıq mövcuddur[15].

Bu gün turizm Azərbaycanda vətəndaş cəmiyyəti və hakimiyyət orqanlarının səmərəli əməkdaşlığının parlaq nümunələrindən biridir. Bu turizmin inkişafı üçün şərait yaradacaq və ölkəyə turistlərin və xarici valyuta axınının artmasına səbəb olacaqdır. Bir tərəfdən, turizmin inkişafı vergi itkisinə və iqtisadiyyatın digər sahələrinə və əhalinin məşğulluğunun artmasına səbəb olacaqdır.

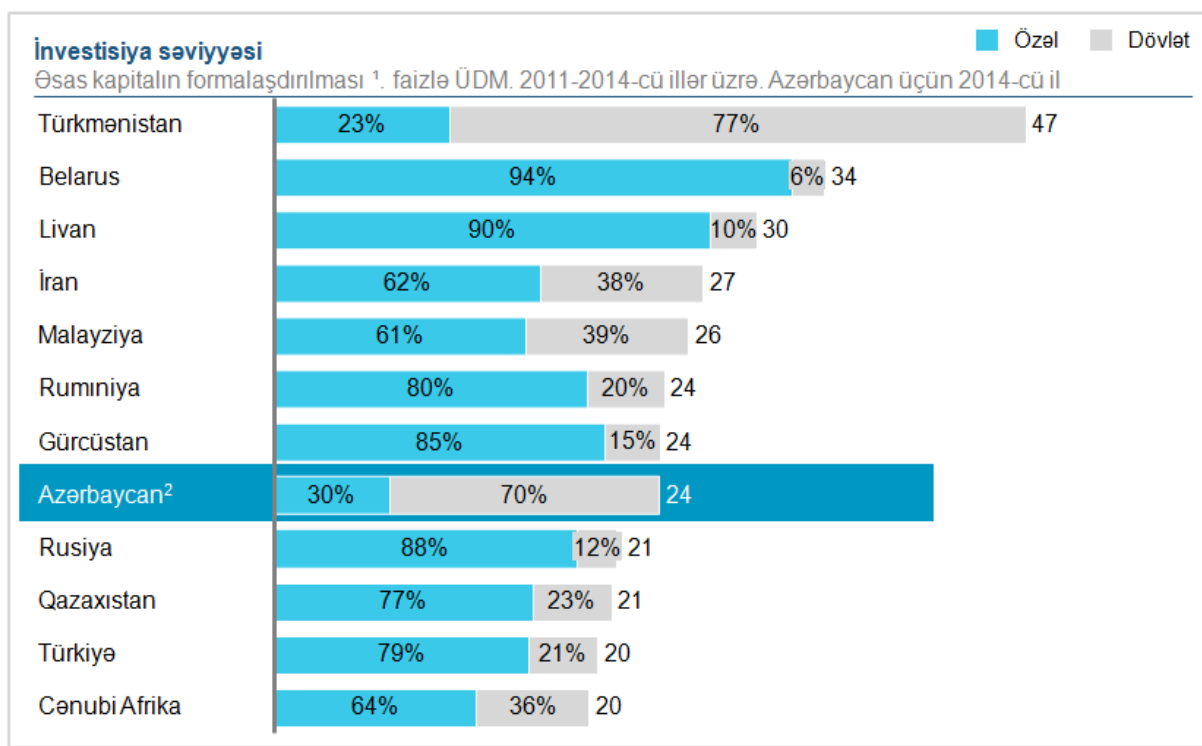
Sosial turizmin inkişafı ilə bağlı əsas problem maliyyə resurslarının ədalətli bölüşdürülməsi, eləcə də maliyyə resurslarını tapmaq üçün bir sistem yaratmaqdır.

Tamamilə əlverişsiz makroiqtisadi vəziyyətə baxmayaraq, 2013-cü ildə turizm sektorundakı investisiya prosesi rus investorları hesabına cəmlənmişdir. Azərbaycanda investisiya artımı bir sıra səbəblərlə məhdudlaşır: turizm sektorunda qərarlı iqtisadiyyatların dövlət strategiyasının olmaması, zəif hüquqi çərçivə, turist markaları, yüksək nəqliyyat xərcləri, personal problemləri, korrupsiya, yüksək bank faizləri (18-20%). Avropa ölkələrinə tətbiq olunan faiz dərəcəsi və ABŞ-da dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən kredit proqramları 1-5% -dir, belə ki, ona görə də Azərbaycan Respublikasında kreditlərin faiz dərəcələrini subsidiyalaşdırmaq vacibdir[15].

Davamlı turizm inkişafının müsbət nəticələri investisiya strukturunu rəqabətli investisiyaların lehinə dəyişdirmənin zəruriliyini göstərir. Tələbi tələb edən rəqabətli investisiyalar, uzunmüddətli məşğulluq yaratmaq, yeni iş yerləri yaratmaq, iqtisadi artımın aktivləşdirilməsi, turizm mövsümünün müddətini uzadır. Rəqabətli investisiyalar, eləcə də infrastruktur sərmayələri sosial turizmin inkişafı üçün xüsusilə vacibdir, çünki belə turizm, Azərbaycan Respublikasının ərazisində sanatoriyalar, istirahət evləri, uşaq düşərgələri və s. əsaslıdır.

Şəkil 2.2.

İnvestisiyaların ÜDM-də payı



Mənbə: web,<http://csln.info/news/urn> “Dünya Bankının İnkişaf göstəriciləri”.

1. Qeyd etmək lazımdır ki, birbaşa xarici investisiya axınlarının heç də hamısı əsas kapitalın formalaşdırılmasına yönəldilmir 2. Dövlət və özəl sektor üzrə investisiya bölgüsü 2014-cü ilin dövlət büdcəsində 70 faiz və 30 faiz nisbətində qəbul edilmişdir İran barədə təhlillər yalnız ictimaiyyət üçün açıq olan məlumatlara əsaslanır[web, 15].

Milli sosial turizm gücünü yaratmaq üçün sosial turizmin inkişafına müsbət nümunələri, məsələn, 1 milyon avro illik büdcəsi olan Calypso sosial turizm layihəsini bilən beynəlxalq təcrübəni nəzərə ala bilər [2].

Turizmdə daxil olmaqla müəyyən bir sənayenin inkişafı üçün bir modelin inkişafı bu sabit artım üçün köməkçi bir faktordur. Model yalnız sənayenin inkişafı üçün strategiyayı qoymaqla kifayətlənmir, həm də vəzifələrin icrasında taktik

xüsusiyyətlərini inkişaf etdirir. Bu, funksional mahiyyəti əks etdirən strateji bir sənəddir, strateji prioritetləri müəyyənləşdirir və mövcud vəzifələrin həyata keçirilməsinin əsas mexanizmlərini müəyyən edən analitik işin məhsuludur.

Eyni zamanda, bu analitik inkişafın xüsusi bir forması müəyyən bir xarici görünüşə malikdir ki, bu sahədə əsas istiqamətlərini və prioritetlərini görməyə və hiss etməyə imkan verir. Bu analitik inkişaf yalnız sənaye inkişafının nəzəri modelidir.

Turizm, iqtisadi, siyasi, sosial, mədəni və hətta diplomatik missiyaların uğurlu həyata keçirilməsini təmin etmək üçün effektiv təşkilata malik məşhur (əlçatan) və universal insan fəaliyyəti sahəsini təşkil edir. Başqa sözlə, turizm bu cür biznesin perspektivindən həm cəlbedici həm də eyni zamanda dövlətin sabit inkişafını təmin etmək üçün strateji bir baxışı istiqamətləndirən bir növ funksional sintezdir. Konkret bir dövlətin inkişafında turizmin əhəmiyyətini vurğulayan bu nümunələr dünya təcrübələrində çoxdur. Bundan əlavə, turizm bu gün obyektiv mədəni intensivliyi təmin edən əsas sektorlardan biridir. Beləliklə, bütün kommersiya tələbləri və gəlirliliyi üçün turizm ölkəsinin beynəlxalq imicinin təbliğində və formalaşmasında vacib rol oynayır.

Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Naziri Əbülfəz Qarayevin "The Times" -a verdiyi müsahibənin məzmununu oxumaqla belə bir məntiqi nəticə əldə etmək mümkündür (21 oktyabr, 2010). Müsahibədə səslənən: "Dünyada Azərbaycanla bağlı fikir nədir və bu fikir həqiqətdən necə fərqlənir?" sualına Əbülfəz Qarayev belə cavab verdi:

- Azərbaycan üçün yaşayış problemi həll olunub və ölkə beynəlxalq təşkilatlarda və tədbirlərdə uğurla təmsil olunur. Qeyd etmək istərdim ki, xüsusilə də, yaşadığımız açıq informasiya müharibəsi kontekstində, ölkənin xarici təbliğatının əlavə bir kanalı olan turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Belə hallarda turizm bir neçə strateji prioritetə malik ola bilər və olmalıdır. Bu səbəbdən Azərbaycanda turizm inkişafının (ən azı informasiya müharibəsi zamanı) xarakteri bir qədər fərqli strateji tona malik olacaqdır.

Əsasən dövlət siyasətinin müəyyən sahələrinin strateji prioritetləri başçıların diplomatik bir həll və işğal olunmuş ərazilərin qaytarılması kimi birləşdirilmiş və milli məqsədlərə yönəltdiyi vəzifələrlə müəyyənləşdirilmişdir. Bu məsələdə dövlət sisteminin iqtisadi və sosial-siyasi sahələrindən heç biri istisna edilə bilməz.

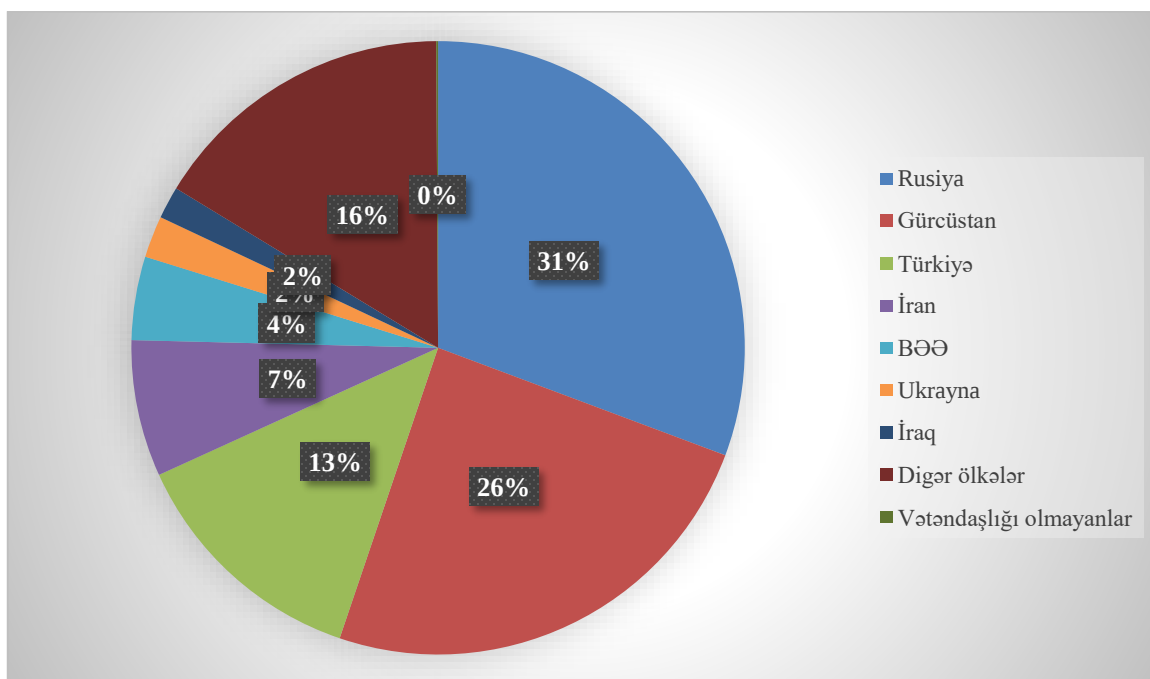
Mən əminəm ki, dövlət siyasətinin bu xüsusiyyəti Azərbaycanda turizmin milli inkişaf modelinin əsas komponenti olacaqdır. Bəlkə də bu səbəbdən, hökumət başçısının sosial-iqtisadi nəticələrinə əsaslanan son görüşlərdən birində İlham Əliyev cənabları Bakının elit turizm dünyasının mərkəzlərindən biri ola biləcəyinin mümkün olduğunu göstərmişdi.

