

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İKTİSAT FAKÜLTESİ**  
**ULUSLARARASI İLİŞKİLER**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN AZERBAYCAN**  
**TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ**

**Hazırlayan**

**Feride ELİYEVA**

**1517.02003**

**Bakü-2019**

**AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT UNİVERSİTESİ**  
**TÜRK DÜNYASI İKTİSAT FAKÜLTESİ**  
**ULUSLARARASI İLİŞKİLER**

**LİSANS BİTİRME TEZİ**

**ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN AZERBAYCAN**  
**TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ**

**Hazırlayan**  
**Feride ELİYEVA**

**1517.02003**

**Danışman**  
**Doç. Afet SEYİDZADE**

**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** Beynəlxalq Münasibətlər (Uluslararası İlişkiler) ixtisası üzrə

**təhsil alan tələbəsi**

**Fəridə Əliyeva Taryel**

(adı, soyadı, atasının adı)

**Diplom işinin rəhbəri**

**Doç. Afət Seyidzadə Cumar**

(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

**1. İşin mövzusu** ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN AZERBAYCAN  
TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

**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**

1. Ateşoğlu, L. (2006). *Avrupa Birliğı Turizm Politikası ve Avrupa Birliğı ve Türkiye Turizm Sektörleri Üzerine Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Muğla.
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistik Komitəsi –www.stat.gov.az
3. Azərbaycanın daxili turizm potensialı” –www.anl.az
4. “Azərbaycanda turizm” –www.azerbijan.travel.
5. Azərbaycanın turizm potensialı –www.Azerbaijanis.com
6. www.azerbaijan.az
7. Baş, T. (2006). *Anket: Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir*.Ankara: Seçkin Yayıncılık.
8. Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*
9. Devlet Planlama Teşkilatı (1985) *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*Devlet Planlama Teşkilatı (2001) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*.

10. Doğan, E. (2009). *Tüketim Toplumunda Müzelerde Yaşanan Değişimlerin Devlet Müzeleri ve Özel Müzeler Bağlamında Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.

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

**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 (yerinə yetirilmə)	Qurtarma faizi müddəti	İşin yerinə yetirilməsi				
			<hr/> <table><tr><td>plan</td><td>faktiki</td></tr><tr><td>üzrə</td><td></td></tr></table>	plan	faktiki	üzrə	
plan	faktiki						
üzrə							

1. Bölüm (Ekim 2018 – Şubat 2018)
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** “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ **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**

## **GİRİŞ**

### **BİRİNCİ BÖLÜM.**

#### **TURİZM VE ULUSLARASI ETKİNLİKLER**

##### **1.1. TURİZM KAVRAMI**

##### **1.2. TURİZM VE TURİZME İLİŞKİN BAZI KAVRAMLAR**

##### **1.3. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ**

##### **1.4. TURİZMİN ETKİLERİ**

##### **1.4.1. Uluslararası Etkinlik Kavramı ve Çeşitleri**

##### **1.4.2. Etkinlik Çeşitleri**

##### **1.4.3. Spor Etkinlikleri**

##### **1.5. TİCARİ FUARLAR**

### **İKİNCİ BÖLÜM.**

#### **AZEBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİ VE BUGÜNÜ**

##### **2.1. AZERBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİNE KISA BAKIŞ**

##### **2.2. BAKIMSIZLIK DÖNEMİNDE AZERBAYCAN TURİZMİ**

##### **2.3. TURİZMİN GELİŞMESİNDE DEVLET SİYASETİ**

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.**

#### **AZEBAYCANDA ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME**

#### **ETKİSİ**

##### **3.1. AZERBAYCANDA GERÇEKLEŞEN ULUSLARARASI ETKİNLİKLER**

##### **3.2. ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME OLAN ETKİSİ**

### **SONUÇ**

### **KAYNAKÇA**

## ÖZET

**Dinamik olarak gelişen ve dünya ekonomisine entegre bir turizm sistemi kurmak, Azerbaycan'ın sosyal yaşamındaki en önemli konulardan biridir.**

**Günümüzde, ülke çapında turizmi daha da geliştirmek için yeni devlet programları geliştirilmekte ve projeler geliştirilmektedir. Yabancı yatırım şirketlerinin ülkeye yatırım yapmaları için uluslararası konferanslar düzenleniyor ve Azerbaycan turizm şirketlerinin temsilcileri uluslararası konferanslara katılmak üzere gönderiliyor.**

**Azerbaycan'da saygın etkinliklerin geliştirilmesine, turizmin gelişmesine ve kabul edilen devlet programına yapılan yatırımlar ülkeye daha fazla turist getirmektedir. Kilit önceliklerden biri, otel endüstrisinin teşvik edilmesidir, böylece turistler ülkeden geri dönebilir ve tekrar seyahat edebilir. Modern spor arenaları, sergi ve müzik kompleksleri, uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapmak için yapılan stadyumlar birçok turist ve yabancı turizm şirketinin dikkatini çekti.**

**Genel olarak ülkemizde spor ve kültür turizmi, turizmin yeni kazanımlarından biridir, ancak hızla gelişmektedir. Ekonomik açıdan hızla gelişen ülkemiz gelecekte daha prestijli spor ve müzik etkinliklerine ev sahipliği yapacak.**



## İÇİNDEKİLER

<b>Tutanak.....</b>	<b>ii</b>
<b>Özet.....</b>	<b>vi</b>
<b>İçindekiler.....</b>	<b>vii</b>
<b>Giriş.....</b>	<b>1</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM.</b>	
<b>TURİZM VE ULUSLARASI ETKİNLİKLER</b>	
1.1. TURİZM KAVRAMI.....	3
1.2. TURİZM VE TURİZME İLİŞKİN BAZI KAVRAMLAR.....	3
1.3. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	6
1.4. TURİZMİN ETKİLERİ.....	10
1.4.1. Uluslararası Etkinlik Kavramı ve Çeşitleri.....	17
1.4.2. Etkinlik Çeşitleri.....	19
1.4.3. Spor Etkinlikleri.....	26
1.5. TİCARİ FUARLAR.....	28
<b>İKİNCİ BÖLÜM.</b>	
<b>AZEBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİ VE BUGÜNÜ</b>	
2.1. AZERBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİNE KISA BAKIŞ.....	31
2.2. BAĞIMSIZLIK DÖNEMİNDE AZERBAYCAN TURİZMİ.....	32
2.3. TURİZMİN GELİŞMESİNDE DEVLET SİYASETİ.....	37
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.</b>	
<b>AZEBAYCANDA ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME</b>	
<b>ETKİSİ</b>	
3.1. AZERBAYCANDA GERÇEKLEŞEN ULUSLARARASI	
ETKİNLİKLER.....	43
3.2. ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME OLAN ETKİSİ.....	48
<b>SONUÇ.....</b>	<b>52</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>54</b>



## GİRİŞ

**Araştırmanın konusu** - Turizm, insan hayatının yükselişini ve ekonominin güçlü bir faktörü olarak ruhsal zenginleşmeyi, aynı zamanda etkili bir sosyal kurumu, halkın refahını ve kültürünü teşvik eder. Azerbaycan devleti, ekonominin petrol dışı sektörünün öncelikli bir yönü olarak ulusal turizm sektörünün gelişimini ilan etti. Son yıllarda turizmi teşvik etmek için yapılan çalışmalar, devlet programlarının benimsenmesi ve düzenleyici çerçevenin geliştirilmesi bir kez daha kanıtıyor. Turizm devlet ve bölgesel düzeyde uygulanan sosyal politikada stratejik bir konudur.

