

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İKTİSAT FAKÜLTESİ**  
**TURİZM VE OTELCİLİK**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**STRATEJİ YOL HARİTASI: BAKÜ'NÜN TURİZM  
POTANSİYELİNİN TAM GERÇEKLEŞTİRİLMESİ**

**HAZIRLAYAN**

**Ülviyye FERHADOVA**

**1517.03010**

**BAKÜ 2019**

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İKTİSAT FAKÜLTESİ**  
**TURİZM VE OTELCİLİK**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**STRATEJİ YOL HARİTASI: BAKÜ'NÜN TURİZM  
POTANSİYELİNİN TAM GERÇEKLEŞTİRİLMESİ**

**HAZIRLAYAN**

**Ülviyye FERHADOVA**

**1517.03010**

**Danışman**

**Öğr.Gör. Gülnar MİRZAYEVA**

**BAKÜ 2019**

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

---

**Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə**

**TƏSDİQ EDİRƏM**

**“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019**

**BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ**

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

**təhsil alan tələbəsi**

**Ülviyyə Fərhadova Araz qızı**  
(adı, soyadı, atasının adı)

**Diplom işinin rəhbəri**

**m.Gülnar Mirzəyeva İsmayıl qızı**  
(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

**1. İşin mövzusu: Bakü'nün Turizm Potansiyelinin Tam Olarak Gerçekleştirilmesi**

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ **2019 il** **No**

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

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

**4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar**

AKYURT, Hakan, (2008), *Turizm Bölgəsinə Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj ve Çeşme Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

ÇOLAK, Okan, (2009), *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

MİNBAEVA, Aijana, (2010), *Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

KERİMBEKOVA, Aigerim, (2010), *Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile ilgili bir Uygulama*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

NÖVRESLİ, Terlan, (2010), *Azərbaycan Turizm Potensialinin Kalkınma amaçlı Değerlendirilmesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

ERSUN, Nur ve ARSLAN, Kahraman, (2011), “Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri”, Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. S. 31(2), s. 229-248.

ÜNLÜÖNEN, Kurban ve ŞAHİN, Salih, Zeki, (2011), “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, C. S. 10(37), s. 1-25.

ACUNER, Elif, (2015), “Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi”, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dergisi, C. S. 1, s. 62-93.

KILIÇ, Yalın, (2014), Turizm Sektörü İstihdamının Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması, Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi, C. S. 4(1), s. 419-436.

RIZAOĞLU, Bahattin ve TANRISEVDİ, Abdullah, (1997), Yerel Toplumsal Duyarlılığın Bir Ölçüsü Olarak Turizmin Toplumsal Taşıma Kapasitesi, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi C. S. (1-2), s. 52-58.

**5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, çertyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 3 cədvəl**

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

## 7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	İşin hissələrinin adı	Qurtarma faizi (yerinə yetirilmə)	İşin yerinə yetirilməsi müddəti	
			plan üzrə	faktiki
1.	Bölüm (Ekim 2018 – Ocak 2019)			
2.	Bölüm (Şubat 2019 – Nisan 2019)			
3.	Bölüm (Mayıs 2019)			

Buraxılış işinin rəhbəri \_\_\_\_\_  
imza

Məsləhətçi \_\_\_\_\_  
imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim \_\_\_\_\_  
(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “\_\_\_\_\_” May 2019-ci il

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

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

# **BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI**

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **1. TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ**

- 1.1. Turizm Kavramı
- 1.2. Turistik Ürün
- 1.3. Turizm Potansiyeli
- 1.4. Turizm Potansiyelini Belirleyici Faktörler
- 1.5. Turizm Talebi Kavramı
- 1.6. Turizm Arzı Kavramı

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **2. AZERBAYCAN TURİZM POTANSİYELİ VE ARZ OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

- 2.1. Azerbaycan Turizm Potansiyeli
- 2.2. Azerbaycan Turizm Arzı
- 2.3. Azerbaycanın Turizm Talebi

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **3. STRATEJİK YOL HARİTASI KAPSAMINDA BAKÜ'NÜN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

- 3.1. Stratejik Yol Haritası ve Azerbaycanın Turizm Potansiyelinin Geliştirilmesi
- 3.2. Stratejik Yol Haritası Kapsamında Bakünün Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

3.3. Araştırmanın Amacı

3.4. Araştırmanın Yöntemi

3.5. Araştırmanın Bulguları

**4. ÖZET**

**5. SONUÇ**

**6. KAYNAKÇA**



## ÖZET

Gerek pazar büyüklüğü gerekse sahip olduğu ekonomik potansiyel ile turizm, bugün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle birçok devlet, şirket ve örgüt, turizmi anlamak, geliştirmek ve ekonomik faydalarından daha fazla yararlanmak istemektedir. Azerbaycan'da yüksek ekonomik, sosyal ve ekolojik gereksinimleri karşılayan modern turizm alanının oluşturulması yönünde amaçlı faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Azerbaycan'ın Stratejik Yol Haritasında yer alan ve turizmin geliştirilmesinde önemli yere sahip olan Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak gerçekleştirilmesi ile ilgili hedefin hangi düzeyde gerçekleşip gerçekleşmediğini ve hangi faaliyetlerin öngörüldüğünü tespit etmektir. Stratejik Yol Haritası kapsamında daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak gerçekleşmesi ve değerlendirilmesi ileride Bakü'nün turizmden sağladığı turizm gelirlerinin ve kişi başına düşen turist harcamasının yükseltilmesi açısından çok önemlidir. Bu çalışmada Azerbaycan'da turizm potansiyeli tanımlanmış ve öneriler verilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak kullanılması amacıyla Stratejik Yol Haritasında belirlenen faaliyetlerin %70'i gerçekleşmiş, %30'u ile ilgili gerekli çalışmalar yapılmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm potansiyeli, turizm potansiyelini belirleyici faktörler, Azerbaycanın turizm potansiyeli, Bakü'nün turizm potansiyeli

## İÇİNDEKİLER

TUTANAK .....	i
ÖZET .....	v
İÇİNDEKİLER .....	viii
TABLolar LİSTESİ .....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ .....	xii
<b>Giriş</b> .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Turizm Kavramı .....	2
1.2. Turistik Ürün .....	3
1.2.1. Turistik Ürünün Özellikleri .....	4
1.2.2. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler.....	5
1.3. Turizm Potansiyeli .....	9
1.4. Turizm Potansiyelini Belirleyici Faktörler.....	10
1.4.1. Fiziki Faktörler .....	10
1.4.2. Beşeri Faktörler .....	13
1.4.3. Psikolojik Faktörler .....	15
1.5. Turizm Talebi Kavramı .....	16
1.5.1 Turizm Talebinin Özellikleri .....	17
1.6. Turizm Arzı Kavramı .....	18

1.6.1.Turizm Arzının Özellikleri .....	19
--	----

## İKİNCİ BÖLÜM

### AZERBAYCAN TURİZM POTANSİYELİ VE ARZ OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. Azerbaycan Turizm Potansiyeli .....	21
2.2. Azerbaycan Turizm Arzı .....	27
2.2.1 Konaklama İşletmeciliği .....	27
2.2.2 Ulaştırma İşletmeciliği .....	29
2.2.3 Seyahet İşletmeciliği .....	30
2.2.4 Diğer Turizm Hizmetleri .....	31
2.3. Azerbaycanın Turizm Talebi .....	33
2.3.1. İç Turizm Talebi .....	34
2.3.2. Dış Turizm Talebi .....	35

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### STRATEJİK YOL HARİTASI KAPSAMINDA BAKÜ'NÜN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Stratejik Yol Haritası ve Azerbaycanın Turizm Potansiyelinin Geliştirilmesi .....	36
3.2. Stratejik Yol Haritası Kapsamında Bakünün Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi .....	39
3.3. Araştırmanın Amacı .....	41
3.4. Araştırmanın Yöntemi .....	41

3.5. Araştırmanın Bulguları .....	41
3.6. Sonuç ve neriler .....	53
3.7. Kaynakça.....	58

## **TABLÖLAR LİSTESİ**

Tablo 1: Azerbaycan'daki Ulaştırma Türleri için Yıllara Göre Yolcu Taşımacılığı Değişimi (Bin Kişi).....	29
Tablo 2: Seyahat işletmelerinin hizmet verdiği toplam turist sayısı.....	31
Tablo 3: Mülakat Sonuçları.....	42

## KISALTMALAR LİSTESİ

**ABD** : Amerika Birleşik Devletleri

**GSMH** : Gayri Safi Milli Hasıla

## GİRİŞ

Turizm sektörler arasında en hızlı gelişim gösteren ve büyüme oranlarında istikrarlı bir artışın gözlemlendiği önemli bir sektördür. Son yıllarda turizm sektörünün gelişimi için bir dizi kararların uygulanması, sektörün sürdürülebilir kalkınmasına yol açmıştır. Turizm potansiyeli; bir destinasyonun sahip olduğu fiziksel, kültürel ve rekreatif kaynakların herhangi bir yer veya başka bir turistik destinasyona karşı sağlamış olduğu çekicilik ve rekabet unsurlarına karşı üstünlüğü olarak görülmektedir. Turizm potansiyelini belirleyici faktörler arasında fiziki faktörler, beşeri faktörler, psikolojik faktörler yer almaktadır. Azerbaycan turizm gelişimi için büyük potansiyele sahiptir.

Araştırma özet, giriş, üç bölüm ve sonuç kısmından oluşmaktadır.

Birinci bölümde turizmin kavramsal çerçevesi ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Burada turizmin tanımı, turistik ürün ve özellikleri, turizm potansiyeli, turizm potansiyelini belirleyici faktörler, turizm arz ve turizm talebiyle ilgili bilgiler yer almaktadır.

İkinci bölümde Azerbaycanın turizm potansiyeli, Azerbaycanın turizm faaliyetleri, Azerbaycanın turizm arzı, Azerbaycanın turizm talebi hakkında bilgiler ortaya koyulmuştur.

Üçüncü bölümde Stratejik Yol Haritası kapsamında Bakü'nün turizm potansiyelinin tam gerçekleştirilmesi ile ilgili faaliyetler araştırılmıştır. Sonuncu bölüm araştırmanın amacı, araştırma bulguları, araştırma yöntemi, sonuç ve öneriler kısmından oluşmaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

### 1.1.Turizm Kavramı

Turizm ile ilgili temel kavramlar verilirken dikkat edilecek hususların başında doğru bir turizm tanımı yapmak gelmektedir. Turizm kelimesinin kökeni Latince'dir ve bu dilde dönme anlamına gelen 'tornus' kelimesinden türemiştir. İngilizce'de hareket edilen yere dönmek koşuluyla kısa ya da uzun süreli olarak o noktadan ayrılmak anlamına gelen 'tour' kelimesi de aynı sözcükten türemiştir (Taş, 2014:7).

1941 yılında Walter Hunziker tarafından yapılan turizm tanımına göre: "Herhangi bir gelir getirici faaliyette bulunmamak ve sürekli kalışa dönüşmemek koşuluyla yabancıların geçici süre konaklamalarından kaynaklanan olayların ve ilişkilerin bütünü turizmdir" (Eralp,1983:34). "Turizmi müşteri çekmek ve müşteriye hizmet etmek bilimi, sanatı ve ticareti" olarak da tanımlayabiliriz. Turizm, ağır ve entegre bir hizmet endüstrisidir (Taş, 2014:8). Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yeri geçici sürelerle terk ederek, başka ülkelere veya bölgelere gitmelerine ve buralarda yeni yerler keşfetmelerine ve çeşitli psikolojik ihtiyaçlara cevap vermelerine olanak sağlayan bir olaydır (Yıldız, 2011:55). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının yayımladığı tanıma göre turizm, "insanların boş zamanlarını değerlendirmek ve iş yada benzeri sebeplerle yaşadığı yer dışındaki bir yere bir yılı geçmemek koşuluyla yaptıkları seyahet faaliyetleridir" (Burgucu, 2013:49).



Spatt'a göre ise turizm, dinlenme ve ilgili ihtiyaçların karşılanması nedeniyle boş zamanlardan kaynaklanan tüketim harcamalarının belirlediği geçici yer değiştirmeyle ilgili tüm ilişki ve olayların tamamıdır (Akın ve Taş, 2015:249).

## **1.2. Turistik Ürün**

Turizme katılanların istek ve arzularını karşılamak amacıyla yararlandıkları hizmet ve malların tümü turistik ürünü oluşturur (Bardakoglu, 2011:46). Turistik ürün, turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek isteyen bireylere ya da kurumlara yönelik bu yönde hazırlanmış gezi, ulaşım, konaklama ve benzeri hizmetlerdir (Akgöz ve diğerleri, 2016:398).

Çağdaş insanın çok yönlü ihtiyaçlarını karşılamak için turizm yönetimi tarafından bir araya getirilen doğal, sosyal, politik ve psikolojik verilerden oluşan malların ve hizmetlerin bütünüdür (Cengiz ve Kantarcı, 2013:30). Barutçugil ise turistik ürünün ulaşım, konaklama, yiyecek ve içecek, eğence hizmetleri, ilgi alanları ve etkinliklerin birleşiminden oluştuğunu belirtmektedir (Özkan ve Sabancı, 2014:309). Hacıoğlu ise turistik ürünü; Turistlerin seyahatleri boyunca kullandıkları konaklama, yiyecek, ulaşım, eğence ve diğer birçok hizmetin kombinasyonu olarak tanımlanmaktadır (Taş, 2014:54). Olalı ise turistik ürünü; “Turistlerin seyahatlerinden ve geçici konaklamalarından gelen ihtiyaçlarını karşılayabilecek malların ve hizmetlerin bir karışımından oluşan kapasite” şeklinde tanımlamıştır (Timur, 2014:51).

Turistik ürünün kısa, fakat kapsamlı tanımı; turistlerin yaşadığı bölgeyi geçici olarak terk ederek ve tekrar aynı bölgeye dönünceye kadar geçen

sürede talep edilen malları ve hizmetleri veya yaşadıkları deneyimleridir (Timur, 2014:52).