Unutmayın ki, Bakının gəlmə turizmi təkcə bu regionda deyil, bütün dünyanın iqtisadi və siyasi mərkəzlərindən biridir. Nəzərinizə çatdırmaq istədim ki, elit turizmin ölkəmizdə olduqca yüksək olan biznes turizmi ilə birbaşa əlaqəsi var. Beləliklə, ölkənin xarici təbliğatına öz əvəzedilməz rolu olan gəlmə turizmə yüksək səviyyədə qayğı və inkişafı yolunda diqqət yetirmək lazımdır.

Prezident İlham Əliyev bununla yanaşı Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq hava limanında vətəndaşlığı olmayan və əcnəbilərə viza verilməsi üsulunun asanlaşdırılması üçün fərman imzalamışdır. Bu fərmana əsasən müvafiq qaydalara, Azərbaycan Respublikasının Qanununa, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin aktlarına və eləcə də dövlətlərarası və hökumətlərarası müqavilələrə əsasən beynəlxalq hava limanlarında əcnəbilərə və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə ASAN VİZA elektron şəkildə təqdim ediləcəkdir[7].

dioqram 2.4

Ölkəyə gələn turistlərin göstəriciləri



Mənbə: <https://report.az/> sayıtının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2018 ci il 22 fevral tarixində report.az məlumatına əsasən ölkəyə gələn turistlərin sayında artım müşahidə edilmişdir. Gələnlərin 70%-ni kişilər, 30%-ni isə qadınlar təşkil edib. Əsasən Körfəz ölkələrində artışı daha çox müşahidə edilmişdir. Burada turistlərin sayı 35.2% artaraq 32,9 minə yüksəlmişdir.

Statistik məlumatlara əsasən Azərbaycana gələn turistlərin sayı 2 milyon 600 nəfər təşkil edir. Mədəniyyət və turizm naziri Əbülfəz Qarayev "İrimiqləşli idman yarışlarının keçirilməsinin ölkəyə faydaları" mövzusunda konfransdakı çıxışında turist axınının 3.5 milyona çatdırılmasını məqsəd qoyub. Azərbaycanda təşkil olunmuş musiqi festivalları eləcədə idman sahəsində görülmüş tədbirlər bu sahədə turist axınının artırılmasında əvəzsiz rol oynamışdır. Bunlardan ən önəmlisi də məhz "Avroviziya" və ya "Formula-1" təşkil edir bu cür tədbirlər Azərbaycanın dünya ölkələrində tanınmasında bilavasitə böyük rol oynayır. Azərbaycanın paytaxt şəhəri ilə yanaşı

Naxçıvan Muxtar Respublikasında gəlmə turistlərin sayında artım müşahidə edilmişdir Statistika komitəsinin verdiyi məlumata əsasən turistlərin sayı 2016cı ilə nisbətə 2017 ci ildə 2.5% artışı müşahidə edilmişdir[4].

İyun ayının 22-də Əbülfəz Qarayevin iştiraki turizm şurasının dördüncü iclasında turizmlə bağlı tədbirlər müzakirə olunmuşdur.Əbülfəz Qarayev öz çıxışında Azərbaycanda keçirilmiş Şopinq Festivalının uğurundan və yenidən keçirilməsi barəsində istiqamətlərin görülməsindən danışdı.O qeyd etdiki, paytaxtda bayram günləri ilə əlaqədar bir çox tədbirlər keçirilib bununlada yerli sakinlərin və xarici qonaqların asudə vaxtlarının səmərəli keçirilməsində eləcədə Azərbaycanın adət ənənələrinin nümayiş etdirilməsində mühüm rol oynamışdır.

Gəlmə turizmin inkişafı çərçivəsində Milli Turizm Təbliğat Bürosu ilə turizm şirkətləri eləcədə yerli və xarici tur operatorları arasında görüşlər keçirilmişdir.Bu görüşlərdə gəlmə turistlərin sayının artırılması, turist marşrutunun formalaşması, turistlərin məmnunluğu istiqamətində fikirlər müzakirə olunub.

2.3. Gəlmə turizmin səmərəsinin ölçülməsi

Turizmin iqtisadi fəaliyyəti dedikdə milli miqyasda turizm təşkilatından iqtisadi təsir (mənfəət) əldə etmək başa düşülür.Bunlara bölgənin turizm xidməti,istehsal və xidmət prosesi aid edilir.Turizmin iqtisadi fəaliyyəti ictimai əməyin ümumi effektivliyinin ayrılmaz elementidir və müəyyən meyar və göstəricilərlə ifadə edilir.

Turizmin səmərəliliyinin problemləri müxtəlif səviyyəli hökumətlərin və müəyyən bir hədəf hiyerarşisinin müxtəlif meyarları və göstəricilərini müəyyənləşdirən sistemli bir yanaşmadan istifadə edilməlidir.

Turizm fəaliyyətinin iqtisadi meyarlarının müəyyənləşdirilməsi problemi üç perspektivdən alınmalıdır: ictimaiyyət səviyyəsində (bütövlükdə milli iqtisadiyyat),sənaye və ayrı bir turizm şirkətindən;

Turizmdə iqtisadi səmərəlilik səviyyəsi iki faktordan təsirlənir. Turizm ölkəsinin iqtisadiyyata olan töhfəsi həm də birbaşa və dolaylı töhfədir. İqtisadi səmərəliliyi mahiyyəti əməliyyat üçün mövcud mənbələrdən qaynaqların geri alınmasına əsaslanaraq, daha çox istehsal nəticələrini əldə etmək üçün istifadə olunur.

İqtisadi məhsuldarlıq ümumi xərclərə və istifadə olunan resurslara görə istehsalın rentabelliyyəsinin göstəricilərini balanslaşdırmaqla əldə edilə bilən nəticədir.

Turizm nəqliyyatının iqtisadi səmərəliliyi:

- Qazanc almaq (iqtisadi təsir);
- Milli turizm təşkilatı;
- Bölgədə əhalinin turist xidmətləri;
- Turizm şirkətinin istehsal və xidmət prosesi;

Turizmdə məhsuldarlıq turist xidmət prosesində əmək xərcləri ilə müqayisədə əldə edilmiş nəticələri göstərir. Başqa sözlə, turizmin iqtisadi fəaliyyəti turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsi və inkişafı üçün müəyyən resursların istifadəsinin iqtisadi nəticələrini xarakterizə edir.

Turizmə xüsusi xüsusiyyətlər, sənayenin ümumi iqtisadi effektiv parametrləri və formatları təsir göstərir.

Müəyyən bir ərazidə (ölkədə) xidmətə sərf olunan turizm resurslarının sayını dəqiq müəyyən etmək həmişə mümkün deyildir, belə ki, eyni şəraitdə tədqiq edilməlidir ki, turizmin iqtisadi fəaliyyətində maksimum gəlir və minimum xərcə almaq anlayışı nisbi götürülməlidir.

Ümumi iqtisadi amillər əsasən makro mühit hər hansı bir sənayenin iqtisadi parametrlərinə təsir göstərir. Pul, maliyyə və investisiya siyasəti sahəsində dövlət qurumlarının fəaliyyətinin nəticəsidir. Xüsusi faktor turizm fəaliyyəti ilə birbaşa əlaqəndirilir. Bunlara turistik dəyəri onun cəlbediciliyi və cəlbedici güc aiddir.

Turizm sahəsi mövsümi, təklif edilən əsas və əlavə xidmətlərin keyfiyyəti və miqdarı, turizm xidmətlərinin qiymətləri, turistlərin alıcılıq qabiliyyəti və turistik

yerlərdə pul sərf etmək potensialıdır. Milli turizmin ixracatı bu ölkənin iqtisadiyyatı üçün aktiv turizm deməkdir və turizm idxalı pasif turizmdir.

Xarici turistlərə satılan turist məhsulunun dəyərinin ölkə daxilində satdığı turist məhsulunun dəyəri və ölkənin vətəndaşları tərəfindən xaricdə satılan turist məhsulunun dəyəri ölkənin turistik balansıdır. Turizmin xarakteristikası ixrac üçün istehsal olunan turist məhsulunun ölkədən ixrac edilə bilməyəcəyi, lakin bu ölkədə satıla biləcəyi bir xüsusiyyətdir. Turizm məhsulu istehlakçıları turist məhsulundan ayırma məsafəsini aşır.

Dünya bazarında turizmi ticarət xidmətləri kimi görünməz ixrac adlandırmaq olar. Ölkə ödəmə balansına uyğun bir töhfə verir.

Turizm səviyyəsinin regional səviyyədə iqtisadi təsirləri regionda turizm inkişafının iqtisadi təsiri, əsasən turizm sənayesində əlavə məşğulluq yaradılması, əhəlinin məşğulluğunun artırılması və iqtisadi cəhətdən zəif bölgələrin inkişafını təşviq etməkdən ibarətdir. Bölgədə turizm sənayesinin inkişafı və turist xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması torpaq büdcəsinin gəlir hissəsinin formalaşmasının əlavə mənbəyidir.

Bölgələrin turizmdən siyasi və iqtisadi dividendləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- Region ölkədə və xaricdə tanınır buna görə də liderlərin siyasi təsirləri milli və beynəlxalq səviyyələrdə artmaqdadır. Bölgə, beynəlxalq layihələrdə və proqramlarda iştirak etmək üçün daha çox imkanlar açır.
- Bölgənin geniş müsbət nüfuzu formalaşdıqca, ixrac məhsullarının səlahiyyət və rəqabət qabiliyyətliliyi artır. Xarici bazarlarda təqdimat və təşviqi üçün yerli məhsulların turistlər tərəfindən istifadə təcrübəsi ən təsirli kanallardan biridir.
- Bölgənin əlavə investisiya cəlbəediciliyi var. Ən çox potensial investorlar azbilinən tərəfdaş ilə məşğul olduqda risk almağa məcbur deyildir.

İnvestisiya cəlbediciliyi bütün növ investisiya resurslarına, o cümlədən heyətə və intellektual sahəyə uzanır.

- Nəqliyyat, rabitə, informasiya, xidmət, sosial və mədəni infrastruktur özəl və dövlət, yerli və xarici investisiyaların axınına səbəb olur. Bunun xaricində turistlər və yerli əhali də faydalanır.
- Yerli sənayenin, yerli sənətkarlığın və sənətkarlığın istehsalına dair bazarın artması onların iqtisadi vəziyyətinin sabitləşməsinə və təkmilləşdirilməsinə səbəb olur. Bu region üçün ənənəvi iqtisadi fəaliyyətləri böhran hadisələrindən qoruyur.
- Yerli və regional büdcələrə vergi daxil olmalarının artması. Bu, öz növbəsində, regionda sosial-siyasi və iqtisadi sabitliyin artması üçün əlavə əlverişli şərait yaradır.
- İqtisadiyyatın aqrarsektorunda vəziyyət sabitləşir. Məhsullarının satışı regiondan kənar ixracatı ilə bağlı əhəmiyyətli xərclər olmadan artmaqdadır. Kəndtəsərrüfatını dəstəkləmək üçün dövlət subsidiyalarının azaldılması imkanı var.
- Malların və xidmətlərin satılması üçün bazar genişləndirilməsi ilə ərazidə sahibkarlıq fəaliyyəti artır. Şəxsi biznes daha aktiv hala gəlir, kiçik və orta müəssisələr yalnız ənənəvi və xidmət sektorlarında deyil, eyni zamanda fəaliyyət sahələrində də genişlənir.
- Yerli müəssisələrin mənfəətinin artması ilə yanaşı, əhalinin şəxsi gəliri, o cümlədən, ikincilik iş yerlərinin əldə edilməsi imkanları (artımda) da artır. Bu baxımdan, yerli banklarda özəl depozitlər artır. Bu, öz növbəsində, regionda investisiya fəaliyyətini artırır.

Turizmin ölkə iqtisadiyyatına tam təsirini dörd ardıcıl vəzifə ilə əldə etmək olar:

- Turizmin milli iqtisadiyyata ümumi töhfəsini ölçmək, yəni ondan "ümumi iqtisadi mənfəətləri" öyrənmək;

- Turizmdə ümumi iqtisadi xərcləri müəyyənləşdirmək, milli iqtisadiyyata turizmin xalis iqtisadi töhfəsini yaratmaq;
- Bu töhfənin dəyərini artıran ehtiyatları müəyyənləşdirmək;[3].