**Araştırmanın Amacı ve Amaçları** - Araştırmanın amacı, Azerbaycan'da turizmin sosyo-ekonomik faydalarını artırmanın yollarını araştırmak ve kalkınma potansiyelini analiz etmektir. Belirlenen hedefe ulaşmak için aşağıdaki görevler belirlenmiştir:

- Azerbaycan'da turizm gelişiminin mevcut durumunu araştırmak;
- Turizm alanındaki uluslararası ve yerel etkinliklerin incelenmesi;
- Turizmin ülke bölgelerinin ve genel ekonominin kalkınması üzerindeki etkisinin incelenmesi;
- Turizmi geliştirme ve iyileştirme yollarını araştırmak;

**Araştırmanın Konusu** - Araştırmanın konusu, Azerbaycan turizm sisteminin gelişme perspektifleri ve uluslararası olayların turizm gelişimine etkisi.

**Araştırmanın Amacı** - Araştırmanın amacı, Azerbaycan ekonomisinin sosyo-ekonomik kalkınması için öncelikli bir alan olarak turizm sektörünün seçimi, mevcut durumun analizi, sorunlar ve kalkınma perspektifleridir. Araştırmanın bilimsel yeniliği - Çalışma alanında Azerbaycan turizminin şu andaki durumu ayrıntılı olarak araştırılmış ve alanlarda ve bölgelerde gelişme potansiyeli açısından analiz edilmiştir.Devletin turizm politikası ve eğilimleri incelenmiştir.

**Araştırma bilgi tabanı** - Turizm gelişimi kavramı, yasaları, ülke ekonomisinin geleceği kavramı, turizm bakanlığı faaliyetlerinin mekanizmaları ve uluslararası turizm örgütlerinin temel ilkeleri, çeşitli yerel ve yabancı makaleler ve

Azerbaycan'da turizm sisteminin geliştirilmesine ilişkin literatür.Devlet İstatistik Komitesi, ülkenin ihracat, ithalat, yerel ve yabancı yatırımlarının istatistiki göstergelerinin ve turistlerin hesaplanmasında istatistiksel veriler kullanılmıştır.

Çalışmanın Yapısı - Tezin birinci bölümünde turizmin gelişmesine yönelik teorik ve metodolojik temel ele alınmıştır. Bu bölüm turizmin sosyo-ekonomik özü ve gelişimi, gelişim dinamikleri ve kilit faktörleri ve modern turizm gelişimi sorunları hakkında bilgi vermektedir.

Tez çalışmasının ikinci bölümünde, Azerbaycan bölgelerinde turizm gelişiminin rolü ve yeri, devletin bu alanda uyguladığı politikalar ve programlar ve bunların turizm sisteminin gelişimine etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, Azerbaycan'da turizmin sosyo-ekonomik etkinliğinin artırılmasının yolları, uluslararası olayların turizmin gelişimine etki mekanizmaları ve ülkenin turizm potansiyeli, kalkınma için beklentiler incelenmiştir.

Genel olarak, tez 2 soru, sonuç ve öneriler, kullanılan literatür ve tez çalışmasının yönlendirilmesi ile üç bölümden oluşmaktadır.

# **BİRİNCİ BÖLÜM**

## **TURİZM VE ULUSLARASI ETKİNLİKLER**

### **1.1. TURİZM KAVRAMI**

Günümüzde Türkiye gibi birçok ülke ekonomisini derinden etkileyen, küresel ekonominin önemli bir parçasını oluşturan, kültürlerarası etkileşimin ana öğelerinden birisi olan turizm ya da eski dönemler için seyahat eylemi, tarihsel süreç içerisinde sürekli yer almakla birlikte bu eylemin ardında yatan nedenler de insanlığın gelişimi ile birlikte evrimleşmiştir ve evrim süreci halen devam etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ana teması olan turizmin tarihsel gelişimine çalışmanın başında kısaca değinmek yerinde olacaktır.

### **1.2. TURİZM VE TURİZME İLİŞKİN BAZI KAVRAMLAR**

Turizmin ilk tanımı 1905 yılında Guyer-Fueler tarafından “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay” şeklinde yapılmıştır (Kozak vd., 2008: 1). Turizm terimleri sözlüğünde turizm, “asıl ikametgahı dışındaki başka bir yere eğlence, tatil, kültür, arkadaş veya akraba ziyareti, aktif spor, toplantı, görev, öğrenim, sağlık, transit geçiş vb. Amaçlarla seyahat etmenin doğurduğu olaylar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1999: 233). Turizmin bir faaliyet olarak günümüzde en çok kabul gören tanımlarından birisi 1963 tarihli Birleşmiş Milletler’in “24 saatten az olmamak, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak koşulu ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür.” şeklindeki tanımıdır (Tuyluoğlu, 2003: 4).

Uluslar arası standartlar oluşturmak için hazırlanan Birleşmiş Milletler

Dünya Turizm Örgütü'nün (BMDTÖ) Turizm İstatistikleri Tavsiye Kararları Temmuz 1991'de Ottawa'daki Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansı'nda sunulmuş ve Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu'nda Mart 1993'de kabul edilmiştir. Yayımlanan bu belgeye göre turizm, “kişilerin yaşadıkları yerin dışına, boş vakitlerini değerlendirmek ya da iş için veya başka nedenlerle yaptıkları ve bir yılı aşmayan seyahat eylemleridir.” Bu tanımın göze çarpan bir özelliği talep yanlı bir tanım olmasıdır. Turizm sıklıkla bir endüstri olarak anılmaktadır ancak endüstriler geleneksel olarak arz yanlı olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda turizm belirli bir mal ya da hizmetin arz edicisi şeklinde belirlenmemiştir. Turizm bir mal ya da hizmet şeklinde tanımlanmaktan çok bir mal ya da hizmet tüketimi olarak tanımlanmıştır. Örneğin bir kimsenin kendi kaldığı yörede bir şeyler içmesi için herhangi bir işlem yapması açık bir şekilde turizm kapsamında değilken, başka bir kimsenin tatil amacıyla ziyaret ettiği aynı yerde aynı içecek için ödeme yaparak işlemde bulunması turizm olarak değerlendirilmektedir. Bu yüzden turizm sektörünün ekonomik açıdan kuramsal içeriği herhangi bir ürünün bir kimse tarafından (turist) son tüketiminden oluşmaktadır. Buradan yola çıkarak turizmin tanımı, tüketilen üründen çok turizmi oluşturan eylemleri gerçekleştiren kişinin tanımının altında saklıdır (UNWTO, 1995: 1-2).