### **1.2.1. Turistik Ürünün Özellikleri**

Turizm, homojen bir ürün değildir, çünkü bir TV seti veya üretilen diğer ürünlerden farklı olarak, zaman içinde standart ve kalitede değişiklik gösterme eğilimindedir. Bir paket turu veya hatta bir uçakta yapılan bir uçuş her zaman tutarlı olamaz. Sebep, bu ürünün bir hizmet olması ve hizmetlerin insan merkezli olmasıdır. Bundan dolayı, bu üründe değişkenlik vardır. Bütün bireyler değişkendir ve aynı kişi bile her zaman aynı şeyi yapamayabilir. Örneğin, tüm hostesler aynı hizmet kalitesini sağlayamazlar ve hatta aynı hostes sabah ve akşamları aynı şekilde performans gösteremez. Bu nedenle, hizmetler standartlaştırılmaz (Web 1).

Turistik ürün, üretilen diğer ürünlerden farklı olarak tek bir işletme tarafından sağlanamaz. Turistik ürün, belirli bir yere yapılan ziyaretin deneyimini kapsar. Ve birçok sağlayıcı bu deneyime katkıda bulunmaktadır. Örneğin, havayolu koltuk temin ediyor, otel oda ve restoranlar sağlıyor, seyahat acenteleri konaklama ve gezi için rezervasyon yaptırıyorlar (Bardakoğlu, 2011:50).

Maddi bir ürünün, örneğin bir motorlu araç veya buzdolabının aksine, turizmde mal mülkiyeti devri söz konusu değildir. Buradaki ürün satın alınmadan önce görülemez veya kontrol edilemez. Bunun yerine, belirli tesisler, ekipman öğeleri belirli bir süre ve belirli bir kullanım için hazır bulundurulur. Örneğin, uçaktaki bir koltuk yalnızca belirli bir süre için sağlanmıştır (Timur, 2014:54).

Bir turistik ürünü satan bir seyahat acentesi veya tur operatörü, onu depolayamaz. Üretim ancak müşteri gerçekten mevcutsa gerçekleştirilebilir. Ve bir kere tüketim başlar, durdurulamaz, kesilemez veya değiştirilemez. Ürün kullanılmazsa, yani turistler belirli bir yeri ziyaret etmiyorsa, o zaman fırsat kaybedilir (Minbaeva, 2010:17).

Turistik ürüne olan talep mevsimsel, ekonomik politik ve diğer faktörlerden etkilenmektedir ve yılın bazı zamanları daha fazla talep görmektedir. Bir turizm ürününün arzı kısa vadede sabittir ve artan talep modellerinin ardından sadece uzun vadede arttırılabilir (Çolak, 2009:7).

Emek yoğun üretim tarzı ve üretim insanlar tarafından gerçekleştirildiği için mekanizasyon ve otomasyona uygun değildir (Kerimbekova, 2010:18).

Üretildiği yerde tüketilme koşulu turistik ürünün en temel karakteristiğidir. Bu nedenle turist turistik ürüne sahip olmak için ürünün üretildiği yere gitmek zorundadır (Er, 2016:13).

### **1.2.2. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler**

Turistik ürün, bu talebi artıracak hizmet ve faaliyetlerle tüketim arzusunu uyandıran doğal, kültürel ve sosyal verilerin değerlendirilmesiyle oluşturulan birçok somut ve soyut unsurdan oluşan karma bir üründür. Ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence gibi etkinliklerin birleşimi, turistik ürünün somut tarafını oluştururken, bu hizmetleri alırken turistlerin yaşadıkları düşünceleri ve olumlu veya olumsuz olaylar kavramının soyut tarafını ifade eder. Bir turistik ürünü oluşturan elemanları beş ana başlık altında toplamak mümkündür (Bardakoğlu, 2011:52).

- Turistik çekicilik

- Ulaşılabilirlik
- Turistik işletmeler
- İmaj
- Fiyat

**Çekicilik:** Turistik çekicilik, bir turistik işletmeye, bölgeye veya ülkeye turist akışını sağlayan, talebi yönlendiren unsurdur. Diğer bir deyişle, varış yerinin çekiciliği, turistlerin bu yeri başka bir yere tercih etmelerini sağlayan etkidir. Çekicilikler bir turistik ürünün veya destinasyonunun seçilmesini sağlar ve talebi şekillendirir. Turistik ürünün çekiciliğini belirleyen faktörler dört gruba ayrılabilir (Kerimbekova, 2010:19).

- Doğal faktörler: Doğal faktörler turistik ürünlerde çekiciliği belirleyen en önemli faktördür. Doğal unsurları deniz, doğal güzellikler, flora ve fauna, coğrafi durum, temiz hava oluşturmaktadır.
- Sosyo-kültürel faktörler: Sosyo-kültürel faktörleri oluşturan değerler arasında eğitim durumu, gelenek ve görenekler, siyasal yapı, kültürel varlıklar ve kentleşme düzeyi gelmektedir.
- Ekonomik faktörler: Ekonomik koşulların turistik ürünün talep edilmesinde ve satın almasında uygunluğu da önemlidir. Turizm endüstrisinin durumu, genel ekonomik durum ve altyapı olanakları, turistik ürün fiyatı ekonomik unsurlardan bazılarıdır.
- Psikolojik unsurlar: Turistik ürünü çekici kılan psikolojik unsurlar arasında snobizm, toplumların gelenek, görenek ve davranışları, kültürel ve dinî ilişkiler, alışkanlık, yöneticilerin gelenek ve davranış biçimleri, moda gelmektedir.

**Ulaşılabilirlik:** Herhangi bir bölgenin veya yörenin bir çekicilik özelliğine sahip olması, talep çekebilmesi açısından tek başına yeterli değildir. Turistik ürünün olduğu yöreye turistin kolaylıkla ulaşabilmesi gerekir. Ulaşılabilirlik ulaşım masrafları, zaman ve fiziksel mesafe ile ölçülmekte ve değerlendirilmektedir. Bu turistik ürünün ulaşılabilirliği onun kolay ve ekonomik oluşuna bağlıdır. Turistik çekim yerine zaman ve fiyat bakımından kolay gidebilmesi ifade edilmektedir. Bu taşımacılığın olabildiğince az sürede ve zaman ve maliyet olarak az çaba göstererek gerçekleştirilebilmesi, çekiciliğe sahip bölge talebini artıracaktır. Başka bir deyişle, eğer çekiciliğe sahip bölgenin ulaştırma olanakları yüksek ve ucuzsa, bölgeye olan talep artacaktır. Limanlar ve toplu taşıma araçları gibi altyapı tesisleri ile bunların büyüklüğü, karayolu, demiryolu, ulaştırma araçlarının sıklığı ulaşılabilirliği etkileyen en önemli faktörlerdendir (Çolakoğlu, 2014:57).

**Turistik işletmeler:** Turistik işletmeler çekicilik faktörünü tamamlayıcı niteliktedir ve onlar olmadan çekim faktörü etkinliğini kaybeder. Turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılamak için turistik bir üründen, ancak turistik ürününün bulunduğu bölgede turistik işletmelerin varlığı ile yararlanmaları mümkündür. Turistlerin tercihinde çekiciliği tamamlayan bir unsur olarak turistik işletmelerin varlığı önemli bir rol oynamaktadır. Olay ve yer çekiciliğine sahip bölgelerde turistik işletmeler yoksa, bir turist ürününe talep oluşturulamaz. Turistik ürünü oluşturan turizm tesisleri (Çolak, 2009:9).

- Konaklama Tesisleri: karavan parklar, oteller, hosteller, tatil köyü, apartmanlar, kampingler, devre mülkler, moteller, villalar, öğrenci yurtları.
- Ulaşım Tesisleri: yaylı at arabaları taksiler, kiralık otomobiller, tur otobüsleri, toplu taşıma araçları, kiralık bisikletler.
- Yiyecek-içecek Tesisleri: ayaküstü yeme-içme yerleri, barlar, kafeteryalar, diskotekler, lokantalar, gece kulüpleri.
- Diğer turizm işletmeleri: kongre fuar ve eğlence hizmeti veren turizm işletmeleri, turizm polisi, seyahat acentaları, alışveriş merkezleri, hediyelik eşya satış yerleri.

**İmaj:** Bir turizm bölgesinin sahip olduğu imaj turistin seyahat edeceği yer seçiminde önemli bir faktördür. Birçok yazar imajı bireyin belirli bir yer veya nesneye karşı olan duygusal düşünceleri ve önyargıları şeklinde belirtmektedir. Turizmde kullanılan imaj kavramı, turizm destinasyonunun imajı olarak kabul edilir. Seyahat deneyimlerinin beklentileri ve imaj potansiyel tüketicilerin kafasındaki duruma büyük ölçüde bağlıdır (Taş, 2014:59). Turistik ürün veya destinasyonun imajını belirleyen temel faktör, o turistik ürün veya destinasyonun sahip olduğu özelliklerdir ve bu bağlamda özelliklere bağlı olarak imajı oluşturan faktörler arasında turizm pazarlaması, medya, algılamalar, psikolojik ve sosyo-ekonomik özellikler yer almaktadır. Bir destinasyon veya turizm ürününün imajını güçlendirerek mevcut ve potansiyel turistleri etkilemek, turist ürünleri pazarlamasının zorunlu bir hedefidir (Minbaeva,2010:22).

**Fiyat:** Fiyat, turistlere sunulan tüm hizmetleri oluşturan turistik ürünün en önemli özelliklerinden biridir. Fiyat, turizm ürününün seçiminde, seyahat

etme kararında gelir faktörü ile birlikte dinamik bir sosyo-ekonomik turizm faktörü olarak önemli bir rol oynamaktadır. Turistik bölgeye seyahat etmek için bir fiyat ödenmektedir. Bu fiyat gezi, konaklama ve mevcut çekiciliklerden seçilmiş olanların katılma maliyetlerinin toplamıdır. Her ne kadar fiyat faktörü turistin kişisel bütçesinde ve tatil yerindeki günlük harcamalarında etkili olsa da, alışkanlıklar, psikolojik etkenler, taklitçilik, moda ve reklam gibi faktörler tatil yeri seçiminde fiyatın etkinliğini azaltmaktadır. Turizm endüstrisinde fiyatlar; sunulan etkinlik türleri, uluslararası döviz kurları, gidilen mesafe, ulaşım araçları, olanaklar ve hizmetlerin kalitesi ve turistik tesis türlerine göre değişebilir (Er, 2016:11).

### **1.3. Turizm Potansiyeli**

Ülkelerin büyüme ve kalkınmalarına yardımcı bir sektör olarak önemi günden güne artış gösteren turizm, ülkelere ek gelir ve yeni istihdam alanları yaratmaktadır. Bu fırsatın farkında olan ülkeler pastadan daha fazla pay alabilmek için turizmi geliştirmeye ve potansiyellerini ortaya koymaya yönelik çeşitli girişimlerde bulunmaktadır (Karagöz, 2008: 149).

Geliştirilmiş kaynaklar olarak ifade edilen turizm altyapısı ve üstyapısı ise konaklama tesislerinin kalitesi ve yeterliliği, ulaşım sisteminin yapısı, seyahat acentelerinin varlığı, özel olay ve festivaller, eğlence ve alışveriş imkanlarındaki kalite ve çeşitlilik gibi unsurlardan oluşmaktadır. Yerleşim yeri, bağlılık, güvenlik vb. olarak ifade edilen bu nitelikler, destinasyon rekabetini olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir (Ersun, 2011, s.234).

## **1.4. Turizm Potansiyelini Belirleyici Faktörler**

Turizm potansiyeli; bir destinasyonun sahip olduğu fiziksel, kültürel ve rekreatif kaynakların herhangi bir yer veya başka bir turistik destinasyona karşı sağlamış olduğu çekicilik ve rekabet unsurlarına karşı ve üstünlüğü olarak görülmektedir. Turizm potansiyeli birden fazla bileşenden oluşan ve destinasyonların beşeri kaynaklarını ve fiziksel yeterliliklerini ortaya koyan önemli bir unsurdur (Ersun ve Arslan, 2011: 234).

### **1.4.1. Fiziki Faktörler**

#### **1.4.1.1. Taşıma Kapasitesi**

Sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan güçlü ve tatminkar bir toplum yaratmaya yardımcı bir kaynak olarak turizm, toplum üzerine olan etkisini ve bünyesindeki gelişimini, kar ve etki alanını her geçen gün daha da arttırarak sürdürmektedir. Bireylerin gelir ve refah düzeylerindeki iyileşmeler ve merak duygusunun artması, turizm amaçlı seyahat etmelerinin önündeki engelleri önemli ölçüde kaldırmaktadır. Turizm amaçlı seyahat edenlerin sayısındaki artış, yoğun talep gören destinasyonların taşıma kapasitelerini ve buna bağlı olarak turizm planlarını gözden geçirmelerini gerektirmiştir (Avcı, 2007: 490).

Kapasite kelimesi sözlük anlamıyla belirli bir nesnenin veya alanın maksimum düzeyde barındırabileceği miktar, oran olarak ifade edilmektedir. Nitekim taşıma kapasitesinin sözlük anlamında da açıkça belirtildiği gibi, sınırlandırılmış veya belirli bir alan olması gerekmektedir. Bu nedenle turizm de taşıma kapasitesinin doğru ve nitelikli anlaşılabilmesi için farklı boyutlarıyla da dikkate alındığını görmekteyiz (Rızaoğlu ve Tanrısevdi, 1997:52). Çünkü taşıma kapasitesinin iyi anlaşılması turistik



destinasyonun doğal ve beşeri özelliklerini ve sınırlılıklarını ortaya koymakta ve daha iyi analiz edilmesine imkan tanımaktadır (Dal, 2008: 75).

Genel olarak turizmde taşıma kapasitesi Ekolojik, Fiziksel, Ekonomik ve Toplumsal taşıma kapasitesi olarak dört ayrı sınıf olarak değerlendirilmektedir (Kalaycıoğlu, 2017:20). Bu sınıflandırmalardan turizmin fiziksel çevre ile olan ilişkileri ekolojik taşıma kapasitesini, turistik alanlar ve mekanların turizmden sağladığı yararları ve maliyetleri arasındaki denge ekonomik taşıma kapasitesini, turist çeken bölgelerde yaşayan bölge halkının turistlerin varlığına hoşgörü derecesi toplumsal taşıma kapasitesini, turistik alanlardaki altyapı yatırımları ve tesis yeterliliği ise fiziksel taşıma kapasitesini ifade etmektedir (Acuner, 2015: 67).