Bu problemləri həll etmək və idarəetmə üçün ən vacib göstəriciləri müəyyənləşdirmək lazımdır. Vətəndaşların şəxsi gəlirləri Turizm vətəndaşların pul gəlirlərinə birbaşa təsir göstərir, firmalarda, müəssisələrdə və təşkilatlarda məşğulluğu təmin edir. Məşğulluq tam və ya qismən iş yerlərinin sayı ilə ifadə olunan bu konsepsiya ilə sıx bağlıdır. Kommersiya gəlir ziyarətçilərin xərcləri ilə yaranan ümumi pul axınıdır. Net gəlir turistlərə xidmət edən şirkətlərin həyat qabiliyyətinin göstəricisidir. Onlar investisiyalar üçün vəsait yaradırlar və xüsusi firma tərəfindən turistlərə xidmətin effektivliyini göstərilir. Dövlət gəlirləri turizm fəaliyyətinin nəticəsi olaraq formalaşmış dövlət xəzinəsinə gəlirlərdir. Buna vergilər və ödənişlər daxildir. Bundan əlavə, bir sıra ölkələrdə turistlərə birbaşa xidmət edən dövlət müəssisələri də var. Bu turist, əyləncə və hətta mağazalar üçün bir yerdir. Bu obyektlərdə malların və xidmətlərin satışından əldə edilən gəlirlər dövlət gəlirləri hesab edilir.

Ümumi daxili məhsul (ÜDM) həmçinin ölkədə turizm fəaliyyətlərindən ibarətdir. Turizm gəlirlərinin ÜDM-də payını hesablamaq olar.

Turizmlə bağlı xərclərin müəyyən edilməsi zamanı istehlakçıya səyahət məhsulunun gətirdiyi pul əmək xərcləri və materialların ifadə və onun tələbatını ödəmək üçün recreation xərcləri müəyyən edilə bilər. Faktiki olaraq böyük risk ilə bağlı xərclərin hesablanması yoxsul şəraitdə mümkün olmadıqda turizmin iqtisadi səmərəliliyinin ölçülməsi mümkün deyildir. Bundan başqa belə bir yanaşmada ətraf mühitə zərər vurur və bu turistləri təmin edən dövlət xidmətlərinin dəyərini dramatik şəkildə artırır və yerli sakinlərin həyat keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə azalda bilər. Bundan əlavə turizmin inkişafı ölkədə regionların inkişafında müsbət töhfələr verir.

Xarici valyuta mənfəəti (turist girişi varsa). Müsbət ödənişlər balansını investorlar üçün əlavə cəlbəedici faktorudur. Ödənişlər xarici milli balans gəlirləri, idxal və ixrac xərclərinin cəmlənməsi ilə formalaşır. Güclü maliyyə infrastrukturunun (İsveçrə kimi), və ya mineral ehtiyatların (Avstraliya, Yeni Zelandiya, Kanada kimi) qida istehsalının artıq olduğu (Yaponiya ya Amerika Birləşmiş Ştatları kimi) rəqabətə davamlı sənaye istehsalının məhdud olduğu ölkələri üçün turizm (Cənubi Afrika, İran, İraq, Rusiya kimi) demək olar ki, xarici valyuta mənfəətinin yeganə mənbəyi olur.

Turizm dövlətinin tənzimlənməsində dövlətin mümkün rolunu qiymətləndirmək üçün bizi maraqlandıran sahədə özünün məqsəd və niyyətlərini daha ətraflı izah edəcəyik:

- Dövlətin sabit və ya artan müsbət xarici balansının saxlanması. Turist xidmətlərinin ixracına görə, milli iqtisadiyyat sabit valyuta axını alır, özəl şirkətlərdən xarici valyuta mənfəətlərinin bir hissəsini alır. Bəzi dövlətlər xüsusilə iqtisadiyyatın depressiya dövründə, milli iqtisadiyyatın əsas sektorları azaldıqda bu səbəbdən turizmin inkişafına fəal şəkildə təsir etməyə başlayır.
- Ölkənin ənənəvi xidmət, kənd təsərrüfatı və yerli sənayesində biznesin inkişafına artan dinamika verilməsi ilə bağlı geniş iqtisadi problemlərin həlli turist sayəsində məhsullar və əlavə gəlirlər üçün geniş bazar əldə edirlər. Dövlət, öz növbəsində, ümumiyyətlə vergi gəlirlərinin daha da əhəmiyyətli dərəcədə (fəzilə) artması ilə iqtisadi vəziyyətini gücləndirir. Bu nəticə turizmlə əlaqədar xidmət infrastrukturuna investisiyaların böyük bir təsiri olmağı ilə bağlıdır (Papiirian GA, 1998).
- Dünya ictimaiyyətinin gözündə ölkənin ən azından asanlıqla tanınan və ideal şəkildə müsbət imicinin yaranması bu, sərmayə mühitinin yaxşılaşdırılmasına, ixrac edilən məhsulların rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və nəticədə bütövlükdə ölkənin iqtisadi rifah səviyyəsinə təsirini əks etdirir. Ölkənin müsbət

imicinin ümumi mənəvi siyasi atmosferə təsir göstərməsi, özünə hörmətin və vətəndaşların milli qurur duyğusunun güclənməsinə də aydındır.

- Ölkənin xarici sərhədlərindəki siyasi sabitliyi dövlətlər arasındakı formal və qeyri-rəsmi əlaqələrin inkişafı, hər cür turizmin inkişafı, xüsusilə də biznes və mədəniyyət turizminin inkişafı yolu ilə gücləndirilməsi.
- Daxili siyasətin bir sıra sosial problemlərinin həlli, o cümlədən: məşğulluq səviyyəsinin artırılması; ictimai sağlamlığın gücləndirilməsi; ölkənin əlverişli psixoloji mühitinin qorunması, dünya ictimahiyyətinə inteqrasiyası; qanun və qaydaların qorunması; nəqliyyat və digər mühəndislik kommunikasiyalarının, kommunal xidmətlərin inkişafı; ekoloji mühitin qorunması və nəhayət, müəyyən bir dövlətdə həyatın ümumi keyfiyyətinin artması, bu da öz nümayəndələrinin hər hansı birinin məsuliyyət sahəsidir.
- Mədəni problemlərin həlli(mədəniyyətin müəyyən edilməsi, ənənəvi milli mədəniyyətin nüfusunun artırılması, məhsuldar mədəniyyətlər arasındakı qarşılıqlı əlaqələr, təbii və mədəni irsin qorunması və çarpanlaşdırılması, yüksək keyfiyyətli mədəniyyət və istirahət xidmətlərinin genişləndirilməsi, vətəndaşların yaradıcıq fəaliyyətləri üçün şəraitin genişləndirilməsi, o cümlədən yüksək nümunələri milli mədəniyyət)[7].

Turizmin inkişafının qloballaşması haqqında danışarkən, ümumiyyətlə turizm istiqamətləri və marşrutlarının sayı artmaqda, yeni "turist" ölkələrin və bölgələrin yaranması nəzərdə tutulur. Son illərdə dünya turist xəritələrində yaranan yeni ölkələr - Vyetnam, Laos, Kamboca, Cənubi Afrika və s ölkələrə hər il daha çox turist cəlb olunur. Turist sayının ən böyük artımı və gəlirlərin artım sürəti, 85 milyon turisti (9-11% - turist sayının illik artımı və onların alınması ilə əlaqədar gəlirlərin 12-19% artması) ilə Şərqi Asiya ölkələri tərəfindən göstərilir. Asiya turistlərinin qəbulu üzrə liderləri - Çin, Hong Kong, Sinqapur, Yaponiya və Hindistan tutur.

Cənub-Şərqi Asiyada daha yüksək nisbətdə olsa da turistlərin ümumi sayı hələ də kiçikdir - ildə 5 milyondan az insan təşkil edir.Yaxın Şərq və Afrikada turist axınının kiçik bir hissəsi ilə aralıq mövqe tutur burada ildə 11 milyondan 19 milyona qədər təşkil edir.Turistlərin qəbulu və saxlanılmasında mütləq liderlər Avropa ölkələri və Amerika Birləşmiş Ştatlarıdır[web, 29].

FƏSİL .III. Gəlmə turizminin stimullaşması və dövlət himayəsi

3.1. Gəlmə turizminin stimullaşmasının mexanizmləri

2002-2005-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı üzrə Dövlət Proqramının həyata keçirilməsi nəticəsində turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradılmış, beynəlxalq turizm bazarına integrasiyanın təmin edilməsi üçün əsas qoyulmuşdur və milli turizm kompleksinin rəqabət qabiliyyətliliyi artırılmışdır.

Azərbaycanda turistlərin yerləşdiyi yer dinamik inkişaf edir. 2002-ci ildə ölkədə 94 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisə fəaliyyət göstərsə də, ötən dövrdə onların sayı 4 dəfə artaraq 370-ə çatmışdı. Həmin ərazilərdə ümumi yerlərin sayı 2002-ci ilə nisbətən üç dəfə artaraq artır.

Turizmlə məşğul olanların peşə hazırlığının yaxşılaşdırılması məqsədilə, 2006-cı ildə Dünya Turizm Təşkilatı və Türkiyə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin dəstəyi ilə müxtəlif ixtisaslar üzrə daimi kurslar açan Turizm İnstitutu yaradılıb, müxtəlif təlim proqramları həyata keçirilir.

2002-ci ildən Azərbaycan Beynəlxalq Turizm Sərgisi ili təşkil edib. Dünyanın müxtəlif televiziya kanallarında göstərilən ölkədə turizm dəyərini təbliğat, turizm potensialı, yerli adət-ənənələri, mətbəxi, istehsal mədəni və tarixi irsin və tematik nəşrlərin yayılmasını (kitab, buklet, CD və DVD, və s.), artırmaq üçün geniş internet və digər elektron media imkanlarından istifadə olunur, reklam və bu istiqamətdə həyata keçirilən yeni layihələr haqqında elanlar verilir[31].

Dövlət proqramı aşağıdakı sahələrdə məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- Turizm sahəsində dövlət tənzimlənməsinin tənzimləyici və hüquqi çərçivəsini və mexanizmlərini təkmilləşdirmək;
- Turizm və istirahət sahələrində müvafiq infrastrukturun yaradılması;

- Ölkənin turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi;
- Ölkənin bütün bölgələrində turizm fəaliyyətinin səmimiləşdirilməsi;
- Turizm sektoruna yerli və xarici sərmayələrin cəlb edilməsi;
- Müxtəlif növ turizmin inkişafı, yeni turist marşrutlarının yaradılması;
- Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün mütərəqqi metod və standartların hazırlanması və tətbiqi;
- Mehmanxana və digər turist xidmət şirkətləri şəbəkəsinin genişləndirilməsi;
- Turizm sənayesi üçün inkişaf etmiş təlim sistemləri, xarici ölkələrdə ünvanlı təlim layihələrin həyata keçirilməsi;
- Dünyanın milli, tarixi, mədəni və mənəvi irsini , fərdi şəhər və rayonlarda müasir milli adət-ənənələri, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadə tarixini əks etdirən Azərbaycanla məxsus nəşr və materialların yayılması ;
- İstehsal və milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının satışı;
- Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq;[20].

Dövlət Proqramı ilə nəzərdə tutulmuş tədbirlər Azərbaycan Respublikasının dövlət büdcəsindən, o cümlədən Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin dövlət büdcəsində nəzərdə tutulmuş vəsaitlərdən, habelə qanunla nəzərdə tutulmuş digər mənbələrdən maliyyələşdirilir.

cədvəl 3.4.

2010-2014 cü illərdə Turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı

No	Hadisələrin adları	İcra müddəti (il ilə)	İcraçılar
1	2	3	4
	2.1. Turizm haqqında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi		
2.1.1	Turizm sektorunda idarəetmənin təkmilləşdirilməsi və sənayenin səmərəliliyinin artırılması üçün qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi	2010 2011	Nazirlər Kabineti Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Ədliyyə Nazirliyi
2.1.2	Turizm və istirahət zonalarının müəyyən edilməsi, müxtəlif turizm növləri üçün bu zonalarda təşkilatın hüquqi və tənzimləyici çərçivəsinin təkmilləşdirilməsi	2010 2011	Nazirlər Kabineti Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Ədliyyə Nazirliyi
2.1.3	Daxili turizm xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması üçün müvafiq standartlara dair normativ sənədlərin hazırlanması	2010 2014	Nazirlər Kabineti Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Standartlaşdırma Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsi
2.1.4	Turizm sektorunda dövlət tənzimləmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı müvafiq təkliflərin hazırlanması	2010 2012	Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, İqtisadi inkişaf Nazirliyi

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının 6 aprel tarixli Sərəncamı (Dövlət Proqramının icrası üçün fəaliyyət planı Prezidentin Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir).