Yukarıda turizmin anahtar ögesi olarak turizm şeklinde değerlendirilebilecek bir eylemde bulunan kişi olarak belirlenmişti. Bu eylem ya da işlem bir şeyin satın alınması, ödeme yapılması veya trampa edilmesidir. Turizm işlemlerini oluşturan birçok işlemde doğal olarak turizme konu bir mal ya da hizmet için para ödenmektedir ve bu da turizm harcamasını doğurmaktadır. Bu modelde tüketici, ziyaretçi olarak tanımlanan kişidir. Tüketimin bir tarafında mal ya da hizmet varken diğer tarafında ziyaretçi olmak zorundadır. Bu anlayış yeniden satış (ithalat) için yapılan tüketimleri kapsamamaktadır. Model tüketici konumundaki ziyaretçinin kişiliğine

odaklanmıştır (UNWTO, 1995: 3).

Ziyaretçi tanımları ise aşağıda yer almaktadır:

Kişiler yaşadığı yerden farklı bir ülkeye (varış ülkesine) giriş yapan ancak, oraya göç etme veya iş bulma amacıyla gelmemiş olan, diplomatik veya askeri görevlerle orada bulunmayan, mülteci olmayan ve bir yıldan fazla süreyle orada kalmayacak olan kişiler ayrıca aşağıdaki nedenlerle varış ülkesinde bulunuyorlarsa “uluslar arası ziyaretçi” sayılacaklardır:

- Eğlence, tıbbi tedavi veya dini gelenekleri nedeniyle o ülkeye gitmiş olan,
- Ailevi nedenlerle, sportif olaylar, konferanslar ve bilimsel çalışmalar nedeniyle o ülkede bulunan,
- Başka bir ülkeye transit geçiş nedeniyle gemi ya da uçak seyahatinde olup da araçları o ülkede bir süreliğine duranlar,
- Ticari nedenle veya iş seyahati için bir yıldan az süreyle o ülkede kalan yabancılar,
- Bir makinenin kurulması için orada bulunan teknisyenler,
- Uluslar arası bir kurumda çalışan ve bir görev için bir yıldan az bir süreyle varış ülkesinde bulunanlar da bu kategoridedir.

Ayrıca yukarıda sayılan uluslararası ziyaretçiler, uluslararası turistler ve uluslararası gezginler (günübirlikçiler) olarak iki sınıfta tanımlanabilir. “Uluslararası turistler” varış ülkesinde bir gecedan daha fazla konaklayan ziyaretçilerken, “uluslararası gezginler” varış ülkesinde bir gecedan daha az konaklayan ziyaretçilerdir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü “ulusal (yerli) turisti” ülkesinde kaldığı yerden başka bir yere gidenlerden, bu yeri 24 saatten fazla ancak 1 yıldan az olmak kaydıyla eğlence, tatil, spor, iş, buluşma, toplantı, bilimsel çalışma, arkadaş ziyareti, sağlık, veya dini nedenlerle ziyaret edenler olarak tanımlamaktadır. Gittikleri yerde 24 saatten az kalanlar ise “ulusal (yerli) gezgin” olarak tanımlanan ziyaretçilerdir (Smith, 1989: 19-20).

Yerli turistin ya da iç turizmin belirlenmesinde tam bir fikir birliği yoktur. Ülke ya da şehir içindeki her seyahat iç turizm faaliyeti olarak mı sayılacaktır? Bu soruna değişik ülkeler farklı çözümler bulmuşlardır. Kanada’da bir faaliyetin turizm olarak değerlendirilebilmesi için kişinin 80 km uzağa seyahat etmesi esas alınırken, ABD’de 50-80 km arasında mesafe dikkate alınmaktadır (Kozak vd., 2008: 2). Türkiye’de 1996 tarihli Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nde ise turist, “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip yeniden ikametgahına dönen kimse” olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2008: 8-9).

### **1.3. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ**

Her bilim tarihinde olduğu gibi, turizm de kendi tarihine sahiptir. Turizmin tarihi eski zamanlardan başlar, ancak hangi yaştan beri bilinmemektedir. Turizmin ortaya çıkışı, insanların kabile formunda yaşadıkları ve ilk insan uygarlıklarının ortaya çıkışı ile ilgilidir. Binlerce yıldır insanlar büyük zorluklar altında hayatta kalmak için mücadele ettiler ve bu yolda birçok fedakarlık ettiler ve sonunda kendine özgün kültürlerini yarattılar. Taş Devri sırasında bizden miras kalan kayaların çizimleri ve antik dönemin arkeolojik bulguları bunun net kanıtıdır.

Seyahatler ve geçişler tarih boyunca insanları görmüştür. İnsan toplumu geliştikçe seyahat de değişti. Sürekli sıkıntıda olan insanlar, eski zamanlardan uzak mesafelerde hayatta kalmak için kısıtlanmışlardır. Bu insanların doğaya ve zor durumlarda bu tür yoğun ormanları, akarsuları, nehirleri ve denizleri bulup kurtulmalarına bağlı olmaları şaşırtıcıdır. Yolculuk sırasında insanlar sıkışık olmak için mağaralar aradılar, yaşam alanlarına yollar açtılar, hareketler yarattılar, hepsini geliştirdiler, tüm Gezegeni öğrendiler ve onlara uydular.

Turizm, çeşitli insan medeniyetlerinin yaratılmasında ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Beş bin yıl önce, dünyanın farklı bölgelerinde insan



uygarlığı ortaya çıktı - Çin, Hindistan, Orta Doğu ve Yunanistan. İnsanlar yurt dışına seyahat etmiş, ekonomik ilişkiler kurmuş ve fikir alışverişinde bulunmuştur. Bilim adamları ve ünlü gezginler, o dönemin gelişmiş fikirlerini tanıtıyorlar. Herodot, Strabon, Aristoteles, Pisagor, Demokritus, Platon ve diğer bilim adamlarının bilimsel değişimleri Avrupa medeniyetinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gezileriyle dünyayı anlamaya çalışan Herodot ve Strabon, tarih, coğrafya, etnografya ve antropoloji gibi birçok eser yazmıştır.

Turizm tarihini hangi amaçlarla öğreniyoruz? Herhangi bir bilimin tarihini incelemek, mevcut durumunu ve gelecekteki gelişimini anlamak için çok önemlidir. Geçmişin bilimsel kazanımlarını, turizm biliminin gelişme eğilimlerini hataları bilmeden tanımlamak, zor ve karmaşık sorunları araştırmak mümkün değildir.

Turizm bilimi, farklı bilimlerin sentezi sonucu oluşmuştur. Turizm coğrafyası, tarihçesi, ekonomisi, turizm hakkı konularla bütünleştirilmiştir ve bu bilimlerle yakından ilgilidir. Ayrıca, turizm yönetimi, pazarlama, bilgi teknolojisi, turizm organizasyonu, istatistik, turizm rotaları vb. ayrı konular olarak incelenmiştir. Tüm bu disiplinlerin aşamalı olarak incelenmesi, turizmin karmaşık sürecini netleştirir.