#### **1.4.1.2. Alt Yapı ve Üst Yapı Yatırımları**

Alt yapı ve üst yapı yatırımları turistik bir bölgenin potansiyelini ortaya koyan ve buna bağlı olarak talep oluşturmaya yardımcı önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin üst yapı ve alt yapı yatırımları sıkı bir ilişki içerisindedir. Burada turizmin alt ve üst yapı yatırımları üzerindeki etkilerini belirlemek mümkün olmayabilir. Fakat turizmin gelişim göstermesi ile yapılan bazı yatırımların alt yapıyı geliştirici ve yönlendirici özellik gösterdiğini söylemek mümkündür. Ayrıca, turizmin gelişmesiyle turistik amaçlı bazı gereksinimleri (konaklama, yeme-içme, eğlence vb.) karşılayacak oteller, hediyelik eşya dükkânları, moteller ve lokantaların hizmet sunmaya başlaması turizmin üst yapı yatırımlarına olan etkisini ortaya koymaktadır (Kalaycıoğlu, 2017:20).

Karayolları, havaalanları, kanalizasyonlar, limanlar, köprüler gibi hizmetler olup bölgenin turizmden bağımsız olarak genel gereksinimlerini karşılamak

için belirli bir plan ve program dahilinde gerek merkezi hükümet gerekse yerel idareler tarafından sunulan kamu hizmetleri alt yapı yatırımları olarak kabul edilebilir. turistlerin konaklama, eğlence ve yeme içme gibi önemli turistik ihtiyaçlarını karşılayabilmek için hizmet sunan pansiyon, otel, motel ve tatil köyü gibi sabit sermaye yatırımlarıdır. Turistlerin konaklama, eğlence ve yeme-içme gibi önemli turistik ihtiyaçlarını karşılayabilmek için hizmet sunan pansiyon, otel, motel ve tatil köyü gibi sabit sermaye yatırımları üst yapı yatırımlarıdır. Bu tür yatırımlar genellikle devlet tarafından özendirilen ve teşvik edilen özel teşebbüsler olarak görülmektedir (Şenel, 2007:6).

#### **1.4.1.3. Doğal Kaynaklar ve İklim Koşulları**

Dünyanın en büyük ve en hızlı gelişim gösteren sektörlerinden biri olan turizmin gelişmesinde önemli etkileri olan ve turizm potansiyelini ortaya koyan doğal kaynaklar ve bu potansiyeli destekleyici iklim koşulları turizme katkı sağlayan önemli faktörler olarak değerlendirilmektedir. Doğal kaynak, herhangi bir şeye, belirli bir amaca, ortama veya topluma faydalı olan şeyler olarak nitelendirilmektedir. Toprak, su, orman ve yaban hayatı insanlığın geçmişte yoğun olarak ilgilendiği ve faydalandığı önemli doğal kaynaklar olarak ifade edilmektedir (Köroğlu ve Karaman, 2014: 97-98).

Bir bölgedeki turistik mal ve hizmetlerin önemli bileşenleri olarak kabul edilen güneşli, ılıman iklim koşulları ve göller, plajlar, ormanlar, turizm potansiyelini belirleyici ve derecelendiren özellikler olarak da dikkat çekmektedir (Cengiz, 2012: 18).

## **1.4.2. Beşeri Faktörler**

### **1.4.2.1. Gelir Düzeyinin Artması**

İnsanların turizm faaliyetlerine katılımı hakkında herhangi bir gelir olmadan konuşmak mümkün değildir. Kişilerin gelir düzeylerindeki artış, sosyal yaşamlarında farklı kültürler tanımaya, yeni deneyimlere ve yeni yerler görmeye yol açmaktadır. Daha önceleri yeme-içme ve barınma gibi yaşamsal faaliyetlerin öncelik gösterdiği toplumsal yaşantıda gelir artışı ile birlikte dinlenme, eğlence ve farklı tecrübeler edinme ihtiyacına da yeme-içme ve barınma kadar önemli gereksinimler olarak değerlendirildiği görülmektedir (Maviş, 2002).

### **1.4.2.2. Nitelikli İş Gücü**

Turizm sektörü genel yapısı itibari ile diğer sektörlerden farklı olarak üretim özelliği nedeniyle emek yoğun bir sektör olarak ifade edilmektedir. Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olarak değerlendirilmesi, diğer sektörlerle kıyasla ürün veya hizmet üretiminde makineleşme ve otomasyon kaynaklarının diğer sektörlerle göre daha düşük miktarda ve sınırlı kullanılıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Burada emek yoğunluğu ile tam olarak ifade edilmek istenen istihdam yoğunluğu ve insan gücüdür (Ünlüönen ve Şahin, 2011: 3).

Turizm sadece kendi yapısında doğrudan istihdam yapmakla kalmamaktadır. Bununla birlikte dolaylı ve uyarılmış istihdama da zemin hazırlamakta, turizme katkıda bulunan diğer önemli iş kollarına da katkı sağlamakta ve daha fazla işgücünün istihdam edilmesine imkan yaratmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi turizm sektörünün istihdama

doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olarak üç yönlü etkisi görülmektedir (Tutar, vd., 2013:18).

Doğrudan istihdam; konaklama, eğlence ve ulaştırma, yeme-içme gibi doğrudan turistik hizmet veren işletmelerdeki istihdamı, dolaylı istihdam; turizm sektörünün ve turistlerin ihtiyaç duydukları ürün veya hizmetleri üreten iş kollarındaki istihdamı (hediyeelik eşya üretimi, bankacılık hizmetleri ve imalat hizmetleri); uyarılmış istihdam ise; dolaylı veya doğrudan istihdam ile elde edilen gelirin tekrar ekonomik döngüye katılmasıyla sağladığı ek istihdamı ifade eder (Yıldız, 2011: 60).

Turizm sektöründe sadece doğal, tarihi ve kültürel özellikler değil, nitelikli işgücü ve kalite anlayışı da turistik bir değer yaratmanın önemli bir unsurudur. Nitelikli işgücü ile yapılan işlerde işgücünün deneyimi ve bilinçli faaliyetleri ile kar oranlarını arttırmak, üst düzey verim almak ve kayıpları maksimum düzeye indirmek mümkün olabilmektedir. Bu nedenle işletmelerin devamlılığı ve karlılığı bakımından işletmelerin nitelikli işgücünü tercih etmeleri hayati bir zorunluluktur (Işık, ve diğerleri, 2015: 30). Turizmde sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması için yetişmiş insan gücünün varlığı önemli bir anahtardır. Fiziksel sermaye gücünüz ne kadar olursa olsun, bu kaynakları iyi kullanacak nitelikli işgücüne sahip değilseniz, sürdürülebilir bir büyüme elde edemezsiniz (Kılıç, 2014: 421).

#### **1.4.2.3. Eğitim ve Kültürel Gelişmişlik**

Turizmde potansiyel kitleyi oluşturan toplumun eğitim durumu ve kültürel gelişmişliği bireylerin turizm faaliyetlerine katılmasındaki yoğunluğu etkileyen önemli faktörlerdir. Bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını etkileyen beşeri faktörler birlikte değerlendirildiğinde birbirleri ile çok

yakın ve destekleyici bir ilişki içinde olduklarını görmek mümkündür. Daha önce gelir seviyesindeki artışların bireylerin turistik faaliyetlere daha fazla katılmalarına neden olan bir faktör olarak belirtmiştik. İnsanların eğitim seviyesinin yükselmesi kültür ve gelir seviyelerinin de yükseleceğinden bahsetmek mümkündür. Yurt dışında yapılmış bir araştırmadan elde olunan verilere göre; ilkokul mezunlarının %30'u, ortaöğretim mezunlarının %52'si, üniversite mezunlarının ise %72'sinin tatil amaçlı turistik seyahatlere katıldıkları tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında eğitim ve kültür seviyesinin yükselmesi ile turistik faaliyetlere katılım eğiliminin de artış gösterdiğini belirtmek doğru olacaktır (Kalaycıoğlu,2017:23).

### **1.4.3. Psikolojik Faktörler**

İnsanların turizme katılımlarında karşılamaları gereken merakı ve belirli dönemlere ve durumlara göre şekillenen tutumları ve davranışları önemli ölçüde etki sahiptir. Bu tutum ve davranışlar her insanda ortaklık gösteren bazı davranışları ortaya koyar (Kalaycıoğlu,2017:23).

Bir başka ifade ile bireyin, günlük rutin çevresinden ve buna bağlı yaşadığı olaylardan uzaklaşarak, bireysel ya da grup şeklinde yeni yerler ve deneyimler keşfetme arayışına girmesi muhtemeldir (Bayrakçı, 2014: 18).

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarına kararlarına ve katılım düzeylerine etki eden bazı psikolojik motivasyon kaynaklarının varlığı öngörülmektedir (Kalaycıoğlu, 2017:23).

- Fiziksel motivasyon: Bireylerin çeşitli sportif aktiviteler, müzik festivalleri, eğlence ve yarışmalara katılma gereksinimi duymalarını,

- Kültürel motivasyon: Kültürel kutlama ve seyahat organizasyonlarına katılma ve merak duygularına dayanarak yeni kültürler tanıma gereksinimi duymalarını,
- Kişilerarası motivasyon: Aile ve arkadaşlar ile birlikte olma ve farklı kültürden yeni insanları tanıma isteğini,
- Prestij/Statü motivasyonu: bireye prestij kazandıracak, önemli olduğu hissine verebilecek organizasyonlara katılma arzusunu yaratmaktadır.

### **1.5. Turizm Talebi Kavramı**

Turizm talebi, “turizm amaçlı geziler yapma isteğinde bulunan ve bu isteğini karşılayabilecek gelire sahip olan insan miktarına” denilmektedir. Bir ülke için turizm talebini yurt içi ve yurt dışı turizm talepleri olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Yurt içi turizme duyulan talep, vatandaşların kendi ülkelerinde kalmaları nedeniyle turizm ihtiyaçlarını karşılama isteklerine dayanmaktadır. Yurt dışı talep ise, bir ülkenin vatandaşlarının yabancı ülkelerde turizm ihtiyaçlarını karşılamaları yönündeki taleplerine dayanmaktadır (Emir,2015:33).

Turizm talebinin tanımı yeteri kadar satın alma gücü ve boş zamana sahip olup, seyahati engelleyecek sağlık problemi olmayan, belli zaman dilimi içerisinde belli hedefler doğrultusunda turizm mallarından ve hizmetlerinden faydalanmak veya yararlanmak isteyen kişi veya kişiler topluluğu olarak ele alınabilir (Özcan,2013:37). Diğer bir tanımda ise;“insanların belli bir fiyat seviyesinde veya döviz kuru dahilinde almak istedikleri ve fiilen almağı kabul ettikleri turizm ürünü ile hizmetinin tamamı” turizm talebi olarak ifade edilmektedir.Tanımları baz aldığımızda

turizme özgü talep kavramından söz edebilmek için şu kriterlerin olması gerekir (Timur,2014:91).

- Malların ve hizmetlerin belirli bir piyasada ve fiyata tüketici konumunda olan turistlerin hizmetine sunulmuş olması,
- Tüketicinin mal ve hizmetleri kullanmaya istekli olması gerekir.
- Tüketimi gerçekleştirecek kişi/kişilerin belirli miktar gelire ve boş zamana sahip olması gerekir.
- Talebi hayata geçirebilecek sağlık koşullarına sahip olması gerekir.
- Tüketim süresinin kesin sınırlarının olmasıdır.

Geniş anlamda ise turizm talebi; belirli bir piyasada, belirli bir fiyat düzeyinde, turizm mallarını ve hizmetlerini rasyonel sebeplerden dolayı, ikame yeri dışında satın alma istekleri olan, bu istekleri gerçekleştirebilecek satın alma gücü ve boş zamanı olan kişi sayısıdır (Akyürek, 2016:41).

### **1.5.1. Turizm Talebinin Özellikleri**

Turizmin kendine özgü özelliklerinden dolayı turistik ürün veya turizm talebinin de kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Timur,2014:92):

1. Turizm talebi bağımsızdır. İnsanları seyahat etmeye yönlendiren ekonomik, toplumsal ya da psikolojik olmak üzere çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bunların hepsi insanların ortam değiştirme arzusu ve kişisel etkilerin altında kalmasının sonucudur.
2. Turizm talebi çok yönlüdür. İnsanlar, çok farklı sebeplerle seyahate yönelmekte ve farklı turizm çeşitlerine değişik şekilde katılmaktadırlar.

3. Turizm talebi mevsimsel özellikler taşımaktadır. Turizm hareketleri belirli mevsimlerde yoğunlaştığından dolayı turizm talebi de mevsimsel bir özellik taşımaktadır.

4. Turizm amaçlı tüketim malları ve hizmetleri arasında aşırı rekabet söz konusudur. Turizm talebinin ihtiyacı olan ürünler ekonomideki diğer lüks tüketim mal ve ürünleriyle rekabet durumundadır. Bu rekabet kişisel tercihlere bağlı olarak gerçekleşmektedir.

5. Turizm talebinde, geniş ikame yelpazesinin olması, ekonomik, politik, sosyal ve finansal faktörlerin tüketimdeki tercihleri etkilemesi, talebe elastik (esnek) bir görünüm kazandırmaktadır.

6. Turizm talebi, kesinlikle kişisel gelirin kullanılmasını ifade etmektedir.

7. Turizm talebi ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişiklik gösterir. Bazıları çok deneyimli iken, diğerleri daha az deneyim sahibi olabilir.

### **1.6. Turizm Arzı Kavramı**

Turistik üründe arz kavramı genel anlamda arz kavramından ayrı ele alınması gereken bir kavramdır (Timur, 2014:71). Bir ülkenin turizm arzının analizi, ülke için turistik ürünün çeşitlendirilmesi ve farklılaşmasında kullanılabilecek potansiyel arz verilerinin belirlenmesi açısından önem göstermektedir (Növresli, 2010:38). Turistik bölgenin pazarlanmasında, bölgenin kaynaklarının durumu ve bu kaynakların kullanımını önemlidir. Turizm bölgesinin kaynakları ve sunulan hizmetler turizm arzını oluşturan faktörlerdir. Turistlere etkin bir şekilde turizm arzının sunulabilmesi ile bir bölgeyi pazarlamak mümkündür, her ülkenin



turizm arzı da sunulan hizmetlerin çeşitliliğine ve fiziksel özelliklerine göre değişiklik gösterir (Akyurt,2008:43).