2014-cü il turizm sahəsində bir çox nailiyyətlərə imza atdı.Əvvəlki illərdə olduğu kimi, beynəlxalq turizm sərgilərinə qatılaraq, ingilis, fransız, rus, alman, ərəb və digər dillərdə çap materiallarının yayılması ilə xaricdə mədəni potensialımızı aktiv şəkildə irəli sürülmüşdür. 2014-cü ildə Rusiyaya və Almaniyadakı yeni turistik ofislər qurulmuşdur, gəlmə turizmi baxımından prioritet bazarlara genişləndik. Burada qeyd etmək lazımdır ki, nümayəndəliklərin funksiyaları müəyyən bir ölkənin turizm potensialının təbliğində ixtisaslaşan xarici şirkətlər tərəfindən həyata keçirilir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Euronews, CNN, TV 5 Monde və bir sıra rus kanallarını tanıyan məşhur televiziya kanallarında reklam kampaniyalarını davam etdirdi. Bununla birlikdə, əvvəlki illərdən fərqli olaraq, 2014-cü ildə televiziya kanalları ilə əməkdaşlıq çərçivəsində, ölkəmizin iqtisadi, mədəni və turistik potensialı ilə bağlı redaksiya proqramlarının hazırlanmasına xüsusi diqqət yetirildi. 2014-cü ildə e-marketing vasitələrindən istifadə edərək, turizm potensialımızı təbliğ etmək üsullarını mənimsəmədə yaxşı nəticələr əldə edildi.Daha əvvəl Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərən www.azerbaijan.travel rəsmi səyahət portalımız Alman, Türk, Fransız və hətta Çin dilinə tərcümə olunub, bu da istifadəçilərin sayını artırmağa imkan verir. Turizm sahəsində tənzimləyici bazanın təkmilləşdirilməsi üzərində işləməyə davam edilir. Beləliklə, koordinasiya mərhələsində 2015-ci ildən 2024-dək "Turizm haqqında" yeni qanunun və Azərbaycanda Turizm İnkişafı Strategiyasının layihələri hazırlanır. Bununla yanaşı, ötən il yeni turistik məhsulların yaradılması ilə qeyd olundu. Bunlar arasında bunker avtobuslarından istifadə edərək, turist marşrutunun açılışını qeyd etmək lazımdır. Azərbaycana böyük turistik tədbirlərinin ("MICE turizm" adı altında) cəlb edilməsi məqsədi ilə əməkdaşlıq edən, ölkənin ən böyük mehmanxanaları və turoperatorlarını birləşdirən biznes turizmini inkişaf etdirmək məqsədi ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin təşəbbüsü və dəstəyi ilə yaradılan Azərbaycan Bürosunun Konqresinin uğurunu qeyd etmək lazımdır. Daxili turizm daha da populyarlaşır. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham

Əliyevin təşəbbüsü və nəzarəti altında keçirilmiş Azərbaycanın regionlarında turizm və digər infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər nəticəsində artan sayda vətəndaşlarımız turizm məqsədilə regionlara gediblər. Eyni zamanda keçən il xaricə gedən soydaşlarımızın sayı da artıb və bu da Azərbaycan vətəndaşlarının rifahının göstəricisidir. Dünya Turizm və Turizm Şurasının müstəqil tədqiqatlarına əsasən, ölkənin ÜDM-yə birbaşa turizmin payı 2,2%, ümumi töhfə isə 8,8% təşkil edir ki, bu da neft istehsal edən ölkə üçün olduqca yaxşı göstəricidir. Məşhur Tripadvisor saytının istifadəçiləri arasında milyonlarla istifadəçi tərəfindən aparılan sorğulara görə, Bakı şəhəri 2014-cü ilin yekunları üzrə "Yüksək turist turistləri" siyahısında layiqli yer tutmuşdur. Xüsusilə, Azərbaycan Turizm İnstitutunun bazasında 2014-cü ildə Azərbaycan Turizm və İdarəetmə Universitetinin yaradılması əsaslı rola malikdir[30].

2014-cü il də turizm üçün mənfi tendensiyalarla qeyd olunub. Burada iqtisadi faktorların turizmə təsirini qeyd etmək lazımdır. Rusiyada iqtisadi vəziyyətin daxili turizmə mənfi təsir göstərməməsi sirr deyil. Məlum olduğu kimi, son vaxtlara qədər ruslar dünyanın ən çox səyahət edən ölkələrindən biri sayılırdı, lakin vətəndaşların gəlirləri dollarla kəskin azalıb buna rusların digər ölkələrə səyahət etməsi üçün əlverişli deyildi. Məlum olduğu kimi rus turistlər ölkəmizə xarici vətəndaşların ümumi girişinin əhəmiyyətli bir hissəsini təşkil etdilər. Rus turist sayının kəskin azaldılması ölkəmizə daxil olan xarici vətəndaşların ümumi sayına təsir etmişdir. 2015-ci ildə bu tendensiyanın davam edəcəyi ehtimalı yüksəkdir və bu, yalnız turizm üçün deyil, bütün dünya iqtisadiyyatı üçün çətin olmağı nəzərdə tutur. Eyni zamanda Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin rəhbərliyi altında aparılan siyasət böhranın ölkəmizə təsirinin minimuma endirilməsi üçün zəruri şərtlər yaradıb. Əhəmiyyətli sahələr arasında çox sayda beynəlxalq biznes tədbirlərinin cəlb edilməsinə yönəlmiş biznes və ya MICE turizminə diqqət yetirmək olar. Bu da otel, nəqliyyat şirkətləri, səyahət agentlikləri, restoranlar və s. üçün əlavə mənfəət yaradır. Ənənəvi olaraq bütün dünyada ənənəvi turizmin növlərindən biri olan və Azərbaycanda yaxşı inkişaf edən,

ekoturizm və digər turizm növlərini əks etdirən çimərlik turizminə diqqət yetirmək olar. Bu cür turizmin inkişaf etdirilməsi məqsədilə Nazirliyimiz onların inkişafına yönəldilmiş proqramları və fəaliyyət planlarını hazırlayır, xüsusi istirahət zonaları yaratma planı üzərində işləyir, vətəndaşlardan, qeyri-hökumət təşkilatlarından və digər qurumlardan irəli gələn müxtəlif layihələrə və təşəbbüslərə dəstək verir[32].

Turizmin prioritet sahəsi olaraq mədəni və idrak turizmi əsas götürülür. Əlbəttə ki, artıq qeyd etdiyim kimi, çimərlik turizmi ən məşhur turizm növlərindən biridir. Bu cür turizm Azərbaycanda daha da populyarlaşır. Bunun içində ən az rolu infrastrukturun keyfiyyətcə yaxşılaşmasına gətirib çıxardı. Bu, Xəzər dənizinin sahillərində yeni rahat otellərin tikintisi və regionlarda nəqliyyat infrastrukturunun yaxşılaşdırılmasıdır. Şübhəsiz ki, çimərlik turizmi bu sahədə çalışan sahibkarlar üçün yaxşı gəlir gətirir və yeni iş yerlərinin açılmasına imkan verir, eyni zamanda, ölkənin bilik turizminə gətirib çıxardığı dividendləri qiymətləndirmək çətinidir. Yəqin bildiyiniz kimi, müxtəlif ölkələrdən gələn çox sayda turist Azərbaycana gəlir. Onların əsas məqsədi alış-veriş, çimərlikdə istirahət etməsi və yeni rahat qış mövsümü üçün xizək qurma imkanı deyildir. Onların əsas məqsədi Şirvanşahlar Sarayının tikintisi və ya Qız qalasının efsanəsi ilə bağlı maraqlı rəhbərlik tarixlərini dinləmək, Qobustanın tarixçi sənətkarlarının qaya oymalarında təəccübləndirilmək, marşrut boyunca karvanı təqib edən orta əsrli tacir kimi hiss etmək, mədəniyyətimizi hiss etmək və öyrənmək, İçərişəhər küçələrində dolaşmaqdır. Belə turistlər ölkələrinə qayıtdıqdan sonra əbədi olaraq Azərbaycanı xatırlayacaq və öz ölkələrində, əlbəttə, hər birinin öz səviyyəsində Azərbaycanın bir sıra "mədəniyyət diplomatları" olacaqdır. Ölkəmizdə turistlərə sözdə gəlmə turizmlə məşğul olan şirkətlərin turistlərə təklif olunan marşrutlarına baxırsınızsa, ölkəmizin qeyd olunan digər muzeyləri, abidələri və tarixi yerlərini mütləq əhatə edəcəkdir.

Mikroiqtisadi səviyyədə turizm planlaşdırılmasında bu iqtisadi amillərin təhlili görülür[1, səh 84].

- Turizm bazarı, tələb və təklif amilləri
- Turizm xidmətlərinin və məhsulların dəyəri
- Turizm təsərrüfatında vergi göstəriciləri
- Turizmin marketinq strategiyası
- Turizm sahibkarlığın inkişafı.

Yaxşı peşəkar təlimatçıların olması mədəni və təhsil turizminin uğurlu inkişafının əsaslarından biridir. Təlimçi həm xarici dilləri bilməli, həm də Azərbaycan tarixində, arxitekturasında və mədəniyyətində geniş məlumat sahibi olmalıdır. Hal-hazırda bazarda bir və ya bir neçə xarici dildə danışan yaxşı peşəkar təlimatlar var. Bununla yanaşı, Azərbaycana səfər etmək istəyən turistlərin sayının artması sözdə yüksək mövsümdə təcrübəli təlimatçıların kifayət etməməsinə gətirib çıxarır və onların cədvəli bir neçə aya planlaşdırılır. Kılavuz xidmətləri yaxşı ödənilir. Bir iş günü üçün peşəkar təlimatçılar 100 manata qədər qazana bilirlər, buna baxmayaraq, yüksək mövsümdə yaxşı bir rəhbər tapmaq çətindir. Xüsusilə kəskin fransızca, ispan və italyan dilində təlimatların çatışmazlığı nəticəsində bu dilləri danışan turistlər, məsələn, ingilisdilli təlimatçıları qəbul etmirlər, Almaniyadan olan turistlər, ümumiyyətlə yaxşı ingilis dilində danışırlar. Bu baxımdan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bu problemi həll etmək üçün bir sıra tədbirlər hazırlamışdır. Xarici dillərdə danışan tələbələrle iş, təlimatçı peşəsini tanıtmaq və yeni başlayanlar, təlimlər və digər tədbirlər üçün təcrübəli təlimatçıların master-klasslarını təşkil etmək lazımdır. Əlavə olaraq, təlimatlarla qarşılaşdıqları problemlərin və onların həlli mexanizmlərinin axtarışı ilə bağlı fikir mübadiləsini aparmaq məqsədi ilə bu məsələyə dair bir işçi qrupu qurulmuşdur, bu da həm tanınmış rəhbərləri, həm də nazirliyimizin nümayəndələrini birləşdirdi. Bundan əlavə, mədəni və təhsil turizminin inkişafı üçün prioritet olan 7 marşrutları, həmçinin yol boyunca infrastrukturun yaxşılaşdırılması üçün görülən işlər, məsələn, abidələrin, muzeylərin bərpaası, onlara gətirib çıxaran yolların təmiri, müvafiq göstəricilərin yaradılması və s. işlər görülmüşdür.

Mədəniyyət-idrak turizm yalnız ölkəmizi ziyarət edən xarici vətəndaşlara yönəlib. Hər il ölkənin bölgələrinə turizm məqsədilə gedən soydaşlarımızın sayı artır. Bu baxımdan, yerli mədəni-maarif turizmini daha da stimullaşdırmaq məqsədi ilə layihələr həyata keçirilir. Beləliklə, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin təşəbbüsü ilə "Ölkəmizi tanıyaq" layihəsi həyata keçirilmişdir. Burada Azərbaycanın regionlarında orta məktəblərin 9, 10 və 11-ci siniflərindən bir neçə tur təşkil edilmişdir. Tələbələrə Azərbaycanın mədəniyyəti və irsi haqqında bütün lazımi məlumatları, eləcə də ölkəmizin əldə etdiyi nailiyyətlər barədə məlumat verən hər bir qrupa təlimat verildi[31].