Turizm tarihini incelerken, iki kavramın anlamını açıklığa kavuşturmak önemlidir: turizm ve seyahat (turizm-seyahat-seyahat). Turizm - seyahat, yürüyüş ve eğlence. Bu iki terminoloji birbiriyle ilişkilidir ve birbirini tamamlar. Bu kelimelerin anlamı; rekreasyon, eğlence, spor, çevre, tarihi ve mimari anıtlar, gelenek ve halkların gelenekleri ile tanışmaktır. Bu kavramlar insanların evlerini terk eden, diğer şehir ve ülkelere giden ve bu yerlerdeki yeniliklerle tanışan unsurları içerir. Fakat bu kavramlar nasıl farklılık gösterir? Turizm özel bir seyahat yöntemidir.

Seyahat etmek daha eski bir kavramdır, seyahatten önce zaman ve mekan sınırlaması yoktur.Modern turistik geziler kısa ömürlüdür.

İlk gezginler hacılardı.Yolculukları sırasında asıl amacı, dini tapınaklarla tanışmak ve dinlerini tanıtmaktı.

Modern dönemin taşınması seyahate kısa bir ziyaret (seyahat) için izin verir. Eski zamanlardan seyahat etmenin nedenleri değişti.İnsan uygarlığı geliştikçe, bu değişkenlik daha net görülüyor.

İlk başta uluslararası turizm aristokratları ve burjuva temsilcilerinin eğlencesiydi.Çünkü, elbette, bu katman seyahat için yeterli paraya ve zamana sahip olacaktı.

Savaş ve kriz yüzünden zayıflamış olan ülkeler ve insanlar, uluslararası turizmin hayatta kalması için büyük umutlar verdi. Dünyadaki insanlar, yaraların ve krizlerin tek başına iyileştirilemeyeceğini fark etmeye başladılar.Halklar, dünyadaki insan toplumunu koruma çabalarını birleştirmelidir.Bu amaçla, Birleşmiş Milletler 1946'da kuruldu.Bu organizasyon milletler arasında barış ve işbirliğini ilan etti.Sanayi ve tarım büyümeye başladı.Toplum demokratikleştirildi, sömürge ülkeleri özgürleşti ve bağımsız devletler yarattı ve halk gelişmeye başladı.

Bütün bunlar uluslararası turizmin gelişmesinde olumlu etki yarattı.1950'de II.Dünya Savaşı öncesi uluslararası turist sayısı 25 milyona ulaştı. II. Dünya Savaşı'nın sona ermesi ve Faşist Almanya'nın yenilgisi, uluslararası turizm tarihinde yeni fırsatlar yarattı. 1950'ler uluslararası turizmin gelişimini artırdı. 1960 yılında yurtdışına seyahat eden turist sayısı 3 kat artarak 71 milyona ulaştı.

Her şeyden önce, uluslararası durumda gerginliğin istikrara kavuşturulması ve ortadan kaldırılması, soğuk savaşın bitmesi turizmin önünü açtı.Bu dönem, kapitalist ülkelerde üretimdeki artış ve genel ekonomik canlanma ile göze çarpıyordu.Savaştan sonra, üretim yapısı değişti ve emek verimliliği arttı.Teknik ilerlemenin kazanımları üretime uygulandı ve yeni

Üretici gcler kuruldu.İşçi sınıfının haklarına yönelik uzun mücadelesinin bir sonucu olarak, bir orta sınıf yüksek göründü.Maaşlardaki artış ve tatillerdeki artış turist sayısında keskin bir artışa yol açmıştır.Bireysel ve bekar varlıklı gezginler, orta sınıf, yüksek ücretli işçiler, entelektüeller ve zanaatkrlar olarak seyahat etmeye başladılar.

Turizm endüstrisinde oluşturulan şirketler, yeni teknolojiye dayalı kitle turizmi düzenlemekten büyük kazanç elde ediyorlar. Yeni ulaşım formları oluşturulmuş, yeni oteller inşa edilmiş, hizmet alanları modernize edilmiş ve genişletilmiştir.

Uluslararası turizmin rolü dış seyahatler ve ekonomik ilişkilerde çarpıcı bir şekilde arttığı için, BM 1963'te Roma'daki turizme yönelik konferansını ayırdı ve turist bağlarını genişletmek için özel önlemler aldı.BM, ülkelerin liderlerini vize sorunlarını basitleştirmeye çağırdı.

Birleşmiş Milletler Turizm Kararı, her vatandaşın diğer ülkelere seyahat etme hakkına sahip olduğunu belirtir. Bu hak kimseyle kısıtlanmamalı, kendisine uygulanabilecek koşullar yaratılmalıdır.

BM toplantılarında uluslararası turizmi geliştirme yollarını araştırıyor ve ekonomik açıdan gelişmiş ülkeleri savunmasız ülkelere yardım etmeye çağırıyor. Daha sonra Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda (1969) Dünya Turizm rgt'nün (DT) kurulmasına karar verdi. DT merkezi İşpanya'nın başkenti Madrid'dedir.

Bölgelerdeki DT komisyonları bölgelerdeki turizm eğilimlerini araştırmakta ve spesifik önlemler önermekte, bilgileri tüm bölgelere incelemekte, özetlemekte ve yaymaktadır.

Turizm, insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldi ve ekonomi, bilim ve kültürün gelişimini etkileyen bir gücü oldu.

Bu nedenle, turizm problemlerini incelemek sadece ekonomik-sosyal değil, aynı zamanda büyük politik öneme sahip.

İnsanlar neden seyahat ediyor?Yolculuk sırasında neler arıyorlar?Turist Hizmetlerini Etkileyen Faktörler nelerdir? Seyahat Eden Gezginlerin Rekreasyonları Var mı? Motive edici motifler sabit mi değil mi? Sonuç olarak ne değişir? Seyahat organizasyonunda bu tür birçok soru var. Bu, turizmin hayal ettiğimiz kadar basit ve kolay olmadığını kanıtlıyor.

#### **1.4. TURİZMİN ETKİLERİ**

Her zaman turizmin gelişmesinin ekonomik, politik ve sosyal faktörler üzerinde güçlü bir etkisi olmuştur.Kar amacı gütmeyen bir ekonomide kitle turizmi olduğu da anlaşılabilir.İşsizlerin uyandığı ülkede kitlesel istirahatten söz etmek zor ve emek ülkesi ön planda olur.

Ekonomik faktöre ek olarak, politik faktörün turizmin gelişmesinde de büyük etkisi vardır.Örneğin, ülkenin anayasası vatandaşlara dinlenme hakkı veriyor.Anca, bu hakkın uygulanması için koşullar yaratmaz. Dinlenebilmek için, insanların bir iş bulması, işten yorulması ve sonra ücretlerinin bir kısmını tatile harcaması gerekir. Dinlenmeyi düzenlemek için bir turizm altyapısı (sanayi) oluşturulmalıdır.Bu nedenle, turizmin gelişmesinin doğrudan ülkedeki turizm politikasına bağlı olduğu açıktır.Turizm politikasına, özellikle de yerli ve ulusal turizme dikkat etmek gerekiyor.Ülkede iyi yollar, oteller, restoranlar vb. Gibi bir turizm altyapısı varsa, yabancı turistler bu turizm destinasyonlarından yararlanabilir.Bu nedenle turizmin maddi ve teknolojik arzı ve çeşitli bölümlerinin oluşturulması turizm gelişiminin temel faktörleridir.Yani, ulaşım, trafik, turistlerin konaklama, yemek, eğlence vb. sorunları çözmek çok önemlidir.Bu, turizm altyapısının oluşturulmasıyla ilgili ve buna turist ürünü diyoruz.