Turizm arzı, ülkenin ya da herhangi bir bölgenin belirli şartlar altında, turistlere satmak ve ya turistlerine fayda sağlamak amacıyla belirli bir fiyatla sunduğu turizm zenginliğinin bütünüdür (Bahar ve Kozak, 2013:63).

### **1.6.1. Turizm Arzının Özellikleri**

Turizm arzının özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Bahar, 2000:19).

1. Turizmde arz yaratmak için büyük yatırımlar zorunludur. Bir turizm işletmesinin işleyişinin başlaması, belirli bir zaman süresinin yanı sıra, sabit üretim faktörleri üzerinde çok yüksek miktarlarda harcama gerektirir.
2. Turizm sektöründe mevsimsel dalgalanmalar, yaşanan krizler, dinamik bir yapının olması vb. faktörlerden etkilenen turizm sektörünün ürettiği ürün ve hizmetler stok yapısına uygun değildir. Bu nedenle, turizm arzına konu olan ürün ve hizmetler üretildiği anda tüketilmelidir
3. Turizm arzı kısa vadede esnek olmayan bir özellik göstermektedir. Birçok turizm ürünü için (otel odaları gibi) hemen ek bir kaynak oluşturmak mümkün değildir. Dolayısıyla, talep miktarında bir değişiklik olursa, girişimcinin düşündüğü bir proje sonucunda, kısa vadede turizm arzının artırılması mümkün değildir
4. Turizm arzındaki yüksek ikame imkanlarının olması risk dağıtımını zorlaştırmaktadır.

5. Turizm arzı, farklı destinasyonlarda fiyat, tüketici eğilimi ve gereksinimleri, ürün ve hizmetlerin kalitesi gibi çeşitli dış faktörlerin etkisi ile sunulan turizm ürünü açısından farklılık gösterebilir.
6. Turizmde tüketici durumunda olan turist, arz edilen ürünün bir parçasını oluşturmakta, bu nedenle turizm tüketicisi, turizm mal ve hizmetlerinden tam olarak faydalanabilmek için turizm arzını oluşturan faktörlerle doğrudan temas halinde olmalıdır. Dolayısıyla, üretim alanına gitmek zorundadır.

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **AZERBAYCAN TURİZM POTANSİYELİ VE ARZ OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

#### **2.1. Azerbaycan Turizm Potansiyeli**

Azerbaycan Kafkasya Bölgesinin güney doğusunda 38o24'-41o54' kuzey enlemleri ile 44o46'-50o50' doğu boylamları arasında 86.600 km<sup>2</sup>'lik bir alanda yer almaktadır (Seferov ve Hesenov, ty, 257).

Azerbaycan, başta petrol ve doğal gaz olmak üzere yer altı ve yer üstü kaynakları itibariyle son derece zengin, Orta Asya, Orta Doğu ve Ön Asya'nın tam ortasında, tarihi ve ticari geçit yollarının üzerindedir. Bu özellikleri, komşusu olan bölge ülkeleri ile Kafkasya bölgesinde çıkarları olan bölge dışı aktörlerin ilgi odağı haline getirmiştir (Karaca ve diğerleri, 2016:10). Coğrafi açıdan Azerbaycanın elverişli konuma sahip ülke olmasını onun subtropikal iklim kuşağında yerleşmesi, doğal bölgelerinin çeşitliliği, dağ ve orman alanları ve dünyanın en büyük gölü Hazar denizinin mevcutluğu belirlemektedir (Müseyibov, 1998:5).

Azerbaycan, ekolojik olarak çok çeşitli bir coğrafi yapıya sahiptir. Ülke, deniz seviyesi altında düzlükler, Kafkas bölgesinde 4.000 metre yüksekliğinde dağlar, çöller ve sub-tropik alanlarla kaplıdır. (Karaca ve diğerleri, 2016:17). Ülkenin farklı yüzey biçimlerine sahip olması, turizm açısından çok çeşitli doğal rezervler barındırmaktadır. Örnek olarak paleontolojik olarak önemli fosil kayalar, yüksek şelaleler, nadir ağaç türleri, kalıntı ve bitki türleri, göçmen kuşların kışlık alanlarıdır. Ayrıca Azerbaycan'da yaklaşık 1000 şifalı su kaynağı mevcuttur. Bu şifalı suların yanı sıra, volkanik çamurlar, tuzlu göl muamele çamurları, işlenmiş yağlar

(Naftalin), tedavi olmak, sağlıklarını korumak veya rahatlamak isteyenlere bu fırsatı sunmaktadır (Seferov ve Hesenov, ty, 257).

Turistik açıdan önemli kültürel ve sanatsal varlıklar kapsamında, eski mimari şekil ve özelliğini koruyan sanat şehirleri, tarihi yerler ve eserler, anıtlar, müzeler bulunmaktadır. Arkeolojik kazılardan elde edilen yapıtları korumak ve sergilemek amacıyla Azerbaycan'ın bir çok köşesinde çeşitli müzeler bulunmaktadır. Azerbaycan birçok tarihi ve doğal koruma alanına sahiptir. 6 binden fazla mimari ve tarihi anıt koruma altındadır. UNESCO tarafından kayıtlarda olan "İçeri şehir", "Kız Kulesi", "Şeki Han sarayı", "Mömine Hatun Türbesi" ve diğer medeni abideleri bütün dünyada bilinmektedir (Növresli, 2010:201-202).

Azerbaycan turizmin gelişimi için büyük potansiyele sahiptir. Azerbaycanda ahlaki kültür anıtları, doğal manzaralar, modern kültür merkezleri, eşsiz Hazar Denizi, şifalı kumu, insan sağlığının restorasyonu için volkanik çamur, dünyada benzeri olmayan Naftalan yağı ve nefis doğası vardır. Bu doğal faktörler, deniz turizmi, rekreasyon, kültürel ve tarihi turizm, kongre turizmi, dini turizm, ekolojik turizm, eğlence turizmi, iş turizmi ve diğer turizm çeşitleri gibi her türlü turizmin gelişmesine izin vermektedir (Memmedzade, 2013:40).

Azerbaycan Cumhurbaşkanı tarafından "2010-2014 Döneminde Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizmin Gelişmesi Hakkında" Kararnamesi (6 Nisan 2010), turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak ve turizmi ülke ekonomisinin öncü alanlarından biri yapmak için imzalanmıştır. Devlet Programında turizmi ekonominin karlı bir sektörüne dönüştürmek, sosyal ve çevresel gereklilikleri karşılayan etkili ve rekabetçi

bir modern turizm merkezi oluşturmak ve bu alanda yeni faaliyetlerin oluşturulmasının petrol dışı sektörün gelişmesi için en önemli görevlerden biri olduğu gösterilmiştir. Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizm sektörünün gelişme yönleri aşağıdakılardır (Soltanova, 2015:360):

- Rekabetçi bir turizm altyapısı ve turizm endüstrisi oluşturmak;
- Turizm tesislerinin uluslararası standartlara getirilmesi;
- Turizm hizmetleri için yeni yöntem ve standartların hazırlanması ve uygulanması;
- Cumhuriyet bölgesi içindeki turizm alanlarının ve turizm yollarının belirlenmesi;
- Turizm alanında zengin turizm deneyimi olan ülkelerle otel ve personel eğitiminde işbirliğinin genişletilmesi vb.

Azerbaycan'ın turizm kaynaklarını, mevcut altyapısını, turizm ve rekreasyon olanaklarını göz önünde bulundurarak, büyük sermaye harcaması gerektirmeyen ve derhal fonların geri dönüşümünü sağlayan turizm çeşitlerinin gelişmesine önem verilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda, bazı turizm türlerinin gelişimi, doğa koruma önlemleri, yasal normatif yasalara uygun olarak dikkate alınmalıdır. Bunları dikkate alarak Azerbaycan'da aşağıdaki potansiyel turizm yönlerinin geliştirilmesi amaca uygun görülebilir (Memmedzade, 2013:43):

- Tatil Yeri ve Rekreasyon Turizmi,
- Dağ Turizmi,
- Ekolojik Turizm,
- Kırsal Turizm,
- Büyük İpek Yolu Turizmi

**Tatil Yeri ve Rekreasyon Turizmi** - Hazar Denizi ve çevresinin geniş kesimlerinin, eğlence tesislerinin, tatil köylerinin ve diğer arıtma tesislerinin en verimli şekilde kullanılması, bu turizm türünün gelişimi için büyük fırsatlar yaratmaktadır. Tedavi ve rehabilitasyon olanaklarına göre, ülkenin diğer bölgelerindeki tedavi tesisi ve dinlenme tesisleri temelinde hizmetin uluslararası standartlara getirilmesi, yabancı turistlerin çekilmesini amaçlayan önlemlerin alınması gerekmektedir. Bunun için sadece yabancı yatırımları çekmek değil, aynı zamanda modern teknolojiyi kullanmak gerekmektedir (Məmmədzadə, 2013:43). Olumlu iklim koşulları (Lankaran-Astara, Nabran-Yalama, Absheron ), şifalı maden suları, petrol, terapötik çamur (Lankaran, Kalbajar, Nahçıvan, Naftalan Absheron) sağlık turizminin gelişimi için büyük fırsatlar sunmaktadır (Memmedov,2013:87).

**Büyük İpek Yolu Turizmi-** olağanüstü doğa yerlerinin yanısıra, Azerbaycan Büyük İpek Yolu üzerinde yer alan dünyaca büyük önem arz eden tarihi ve kültürel anıtlarla da zengindir. Büyük İpek Yolu üzerinden transit turlar düzenlemek özellikle önemlidir. Sonuç olarak, Azerbaycan, Japonya, Malezya, Çin, Kore ve ayrıca Avrupa ülkeleri gibi birçok ülkenin ilgisini çekebilir (Memmedzade, 2013:44).

**Dağ turizmi** - Azerbaycan'ın zengin faunası ve florası, şifalı iklimi, saf su akan dağ nehirleri, dağ turizminin gelişmesinde önemli doğal faktörlerdir. Genel olarak, Azerbaycan'da dağ turizmi gelişimi için doğal fırsatlar mevcuttur. Çünkü ülke topraklarının 2/3'ü dağlık alanlarla kaplıdır (Büyük Kafkasya dağları, Küçük Kafkasya Dağları, Talış Dağları). Azerbaycan tarihinde ilk dağ kayak merkezi olan Şahdağ Kış-Yaz Turizm Rekreasyon Merkezi, Şahdağ zirvesinin eteğinde, Gusar'ın dağlık Alayan köyünde

bulunmaktadır (Soltanova, 2015:378). Dünya turizm pazarında dağ-ekstremal turizmi yoğun talep görmektedir. Turistler ve dağcılar için özel olarak sınırlı alanların mevcut olması, birçok ekstremal turizm türünün gelecekteki gelişimi için bir referans noktası olabilir (Memmedzade, 2013:43). Soğuk iklime sahip bölgelerde (Küçük Kafkaslar, Nahçıvan, Şeki, Zagatala, Gusar, Lerik, Shamakhi ve diğerleri) turizmin dağa tırmanma ve dağ kayak türleri geliştirmek için büyük fırsatlar sunmaktadır (Memmedov, 2013:87).

**Ekolojik turizm** - Ekolojik turizmin gelişmesi için rekreasyon potansiyeli yüksek, parklar ve özel koruma alanlarına sahip olmak gerekmektedir (Memmedzade, 2013:44). Ekoturizm öncelikle, tüm dünyada ulusal ve doğa parkları, doğa koruma alanları ve diğer korunan doğal alanlar olarak bilinen iyi korunmuş doğal alanlara yapılan geziler ve ziyaretlerdir. "Ekoturizm, ekosistemin bütünlüğünü ihlal etmeden, bölgenin doğal ve kültürel-etnik özelliklerine dair bir izlenim elde etmek için göreceli olarak dokunulmamış doğal alanlara yapılan seyahettir (Soltanova, 2015:364). Ekoturizm için iki önemli kriterden biri "doğal çevrenin sürdürülebilirliği" ve ikinci kriter "yerel kültürlerin sürdürülebilirliği ve yerli halkların turizm faaliyetlerinden faydalanmasıdır (Ehmedov, 2013:92). Ekoturizm doğa turizmi, tarım turizmi, eğlence turizmi, macera turizmi, bilim, eğitim, eğlence, yeşil turizm, kırsal turizm gibi türleri kapsamaktadır (Soltanova, 2015:364).

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin doğal coğrafi zenginliği, farklı ekoturizm türlerinin gelişimi için geniş fırsatlar sunmaktadır. Ancak, her şeyden önce, potansiyel fırsatları kullanarak hangi ekoturizm türlerini geliştirmeyi ve bölgenin bu alandaki uzmanlığını belirlemek gereklidir. Shaki-Zagatala,

Gence-Gazah, Guba-Hacmaz, Lankaran-Astara bölgesinde Lankaran Ovası ve Talış dağları, Şirvan bölgesinde coğrafi koşulların çeşitliliği, iklim şartları, doğal manzaralar, dağ ormanları, maden suları ve diğer rekreasyon kaynakları bakımından zenginliği bu bölgelerde, bazı ekoturizm türlerinin (avcılık, dağ turizmi, eğlence, kültürel ve etik turizm) geliştirilmesi için büyük fırsatlar sunmaktadır. Bu bölgelerde bulunan Shamakhi, Lahij, İsmayilli, Shirvan Milli Parkı ve Zagatala doğa koruma alanına ekoturizm düzenleyerek turist çekiciliğini artırmak mümkündür (Soltanova, 2015:367). Ülkemizdeki doğa koruma alanlarının ve milli parkların sayısındaki artış, doğa, ekolojik ve egzotik turizm türlerinin gelişimini hızlandırmaktadır (Memmedov, 2013:87).

**Kırsal turizm**– Köy turizmi turistlere köy yaşam tarzını hissetme, yeni insanlarla tanışma, köy halkının gelenek-göreneklerini öğrenme, tarıma katılma gibi bir takım fırsatlar sunmaktadır. Bu turizm çeşidi Azerbaycan köylerindeki bir takım sosyal, ekonomik, ekolojik sorunlarını çözmeye yardımcı olabilir. Ülkemizde kırsal turizmin gelişmesine yol açabilecek faktörler şunlardır (Soltanova, 2015:370):

- uygun doğal iklim koşulları ve kaynakları;
- çevredeki peyzajın çekiciliği;
- büyük olmayan yatırımlarla turistleri çeken küçük ve orta ölçekli işletmeler;
- gerekli altyapı;
- uygun ekolojik durum;
- Azerbaycan halkının misafirperverliği, gelenek ve görenekleri.