Sənayenin nəqliyyat komponentinin gücləndirilməsi rəqabətin artmasına, uçuşların sayının artırılmasına və biletlərin qiymətinin azaldılmasına, şərtləri ucuz xərclərin (low-cost) fəaliyyətinə xələl gətirməsindən birbaşa asılıdır. Yol xəritəsi daxil olmaqla, müvəqqəti turizm stimullaşdırıcı tədbirləri ən səmərəli istifadə etmək üçün aşağı büdcədə hava nəqliyyatının Milli Şirkətinin yaradılması təmin edilir.

Aşağı qiymətli bir şirkət yaratmaq (dövlətə məxsus nəzarət payı ilə), yeni daşıyıcının hava limanından istifadə etmək və Azərbaycanın digər havayollarının cəlbediciliyini artırmaq və imtiyazlı vəzifələrin tətbiqi üçün sektoral islahatlar və təşviq mexanizmlərinin istifadəsi tövsiyə edilmişdir. Sənaye da gömrük və vergi rejimi yaxşılaşdırmalı və bu tədbirlər bazarda rəqabətin artırılmasına yönəldiləcəkdir. Regionda ucuz özəl və milli hava yollarının iştirakını artırmaq üçün Azərbaycan Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyasının bu sahədə səmərəli tədbirlər həyata keçirilmişdir.

Bundan əlavə, Dövlət İdarəsi potensial maraq sahələrinin açılmasını stimullaşdırır, lakin vergi stimullaşdırıcı və marketinq dəstəyi ilkin mərhələsində ehtiyac duyulur. Ofis də biznesin vəziyyəti və təşviq strukturunu qiymətləndirmək və onları təkmilləşdirmək üçün lazımi tədbirləri görür.

3.2. Gəlmə turizminin iqtisadiyyatın strukturunda tarazlığa təsiri

Azərbaycan iqtisadiyyatının mühüm sürətlə inkişaf edən sektorları arasında turizm əsas perspektivli istiqamətlərdən biridir. Ölkəmizdə turizm sənayesinin inkişafına töhfə verən əsas amil Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin mədəniyyətin və turizmin inkişafına, turizmin müşayiət edəcəyi iqtisadiyyatın bütün sahələrinə yönəlmiş genişmiqyaslı layihələrin aktual dəstəyidir.

Ölkəmizin miqyasında turizm fəaliyyətinin prioritet istiqamətləri əsasən Heydər Əliyev Fondunun tam dəstəyi ilə təmin edilən mədəni turizmlə bağlıdır. Fəal inkişaf etmiş turizm kənd, ekoloji, ovçuluq turizmidir. Konfrans turizm Azərbaycanın beynəlxalq reyting, seminarlar və digər böyük tədbirlər nəticəsində bir çox xarici alim və mütəxəssisləri respublikaya cəlb etməklə, Azərbaycanın reytingini turist ölkəsi kimi qiymətləndirməkdə xüsusi rol oynayır.

Turizm sənayesinin inkişafı, respublikanın təbii və iqlim şəraitinin istifadəsi, regionların xüsusiyyətləri, müvafiq sahibkarlıq fəaliyyətinin təşviqi və maliyyə axınının tənzimlənməsi ilə bağlı müxtəlif amillərin və modellərin inkişafına əsaslanan bir çox problemlərin həllini nəzərdə tutur. Regionlarda, mövcud şərtləri xarici turistlərin axınını artırmaq vəzifələrinə uyğunlaşdırmaq üçün çox işlər görülməlidir.

UNWTO təxminlərinə əsasən digər beynəlxalq təşkilatlar Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafının cari mərhələsi, bir çox sahələrdə müsbət transformasiya ilə xarakterizə olunur. Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin AITF-2010 Turist sərgisini ziyarət etməsi iqtisadiyyatın bu sektorunda ölkə rəhbərliyinin diqqəti, 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair turizm haqqında Dövlət Proqramının və yeni qanun layihəsinin təsdiqi, bütün bunlar Azərbaycanın sürətlə dünya birliyinə inteqrasiyasını və ən qabaqcıl dünya təcrübəsini tətbiq edildiyini sübut edir.

2001-ci ildən bəri ölkəmiz Ümumdünya Turizm Təşkilatının tam üzvüdür - UNWTO, hər il beynəlxalq bazarda milli turist məhsulunu geniş şəkildə nümayiş etdirən bir çox nüfuzlu turizm sərgilərində iştirak edir.

Respublikada turizm iqtisadi potensialının vacib bir hissəsidir və bu vəziyyət Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf perspektiv konsepsiyasının inkişafı və həyata keçirilməsində getdikcə daha aktiv rol oynayır. Bu, qeyri-neft sektorunun, xüsusən də sosial infrastrukturun inkişafına yönəldilməsini gücləndirir.

Turizm sektorunda xidmətlərin göstərilməsi və bunun respublika əhalisinin maddi mənfəət mənbəyinə çevrilməsi vacibdir. Bundan əlavə, turizmin inkişafı, əlbəttə ki, Azərbaycanın tranzit ölkə kimi rolunu artıracaqdır. Qeyd etmək lazımdır ki, dünya maliyyə böhranı ilə bağlı vəziyyətə baxmayaraq, Azərbaycan turist axınının olduqca yüksək dərəcəsini təmin etmişdir. Bu nailiyyət dövlət rəhbərliyinin müasir iqtisadi və sosial siyasəti və turizm sektorunun düzgün seçilmiş sahələri sayəsində mümkün olmuşdur.

Turizm sənayesinin inkişafının marketinq strategiyası bir sıra fəaliyyətlərin inkişafını nəzərdə tutur və nəticədə müəyyən bir ölkənin, bölgənin və ya şəhərin turizm potensialı geniş tanınır və nəticədə digər ölkələrdən gələn turistlərin sayı artmaqdadır. Orta hesabla, son üç ildə ölkəyə turist axını 40% -ə çatdı və bu əhəmiyyətli rəqəm Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən ən yaxşı şəkildə qəbul edildi.

Hazırkı mərhələdə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, əsas turizm operatorlarına maraq göstərən bir sıra turizm layihələrində iştirak edir. Azərbaycanın geosiyasi mövqeyini nəzərə alaraq, Avropanın və Asiyanın bir çox ölkələri ilə əməkdaşlığı bərpa etməyə çalışır. İndi hövzənin bütün ölkələrinə səfər etməklə, "Qafqazda Dumalar", "Azərbaycanda Alman qəsəbələri", Kiyev təşəbbüsü, "Böyük İpək Yolu" və Xəzər dənizində beynəlxalq kruizlər layihələri fəal şəkildə inkişaf edir.

Azərbaycanın turizm bazarında artıq almanlar, türklər, ingilislər var. Bu, əsasən turizm inkişaf proqramına daxil olan perspektivli layihələrə aiddir. Otel tikintisində

illik artım rəqəmlərlə şərh edilə bilər. Təhlil 2001, 2006 və 2010-cu illəri müqayisə etməkdir. Belə ki, doqquz il əvvəl respublikada yalnız 86 mehmanxana obyektı, o cümlədən 4 motel və 2 digər profil obyektı var idi. Məqalədə: 2006-cı ildə biz artıq 143 otel, 23 motel və 122 obyekt obyektini qeydiyyatdan keçirdik, yəni onların sayı təxminən üç dəfə artdı. Hazırda Azərbaycan ərazisində 450 mehmanxana fəaliyyət göstərir[web, 19].

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin şöbə müdiri Aydın İsmiyevin yazdığına görə, keçən yaz respublikada düşərgə sahələrində istirahət üçün xidmətlərin dəyərinin azalması müşahidə olunub. Bu proses bir tendensiya yaradır, çünki otel və otel komplekslərinin sayı artmaqdadır.

Yeni xidmətlərin hərəkətində, əlbəttə, rəqabət var məsələn, artıq regional turizm mərkəzi sektorlarında əhali üçün nəzərdə tutulmuş hərtərəfli xidmətlər təklif edir. Ölkədə nüfuzlu oteldə istirahət etmək istəyənlər gündə 120-250 manat məbləğində ödəyə bilər (səhər yeməyi ilə gündəlik dərəcəsi 20-50 manata başa gəlir).

Azərbaycanın turizm bazarı açıqdır və bütün maneələrdən azaddır. Hər il respublikada 25-dən 50-yə yaxın mehmanxana və otel tikilir. Azərbaycanda yerli mehmanxana və mehmanxana zəncirlərinin sayının artması, Azərbaycan bazarının cəlbediciliyinin göstəricisidir. Eyni zamanda, 2010-2014-cü illərdə Azərbaycan Turizm İnkişafı Dövlət Proqramı çərçivəsində Azərbaycanın turizm sahələrində qiymətlərin azalması ən vacib məqsədlərdən biridir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin mütəxəssisləri qeyd etdilər ki, bu proses bu cür müəssisələrin sayının artmasına, eləcə də göstərilən xidmətlərin həcminə paralel olaraq keçirilməlidir[web, 29].

Bu proqramın nəticəsi olaraq Azərbaycanın turizm bazarı dünya səviyyəsində rəqabət mühiti kimi qiymətləndiriləcəkdir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin əsas məqsədi iş adamlarını beynəlxalq standartlara cavab verən turist müəssisələrinin yaradılmasına sərmayə qoymaq üçün şərait yaratmaqdır. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının rəhbəri Francesco Frangialli deyir: "Birincisi," turistlərin "Azərbaycana

getməsi üçün ən əlverişli şərait yaratmaq lazımdır, digər tərəfdən, ÜTT-nin rəhbəri:" Respublikamız beynəlxalq aləmdə turizm sahəsində investisiya potensialını daha aktiv şəkildə nümayiş etdirməlidir".Turist ölkələrinin dünya təcrübəsi göstərir ki, gələn turizmin inkişafında əsas rolu müəyyən funksiyaları yerinə yetirməli olan, özəl sektor tərəfindən deyil, dövlət oynayır.

Bu gün milli turizm məhsulunun və marketinqin maliyyələşdirilməsində maddi-texniki təminat sahəsində dövlət və özəl sektorların bir-birinə yaxınlaşması tendensiyasını nəzərə alaraq Azərbaycanda turizm infrastrukturunun inkişafının müsbət təcrübəsi öyrənilir və tətbiq olunur.Xüsusi məsuliyyət yalnız Azərbaycanın turizm infrastrukturunun inkişafına investisiya qoymadan, xaricdəki turistləri ixrac edən çoxsaylı firmalara əsaslanır.

Nazirliyin xaricdə səyahət agentliklərimiz tərəfindən xaricə səyahət edən azərbaycanlı turistlərin peşəkarsız xidmət göstərməsi ciddi şəkildə cəzalandırılır (lisenziyanın ləğvinə qədər).

Bütün dünyada mərkəzi hökumətlər, yerli hakimiyyət orqanları və özəl sektor arasında əməkdaşlıq qurmaq üçün təcrübələr aparılır.Respublikanın Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi effektiv və fəal ictimai-özəl tərəfdaşlığın formalaşdırılması üçün uğurlu siyasət aparır.

Bu tendensiya respublikanın uğurlu fəaliyyət göstərən turizm mərkəzlərində, eyni zamanda, üç tərəfdaşın maraqlarını balanslaşdıran siyasi qərarların qəbul edilməsi üçün Nazirliyin müstəqil səlahiyyətlərini saxlayır: mərkəzi hökumət, yerli hakimiyyət orqanları və özəl sektor, əslində hər hansı bir ölkədə turizm sənayesinin üç komponentidir[3].

Bəzən yerli turizm agentliklərinin özünü maliyyələşdirmə əsasında fəaliyyət göstərdiyi qənaətinə gəlmək olar.Fəqət bir müəssisənin müvəffəqiyyəti firmanın rəqabət qabiliyyətinə, işçilərinin bilik və təlim səviyyəsinə, müştərilərlə səmərəli işləmək qabiliyyətinə, mövcud qanunvericiliyi və bazar şərtlərini necə başa

düşməindən asılıdır.Əlbəttə, bu məsələlərdə peşəkarlığın olmaması belə bir təşkilatın iflasına təsir edəcək.