Turizm büyük bir ekonomi alanıdır.Bu bakımdan gelişmiş ülkelerde turizmin gelişmesine ilgi duyuyorlar.Bu ülkelerde, turizm altyapısına birçok yatırım yapılmaktadır.Şu anda, turizm endüstrisi en dinamik hizmet alanlarından biridir.Dünya ekonomisinde, petrol üretiminden önce ilk sırayı aldı.Yeni bilgi

teknolojisinin turizmde tanıtımı, turizm gelişimine yeni bir ivme kazandırmaktadır.

Turizmin gelişmesinde önemli unsurlardan biri, personelin bu alanda eğitimidir. Turistik pazar çok değişkendir. Genellikle konjonktürü ve dinamiği değişir. Böyle geçici bir ortamda, yalnızca yetkin ve iyi eğitilmiş ve deneyimli kadrolar rekabetçi bir turist ürünü hazırlayabilir ve satabilir.

Ünlü turizm endüstrisinin gelişiminin bir analizi, politik, ekonomik ve sosyal zorlukların etkilerinin, yenilikçi bilgi teknolojilerinin kullanılmasının, gelişmekte olan ülkelerde turizmin gelişmesine yol açabileceğini göstermektedir. Hem ülke hem de dünya hızla gelişen turizmdir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre, 2020'de yabancı turist sayısı 1602 milyon olacak ve uluslararası turizmden elde edilen gelir yaklaşık 2000 milyar dolar olacak.

Turizm, barışın korunmasında en önemli faktörlerden biridir. Kültür, gelenek, halkların yaşam tarzına ilgi duyuyor ve karşılıklı anlayışa neden oluyor. Karşılıklı anlayışın bir sonucu olarak, bilim ve teknolojiyi geliştirir, ekonomiyle bütünleşir. Halkların bu alandaki ortak faaliyetleri genel ilerlemeye yol açmaktadır. Bununla birlikte, turizm politikasının ortak ilerleme, eşitlik ve zeminde istikrarın sağlanması için kökten değişmesi gerekmektedir.

İki tür turizm düzenlemesi vardır: eyalet düzenlemesi ve pazar düzenlemesi. Turizm faaliyetlerinin düzenlenmesi, öz düzenleme ile birlikte uygulanmalıdır. Turizm karmaşık ve çok boyutlu bir çiftliktir. Yukarıdan kontrol etmek mümkün değil. Turizm kendini geliştirme yeteneğine sahiptir. Turizmin gelişmesi aşağıdan başlamalıdır. Turizm ile uğraşan bir kişi kendi yararını anlamalı ve çok fazla inisiyatif göstermelidir. Azerbaycan'daki çoğu turizm işletmesi özelleştirildi ve şu anda serbest piyasa faaliyetlerine katılıyor. Turizm işinde olanlar turizm pazarında iyi bir ürün üretmekle ilgileniyorlar. Son zamanlarda, Absheron ve diğer bölgelerde binlerce güzel villa ve pansiyon inşa edildi ve turizm sezonu kiralandı. Bu işletmelerin gelirleri de turizm altyapısının

geliştirilmesine harcanmaktadır.Bütün bu girişimciler devlete vergi ödüyor.Devlet hiçbir manatın harcama yapmasını sağlamaz.Dolayısıyla, devlet çok fazla özel vergi mükellefine sahip olmaya çalışmalı ve işleyişleri için normal koşullar yaratmalıdır.

Devletin vergi, gümrük ve vizeleri turizm açısından sert olmamalıdır. Bu alandaki katı ve sert yasalar, iç turizm pazarında fiyat artışlarına, ürün çeşitliliğinin ve yatırımların azalmasına yol açacaktır. Örneğin, sınırı geçerken çok fazla devlet vergisi, döviz kısıtlaması, satın alınan mal ve hediyelik eşya üzerindeki kısıtlamalar ve vize almadaki zorluklar turizm gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu tesadüf değil. Avrupa ülkeleri bu sorunları basitleştirmiş ve Avrupa ülkelerinde vizesiz bir turizm rejimi oluşturmuştur.

Turizm özel bir seyahat yöntemidir.Kesin sınırlamaları, özellikleri ve tanımını vardır.Basit bir deyişle, turizm seyahatten gelişmiştir.Bu tür bir oynaklık yüzyıllar boyunca harcandı.Seyahat etmekten farklı olarak, turizm ekonominin ve politikanın etkisi altındadır ve sezgisel diyaliz karakterine sahiptir. Bir yandan turizm, özel, toplu seyahat şeklindedir, diğer yandan bu gezileri organize eden ve uygulayan bir faaliyettir.

Turizm ve seyahat arasındaki temel fark, bir turistin keyfidir.Seyahat etmekten farklı olarak turizm, ekonomi ve politikanın güçlü itici gücüdür.

Kuruluşuna göre, turizm geniş bir faaliyet yelpazesine sahiptir. Turizm türleri, farklı özelliklere göre gruplara ayrılmaktadır:

- Dönüm noktası - iç turizm ve dış, yani uluslararası turizm;
- süre - kısa süreli (1-2 gün, hafta sonları), uzun süreli (7 günden fazla);
- turist sayısına göre - bireysel turizm (1-3 kişi), grup (15 kişiden fazla);
- Turistlerin hareketlerine göre - yaya veya herhangi bir ulaşım aracı ile;
- ulaşım türüne göre - oto-turizm, demiryolu, havacı, gemi turisti, vs.

Amaç - rekreasyon ve tedavi, gezi turistleri, bilimsel, etnik, iş, macera turizmi, dini, eğlence, spor turizmi vb .;

- Yaşa göre - çocuklar, gençler, orta yaşlılar ve yaşlıların turizmi.

Her türlü turizmin ilerletilmesi, turistlerin arzusuna, turist bölgesinin özellikleri ve turist gezilerinin mevcudiyetine bağlıdır.Örneğin, dağcılıkla (spor turizmi) başa çıkabilmek için yüksek dağlar olmalı, deniz kıyısı dinlenmek için denizin kendisi gibi olmalı.

Planlanan turistler, tur operatöründen önceden belirlenmiş bir plan üzerinde düzenlenir.Rota seçilir, ulaşım yeri ve otel rezervasyonu, tarihi eserler ve turistik yerler önceden işaretlenir.

Turizm, ekonomik gelişme alanlarından biridir. Diğer alanların aksine, ekonominin gelişimi gibi turizm birçok avantaja sahiptir: turizme yapılan yatırım kısa sürede kendi verimini verir ve sermayenin hızlı bir kürlenme oranı vardır. Sonuç olarak, Fransız şirketleri turizme yatırılan her franchise'den 100 frank gelir elde edecekler. Ekonomik açıdan bakıldığında, turizmin çekiciliği, hizmet alanlarının sürekli genişlemesi, yatırım yapılan yatırımın yetersizliği ve mümkün olan para biriminin kazancıdır.