Azerbaycanın kırsal turizminin gelişimi için uygun konuma sahip Guba-Haçmaz, Şamahı, İsmayıllı, Gabala, Lerik ve Lankaran bölgelerinde kırsal turizmi geliştirmek için bazı önlemler alınmaktadır. Kırsal turizmin gelişmesi, bölgelerde yöre halkının iş imkanlarını artıracak, refah düzeyini yükseltecek, kültürel kaynaklarını korumalarına katkı sağlayacaktır (Gemedli, 2013:98).

## **2.2. Azerbaycan Turizm Arzı**

Turizm arzı “Belli koşullar altında belirli bir fiyatla ülke veya bölgenin turistlere satmaya yada turistlerin yararlanmasına sunmaya hazır olduğu turistik zenginliklerin bütünü” şeklinde tanımlanabilir (Bahar, 2000:19).

Azerbaycan, dünya seyahat pazarına erişim için gerekli olan nesnel önkoşullara sahiptir. Azerbaycan’ın turizm arzı iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi, tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu arzdır. Diğeri ise turistlerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına olanak veren turistik hizmetlerin tamamıdır.

### **2.2.1. Konaklama işletmeciliği**

Azerbaycan'da konaklama hizmetleri çağdaş düzeyde 1994 yılından itibaren başlamıştır (Yeganlı ve Hacıyev, 2006:107). Turistlerin yerleştirilmesi amacıyla tesis edilen işletmelere otel, kamping, motel, hotel ve diğeri konaklama tesisleri aittir. Konaklama endüstrisinde konaklama hizmeti ile birlikte başka hizmetler de sunan sağlık merkezleri, dinlenme tesisleri, kongre merkezleri yer almaktadır (Soltanova, 2015:105-106).

Azerbaycan Cumhuriyeti’nin İstatistik Kurumu 2017 verilerine göre Azerbaycan'da 563 işletme ve tesiste 20778 oda, 2.590.641 yatak kapasitesi

bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin kullanımında elde edilen gelir 284.453,9 bin manat olmuştur. Turistleri konaklama tesislerinde 1.414.708 turist yerleştirilmiş, 433.476 kişi ülke vatandaşı olmakla geceleme sayısı 2.590.641'a ulaşmıştır. Turist ziyaretleri dinlenme-eğlence (813386 kişi), iş turizmi (212519 kişi), tedavi (19086 kişi), diğer turizm amacıyla (75619 kişi) yapılmıştır ([www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)).

Türkiye'nin "Ferko" firmasının yardımıyla 5 yıldızlı, yüksek dereceli "Grant otel Avrupa", "Radisso SAS Plaza", "Park Hayat", "Kresent-Biç", "Gazis", 4 yıldızlı "İrşad", "Old City", "İçeri şehir" ve diğer oteller de yapılarak kullanıma verilmiştir. Bakü'de bu otellerden "Hayat Regency", "Hayat Park", "Ramada", "SAS Reddison", "Delfin", "Kresten-Beach" vb. gibi otellerde bir defada 2500 turisti tüm isteklerini karşılayarak yerleştirmek mümkündür. Dünya Turizm Örgütü'nün önerisi ile son on yıllarda 10, 15, 20, 30 vb. kişilik otellerin yapımı çoğalmıştır. Bu nedenle Azerbaycan'da Bakü ve bölgelerde 15 otel inşa edilmiştir. Bakü'de "İçeri şehir" - 8 oda, "İrşad" -15 oda, "Eski şehir" -12 oda, "Gazis" - 23 kişilik vb. konaklama tesisleri bunlara örnek verilebilir. Günümüzde Naftalan bölgesinde yeni yapılan otellerle birlikte, eski Sovyetler döneminde inşa edilmiş "Çınar", "Mil", "Naftalan" ve diğer sanatoryumlar çağdaş şekilde, yeni tam ve esaslı tamir edilerek kullanıma açılmıştır (Abadov, 2014:194-195).

Guba'da dağ-orman bölgesinde yabancı sermaye temelinde kurulmuş "Afurca", "Long-Forest" dinlenme merkezleri bulunmaktadır. Kısa sürede Bakü'de yeni bir iş ortamının oluşması beş yıldızlı – "Hyatt", "SAS PLAZA", "Avrupa" ve diğer otellerin kurulmasına neden olmuştur (Soltanova, 2015:112).

### 2.2.2. Ulaştırma İşletmeciliği

Ulaşım hizmetleri turizm endüstrisinin en önemli etkenlerinden biridir. Turizm pazarında deniz, hava, kara ve demiryolları taşımacılığı hizmetleri kullanılmaktadır. Azerbaycan'ın tatil merkezlerini başkentle birleştiren önemli otomobil yolları şunlardır (Soltanova, 2015:113):

- Bakı-Sumgayıt-Şabran-Haçmaz;
- Bakı -Siyezen-Meşrif-Galaltı;
- Bakı-Elet-Yevlah-Gence-Gazah;
- Bakı-Şamahı- Ağsu-İsmayılı-Göyçay;
- Bakı-Yevlah-Gəncə-Gazah;
- Bakı-Yevlah-Şuşa;
- Bakı-Salyan-Astara

**Tablo 1. Azerbaycan'daki Ulaştırma Türleri için Yıllara Göre Yolcu Taşımacılığı Değişimi (Bin Kişi)**

Araçlar	2013	2014	2015	2016	2017
Tüm Ulaşım Türleri	1.746.106	1.828.324	1.891.905	1.929.685	1.973.440
Demiryolu	2.508	2.517	1.883	1.978	2.490
Otobüs	1.478.82	1.548.333	1.602.523	1.642.587	1.672.154
Havayolu	1.664	1.788	1.818	1.980	2.359

Denizyolu	14	15	9	20	17
-----------	----	----	---	----	----

**Kaynak:** İstatistik Kurumu, 2019.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 2013-2017 yılları arasında yolcu kapasitesi deniz yolu ulaşımı dışında tüm ulaştırma türlerinde büyük oranda artış olmuştur. Bu yüzden, ulaşım modernizasyonu, deniz ve nehir taşımacılığının ihtiyaçları da göz önünde bulundurularak yeniden değerlendirilmelidir.

Turizm-gezi hizmetlerinde Hazar denizi'nin önemli rolü vardır. Bakü-Türkmenbaşı limanları arasında yolcu taşımaları yılda 25-30 bin kişi arasındadır. Bakü-Astara limanları arasında da uluslararası gezilerin organize edilmesi için proje hazırlanmıştır. Modern ekipmanla donatılmış Bakü-havaalanı Azerbaycanı dünyanın birçok ülkeleri ile uluslararası ilişkilerinin, özellikle turizm ilişkilerinin geliştirilmesinde büyük rol oynamaktadır. Ülkemizde milli havayolu şirketleri dışında başka ülkelere Rusya, Ukrayna, İran, Türkiye, Almanya, Pakistan, İsveç, ABD, Özbekistan, Fransa, Büyük Britanya, Birleşik Arap Emirlikleri ve diğer devletlere ait şirketler mevcuttur (Soltanova, 2015:113).

### **2.2.3. Seyahet İşletmeciliği**

Turizm hizmetlerinin ana tedarikçileri turizm organizasyonlarıdır. Bunlar turist ürününü üreten ve satışını organize eden işletmelerdir. Tur operatör çeşitli turist hizmetlerini toplayıp tek turist ürünü olarak satışa sunmaktadır. Seyahat acentası, tur operatörü ve müşteri arasında bir aracıdır. Başlıca görevi, turist ürününü tur operatöründen almak ve müşteriye ulaştırmaktır (Yeganlı ve Hacıyev, 2006:109).

**Tablo 2. Seyahat İşletmelerinin Hizmet Verdiği Toplam Turist Sayısı**

<b>Yıl</b>	<b>Seyahat işletmelerinin hizmet verdiği toplam turist sayısı</b>	<b>Dış Aktif Turizm</b>	<b>Dış Pasif Turizm</b>	<b>İç turizm</b>
2013	65 448	4 599	53 771	7 078
2014	66 233	4 343	54 900	6 990
2015	44 615	1 918	38 002	4 695
2016	36 978	6 768	24 368	5 842
2017	44 066	6 604	31 612	5 850

**Kaynak:** İstatistik Kurumu, 2019.

2013 yılında ülke seyahat işletmelerinin verdiği toplam turist sayısının %10'luk payını iç turizm, % 82'lik payını dış pasif turizm ve sadece % 7'lik payını ise dış aktif turizm oluşturmaktadır.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin İstatistik Kurumu 2017 verilerine göre Azerbaycan'da 339 turistik işletme hizmet vermiştir ve 1,8 bin kişiye turistik istihdam sağlanmıştır. Seyahat işletmeleri tarafından elde edilen gelirin ise 41034,2 bin manat olduğu belirtilmektedir.

#### **2.2.4. Diğer Turizm Hizmetleri**

Turizm hizmetlerinin içinde önem taşıyan diğer bir işletme de yiyecek içecek işletmeleridir. Yiyecek-içeceğin turizmdeki önemi, turistlerin damak

tadı tatminini sağlamak ve ülkenin kültürel yiyeceklerini tanıtmaktır (Abadov, 2014:240).

Azerbaycan'da "Amburan", "Kervansaray", "Beh-beh kulüp", "Mc Donalds", "Pissa-nat", "Dolçe Vita", "Oyster Fish House", "Deniz" restoranları ve diğer fast-food işletmeleri vb. hem yerel, hem de yabancı turistlere yiyecek-içecek hizmetleri sunmaktadır. Ulusal, Avrupa, türk, hint, Çin mutfaklı restoranların çoğu Bakü'de bulunmaktadır. Uluslararası düzeydeki otel ve restoranların ülkemizde varlığı burada sunulan hizmetlerden turistlerin memnun kalması, incoming ve dış turizmin gelişmesine katkıda bulunan faktörlerden biri olarak nitelendirilmektedir (Soltanova, 2015:114).

"İl Patio" restoranı da ülkemize gelen turistlere yiyecek-içecek hizmetlerinin sunulmasında önemli yer tutmaktadır. 1990'li yılların sonlarında "Patio Pizza" adıyla faaliyete başlamış bu restoran daha sonra "İl Patio" adlandırılmıştır. Restoranda genellikle et, deniz ürünleri ve çeşitli sebzelerden leziz yiyecekler hazırlanmaktadır. "İl Patio" zengin italyan menüsünü turistlere sunan restoranlar zincirinin üyelerinden biridir. Son yıllarda Azerbaycan'da faaliyete başlamış bu restoranda hem İtalya'dan gelen turistler, hem de italyan mutfağını seven yerli ve diğer yabancı ülke turistleri restoranın hizmetlerinden faydalanmaktadır. Ülkemizde sayısı her geçen gün artan uluslararası beslenme tesisleri ile birlikte yerli mutfağımızın yabancı turistlere tanıtılması amacıyla ülkemizin bir sıra bölgelerinin mutfaklarını temsil eden restoranların açılmasına büyük ihtiyaç vardır. Örneğin, Karabağ, Şeki, Guba, Lenkeran, Gence, Nahçıvan vb.

mutfaqları temsil eden restoranların açılması ve turistlere üst düzey hizmet vermesi çok önemli bir konudur (Soltanova, 2015:117).

Azerbaycan'da konaklama ve seyahat sektörünün yanı sıra ziyaretçilere eğlence, alış-veriş ve araba kiralama gibi yardımcı hizmetleri sunan işletmeler genel olarak büyük şehirlerde yoğunlaşmaktadır. Son 10-15 yılda Azerbaycan'da kurulmuş dinlenme tesisleri çoğu hafta sonu dinlenme amacıyla gelenlerin eğlenebileceği, gezebileceği mekanlar olarak yaygınlık kazanmaktadır. Bunlara “Sea Breathe”, “Cennet” dinlenme bölgesi, “Atlant” dinlenme ve eğlence merkezi, “Long Forest” tatil bölgesi, “Nabran” dinlenme tesisi vb. örnek verilebilir (Abadov, 2014:229).

### **2.3. Azerbaycan'ın Turizm Talebi**

Zengin tarihe ve kültürel mirasa sahip olan Azerbaycan dünyanın her yerinden turist çekmeye başlamıştır. Azerbaycan'ın sahip olduğu doğal kaynakları, coğrafi değerleri, dünyada yalnızca burada bulunan tedavi amaçlı Naftalan petrolü, eski mimari anıtları, kendine özgü kültürü, yerel mutfağı ve birçok diğer değerler ülkede turizmin çeşitlenmesine olanak sağlamıştır. Azerbaycan Cumhurbaşkanınının 2011 yılını Turizm Yılı ilan etmesi ve “Eurovision-2012” şarkı yarışmasının Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de gerçekleştirilmesi tüm dünyadan turistlerin ülkemize gelmesine fırsat yaratmıştır ve turizm sanayisinin gelişmesine yardımcı olmuştur (Ekber ve Mirzayeva, 2017:3).

Turistlerin, seyahat amaçlarının ne olduğu, ne istedikleri, ihtiyaçları, davranış biçimleri ve fikirleri turizm talebinin şekillenmesine yol açmaktadır (Kobesova,2013:92).

Azerbaycan'ın turizm gelişimini değerlendirmek için iç ve dış turizm talebinin sayısal durumuna bakmak gerekmektedir.

### **2.3.1. İç Turizm Talebi**

Ülke içi turizm talebi, yurttaşların kendi ülkeleri içinde kalmak şartı ile turizm ihtiyaçlarını karşılama isteğidir (Bahar, 2000:26). Pasaport, vize, yabancı dil bilgisi ve döviz işlemleri gerektirmeyen iç turizmin, ekonomiye döviz getirici etkisi yoktur (Silahşör, 2011:8; Kozak ve diğerleri, 2014:12). İç turizm, ulusal gelirin yeniden bölüşülmesini sağlayarak ulusal ekonominin daha dengeli bir duruma gelmesine katkı sağlamaktadır.

Azerbaycan'da iç turizm hacmini, değer ve özelliklerini belirlemek ve ülkenin turistik değerlerine ilişkin bilgileri bireysel olarak elde etmek için iç turizm ölçümü gerekmektedir.