Buna baxmayaraq,son tədqiqatların statistikasına turizm şirkətlərinin sayını artırır və bu, Azərbaycanın turizm sektorunun müsbət inkişafını sübut edir.Bundan başqa, İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında kiçik və orta müəssisələrə imtiyazlı kreditlər əldə etmək məqsədilə fiziki və hüquqi şəxslər, o cümlədən turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq inkişaf fondu yaradılıb. Hər il, onlarla təşəbbüskar bu fondun xidmətlərindən istifadə edir, əsasən kiçik mehmanxanaların və regional istirahət sahələrinin tikintisini maliyyələşdirir.

Avropalıları bəzən ənənəvi olaraq hər hansı bir Şərq xalqının zehniyyətinin bir atributu olan və onun mədəniyyətinə zidd olan Türk mehmanxana sənayesi nümunəsi kimi yaradırlar.Yalnız bu mərhələdə ixtisaslı kadrlarımız yoxdur.Türkiyədə turizm sahəsi 1968-ci ildən bəri inkişaf edir və keçən əsrin 80-ci illərindən bəri Antalya və Bodrumun kurort şəhərlərinin sahillərində xüsusilə sürətlə inkişaf etmişdir.Beləliklə, bir neçə onilliklər ərzində bu ölkədə yaxşı inkişaf etmiş infrastruktura malik güclü bir turizm bazası var idi. Biz bu sahədə 2001-ci ildən məşğul olmuşuq və son 6 il ərzində turizm sahəsində ölkədə praktiki olaraq inkişaf etmiş və bu dövrdə turizm sənayesi potensialını 3 dəfə artırmışdır.

Turizmin inkişafı üçün mühüm şərt turist kadrlarının peşə hazırlığıdır. Bizim bu istiqamətdə inkişaf etmiş təcrübəmiz var. Bu il turizm mütəxəssislərinin ilk məzunları Azərbaycan Turizm İnstitutunun 5 illik yubileyini qeyd etmiş, onların tələbələri ən böyük xarici universitetlərdə təhsil almışlar. Bundan sonrakı günün təcili tələbi kadrların hazırlanması üçün peşə məktəblərinin açılmasıdır.

Turizmin inkişafı barədə danışan Dağlıq Qarabağ məsələsindən qaçınmaq mümkün deyil.Tez-tez bu problem daxilolma turizmin inkişafına maneədir.Belə bir qiymətləndirmə ilə razılaşmaq mümkün deyil, çünki münaqişənin sülh yolu ilə həll olunması üçün danışıqlar prosesi hazırda aparılır.Turistlər xidmət səviyyəsində

əhəmiyyətli artımı və respublikanın bir çox bölgəsində 4-5 ulduzlu otellərin yaranması barədə məlumatları bilmirlər. Bundan əlavə, ölkəmizdə turizmin təhlükəsizliyi yüksək səviyyədədir və dünya standartlarına cavab verir. Bunun ən yaxşı sübutu Qəbələdə keçirilən bir çox beynəlxalq qonaqların diqqətini cəlb edən Beynəlxalq Musiqi Festivalıdır. Bu möhtəşəm bayramın bütün xarici turistlərin və iştirakçıların nəzərinə görə, tədbirin təşkili, həmçinin xidmət və təhlükəsizlik səviyyəsi Avropa standartlarından artıqdır.

Əlbəttə ki, turistləri cəlb etmək üçün ölkəyə yaxşı qurulmuş infrastruktur lazımdır. Başqa ölkələrə səyahət edən hər kəs hər bir detaya diqqət yetirir və ziyarət etdikləri ölkələrlə müqayisə edirlər. Ölkəmizə özünəməxsus potensialından maksimum istifadə etmək lazımdır.

Bu halda, dünyada uzun müddət sınaqdan keçilmiş üsulları istifadə edə bilərsiniz. İngiltərədə, Şekspirin adı ilə əlaqəli temalı turlar və eyni zamanda Harry Potter kitabları haqqında turlar gənclər arasında çox modadır.

Qeyd edək ki, turizm marşrutlarının yaranması Azərbaycanda ənənələri olan tətbiqi incəsənətin canlanmasına müsbət təsir göstərdiki buda turizm bölgələrində yaşayan sənətkarlarının maraq obyektinə çevrilməsi milli sənətkarlığın, əl sənətlərinin istehsalının canlandırılması ilə nəticələndi.

Ölkəmizin bir çox yerlərində soydaşlarımız artıq xarici turistlərin, hansı ənənələri və adətləri görmək istədiklərini, milli mətbəxdən nə istədiklərini, necə istirahət etmək və hansı növ xidmət görmək istədikləriylə xəbərdardırlar.

Azərbaycanda iqtisadi islahatların dərinləşdirilməsinə, mövcud potensialın gücləndirilməsinə və onun istifadəsinin səmərəliliyinin artırılmasına əsaslanan iqtisadi inkişaf siyasəti sosial və iqtisadi inkişaf dinamikasının müddətinin təmin edilməsinə yönəlib. Bu istiqamətdə qəbul edilmiş müxtəlif dövlət proqramlarının əhəmiyyəti çox böyükdür.

Cədvəl 3.5.

Azərbaycan Respublikasında məhdudiyyət və yoxsulluq səviyyəsi

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Yoxsulluq (manat)	58.0	64.0	78.6	89.5	98.7	107.2	119.3
Yoxsulluq səviyyəsi	20,8%	15,8%	13,2%	10,9%	9,1%	7,6%	6,0%

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu, 2009-cu il №4, maddə 225.

Proqrama əsasən, əsas meyar xüsusilə sosial cəhətdən əlverişsiz ailələrə və yaşlı əhaliyə səmərəli sosial müdafiə sisteminin inkişafı ilə təmin edilməsində daha da yaxşılaşmışdır. Sosial infrastruktur inkişaf etdiyi üçün təhsil, elm, sağlamlıq və ətraf mühitin digər sahələrində əsas xidmətlərin keyfiyyəti artır. Cədvəldən göründüyü kimi, Azərbaycanda 2012-ci illə müqayisədə yoxsulluq həddi iki dəfə çoxdur, yoxsulluq səviyyəsi 28% -dən 6% -ə düşmüşdür. Bu, dövlətin daim insanların yaşayış şəraitinin artması üçün şərait yaratdığını sübut edir. İnsanların həyat şəraiti yaxşılaşdıqca, yoxsulluq səviyyəsi tədricən azalır. Buda öz növbəsində turizmi inkişaf etdirir[7].

Son illərdə ekspertlər ölkənin neftdən asılılığının azaldılması üçün ən çox qəbul edilən kümələnmə yanaşmasını hesab edirlər. Klaster yanaşması bir sıra problemləri həll etməyə kömək edir. Bu yanaşmaya iqtisadiyyatın neft amilindən asılılığının azalması, vergi gəlirlərinin artımı, əhəlinin gəlirləri, iqtisadiyyatın fərqləndirilməsi daxildir.

Dövlət Proqramında nəzərdə tutulan bütün tədbirlər dövlət büdcəsindən, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinə təqdim edilmiş vəsaitlərdən və qanunvericiliyə uyğun digər mənbələrdən maliyyələşdiriləcəkdir.

Respublikanın Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Azərbaycanın və regionların potensialının hərtərəfli təhlili aparılması, turist məhsullarına dair xüsusi təkliflər, nəqliyyat sisteminin vəziyyəti, yerləşmə vasitələri və zəruri maliyyə resurslarının axtarışı üçün vacib vəzifələrə malikdir. Müəyyən coğrafi regionlarda dünyada milli turizm məhsulunu inkişaf etdirmək, müəyyən turistik bazarlar üçün reklam və informasiya materiallarının dərc olunması sisteminin yaradılması daxildir. Hər il xarici ölkələrə xarici dillərdə gedən jurnallar, bukletlər, kitabçalar, plakatlar və müxtəlif dillərdə xüsusi relizlər, yüksək keyfiyyətli CD, foto və video materiallar yayılır. Nəticədə, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi dörd il ərzində ölkənin turizm sektorunu Azərbaycan iqtisadiyyatının ən sabit inkişaf edən sahəsi kimi formalaşdırmasını gözləyir. Qarşıya 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafı üzrə Dövlət Proqramının həyata keçirilməsi məsələsi qoyulur. Bu nəzərdə tutulmuş vaxtda Azərbaycan turizminin yeni mərhələyə və inkişaf səviyyəsinə keçməsinə imkan verəcək[33].

3.3 Gəlmə turizmin proqnozu

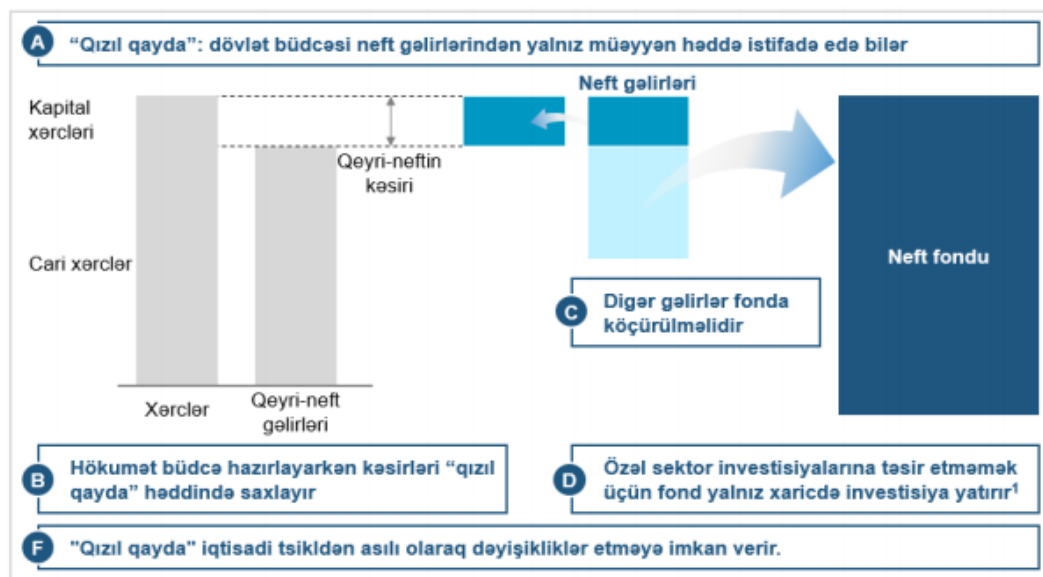
Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan 2025-ci ilə qədər bölgədə ən böyük potensiala malik aeroportun sahibi olmaq vəzifəsini qoyur və bu prioritet çərçivəsində Avropa ölkələrinin əsas şəhərlərinə cari 49-dan 100-ə dək birbaşa uçuşlar artırılacaqdır. Daha çox turist cəlb etmək üçün qış və yay mövsümlərində çarter uçuşlarının sayını artırmaq üçün əsas alınacaqdır.

Bundan əlavə, "Yol xəritəsi" 2025-ci ilə qədər Azərbaycan turizm sektorunda ölkəmizin xizək kurortları, sağlamlıq turizmi, nadir təbiət, parklar, kənd turizmi, Azərbaycan kəndinin qorunub saxlanılan bir çox etnik mədəniyyət komponenti müasirliyin təsirindən təsirlənməyən ənənəvi mirasla maraqlanan turistlər üçün xüsusilə cəlbedici olacaq. Bundan əlavə, potensial turizm bazasında dini miras saytlarının istifadəsi təşviq olunacaqdır.

Sənəddə ayrı bir maddə, müvafiq strukturların yaradılması üçün lazım olan hərəkətləri yerinə yetirməsi və gələcəkdə, onlayn platformalar və digər vasitələrlə Safari parkını tanıtmaq üçün Şamaxa Safari Parkının yaradılmasını göstərir. Kənd sakinlərinin sahibkarlıq bacarıqlarının artımı, onların fəaliyyəti kəndlilərin rifahı, biznes bacarıqlarının formalaşdırılmasının artım ilə nəticələnəcək. Kənd infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, daimi iş yerlərinin yaradılmasına töhfə verəcək və yerli əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına gətirib çıxaracaqdır. Qızıl qaydanın tətbiqi mexanizmi:

şəkil 3.3

Neft gəlirlərinin istifadə həddini müəyyənləyən “Qızıl qayda”



Mənbə: Strateji Yol xəritəsi səh 61.

“Qızıl qayda” nın neft gəlirlərindən asılı olması dövlət büdcəsinin resuslarını azalda bilər(şəkil 3.3.)

Bundan əlavə, turizm sahəsində universitet yataqxanalarının istifadəsinə dair təkliflər hazırlanacaq. Yuxarıda göstərilən Büro, müvafiq orqanların razılığı ilə, yay tətilləri üçün bütün müasir standartlara cavab verən universitet yataqxanalarının turist

yerləşdirilməsi üçün aşağı büdcəli obyektlər kimi istifadə edilməsi üçün təklif hazırlayacaqdır[36].