Turizm aynı zamanda sağlığını koruyan ve onu daha yüksek bir kültüre iten insan için bir hizmet alanıdır.Tabii ki, silah satabilir ve para kazanabilirsiniz.Ancak silahlar insanlara ölüm getiriyor, çatışmalar yaratıyor ve aralarında düşmanlık yaratıyor.Ekonomik gelişme ile birlikte turizm, insanlar arasında karşılıklı anlayış, güven ve barış yaratır.Turizm insanlık ruhuna sahiptir ve insanların kültürel mirasını korur.Turizm tarihi, anıtların restorasyonu ve korunması, yolların ve köylerin yatırıma zorlanması için büyük miktarda kaynak ayırmaktadır.

Öte yandan, eğer petrolün çıkarılması, işlenmesi ve kullanılması çevre tarafından olumsuz etkilenirse, turizm ürünü çevre dostu bir üründür ve temiz bir çevre gerektirir.

Uluslararası turizm, dünya ihracatının %7'sini oluşturmaktadır. Toplam ürün değerine göre, turizmde petrol ve otomobil üretimi ilerledi. 2018 yılında uluslararası turist sayısı 1.4 milyar kişiye ulaştı.DTÖ tahminlerine göre,

2020'deki uluslararası turist sayısının 1.4 milyon olması bekleniyordu ama bu beklenti kendini erken doğrulttu. Tahminlere göre, 2019 ve 2020 yılındaki büyümenin yüzde 4 ila 5 arasında olması bekleniyor.

Çoğu turizm servisi otomatiktir. Yeni teknoloji uygulanır. Bununla birlikte, turizm daha fazla işgücü gerektirir. Bir yabancı turist 9 kişiye kadar iş yerine ihtiyacı var. Turizm, ağır işsizlik sorununun çözümüne yardımcı olmaktadır. Dünya çapında yaklaşık 300 milyon iş uluslararası turizm alanında çalışmaktadır.

Turizmin cazibesi diğer alanlarda da belirgindir. Turistik bir işe az yatırımla başlayabilirsiniz. Turizm hizmetleri sürekli artmakta, turizm sektörü yüksek karlılıkla faaliyet göstermektedir ve turizm geliri turist sayısının iki katı kadar artmaktadır. Hizmet seviyesi arttıkça, hizmetlerden elde edilen gelir de artar.

Turistik mal ihracatı, diğer mal ihracatından farklıdır. Diğer malları ihraç ederken, ek nakliye masraflarına tabi olacak ve ihraç edilen malları alıcıya teslim edeceksiniz. Turistik ürünlerin ihracatı için alıcının kendisi gelir, turist kullanır, kendisi için çok fazla mal ekler, yeni izlenimler kazanır, dinlenir ve kendi para birimini harcar.

Şu anda, turizm dünya ekonomisinin dev bir ekonomik faktörü haline gelmiştir. Turistik hizmetlerin değeri, 1993 yılında toplam dünya ürününün %10,1'i idi. Günümüzde bu miktar sürekli artıyor.

Son zamanlarda, turizmin doğal afetler, ekonomik krizler, terör eylemleri vb. dahil olmak üzere çeşitli olumsuz faktörleri vardır. Bu şokların etkisiyle turizm, yarattığı etkilere adapte olmuş ve çevikliğini ve darbelere karşı sonsuz direncini göstermiştir. Ekonominin hiçbir sektörü bu krizlere dayanamadı. 1990 ve 2000 yılları arasında Basra Körfezi'ndeki savaşa, Balkan ihtilafına ve Asya'daki finansal krize rağmen, ortalama turist ziyareti sayısı yılda ortalama %4,3 arttı. Bu olağanüstü olgunun temel nedeni, insanların çevre hakkında bilgi edinmelerine olan ilgisidir. Kendini ve dünyayı turizm yoluyla



anlamak, insanların yaşamlarını daha iyi değiştirmelerini, yeni ulaştırma türleri yaratmalarını, yeni bilgi teknolojileri oluşturmalarını ve nihayet küreselleşme süreçlerini mümkün kılmıştır.

Turizm kalıplarının tüketim süreçleri turizmde ortaya çıkmaktadır ve günümüzde turizm çoğu insan için lüks değil, doğal yaşam alanı fizyolojisinin bir parçasıdır. Avrupa ülkelerinde, devlet düzeyinde "seyahat hakkı" oluşturulmakta ve uygulanmaktadır. Mesele şu ki, tüm vatandaşların seyahat etme hakkı var. Her devletin bu hakkı, gerçekleştirme için tüm koşulları yaratmalıdır.

Seyahat eden turistlerin %62'si seyahatlerini rahatlamak için organize ediyor, turistlerin %18'i iş, geri kalan turistler ise farklı turizm türlerinden geliyor. Turistlerin %43'ü uçak, %42'si otomobil, %7'si demiryolu ve %8'i deniz taşımacılığı kullanıyor.

DTÖ'e göre, 1995'te uluslararası turizmden 371,5 milyar dolar, 1998'de 450 milyar, 2000'de 476 milyar dolar alınmıştı.

Turizm ülke ekonomisini etkilediğinde, turizm ekonominin diğer sektörleriyle birlikte iyice gelişir, aksi takdirde ülke ekonomisinin bir hizmet ülkesi haline gelmesi olasıdır. Dolayısıyla turizm, diğer sosyo-ekonomik komplekslere paralel olarak aynı zamanda ekonomik olarak da verimlidir.

Uluslararası seyahatlerdeki hızlı artış, bunun 1950'lerin sonunda büyük olduğunu ve şimdi geniş çapta seyahat etmenin mümkün olduğunu gösteriyor.

Turizmin gelişimi, turistlere hizmet vermek için çeşitli insan kaynakları ve hizmetlerin kullanılmasına ve üretilmesine neden olan yeni insan kaynaklarını kendine çekiyor. Çalışan istihdam eden turizm endüstrisi, aşağıdaki işletmeleri içerir:

- Turistik konaklama tesisleri
- Turist parkurları
- Ulaştırma organizasyonları;

- Turistik eşya imalat işletmeleri;
- Turistik eşyalarını satan işletmeler;
- Turizmde reklam ve bilgi kuruluşları.

Turizm sektörü işletmelerinin yanı sıra, turistler başka işletmelere de hizmet vermektedir.İşletmeler turistler olmadan faaliyet gösteriyor ve yerel nüfusa hizmet ediyor.Turizm sezonu başladığında, faaliyetlerini aktive ediyorlar.Bu tür işletmelerin örnekleri arasında yerel taşımacılık, mağazalar, arabalar, apartman kiralama şirketleri, müzeler, tiyatrolar ve konser salonları, döviz büroları vb.

Turizmin gelişmesi, otellerin, havaalanlarının inşasını ve modernizasyonunu, yolların inşaatını, şehir ve köylerin yenilenmesini, tarihi ve mimari eserlerin restorasyonunu ve korunmasını gerektirir.Turizm aynı zamanda geleneksel olanlara ek olarak araba, gıda, tekstil, ayakkabı ve diğer sanayilerin gelişimini de etkiler.