Turizm verilerine göre bir kaç yıl önce Azerbaycandan yabancı ülkelere turizm amaçlı ziyaret eden turist sayısı, ülkeye gelen ziyaretçilerden 2-2,5 kat fazla olmuş, hazırda ise bu durum değişmiştir. Diğer bir deyişle, ülkeden ayrılan Azerbaycan vatandaşlarının ve ülkeye gelen yabancı turist sayısı arasındaki fark zaman geçtikçe azalmaktadır. Örneğin, 2005 yılında bu fark 194,2 bin kişi olmuşursa, 2014 yılında ise 70,5 bin kişi olmuştur. Bunun temel sebeplerinden biri Azerbaycan'da iç turizmin geliştirilmesinde kazanılmış başarılarıdır. Ülkemizde Avrupa standartlarına uygun otellerin inşa edilmesi, yeni rekreasyon bölgelerinin, merkezlerinin ve turizm merkezlerinin oluşturulması, insanları kendi topraklarımızda seyahet etmeye, dinlenmeye teşvik etmektedir. 2013 yılının kış sezonunda Shahdag kış-yaz turizm kompleksinde tatil yapanların sayının 30 bin kişiye ulaşması



(26 Mart 2013'te mevcut olan bilgilere göre) iç turizme olan ilginin arttığını kanıtlanmaktadır (Soltanova, 2015:361).

### **2.3.2. Dış Turizm Talebi**

Dış turizm talebi - kendi ülkeleri dışında turizm amacı ile seyahat etme isteğinde olan ve gelir düzeyi yeterli yeterli insanların toplamından oluşmaktadır (Bahar, 2000:27).

İstatistik Kurumu'nun ilk turizm verilerine göre 2006 yılında Azerbaycan'daki turizm işletmeleri, yurtdışından gelen 237 kişiye hizmet vermiştir. 2017 yılına gelindiğinde ise bu rakam 6604 kişi sayısına ulaşmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin İstatistik Kurumu 2017 verilerine göre yabancı ülkelere ziyaret eden turistlerin sayısına göre ilk sırada Birleşik Arap Emirlikleri (5009 kişi), İran (1780 kişi), Rusya (1985 kişi) ülkeleri yer almaktadır. Yabancı ülkelere dinlenme ve eğlenme turizmi, iş turizmi, akraba ziyareti amacıyla gelenlerin sayısı daha fazladır.

Ülkemizde pasif dış turizm talebinde hızlı artış mevcuttur. Dış pasif turizmin büyümesinin olumlu dinamiği Azerbaycan nüfusunun gelir düzeyinin artması, sosyal yaşam koşullarının yükselmesi olarak anlatılabilir (Soltanova, 2015:143). 2017 yılında 49.968 kişi Azerbaycan Cumhuriyeti vatandaşı yabancı ülkelere ziyaret etmiştir. Ülke vatandaşlarının en çok tercih ettikleri yerlerin başında Türkiye (22.461 kişi), ikinci sırada İran (5.568 kişi), üçüncü sırada ise Rusya (5.007 kişi) takip etmektedir. Diğer kısmını ise çeşitli ülkeler oluşturmaktadır.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **STRATEJİK YOL HARİTASI KAPSAMINDA BAKÜ’NÜN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

#### **3.1. Stratejik Yol Haritası ve Azerbaycanın Turizm Potansiyelinin Geliştirilmesi**

Ülkede turizm altyapısının geliştirilmesi ve uluslararası standartlara uygun turizm hizmetlerinin oluşturulması, mevcut turizm potansiyelini kullanım olanaklarının genişletilmesini, bölgelerde turizmin teşvik edilmesini, yeni turizm rotalarının oluşturulmasını, ayrıca rekabete dayanıklı fiyatların sağlanmasını gerektirmektedir. Bu amaçla "Azerbaycan Cumhuriyetinde turizmin gelişmesi ile ilgili önlemler hakkında" Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 1 Eylül 2016 tarihli Kararnamesinde ilgili devlet kurumlarına bir dizi talimatlar verilmiştir. Stratejik Yol Haritası, turizm sektörünün gelişimini desteklemekte, uluslararası ve yerel pazarlarda yüksek kalitede ve rekabetçi turizm hizmetleri sunmak, ulusal değerlere göre turizm deneyimi oluşturmak, modern fikirlere ve yeniliklere dayalı yeni yatırım projelerini çekmek ve turizm gelişimi ile ilgili kurumların karşılıklı koordinasyonunu sağlamak gibi önlemleri içermektedir. Sektöre uzun vadeli bir bakış açısı sağlamak için, 2020 yılına kadar ülkenin turizm sektörü için dört ana hedef belirlenmiştir (Stratejik Yol Haritası, 2016)

İlk hedef, Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak gerçekleştirilmesidir. Potansiyelin daha verimli kullanımı amacıyla özel yönetim mekanizmasının oluşturulması, turist hizmet paketlerinin yenilenmesi, çeşitli turizm faaliyet türlerinin verimli tanıtımı ve turizm altyapısının amaçlı geliştirilmesi öngörülmektedir.

İkinci hedef, ÷lke çapında uygun ortamın yaratılması için ÷lkeye giriş çıkışın kolaylaştırılması, iletişim araçlarının geliştirilmesi, turizm sekt÷r÷n÷n farklı katılımcıları arasında koordineli faaliyetlerin kurulması ve turizm ve rekreasyon alanlarının oluşturulması gibi destekleyici mekanizmaların uygulanması ile uzun vadeli gelişimin sağlanmasıdır.

Üçüncü hedef, bölgesel turizm girişimlerini uygulayarak Azerbaycan'da turizmi geliştirmektir. Nitekim daha iyi entegre edilmiş turizm sekt÷r÷ sağlamak için sağlık, k÷ltür, kış ve ekoturizm gibi turizm türlerinin gelişimi için yatırımlar yapılacaktır.

Dördüncü hedef, turizm alanındaki eğitim programlarına yatırım yapmak ve turistlerin memnuniyetini artırmak için standardizasyon ve sertifikasyon sistemini geliştirmekdir.

Azerbaycan'ın birçok turizm türleri için potansiyeli mevcuttur ve bu potansiyelin gerçekleştirilmesi için devletin ve özel sektörün sürekli desteği önemlidir.

**K÷ltür turizmi:** K÷ltür turizmi bölgelerin k÷ltürel mirasını, nüfusunun yaşam tarzını, tarihini, sanatını, mimarlığını, dinini vb. kapsayan turizm türü olarak belirlenmektedir. K÷ltürel turizm şehirlerde, ayrıca köy yerlerinde tarihi mekanlara, anıtlara, müzelere, tiyatrolara, ayrıca yerli nüfusun yaşam tarzını ve milli değerlerini yansıtan festivallere yapılan seyahatı içeren turizm türüdür. Ülkenin k÷ltürel turizm potansiyeline Bakü'de sanat galerileri, ulusal müzik türü - muğam, iyi gelişmiş dünya caz müziği, ulusal ve yabancı danslar, leziz tada sahip zengin mutfağı örnek olarak gösterilebilir.

**Spor turizmi:** Spor Azerbaycan'da en hızla gelişen alanlardandır. Bakü, Masallı, Şeki, Guba, Gazah, Gence, Nahçıvan, Barda, Lankaran, Zagatala, Ağdam, Bilasuvar, Oğuz, Şamkir, Kurdamir, Sabirabad ve diğer şehir ve bölgelerde olimpiyat kompleks ve merkezlerinin kullanıma verilmesi, ayrıca çeşitli alanlarda spor sahalarının ve tesislerinin kurulması, ülkedeki prestijli spor yarışmalarının (Avrupa ve dünya şampiyonluğu) düzenlenmesine izin vermektedir.

**İş turizmi:** İş turizmi ülkemizde en yaygın turizm türlerinden biridir. Günümüzde bu turizm türünün gelişmesi amacıyla daha çok ülke topraklarında mevcut otellerin olanakları kullanılmaktadır. Ancak, ülkenin farklı şehirlerinde bulunan kongre ve kültür merkezleri bu tür organizasyonları düzenlemek amacıyla yaygın olarak kullanılabilir.

**Kıyı turizmi:** Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kuzey (Hızı, Siyezen, Şabran, Haçmaz rayonları) ve güney (Lenkeran, Astara) bölgesi plaj turizmi potansiyeline sahiptir ve bu turizm sektörünün gelişmesini sağlamak için gelecekte plaj bölgelerinde hizmet altyapıları (su havzaları, havuzlar) uygun standartlara uyumlaştırılmalı ve ek hizmetler artırılmalıdır (örneğin, eğlence merkezleri, attraksiyonlar).

**Eko-turizm:** Azerbaycan zengin flora ve faunası ile büyük eko-turizm potansiyeline sahiptir. Azerbaycan, 11 iklim türünden 9'unun (yarı çöl ve kuru çölden dağ tundra iklimine kadar) gözlemlendiği 4100'den fazla farklı bitki türüne ev sahipliği yapmaktadır. Azerbaycan topraklarının yaklaşık yüzde 10'u çoğunlukla gürgen, yer fıstığı, akçaağaç ve köknar ağaçlarından oluşan dağ ormanları ile kaplıdır. Bu imkanları kullanarak açık doğaya (dağlara, ırmaklara, ormanlara) turistik geziler düzenlenebilir.

### **3.2. Stratejik Yol Haritası Kapsamında Bakü'nün Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi**

Sektöre uzun vadeli bir bakış açısı sağlamak için, 2020 yılına kadar ülkenin turizm sektörü için dört ana hedef belirlenmiştir. Yukarıda bahs edilen dört ana hedefin birincisi Bakü'nün turizm potansiyelinin artırılması ile ilgili olan hedeftir. Aşağıda yer alan bu hedef aynı zamanda bir kaç alt başlıktan oluşmaktadır.

1. Bakü'nün turizm potansiyelinin tam kullanımı için etkili bir yönetim sistemi oluşturulması, pazarlama ve markalaşma çalışmalarının arttırılması, turizm destinasyonlarının bilinmesi ve turizm altyapısının iyileştirilmesi için etkin bir yönetim sistemi oluşturulması yoluyla uzun vadede Bakü'ye daha fazla yabancı turistlerin çekilmesi;

Stratejik hedef 1. Daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak kullanılması

1.1 Ulusal Turizm Tanıtım Bürosu'nun kurulması ve ilk olarak Bakü'de faaliyetinin sağlanması

Bakü'nün uluslararası imajının oluşturulması, şehir markasının kullanımı için uzun vadeli eylem planının oluşturulması, farklı düzeylerde tekrar markalaşmak ve pazarlama çalışmalarının koordinasyonu, turistlerin memnuniyetinin artırılması amacıyla Ulusal Turizm Tanıtım Bürosunun (bundan sonra Büro) kurulması gözden geçirilecektir.

1.2 Bakü şehrindeki çekici turizm merkezlerine ait bilgilerin ve turist hizmet paketlerinin yenilenmesi

Turizmle ilgili doğru kararların verilmesi amacıyla bilgilerin toplanması için online araç kullanımının artmasını dikkate alarak, çalışanlar Bakü ve temel online seyahat ve bilgi platformları (örneğin, "Trip Advisor", "Four Square", "Lonely Planet" v.b) ile ilgili gerekli bilgilerin (örneğin resim, yorum, talimatlar vb) öncelik olarak kabul edilen ingilizce, rusca, türkce, arapca, farsca ve diğer dillerde düzenlenmesini sağlayacaktır.

### 1.3 Bakü şehrinde tanıtım ve kampanya faaliyetleri yürütmek

Bakü şehrinin turizm potansiyeline özel önem verilerek, ayrıca bu doğrultuda gerekli pazarlama politikası uygulayarak, turistlerin sayısı ve onların orta kalış süresi artırılabilir. Bununla ilgili olarak, Büro ayrılmış mali kaynaklarının kullanarak online pazarlama etkinliklerinin yapılması, televizyon reklamlarının yerleştirilmesi, turizm fuarlarına katılım ve diğer yöntemlerle hedef olarak belirlenmiş kentlerde Bakü şehrinin tanıtım faaliyetlerini yürütecektir.

### 1.4 Bakü'de turizm altyapısının, uygun fiyatlarla otel ve cazip turistik yerlerin geliştirilmesi

Bakü, dünyanın en iyi iş turizm merkezlerinden biridir. Aynı zamanda, uygun fiyata (düşük bütçeli) dinlenmeyi tercih eden turistler de dahil olmak üzere, bazı turist grupları için çekiciliği artırmak amacıyla Bakü şehrinin merkezinde uygun fiyata otel ve hostel tipli konuk evleri gibi konaklama araçlarının inşası gerekmektedir. Daha geniş turizm pazarı için çekiciliği artırmak amacıyla Girişimciliğe Yardım Ulusal Fonu kaynaklarının bir kısmı turizm sektörüne odaklanılarak, kendi yaşam alanlarını küçük otellere dönüştürmek veya uygun bölgelerde düşük ve

orta seviyeli otel inşa etmek isteyen girişimcilere destek verilmesi sağlanacaktır.

### **3.3. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı, Azerbaycan'ın Stratejik Yol Haritasında yer alan ve turizmin geliştirilmesinde önemli yere sahip olan Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak gerçekleştirilmesi ile ilgili hedefin hangi düzeyde gerçekleşip gerçekleşmediğini ve bu hedef doğrultusunda hangi faaliyetlerin öngörüldüğünü tespit etmektir. Araştırma sonucu elde edilen veriler Bakü'nün turizm potansiyelinin daha verimli kullanımı amacıyla özel yönetim mekanizmasının oluşturulması, turist hizmeti paketlerinin yenilenmesi, çeşitli turizm faaliyet türlerinin verimli tanıtımı ve turizm altyapısının amaçlı geliştirilmesini tespit etmekte büyük önem arz etmektedir.

### **3.4. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Literatür taraması yapılmıştır ve Turizm sektörünün geliştirilmesi ile ilgili Stratejik Yol Haritası içerik analizi yapılmıştır. Stratejik Yol Haritasında yer alan hedeflerle ilgili bu hedefleri gerçekleştirmekte yetkili olan kurum yöneticileri ile mülakat yapılmıştır. Mülakat yüz yüze görüşme ile yapılmış ve yöneticilere mülakat kapsamında 22 soru sorulmuştur. Daha ayrıntılı bilgi toplanması ve yorumlanması için ses kaydı alınmıştır.