Belə taktikalar 2020-ci ilədək ümumi daxili məhsulun 70 milyon manat, o cümlədən 45 milyon manat məqbul qiymətə üstünlük verən qonaqlar üçün turlar, eləcə də 25 milyon manatla dolayı yola çıxmasına imkan verəcəkdir. Həmçinin, məqbul qiymətlərlə yerləşmə otaqlarının sayı ümumi otaqların cari 30% səviyyəsində qalması planlaşdırılır. 1.1-ci ilə qədər cəmi 6,2 min iş yerinin yaradılacağı proqnozlaşdırılır ki, bunlardan birbaşa turizm sahəsində 4,5 min yer ayrılmışdır.

2018-2021-ci illərdə Azərbaycanın turizm sektorunun orta illik artımı 6% -dən çox olacaq. Bu barədə İqtisadiyyat nazirinin müavini Sevinc Həsənova bildirib. "Beynəlxalq tədbirlər və 2018 - ci ildə turizm infrastrukturunun inkişafı sayəsində turizm 6,6% artacaq. 2019-2021 - ci ildə turizmin orta illik artımı 6% olacaq", - Həsənova bazar ertəsi parlamentin növbəti komitələrində büdcə layihəsinin müzakirəsi zamanı bildirib. Onun sözlərinə görə, 2018-ci ildə aqro-sənaye sektorunda artım 6,2% səviyyəsində proqnozlaşdırılır. "Önümüzdəki üç ildə ortalama illik böyümə yüzədə 6 % olacaq" dedi. S.Həsənova qeyd edib ki, 2018-2021-ci illərdə qeyri-neft sənayesi məhsullarının istehsalında orta illik artım 7,3% səviyyəsində proqnozlaşdırılır.

Turizmin hər il iqtisadiyyata təsirini qiymətləndirən bir beynəlxalq təşkilat var. Dünya İqtisadiyyat və Turizm Şurası (WTTC) təşkilatı 184 ölkənin iqtisadiyyatına 25 il boyunca müxtəlif göstəricilərə təsirini qiymətləndirmişdir. 2017-ci illə müqayisədə 2017-ci ilin yekunlarına əsasən, 2014-cü ildən sonra Azərbaycanın ÜDM-də turizm payının artması tendensiyası ilə xarakterizə olunur. Hesabata əsasən, 2017-ci ildə Azərbaycanda işləyənlərin yalnız 3,8% -i turizmə xidmət edirdi. Yəni ötən il ölkəmizin turizm sahəsində 173,5 min işçisi var idi. Qeyd edək ki, paroxial sahəsində işləyənlərin sayı daha çoxdur - 611.000 (işlərin ümumi sayının 13.2% -i). Bu segment turizmlə dolğun olan seqmentləri əhatə edir.

WTTC-nin məlumatına görə, Azərbaycan turizmdən 2,8 milyard manat və ya ÜDM-in 4,2 faizi qazanıb. Ötən il turizmdən olan dolaylı mənfəət 9,7 milyard manat və ya ÜDM-in 14,6 faizini təşkil etmişdir. Beynəlxalq təşkilat 2028-ci ildə 5,3 milyard manat və ya ÜDM-in 5,6 faizi üçün Azərbaycanın turizm gəlirlərini proqnozlaşdırır. Turizmdən bütövlükdə gəlir 2028 - 18,5 milyard manat və ya ÜDM-in 19,3 faizini təşkil edəcək. WTTC tərəfindən verilən məlumatlara görə, 2018-ci ildə Azərbaycan 2,125 milyon xarici turisti ziyarət edəcək. 2028-ci ildə turist sayına görə WTTC proqnozları çox ürəkaçan deyil. 10 il sonra ölkəmiz yalnız 3.235 milyon turisti ziyarət edəcəkdir[35].

Qeyd edək ki, bu gün ən böyük və ən nüfuzlu beynəlxalq sərgi tədbirlərindən biri sayılan 25-ci beynəlxalq turizm sərgisi "ArabianTravelMarket-2018" (ATM) Dubay Beynəlxalq Ticarət Mərkəzində açıldı. Azərbaycan bu nüfuzlu sərgidə ənənəvi olaraq Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən təmsil olunur, nümayəndə heyətinə Turizm İdarəsinin rəisi Aydın İsmiyev rəhbərlik edir. Azərbaycan pavilyonu 50-dən çox aparıcı turizm şirkəti və mehmanxanası, həmçinin AZAL və tarixi memarlıq qoruğu içərişəhərdir[33].

AZERTDZ-in Aydın İsmiyev bildirmişdir ki, ilk gündə ilk olaraq hazırlanmış Azərbaycan pavilyonu çox sayda ziyarətçi və mütəxəssisin maraqlarını cəlb etmişdir. Bir çox insanlar Azərbaycan stendinə yaxınlaşır və ölkəmizi ziyarət etmək arzusunu bildirir, bir çoxları qədim tarixə və Azərbaycanın zəngin mədəniyyətinə maraq göstərirlər. "Azərbaycan" kabinetində ölkəmiz haqqında bülletenlər və digər çap məhsulları təklif edir, ölkəmizin görməli yerləri haqqında video kliplər nümayiş etdirilir.

Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinin vitse-prezidenti və Baş nazirinin, Dubai hökmdarı Məhəmməd Ben Rəşid əl-Maktumun himayəsi altında keçirilən sərgi, turizm sənayesi üçün əhəmiyyətli bir hadisədir və bütün iştirakçılar üçün daha yaxından əlaqələr qurmaq və əməkdaşlıq müqavilələri bağlamaq üçün gözəl bir fürsətdir.

Sərgidə 150-dən çox ölkədən 2500-dən çox iştirakçı iştirak edir. 40 mindən çox mütəxəssis, turizm sənayesinin mütəxəssisləri və qonaqların iştirakı gözlənilir. Sərgidə 65 milli pavilyon var. Bu günlərdə tematik seminarlar və texnoloji sessiyalar keçirilməsi planlaşdırılır. Sərginin iştirakçıları turizm sənayesinin inkişaf strategiyasının və turistlərin cəlb olunmasının, məsuliyyət turizminin konsepsiyasının və digər bir sıra aktual məsələlərin müzakirəsi məsələlərini müzakirə edəcəklər. 22-25 aprel tarixlərində keçiriləcək sərgi çərçivəsində son 25 ildə Yaxın Şərq və Şimali Afrika regionunda turizm sektorunun inkişafı, bu sənayenin növbəti 25 il ərzində inkişaf perspektivləri ilə bağlı bir neçə iclas keçiriləcəkdir[34].

Nəticələr və təkliflər

Tədqiq olunan tədqiqatlar bizə aşağıdakı nəticələri verməyə imkan verdi:

- Bəzi dəlillərə əsaslanan tövsiyələr, Azərbaycanda turizm sənayesi infrastrukturunun daha da inkişaf etdirilməsinə yönəldilmişdir:
- Hal-hazırda respublikada turist bazarının formalaşma mərhələləri yerləşir. Daimi turistlərin yeni iş formasını axtarmaq lazımdır.
- Bizim fikrimizcə, səyahət şirkətlərinin əsas vəzifələri aşağıdakı kimi olmalıdır:
 - istirahət və səyahət imkanlarının tam və geniş əhatə dairəsi, bütün mövcud turlar, turizm mərkəzlərinə istirahət və s.;
 - bu məlumatların reklam vasitəsilə təşviqi;
 - turist məhsulunun satışına uyğun olaraq bazar iqtisadiyyatına xas olan müasir ticarət üsulları;
 - turizmin yeni növlərinin inkişafı üçün ehtiyatların axtarış təklifləri.
- Gənc azərbaycanlı turist şirkətləri birliyi effektivliyi, tədbirlərin effektivliyini, mənfəəti, peşəkarlığı maksimuma çatdırılmasına yönəlmiş tədbirlər həyata keçirməlidir.
- Gələcəkdə də turizm infrastrukturunun inkişafı sahəsindəki problemləri həll etmək üçün aşağıdakı sahələrdə iştirak edilməlidir: kurort biznesinə, otel biznesinə, yeni bir turistin yaradılması komplekslərinə.

Xarici investisiyaların cəlb edilməsi məqsədilə xidmətlər hər cür birgə müəssisələr yaratmaq üçün spa biznesinin təkmilləşdirilməsi, mülkiyyət formaları otel biznesinin inkişafı üçün gələcəkdə həll edilməlidir. Respublikada başlıca mehmanxana fondunun yaradılması, beynəlxalq standartlara cavab verən böyük iki və üç ulduzun qəbul və yerləşdirilməsi üçün otel, Azərbaycan şəhərlərində həm xarici, həm də yerli

turistlər üçün respublikada bütün qrupların maraqlar və ehtiyaclarının müxtəlifliyini nəzərə alan mehmanxanalar yaranmalıdır. Turistləri cəlb etmək üçün mehmanxanaların işini səmərəli şəkildə təşkil etmək bacarığı olan ixtisaslı kadr və menecerlərin iştirakına, müştərilər və onlara xidmətin, turizm xidmətlərinin müvəffəqiyyətlə təmin edilməsi və yaradılması, istirahət üçün ideal şərait həyata keçirilməlidir. Milli suvenirlərin istehsalı üçün dükanlar və köşklər yaradılmalıdır.

5. Turistlər üçün qida müəssisələrinin inkişafını proqnozlaşdırmaq üçün inkişaf fəaliyyətini genişləndirmək lazımdır. Bu istiqamətdə turizm infrastrukturun elementidir.

6. Turizmdə xidmətlərin əsas növləri nəqliyyat xidmətidir. Tədqiqat göstərir ki, nəqliyyat infrastrukturunun inkişafında turizm biznesində bir sıra əsas problemlər var. Motel, kamp, avtomobil xidməti, avtomobil kirayəsi və digər elementlər sistemi zəif inkişaf etmişdir. Dəniz turizmi demək olar ki, inkişaf etmir.

7. İnkişafın əsas, strateji vəzifəsi XXI əsrdə Azərbaycan turizminin infrastrukturunun olmasıdır.

8. Azərbaycan turizm şirkətlərinin xüsusi yerli xüsusiyyətlərini müəyyən etmək üçün mədəni, tarixi və mənzərəli turistik yerlərə ehtiyacı var, digər tərəfdən isə otel avadanlıqları və xidmətləri sahəsində beynəlxalq meyarlara tam şəkildə qoşulmaq üçün İNTERNET ilə tam ünsiyyət qurmaq və təhlükəsizlik tədbirlərini artırmaq lazımdır.

9. Uzun müddət ərzində Azərbaycanın turizm biznesi olmalıdır. Ekoloji tarazlığın qorunması kimi çətin bir vəzifə var. Turizm biznesinin gələcək taleyi və inkişafı bu vəzifənin necə müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsindən asılıdır. Bununlada ekoloji təsirin göstəricisi sosial-iqtisadi təsirin göstəriciləri kimi eyni əhəmiyyətə sahib olacaq.

Ədəbiyyat

- 1.Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında “Turizm və onun inkişafı”.
- 2.Məmmədov JA, Soltanova X.B., Rəhimov S.G. 2002. “Beynəlxalq turizm coğrafiyası”.
- 3.Regionlarda turizmin inkişafının strateji planlaşdırılması. AMEA Gənclərin İntellektual İnkişafı Mərkəzində gənc alimlər, doktorantlar və magistrələr cəmiyyəti. Gənc alimlərin kitabı.
- 4.Azərbaycanın regionları, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi.
- 5.Ə.T.Əsgərov, B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülalıyev “Ekoloji turizm”.
- 6.Dyargahov VS, Səfərov RS 2013-cü ildə Azərbaycanda regional turizm prioritet istiqamətləri. BSU. "G.Əliyev və Azərbaycanda coğrafi elmin inkişafı" elmi-praktik konfransının materialları.
- 7.Qanun Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu, 2009-cu il, № 4, maddə 225;
- 8.Turizm baxımından inkişaf ili // Bakı İşçisi: elektron qəzet. 26.01.2012.
- 9.Həsənov Ş.M. Azərbaycan sərgisinin sərvəti. Bakı: Azər-Media, 2013.
- 10.Beynəlxalq turizm coğrafiyası. MDB ölkələri və Baltiki / comp. L.M. Gayduk-viç, S.A. Khomich, Ya.I. Anoshko. Minsk: Aversev, 2012.
- 11.Həsənov N.N. Azərbaycanın qərb bölgəsində turizm mərkəzlərinin inkişafını müəyyən edən amillər: Beynəlxalq elmi-praktik konfransın hesabatlarının toplusu. Varna, 2009.
- 12.Həsənov A.N. Azərbaycanın təbii turist resursları // Xidmət artı. 2012. № 3.
- 13.Əliyeva NR Azərbaycan regionlarında turizmin inkişafı və əhəlinin məşğulluğunun təmin olunması problemləri: "Xalq təsərrüfatının problemləri" məqaləsinin toplusu. 4 nömrəli məsələ. Bakı: "İENANA" nəşriyyatı; "Elm". 2007.