Denizlerde, göllerde ve okyanuslarda turist merkezleri oluşturulması, tekne, katamaran ve , su motorlu tekne ve yelkenli tekne üretimini genişletti. Özellikle, farklı dağ turizmi türleri sayesinde Avusturya, ülkede 20 milyon turiste ulaşmıştır.Farklı bölgelerdeki farklı turizm türleri dolaşıma giriyor ve yeni cazip turist ürünleri üretiliyor. Bunların hepsi uluslararası turizm alışverişini harekete geçirir ve turizm gelişimini teşvik eder. Günümüzde turizmde 100'den fazla turizm türü kullanılmaktadır.

Dünyayı ziyaret eden turist sayısı 1970-1995'te 3,4 kat artmışsa, bu artış Asya ve Pasifik Okyanusu bölgesi için 15,7 kat olmuştur. Elbette, bu bölgedeki turizmin dinamik olarak gelişmesinin temel nedeni siyasi yağmacılardır. Bunlardan en önemlisi, sömürgeciliğin ortadan kaldırılması ve bu ülkelerin serbest piyasa ekonomisine mahkum edilmesi, serbest ekonomik bölgelerin oluşturulması. Ekonominin dinamik gelişimi, kişi başına düşen gelirin artmasına ve boş zamanların artmasına neden olmuştur. Bölgede esnek bir turizm modeli ve turizmde devirilmeyen yatırımlar var. 2018'de uluslararası turistlerin sayısı

1.4 milyar olduktan sonra Ortadoğu (+%10) ve Afrikanın (+%7) turizm potansiyellerinin arttığı gözlemlendi. 2019 için DTÖ yüzde 3 ila 4 arası bir artış bekliyor.

Turizmde bir diğer sorun ise turizm sezonunda ulaşım eksikliğidir. Buradaki sorun, turizm sezonunda, bazı taşımacılığın, mal ve gıda taşımacılığında kullanılmasıdır. Bu durumdan kurtulmak için, turizm sezonunda ulaşım sayısını mümkün olduğunca arttırmak gerekir.

#### **1.4.1. Uluslararası Etkinlik Kavramı ve Çeşitleri**

Etkinlik kavramı, “belirlenmiş bir zamanda ve yerde, belirli koşullar altında gerçekleşen dikkate değer bir olay” olarak tanımlanmaktadır (Getz, 2007:19). Bu tanım incelenecek olursa etkinliğin her şeyden önce başlayan ve biten bir olay olduğu söylenebilecektir. Shone ve Parry (2004:4) etkinliği “insanların günlük yaşantılarında sürdürdükleri normal faaliyetlerin dışındaki rutin olmayan olaylar” olarak tanımlamaktadırlar. Pira (2004:55) etkinliklerin “başlama ve bitiş noktaları, elde edilebilir özel sonuçları, yerine getirilmesi belirlenmiş faaliyetleri ve özel görevleri” olduğunu söyler. Tassiopoulus (2005:11) etkinliklerin geçici birer olay olarak tanımlanabileceğini ve her etkinliğin süresi, biçimlenişi, yönetimi ve insanların bir karışımından oluşan özgün olaylar olduğunu ifade etmektedir.

Pira’ya göre (2004:31) “bir etkinliğin hedefi, hayır amaçlı kaynak toplamak (para, malzeme, eşya ve diğer bağışlar), yeni hayırseverler bulmak, eski hayırseverlerle ilişkileri sürdürmek ya da kurum lehine bir ortam yaratıp ilgili amaçlara ulaşmak, halkı etkilemek ve etkinliğin görevini ve ihtiyaçlarını genel bir alana taşımak olabilir. Ancak hedeflere ulaşmayan bir etkinlik ister kar elde etmeye yönelik, ister hayır amaçlı olsun değersiz, önemsiz bir kaynak kaybıdır”.

Etkinlik yönetimi ve etkinlik turizmi dünyası, kültür, spor, politik ve iş dünyasına yönelik etkinliklerden, mega etkinliklere, EXPO'lara, festivallere, küçük çaplı özel etkinliklere, toplantılara ve yarışmalara kadar uzanan çok kapsamlı bir alana sahiptir. Etkinliklere ilişkin çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır.

Tassiopoulus (2005:10) etkinlikleri planlanan ve planlanmayan olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Planlanan etkinlikler de sıradan ve özel olmak üzere ikiye ayrılır. Özel etkinlikler; küçük ve büyük (minör ve majör) olmak üzere iki tiptir. Büyük (majör) etkinlikler ise özellikli (hallmark) etkinlikler ve mega etkinlikler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu sınıflandırma doğrultusunda söz konusu etkinlik tipleri üzerinde durmak gerekmektedir.

Planlanan ve planlanmayan etkinlik ayrımı, aslında çok basit bir temele dayanmaktadır. Planlanan etkinlikler, etkinlik yöneticisi ve takımı tarafından ayrıntıları tasarlanmış örneğin, konferans, basın toplantısı, tören, fuar gibi etkinliklerdir. Planlanmayan etkinlikler ise Getz (2007) tarafından da belirtildiği gibi beklenmedik bir biçimde ortaya çıkan ve genellikle insanların yarattığı (eylemler, sosyal aktivistler vb.) olaylardır. Aslında bu noktada sözü edilen, profesyonel bir etkinlik yönetimi durumu değildir. Sadece plana dahil edilmesi gereken risk faktörlerinin neredeyse etkinliğin kendisi kadar büyük bir olaya yol açması durumudur.

Profesyonel ve akademik anlamda etkinlik yönetimi planlanan etkinlikler üzerine kuruludur. Planlanan etkinlikler ise, sıradan, yani düzenli olarak devam eden etkinliklerdir. İlköğretim ve liselerde hafta başı ve hafta sonunda tören düzenlenmesi örnek olarak verilebilir. Özel etkinlikler ise etkinlik yönetimi literatürünün en yoğun olarak üzerinde durduğu alandır. Özel etkinlik, günlük hayat içindeki normal yaşantının dışındaki bir olay olarak tanımlanmaktadır (Goldblatt, 2005:6). Getz (1997:4) ise özel etkinlikleri iki şekilde tanımlar: a) Etkinliği düzenleyen birimin normal faaliyetlerinin dışında bir kereliğine veya nadiren düzenlenen etkinliklerdir, b) müşteri veya misafire göre, hayatının

günlük akışının dışında, boş zaman değerlendirme, kültürel ve sosyal deneyim fırsatıdır.