### **3.5. Araştırmanın Bulguları**

Mülakat kapsamında Azerbaycan'ın Stratejik Yol Haritasında “daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak

gerçekleştirilmesi” hedefi ile ilgili Tablo 3’te yer alan sorular sorulmuş ve alınan cevaplar kısa şekilde tablo içinde gösterilmiştir.

**Tablo 3 : Mülakat Sonuçları**

<b>Mülakat soruları</b>	<b>Cevaplar</b>	<b>Yetkili kurum</b>	<b>Gerçekle şeceği Yıl</b>
1.Ulusal turizm Bürosunun kurulması	Ulusal turizm Bürosu kurulmuştur	Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017
2.Büro tarafından hangi faaliyetler gerçekleştirilmektedir?	Turizm potansiyelinden tam faydalanmak, turizm potansiyelinin tanıtımı	Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
3.Tüm temel faaliyetleri koordine etmek için Bakü şehrinde turizm takvim planı oluşturuldu mu?	takvim planı hazırlanmıştır	Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017



<p>4.Bakü şehri ile ilgili tanışmanın tatmin edici düzeye ulaştırılması amacıyla online bilgilerin sağlanması ve turistlerin tekrar karşılaştığı zorlukların giderilmesi yönünde hangi önlemler alınmıştır?</p>	<p>travel platformu geliştirilmiştir</p>	<p>Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Kültür ve Turizm Bakanlığı Bakü Valiliği</p>	<p>2017-2020</p>
<p>5.Bakü şehrine gelen ve oradan bölgelere seyahat eden turistlerin bilgilendirilmesinin artırılması için hangi önlemler alınmıştır?</p>	<p>online internet sitesinde ve reklam aracılığıyla bilgi sağlamak</p>	<p>Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Kültür ve Turizm Bakanlığı Bakü Valiliği</p>	<p>2017-2020</p>
<p>6.Bakü şehrinde bulunan ve ziyaretçi sayısı az olan mekanlar konusunda bilginin artırılması yönünde hangi önlemler alınmıştır?</p>	<p>Bu bölgelerin turlara dahil edilmesi bölgelerde çekiciliğin artırılması</p>	<p>Bakü Valiliği Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Kültür ve Turizm Bakanlığı</p>	<p>2017-2020</p>

7.Büro tarafından hangi çeşitli destekleyici mekanizmalar uygulanmıştır?	yurtdışında yapılan fuarlara katılmak pazar araştırması ile ilgili yardım	Bakü Valiliği Ulusal Turizm Propagandası Bürosu	2017-2020
8.Bakü'nün iş potansiyelinden tam olarak faydalanmak amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?	Kommersiya bürosunun çalışmaları, iş turizmi ile ilgili fuarlara katılmak	Devlet Petrol Şirketi Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
9.Nevruz bayramı paketlerinin hazırlanması ve tanıtımı amacıyla hangi faaliyetler yapılmıştır?	Nevruz bayramı ile ilgili kültürel etkinlikler, bu etkinliklerin turlara dahil edilmesi	Bakü Valiliği Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
10.F1 yarışları sırasında hangi etkinlikler düzenlenmiştir?	çeşitli eğlence etkinlikleri programları düzenlenmiştir	Gençlik ve Spor Bakanlığı Ulusal Turizm Propagandası Bürosu	2017-2020

11.Büro tarafından hazırlanan turizm hizmet paketlerinin teşviki amacıyla hangi önlemler alınmıştır?	turizm paketlerinin geliştirilmesi, turistler için çekiciliğinin artırılması, yurtdışında tanıtımı	Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Bakü Valiliği Gençlik ve Spor Bakanlığı	2017-2020
12.Ticari festivallerinin düzenlenmesi konusunda hangi uygulamalar yapılmıştır?	İlgili çalışmalar yapılmıştır	Ekonomi Bakanlığı Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
13. Yerel turopereatorların internet sitesinde "kendin hazırla" paketlerinin önerilmesi ile ilgili neler yapılmıştır?	yerel turopereatorlarla ilgili görüşmeler yapılmıştır	Kültür ve Turizm Bakanlığı Ulusal Turizm Propagandası Bürosu	2017-2018

14.Bakü şehrinden hava yoluyla diğer bölgelere bir ya da iki günlük seyahat paketlerinin hazırlanması amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?	kurumlarla birlikte çalışmalar yapılmak, seyahat paketlerinin hazırlanması	Devlet Sivil Havacılık İdaresi Ulusal Turizm Propagandası Bürosu	2017-2020
15.Bakü şehri için seçilen hedef ülkeler hangileridir?	Hindistan, Çin Almanya, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan	Ulusal Turizm Propagandası Bürosu	2017
16.Hedef ülke ve şehirlerin seçilmesi için hangi uygulamalar yapılmıştır?	Ülkeden gelen tursit sayısı, iki ülke arasında viza konuları, ülkenin ekonomik durumu gözönünde bulundurulmuştur	Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Bakü Valiliği	2017
17.Pazarlama ve medya şirketlerini teşvik ederek hedef şehirlerde Bakü şehrinin tanıtımı	Yurtdışında yapılan fuarlara katılmak turizm potansiyelinin	Ulusal Turizm Tanıtım Bürosu	2017-2020

konusunda yapılan faaliyetler nelerdir?	tanıtılması		
18.Azerbaycan Cumhuriyeti'nin diplomatik temsilciliklerinde turizm temsilcilerinin belirlenmesi ve onların faaliyetlerinin düzenlenmesi amacıyla hangi önlemler alınmıştır?	Bu konuda görüşmeler yapılmaktadır	Maliye Bakanlığı Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
19.Girişimciliğe Yardım Ulusal Vakfı'nın turizm sektörüne ayıracağı mali kaynakların miktarı ne kadar belirlenmiştir?	mali kaynak ayrılmıştır	Maliye Bakanlığı Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020
20.2020 yılından sonra kıyı turizminin teşviki alanında eylem planının hazırlanması için hangi uygulamalar	Plaj yerlerinin temizlenmesi, altyapı yetersizliği gibi sorunların araştırılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı	2017-2020

yapılmıştır?			
21.Bakü için büyük projelerin değerlendirilmesi konusunda hangi önlemler alınmıştır?	yeterli projeler bulunmamaktadır	Ulusal Turizm Propagandası Bürosu Bakü Valiliği Kültür ve Turizm Bakanlığı	2018-2020
22.Ünlü marka otellerin Bakü şehrinde yapılmasına ortam oluşturulması amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?	diğer kurumlarla birlikte görüşmeler yapılmaktadır	Kültür ve Turizm Bakanlığı Ekonomi Bakanlığı	2017-2020
23.Üniversite yurtlarının yaz aylarında uygun fiyata konaklama aracı olarak turistlere önerilmesi yönünde önerilerin hazırlanması ve teşviki için yapılan faaliyetler nelerdir?	Üniversite yurtları altyapı ve mevzuat açısından uygun değildir	Eğitim Bakanlığı Kültür ve Turizm Bakanlığı Ulusal Turizm Tanıtım Bürosu	2018-2020

Stratejik Yol Haritasında yer alan hedeflerle ilgili bu hedefleri gerçekleştirmekte yetkili olan kurum yöneticileri ile mülakat yapılmıştır.Yönetici soruları aşağıdaki gibi yanıtlamıştır.

**Soru 1.**

**Büro tarafından hangi faaliyetler gerçekleştirilmektedir?**

*Turizm Bürosu Bakü'nün turizm potansiyelinden tam faydalanmak, turizm potansiyelinin tanıtımı, turizm ürünlerinin geliştirilmesi yönünde faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda pazarlama alanında hem turizm ürününün oluşturulması, hem de turizm ürününün pazarlarda tanıtılması yönünde faaliyetleri gerçekleştirmektedir.*

**Soru 2. Tüm temel faaliyetleri koordine etmek için Bakü şehrinde turizm takvim planı oluşturuldu mu?**

*Bakü şehrinde 2017-2018 dönemi için takvim planı hazırlanmıştır.Takvim planı Bakü şehrinde düzenlenen spor etkinlikleri kültürel etkinlikler festivallerin düzenlenme vakti ve yeri hakkında bilgileri kapsamaktadır.*

**Soru 3. Bakü şehri ile ilgili tanışıklığın tatmin edici düzeye ulaştırılması amacıyla online bilgilerin sağlanması ve turistlerin tekrar karşılaştığı zorlukların giderilmesi yönünde hangi önlemler alınmıştır?**

*Azerbaycan travel platformu geliştirilmiş ve turistlerin kullanımına verilmiştir. Bakü'deki ve Azerbaycan'ın diğer bölgelerindeki turistik mekanlar, turizm şirketleri, turizm rotaları, konaklama tesisleri hakkında bilgi bu portal üzerinden sağlanmaktadır.*

**Soru 4. Bakü şehrine gelen ve oradan bölgelere seyahat eden turistlerin bilgilendirilmesinin artırılması için hangi önlemler alınmıştır?**

*Bakü turizm bilgi merkezi tarafından turistlere hem online internet sitesinde hem de reklam aracılığıyla bilgi sağlanmaktadır. Bakü da bu turizm bilgi merkezi'nin şubeleri mevcuttur. Turistler bu şubelerden gerekli bilgilere ulaşabilirler.*

**Soru 5. Bakü şehrinde bulunan ve ziyaretçi sayısı az olan mekanlar konusunda bilginin artırılması yönünde hangi önlemler alınmıştır?**

*Turist sayı az olan bölgelerde çekiciliğin artırılması yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Aynı zamanda tur hazırlayan şirketlerle bu bölgelerin turlara dahil edilmesi ile ilgili görüşmeler yapılmaktadır.*

**Soru 6. Büro tarafından hangi çeşitli destekleyici mekanizmalar uygulanmıştır?**

*Büronun desteği ile turizm örgütleri yurtdışında yapılan fuarlara katılmaktadırlar. Hazırda büro tarafından bu endüstriye pazar araştırması ile ilgili desteklerin sağlanması için çalışmalar yapılmaktadır.*

**Soru 7. Bakü'nün iş potansiyelinden tam olarak faydalanmak amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Kommersiya bürosu Azerbaycanın iş turizm destinasyonu olarak tanıtılması gerçekleştirmektedir. İş turizmi ile ilgili fuarlara katılmaktadır.*

**Soru 8. Nevruz bayramı paketlerinin hazırlanması ve tanıtımı amacıyla hangi faaliyetler yapılmıştır?**

*Turizm bürosu ve diğer devlet kurumları tarafından Nevruz bayramı ile ilgili kültürel etkinlikler düzenlenmektedir. Tur hazırlayan şirketlerle bu etkinliklerin turlara dahil edilmesi ile ilgili görüşmeler yapılmaktadır.*

**Soru 9. F1 yarışları sırasında hangi etkinlikler düzenlenmiştir?**

*Bakü şehir Gençler ve Spor bakanlığı boş zamanın verimli geçirilmesi amacıyla çeşitli eğlence etkinlikleri programları düzenlemektedir.*



**Soru 10. Büro tarafından hazırlanan turizm hizmet paketlerinin teşviki amacıyla hangi önlemler alınmıştır?**

*Büro tarafından hazırlanan turizm hizmet paketlerinin teşviki amacıyla turizm paketlerinin geliştirilmesi, turistler için çekiciliğinin artırılması ve yurtdışında tanıtımı ile ilgili çalışmalar yapmaktadır.*

**Soru 11. Ticari festivallerinin düzenlenmesi konusunda hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Ticari festivaller iki yıl düzenlenmiş, hazırda yapısal değişikliği ile ilgili olarak bu yönde çalışmalar yapılmaktadır.*

**Soru 12. Yerel turoperatorların internet sitesinde "kendin hazırla" paketlerinin önerilmesi ile ilgili neler yapılmıştır?**

*Azerbaycan travel platformu üzerinden yerel turoperatorların "kendin hazırla" paketlerinin oluşturulması ile ilgili görüşmeler yapılmaktadır.*

**Soru 13. Bakü şehrinden hava yoluyla diğer bölgelere bir ya da iki günlük seyahat paketlerinin hazırlanması amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Turizm potansiyeli olan Gabala Guba bölgelerinde turistlerin isteklerine yönelik seyahat paketlerinin hazırlanması için diğer kurumlarla birlikte çalışmalar yapılmaktadır.*

**Soru 14. Bakü şehri için seçilen hedef ülkeler hangileridir?**

*18 hedef pazardan 6 hedef ülke belirlenmiştir. Hindistan, Çin Almanya, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan.*

**Soru 15. Hedef ülke ve şehirlerin seçilmesi için hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Ülkeden gelen tursit sayısı, iki ülke arasında viza konuları, ülkenin ekonomik durumu gibi unsurlar değerlendirilerek hedef ülkeler seçilmektedir.*

**Soru 16. Pazarlama ve medya şirketlerini teşvik ederek hedef şehirlerde Bakü şehri için propaganda-teşvik önlemleri konusunda yapılan faaliyetler nelerdir?**

*Hedef ülkelerde turizm temsilcilikleri faaliyette bulunmaktadır. Yurtdışında yapılan fuarlarda Bakü ve diğer bölgelerin turizm potansiyelinin tanıtılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır.*

**Soru 17. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin diplomatik temsilciliklerinde turizm temsilcilerinin belirlenmesi ve onların faaliyetlerinin düzenlenmesi amacıyla hangi önlemler alınmıştır?**

*Bu konuda görüşmeler yapılmaktadır.*

**Soru 18. Girişimciliğe Yardım Ulusal Vakfı'nın turizm sektörüne ayıracağı mali kaynakların miktarı ne kadar belirlenmiştir?**

*Ekonomi Bakanlığı verilerine göre mali kaynak ayrılmıştır.*

**Soru 19. 2020 yılından sonra kıyı turizminin teşviki alanında eylem planının hazırlanması için hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Plaj yerlerinin temizlenmesi, altyapı yetersizliği gibi sorunlar araştırılması gereken konulardır.*

**Soru 20. Bakü için büyük projelerin değerlendirilmesi konusunda hangi önlemler alınmıştır?**

*Bu konu da yeterli projeler bulunmamaktadır.*

**Soru 21. Ünlü marka otellerin Bakü şehrinde yapılmasına ortam oluşturulması amacıyla hangi uygulamalar yapılmıştır?**

*Bu eylem planının hazırlanması için diğer kurumlarla birlikte görüşmeler yapılmaktadır.*

**Soru 22. Üniversite yurtlarının yaz aylarında uygun fiyata konaklama aracı olarak turistlere önerilmesi yönünde önerilerin hazırlanması ve teşviki için yapılan faaliyetler nelerdir?**

*Üniversite yurtları ister altyapı isterse de mevzuat açısından uygun değildir.*

### **3.6. Sonuç ve Öneriler**

Turizm hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkeler için çok cazip bir sektör olarak kabul edilmektedir. Gerek turist kabul eden gerek ise turist gönderen ülkelere ekonomik ve sosyal açıdan pek çok fayda sağlamaktadır. Bu sektörü daha da geliştirmek için devletler çeşitli politikalar hazırlayıp sürekli strateji uygulamaktadırlar.