14. Alieva N. R. Azərbaycanın turizm şirkətləri innovativ inkişaf yolunda: II Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın / AMEA Elmi İnnovasiya Mərkəzinin tezisləri. Bakı: "Elm" nəşriyyatı.

15. Rafiq İsmayılov. Turizmin inkişafı Azərbaycan iqtisadiyyatını şaxələndirmək üçün effektiv bir vasitədir // Sivil toplum liderliyi şəbəkəsi. 20.09.2012. URL: <http://csln.info/news/urn:news:125B225> (referans tarixi: 12/04/2014).

16. Asanova İ.M., Trofimova RV, Semuxina EV Rusiyada daxili və xarici turizmin inkişafına kömək edən amillər "Konsepsiya" elmi-metodik elektron jurnal(2015).

17. Azərbaycana turist axını “ Səs” qəzeti.

18. Azərbaycan Respublikası dövlət sərhədinin mühafizəsini gücləndirmək məqsədi ilə əlavə qayda və əsasnamələrin təsdiq edilməsi haqqında qanun.

19. Azərbaycanda turizm (azərb.), www.azerbaijans.com. 19 Aprel 2018-də sınaqdan keçirildi.

20. Azərbaycan Respublikasında 2014-2018 illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı.

21. 18-ci Azərbaycan Beynəlxalq Sərgisi "Turizm və Səyahət".

22. Р.Алиев Состояние статистики туризма в Азербайджанской Республике (рус.).

23. Гянджа, курорт (рус.). www.alean.ru. Проверено 20 апреля 2018.

24. Статистика в области туризма | Министерство Культуры и Туризма Азербайджанской Республики, Мədəniyyət və Turizm Nazirliyi. Проверено 19 апреля 2018.

25. Валькова, Голубчиков: Туристическая география: Балканы, Крым, Кавказ Подробнее <http://cesd.az/new/?p=5117>.

26. Стартовал фотоконкурс «Азербайджан 2009 — мир туризма».

27.В Азербайджане создается «Халяль-туризм» – ToBaku (рус.).
tobaku.ru. Проверено 20 апреля 2018.

28. СВС.AZ. В Азербайджане развивается гастрономический туризм (англ.).СВС.AZ. Проверено 20 апреля 2018.

29.<http://www.bbc.com/news/business-40641560>.

30.<http://portal.azertag.az/ru/node/2200>.

31.<http://aitf.az/ru-opennews/2582.41.html>.

32.Turizm baxımından inkişaf ili // Bakı İşçisi: elektron qəzet. 26.01.2012. С. 1, 4-5. URL: <http://www.anl.az/down/meqale/bakrabochiy/2012/yanvar/228233.htm> (tirajın tarixi: 04/12/2014).

33. http://archive.aitf.az/2011/?p=news__read&t=industry&q=2&l=ru.

34. 3.2 Bhatia, A.K. (2006). *The Business of Tourism: Concepts and Strategies*. Sterling Publishers Pvt. Ltd. ISBN 9788120731189.

35.https://en.wikipedia.org/wiki/World_Travel_and_Tourism_Council.

36.<https://president.az/articles/21993>.

Summary

The devaluation of the national currency in 2015, the fall in oil prices and the decrease in household incomes have adversely affected the ability of citizens to travel abroad. On the other hand, the growth of the dollar against the manat somewhat cheaper holidays in Azerbaijan for foreign tourists. First of all, we are talking about the prices for hotels and also personal expenses during the rest. Tourism in Azerbaijan how did it become by 2016? In the light of the continuing fall in oil prices, and a sharp drop in revenues, the advanced plan is the development of the non-oil sector and the need to generate revenues from various sectors. As the crisis that has been observed in the country showed, things are not the best in this matter so far. We have been talking about the development of tourism in the country and the increasing number of foreign tourists for many years. But unlike neighboring Turkey and Georgia, where the tourism industry is an important indicator of economic development, no one has observed a tourist flow in Azerbaijan yet. According to the quality of tourism services, Azerbaijan loses to neighboring Turkey, and at prices - to Georgia. The share of tourism in Azerbaijan's GDP is 2.7%. Although Minister of Culture and Tourism Abulfas Garayev believes these indicators are very high. For comparison, in neighboring Georgia, this figure is 7%, in Turkey - 12%. If during the year Turkey is visited by 37 million tourists, Georgia has 5.5 million tourists, then 2.5 million tourists visit Azerbaijan. But if before petrodollars covered all the flaws of excessively slow development of tourism and other spheres, now it becomes impossible to do it. Head of the Association of Tourism of Azerbaijan Nahid Bagirov in his speeches in the media confirmed the deep crisis of the tourism industry. The outbound tourism market has collapsed, and tour operators make ends meet. In January, the British edition of The Guardian did not include Azerbaijan in the list of attractive countries for tourism. The Ministry of Culture and Tourism noted that the opinion of the British for them is not a criterion and not a standard. The authority for the cultural department of the

country is other publications that just include Azerbaijan in the list of attractive countries for tourism. Head of the Center for Economic and Social Development Vugar Bayramov believes that Azerbaijan is attractive for visiting the country, but there are barriers. "If Georgia attracts more than 5 million tourists a year, why can not Azerbaijan do this? Azerbaijan is attractive to the European tourist because many have not been here yet. European tourists love new destinations. In addition, they try to cover as many countries as possible during the trip. But the heavy visa regime does not allow them to come to Azerbaijan when visiting Georgia. "

The second point is price regulation. While we have high prices, Azerbaijan will not attract attention in the mass order. "Tourists are interested in visiting countries where low prices," says Vugar Bayramov. - For this, the government should make concessions to tourist sites and tourist companies, and stimulate them. In many countries, subsidies are used, and in Georgia, for example, tax incentives are applied. Hotels and tourist facilities in Azerbaijan do not receive subsidies and do not enjoy any benefits. When costs are lowered, tourist facilities can lower prices, which leads to attractiveness for a foreign tourist. "To help regulate pricing policy, devaluation came. For the tourism sector, this means that in dollar terms, it's much cheaper to have a rest in Azerbaijan. If a year ago a good hotel in Baku cost no less than 100 AZN or \$ 130, then after two devaluations the price became \$ 68. In this situation, the main thing is not to allow price increases. "Foreign tourists who come to the country with dollars, when transferring to manats, receive a large amount. And this means that they have lower costs. If the state supports, it will lead to serious development of tourism in Azerbaijan, "says Vugar Bayramov. The monitoring of prices in the hotels of the capital and the regions also showed that price increases have not yet been observed. However, there are problems with fillability. Director of A LA CARTE Travel company Nasib Usubov notes that January-February are the months when Azerbaijan attends the least number of tourists. "And closer to spring, the revival begins. People

are beginning to plan their holidays for the coming months. And the new prices can attract them to visit Azerbaijan. We expect an increase in the number of tourists by the end of spring - early summer. "Although most of the tourists prefer not just 5-star hotels. They are interested in prices, convenience, historical monuments, tourist routes, cuisine. The kitchen, perhaps, is the only one where problems.

Резюме

Девальвация национальной валюты в 2015 году, падение цен на нефть и уменьшение доходов населения отрицательно сказались на возможностях граждан выезжать на отдых за рубеж. С другой стороны, рост доллара по отношению к манату несколько удешевил отдых в Азербайджане для иностранных туристов. В первую очередь, речь идет о ценах на отели и также личные расходы во время отдыха. Туризм в Азербайджане - каким же он стал к 2016 году? В свете продолжающегося падения цен на нефть, и резкого уменьшения доходов, на передовой план выходит развитие ненефтяного сектора и необходимости получения доходов с различных секторов. Как показал кризис, наблюдающийся в стране, в этом вопросе дела пока обстоят не лучшим образом. О развитии туризма в стране и повышающемся количестве иностранных туристов нам говорили долгие годы. Но в отличие от соседних Турции и Грузии, где туристическая отрасль является важным индикатором экономического развития, в Азербайджане туристического потока пока никто не наблюдал. По качеству туристических услуг Азербайджан проигрывает соседней Турции, а по ценам - Грузии. Доля туризма в ВВП Азербайджана составляет 2,7%. Хотя министр культуры и туризма Абульфас Гараев считает эти показатели весьма высокими. Для сравнения, в соседней Грузии этот показатель равен 7%, в Турции - 12%. Если в течение года Турцию посещает 37 млн туристов, Грузию 5,5 млн туристов, то Азербайджан посещает 2,5 млн туристов. Но если раньше нефтедоллары покрывали все огрехи чрезмерно медленного развития туризма и иных сфер, то сейчас делать это становится невозможным. Глава Ассоциации туризма Азербайджана Нахид Багиров в выступлениях в СМИ подтвердил глубокий кризис туристической отрасли. Рухнул рынок выездного туризма, а туроператоры сводят концы с концами. В январе британское издание The Guardian не включило Азербайджан в список привлекательных для туризма

стран. Министерство культуры и туризма отметило, что мнение британцев для них не критерий и не эталон. Авторитетом для культурного ведомства страны являются другие издания, которые как раз включают Азербайджан в список привлекательных для туризма стран. Глава Центра экономического и социального развития Вюгар Байрамов считает, что Азербайджан является привлекательной для посещения страной, но существуют преграды. «Если Грузия привлекает в год больше 5 млн туристов, почему Азербайджан не может это сделать? Азербайджан привлекателен для европейского туриста ввиду того, что здесь многие еще не были. Европейские туристы любят новые направления. Кроме того, они стараются во время путешествия охватить как можно больше стран. Но тяжелый визовый режим не позволяет им при посещении Грузии приезжать и в Азербайджан». Второй момент - это регулирование цен. Пока у нас будут высокие цены, Азербайджан не будет привлекать внимание в массовом порядке. «Туристы заинтересованы в посещении стран, где низкие цены, - говорит Вюгар Байрамов. - Для этого, правительство должно идти на уступки туристическим объектам и туркомпаниям, стимулировать их. Во многих странах используется практика выделения субсидий, а в Грузии, к примеру, применяются налоговые льготы. Отели и туристические объекты в Азербайджане не получают субсидии и не пользуются какими-либо льготами. Когда понижаются расходы, туристические объекты могут понижать и цены, что приводит к привлекательности для иностранного туриста». В помощь регулированию ценовой политики пришла девальвация. Для туристического сектора это означает, что в долларовом выражении, отдохнуть в Азербайджане стало гораздо дешевле. Если еще год назад неплохой отель в Баку стоил не дешевле 100 AZN или же \$130, то после двух девальваций цена стала \$68. В такой ситуации, главное, не допустить повышения цен. «Иностранные туристы,

которые приезжают в страну с долларами, при переводе на манаты, получают большую сумму. А это значит, что у них понижаются расходы. Если государство окажет поддержку, то это приведет к серьезному развитию туризма в Азербайджане», - говорит Вюгар Байрамов. Мониторинг цен в отелях столицы и регионов также показал, что повышения цен пока не наблюдается. Однако имеются проблемы с наполняемостью. Директор компании A LA CARTE Travel Насиб Усубов отмечает, что январь-февраль - это те месяцы, когда Азербайджан посещает наименьшее количество туристов. «А ближе к весне начинается оживление. Люди начинают планировать свои отпуска на ближайшие месяцы. И новые цены могут привлечь их посетить именно Азербайджан. Мы ожидаем увеличения числа туристов к концу весны - началу лета».

Хотя большая часть туристов предпочитают как раз не 5-звездочные отели. Их интересуют цены, удобство, исторические памятники, туристические маршруты, кухня. Кухня, пожалуй, единственное, где проблем не наблюдается. В Азербайджане, практически, нет хостелов, хотя этот вопрос поднимался неоднократно. Нет и дешевых отелей».