Azerbaycan turizm endüstrisinin gelişimi için zengin kaynaklara sahiptir. Zengin doğal kaynakları, tarihi ve mimari anıtları, uygun coğrafi konumu, Hazar'ın kıyı bölgeleri turizmin gelişmesinde büyük önem arz etmektedir. Bakü Azerbaycan'ın küresel turizm sektöründeki payının büyük bir bölümüne sahiptir. Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm ürününün gelişmesi için özel girişimlerin desteklenmesi, yerel ve bölgesel düzeyde uygun koordinasyonun kurulması, tüm dikkatin tüketicinin talebine yöneltilmesi, ürünün gelişmesinde bölgesel ve tematik hedefin güçlendirilmesi, ayrıca ilginç ve çekici ürünlerin birbiriyle ilişkilendirilmesi önemli hususlardandır.

Ulusal ekonominin gelişme stratejisinde öncelikli alanlardan biri olarak uzmanlaşmış turizmin belirlenmesi turizmin gelişmesi yönünde yapılan çalışmaların sürekliliğine hizmet etmenin yanısıra, karşılıklı ilişki ve mevcut turizm potansiyelinin verimli kullanılarak turizm sektörünün katılımcıları arasında işbirliğinin gelişmesine ve Azerbaycan'da turizm hizmetleri alanında kalitenin yükseltilmesine yol açacaktır. Sektöre uzun vadeli bir bakış açısı sağlamak için, 2020 yılına kadar ülkenin turizm sektörü için dört ana hedef belirlenmiştir. 2020 yılına kadar olan dönem için

belirlenmiş hedeflerin gerçekleşmesi sonucunda Azerbaycan'da 2020 yılında reel GSMH'nın doğrudan 293 milyon ve 172 milyon manata yükseleceği öngörülmektedir.

Stratejik Yol Haritası kapsamında daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak gerçekleşmesi ve değerlendirilmesi ileride Bakü'nün turizmden sağladığı turizm gelirlerinin ve kişi başına düşen turist harcamasının yükseltilmesi açısından çok önemlidir. Yapılan çalışmada Stratejik Yol Haritası kapsamında Bakü'nün turizm potansiyelinin ölçülmesine yönelik mülakat yapılmış ve bazı bulgular elde edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Bakü'nün turizm potansiyelinin daha verimli kullanımı amacıyla özel yönetim mekanizmasının oluşturulması, turist hizmeti paketlerinin yenilenmesi, çeşitli turizm faaliyet türlerinin verimli tanıtımı ve turizm altyapısının amaçlı geliştirilmesini tespit etmekte büyük önem arz etmektedir.

1.Ulusal Turizm Tanıtım Bürosu'nun kurulması ve ilk olarak Bakü'de faaliyetinin sağlanması ile ilgili araştırma sonuçlarına göre;

- Bakü şehrinin turizm potansiyelini artırmak için Ulusal turizm Bürosu kurulmuştur.
- Ulusal Turizm Tanıtım Bürosu Bakü şehri hakkında mevcut bilgileri yenilemek için Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Turizm Konseyi, ilgili devlet kurumları ve diğer kurumlarla birlikte çalışmış, Bakü'nün turizm potesialından tam faydalanmak, turizm potansiyelinin tanıtımı, pazarlama alanında hem turizm ürününün oluşturulması, hem de turizm ürününün pazarlarda tanıtılması yönünde faaliyetleri gerçekleştirmiştir.

- Bakü şehrinde 2017-2018 dönemi için takvim planı hazırlanmıştır.

2. Bakü şehrindeki çekici turizm mekanlarına ait bilgilerin ve turist hizmet paketlerinin yenilenmesi ile ilgili araştırma sonuçlarına göre;

- Azerbaycan travel platformu geliştirilmiş ve Bakü'deki ve Azerbaycan'ın diğer bölgelerindeki turistik mekanlar, turizm şirketleri, turizm rotaları, konaklama tesisleri hakkında bilgi bu portal üzerinden sağlanmaktadır.
- Turizm potansiyelinin tanıtımı amacıyla turizm örgütleri yurtdışında yapılan fuarlara katılmaktadırlar.
- Azerbaycanın iş turizm destinasyonu olarak tanıtılması amacıyla iş turizmi ile ilgili fuarlara katılmaktadır. Turist sayı az olan bölgelerde çekiciliğin artırılması yönünde çalışmalar yapılmakta ve bu bölgelerin turlara dahil edilmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır.
- Bakü şehir Gençler ve Spor bakanlığı boş zamanın verimli geçirilmesi amacıyla çeşitli eğlence etkinlikleri programları düzenlenmiştir.

3. Bakü şehrinde tanıtım ve kampanya faaliyetleri yürütmekle ilgili araştırma sonuçlarına göre;

- Hindistan, Çin Almanya, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan hedef olarak belirlenmiş ülkelerde Bakü şehrinin tanıtım faaliyetlerine yönelik çalışmalar yapılmıştır.
- Hedef ülkelerde turizm temsilcilikleri faaliyete başlamıştır.
- Yurtdışında yapılan fuarlarda Bakü ve diğer bölgelerin turizm potansiyelinin tanıtılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

4. Bakü'de turizm altyapısının, uygun fiyatlarla otel ve cazip turistik yerlerin geliştirilmesi ile ilgili araştırma sonuçlarına göre;

- Plaj yerlerinin temizlenmesi, altyapı yetersizliği gibi sorunlar araştırılması gereken konulardır.
- Üniversite yurtlarının yaz aylarında uygun fiyata konaklama aracı olarak turistlere önerilmesi ister altyapı isterse de mevzuat açısından uygun değildir.
- Daha geniş turizm pazarı için çekiciliği artırmak amacıyla kendi yaşam alanlarını küçük otellere dönüştürmek veya uygun bölgelerde düşük ve orta seviyeli otel inşa etmek isteyen girişimcilerin teşvik edilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, daha fazla yabancı turist çekerek Bakü'nün turizm potansiyelinin tam olarak kullanılması amacıyla Stratejik Yol Haritasında belirlenen faaliyetlerin %70'i gerçekleşmiş, %30'u ile ilgili gerekli çalışmalar yapılmaktadır.

Stratejik Yol Haritası kapsamında Bakü'nün turizm potansiyelinin ölçülmesine yönelik yapılan araştırmanın sonucuna dayanarak şu önerileri sunabiliriz:

1. Ticari festivallerinin düzenlenmesi için eylem planının oluşturulması
2. Ünlü marka otellerin Bakü şehrinde yapılmasına ortam oluşturulması amacıyla diğer kurumlarla birlikte görüşmeler yapılması
3. Üniversite yurtlarının yaz aylarında uygun fiyata konaklama aracı olarak turistlere önerilmesi için mevzuat ve altyapıyla ilgili sorunların giderilmesi

4. 2020 yılından sonra plaj turizminin teŖviki alanında eylem planının hazırlanmasında plaj yerlerinin temizlenmesi, altyapı yetersizliği gibi sorunların çözümlenmesi
5. Turist sayı az olan bölgelerin tanıtımı amacıyla Ŗu bölgelere yönelik turların düzenlenmesi
6. Turizm potansiyelinin gelişmesi için özel girişimlerin desteklenmesi

## KAYNAKÇA

### Tezler

BAHAR, Ozan, (2000), *Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi*, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Muğla

AKYURT, Hakan, (2008), *Turizm Bölgesine Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj ve Çeşme Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

ÇOLAK, Okan, (2009), *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

MİNBAEVA, Aijana, (2010), *Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

KERİMBEKOVA, Aigerim, (2010), *Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile ilgili bir Uygulama*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

NÖVRESLİ, Terlan, (2010), *Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma amaçlı Değerlendirilmesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

BARDAKOĞLU, Övünç, (2011), *Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik bir Model Çalışması*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi



BURGUCU, Zehra, (2013), Tanıtım Faaliyetlerinin Turizm Hareketine Etkisi ve Fethiye İlçesi Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya

CAN ÖZCAN, Ceyhun, (2013), *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik bir Analizi*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya

TAŞ, Emine, (2014), *Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi Bayburt İli Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İsparta

ER, Özlem, (2016), *Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir

AKYÜREK, Suat, (2016), *Rekreasyon Alan ve Faaliyetlerinin Yurt İçi Turizm Talebi ve Yeniden Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bodrum Örneği*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir

KALAYCIOĞLU, OZAN, (2017), *Balıkesir İri Yerel Yöneticilerinin Turizme ve Balıkesir Turizm Potansiyeline Bakış Açuları*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir

ASKEROV, Elxan, (2017), *Azerbaycanda Turizm ve Onun Problemleri*, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Lisans Bitirme Tezi

CENGİZ, Funda, (2012), *Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.

DAL, Neslihan, (2008), Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Çevresel Etkileri Üzerine Yerel Halkın Tutumları, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

BAYRAKÇI, Selman, (2014), Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

### **Makaleler**

ERSUN, Nur ve ARSLAN, Kahraman, (2011), "Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri", Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. S. 31(2), s. 229-248.

ÜNLÜÖNEN, Kurban ve ŞAHİN, Salih, Zeki, (2011), "Turizmde İstihdam", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, C. S. 10(37), s. 1-25.

ACUNER, Elif, (2015), "Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi", Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dergisi, C. S. 1, s. 62-93.

KILIÇ, Yalın, (2014), Turizm Sektörü İstihdamının Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması, Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi, C. S. 4(1), s. 419-436.

RIZAOĞLU, Bahattin ve TANRISEVDİ, Abdullah, (1997), Yerel Toplumsal Duyarlılığın Bir Ölçüsü Olarak Turizmin Toplumsal Taşıma Kapasitesi, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi C. S. (1-2), s. 52-58.

AVCI, Nilgün, (2007), Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi, Ege Akademik Bakış, C. S. 7(2), s. 485-501.

TUTAR, Filiz, ALPASLAN, Cemile, TUTAR, Erdinç ve ERKAN, Çisil, (2013), Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri, Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, C. S. 2(4), s. 14-27.

IŞIK, Cem, KESKİN, Gülümser, ve SERÇEOĞLU, Neslihan, (2015), Turizm Sektöründe Nitelikli İşgücü Açığına Yenilikçi Yaklaşım: Kapadokya Örneği, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, C. S. 4(2), s. 27-48.

KÖROĞLU, Özlem ve KARAMAN, Sebahattin, (2014), Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, C. S. 16(26), s. 95-106

ŞENEL, Alpagut S, (2007), Turizm Sektöründe Yatırım Kararları, Selçuk Üniversitesi, Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C. S. (12), s. 1-12.

ÖZKAN, Esin, SABANCI, Alev, (2014), İzmir’de Turistik Ürün Geliştirilmesine Yönelik Seyahat Acentelerinin Görüşleri Üzerine Nitel Bir

Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi C.S.17(31), s. 308-309

CENGİZ, Funda ve KANTARCI, Kemal, (2013), Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi C. S. 5(2), s. 29- 35

SEFEROV, Rehman ve HESENOV, Tapdıg, (TY) Azerbaycan'ın Turizm Potansiyeli ve Turizm Etkinliklerinin Değerlendirilmesi, Türkiyat araştırmaları dergisi

EKBER, Şahin, MİRZAEVA, Gülnar, (2017), Azerbaycan'da İç Turizmin Yerel Turistler Tarafından Değerlendirilmesi, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi C. S. 2(1),

KARAGÖZ, Kadir, (2008), Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı, Turizm Araştırmaları Dergisi C. S. 19(2), s. 149-156

AKGÖZ , Erkan, GÖRAL, Ramazan ve TENGİLİMOĞLU, Engin, (2016), Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Sürdürülebilir Destinasyonları Açısından Önemi, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi S. 55

YILDIZ, Zafer, (2011), Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerinde Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi C. S. 3(5), s. 54-71

### **Kitaplar**

KOZAK, Nazmi, (2012), Genel Turizm Bilgisi (Ed. KOZAK AKOĞLAN M.), Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 2472, Eskişehir

ERALP, Ziya, (1983), Genel Turizm, Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara

TİMUR, Alp (Edt), (2014), Türistik ürün politikası, Detay Yayıncılık, Ankara

SOLTANOVA, Hebibe, (2015), Azərbaycan Respublikasında Turizm ve Onun İnkişafı, Bakü

ABADOV, Mesim, (2014), Azərbaycan turizmi ve onun inkişaf problemleri, "Şərq-Qərb" Nəşriyyat Evi, Bakü

MEMMEDOV, E, (2013), Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması ve idarə olunmasının forma xüsusiyyətləri, "Gənclik" Nəşriyyatı, Bakü

MÜSEYİBOV, A, (1998), Azərbaycanın Fiziki Coğrafiyası, "Maarif" Nəşriyyatı, Bakü

BAHAR, Ozan ve KOZAK, Metin (2013), Turizm Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2908, Eskişehir

EMİR, Gökhan, (2015), Turizm Ekonomisi, Bartın Üniversitesi Yayınları No: 24, Bartın

YEGANLI, T ve HACIYEV, M (2006), Turizm, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi

KARACA, Nurullah, AYDOĞDU, Burak ve BOZKIRLI, Okan, (2016), Azərbaycan Cumhuriyeti Ülke Raporu, İlbey Matbaa, İstanbul

Azərbaycan Cumhuriyeti'nde Turizm Sektörünün Geliştirilmesine Yönelik Stratejik Yol Haritası (2016)

MEMMEDZADE, Mjkan, (2013), “Azerbaycanda turizmin potensial imkanları”, Azerbaycan Turizmi: Bu Gün ve Sabah, “Aypara 3”, Bakı

### **İnternet Kaynakları**

Web 1: <https://www.stat.gov.az/> (Erişim 28.03.2019)

Web 2: <http://bieap.gov.in/Pdf/TTTPaperIII.pdf> (Erişim 23.03.2019)

Web3:<https://www.researchgate.net/publication/322357650>(Erişim 12.02.2019)