#### **1.4.2. Etkinlik Çeşitleri**

Etkinlikleri, özellikle yarattıkları turizm potansiyeli, büyüklükleri dikkate alınarak sınıflandırılmasının yanında içeriklerine göre de sınıflandırmak mümkündür. Getz tarafından önerilen etkinlik tipolojisi şu etkinlik türlerinden oluşmaktadır (1997:7):

- Kültürel Kutlamalar
- Festivaller
- Karnavallar
- Dini etkinlikler
- Geçit töreni
- Anma töreni
- Sanat
- Konserler
- Performans gösterileri
- Sergiler
- Ödül törenleri
- İş ve Ticaret
- Fuarlar, pazarlar, satış etkinlikleri
- Tüketici şovları ve ticari şovlar
- Ticari sergiler
- Toplantı ve konferanslar
- Tanıtım etkinlikleri
- Bağış toplama etkinlikleri
- Spor müsabakaları

- Profesyonel
- Amatör
- Eğitim ve Bilim
- Seminerler, çalıştaylar, klinik çalışmaları
- Kongreler o Yorumlayıcı etkinlikler (interpretive)
- Rekreasyon
- Eğlence için oyun ve spor
- Eğlence etkinlikleri
- Politik
- Açılış töreni
- Resmi atama töreni
- VIP ziyaretleri
- Miting
- Özel Etkinlikler
- Kişisel kutlamalar: Yıldönümleri, aile tatilleri, dini ayinler
- Sosyal etkinlikler: partiler, galalar, anma törenleri

Tezin bu bölümünde yukarıda sıralanan etkinlik türlerinden özellikle turizme konu olabilecek bazıları incelenmektedir. Yarattıkları turizm potansiyeli bakımından değerlendirilebilecek olan bu etkinlik türleri arasında festivaller, fuarlar, sergiler, şovlar, toplantılar ve diğer iş ve eğitim etkinlikleri, spor etkinlikleri ve sanat etkinlikleri sayılabilir. Aslında söz konusu etkinliklerin her biri kendi içinde uzmanlaşmaya gereksim olan ve kapsamlı alanlardır. Ancak bu tezin araştırmada incelediği örnek bir fuar olduğu için söz konusu etkinlikler kısaca açıklanacak ve fuarlara ilişkin daha ayrıntılı bir inceleme yapılacaktır.

#### Festivaller ve Sanat Etkinlikleri

Festival kelimesi, ‘kutlama zamanı’ anlamına gelen ‘feast’ kelimesinden türetilmiştir (Derrett, 2004:33). Getz (1997:8) festivali “kamusal ve temalı kutlama” olarak tanımlamaktadır. Festivaller, özellikle yerel kültüre ilişkin etkinliklerde otantiklik ve özgünlük, konukseverlik ve erişilebilirlik, katılımcılar

ve izleyiciler için temalandırma ve sembolik unsurların kullanımı gibi bir takım özelliklere sahiptir (Derrett, 2004:32). Picard ve Robinson tarafından belirtildiği gibi turistler festivallerle birkaç şekilde karşılaşmaktadırlar (2006:3):

- Bazen festivaller turizm bakımından başlıca güdüleyici olmakta ve turistlerin seyahat bütçesinin önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Bu tip durumlarda festivaller başlıca çekicilik olarak konumlandırılırken, diğer turizm unsurları ile ilişkili bir paket içerisinde sunulmaktadır.

- Bazı örneklerde destinasyonlar ev sahipliği yaptıkları etkinlik ile anılırlar.

- Bir diğer şekilde festivaller, destinasyonun toplam kültür vaadinin bir parçası olarak bunu desteklerler. Bu durumda turist, festival ile karşılaşabilir veya karşılaşamaz.

Festivaller destinasyon markalaşması bakımından önemli bir rol oynarlar. Sadece bazı festivallere ev sahipliği yaptığı için tanınan destinasyonlar vardır. Örneğin, Rio Karnavalı, Mardi Gras (New Orleans), Oktoberfest (Münih), Edinburg Festivalleri gibi. Aslında kimi zaman, söz konusu festivaller birer destinasyon olarak incelenebilecek kadar markalaşmışlardır. Ayrıca festivaller çekicilikler, imaj yapılandırıcı unsurlar, statik çekicilikleri eğlenceli hale getiren araçlar olarak ve daha ileri düzeyde gelişme için birer katalizör olarak destinasyon içinde önemli bir rol oynarlar (Getz, 1997). Festivallerin bir diğer katkısı, diğer etkinlik türleri gibi turizm sezonunu uzatabilmede, düşük sezonu canlandırabilmede veya tamamen kendine özgü yeni bir sezon yaratabilmede rol oynamalarıdır (Darrett, 2004).

Festivalleri turizm ve sosyal değişim bakımından ele alan Picard ve Robinson (2006) festivallerin toplumlar tarafından sosyal ve ticari değişim, zenginliğin ve otoritenin gösterimi gibi amaçlarla kullanılmasının çok uzun bir geleneğe dayalı olduğunu ifade etmektedirler. Sosyal ve kültürel hayatın göstergeleri olarak festivaller, giderek artan bir biçimde turist ve turizm sektörü

ile kurulan ilişkiler ağının da bir parçası olmaktadır (Picard ve Robinson, 2006:3).Diğer taraftan Getz (1997:8) kültürel unsurların sergilendiği festivallerin izleyiciler veya katılımcılar için bir ‘metin’ olarak tanımlanabileceğini söylemektedir. Çünkü festivaller içlerinde barındırdıkları kültürel kodlarla ev sahibi topluma, düzenleyen veya onun için düzenlenen gruba ilişkin çok önemli ipuçları vermektedirler.

Turizm potansiyeli yaratabilecek sanat etkinlikleri de kısmen festivaller içerisinde değerlendirilebilir. Getz sanat festivallerinin evrensel olduğunu, ancak sanat alanının türüne ve biçime göre farklılaşabileceğini söylemekte ve sanat festivallerini şu ana başlıklar çerçevesinde sınıflandırmaktadır (1997:11): Görsel (örn resim, heykel), performans (örn. müzik, dans, drama gibi sıklıkla izleyicilerin karşısında yapılan performans dayalı sanat alanları) ve katılımcı (izleyici ile sanatçı arasında bir ayrımın olmadığı etkinlikler). Ayrıca Getz sanat etkinliklerinin sınıflandırmasına ilişkin daha ayrıntılı bir kriterler dizisi de sunmaktadır (1997:11):

- Profesyonel veya amatör sanatçıların katıldığı
- Rekabetçi bir etkinlik veya festival
- Karma ya da tek tür (örn. sadece caz veya pek çok müzik türü)
- Ödemeli veya ücretsiz performanslar
- Düzenli olarak yapılan veya bir kereliğine düzenlenen
- Geçici veya kalıcı

Etkinlik turizmi ve destinasyon markalaşması literatüründe festivallere, yarattıkları turizm potansiyeli bakımından önemli bir yer verilmiştir.Bu çalışmalardan bazıları festivalleri birer ürün olarak değerlendirmekte ve bu bağlamda imaj ve marka unsurlarına odaklanmakta (örn. Huang, Li ve Cai, 2010; Prentice ve Andersen, 2003) iken, bazıları festival katılımcılarını etkileyen unsurlar (örn. Liang, Illum ve Cole, 2008; Grunwell, Ha ve Martin, 2008; Crompton ve McKay, 1997) üzerinde durmakta, kimileri ise tekrar eden



ziyareti (örn. Shani, Rivera ve Hara, 2009; Anwar ve Sohail, 2004) incelemektedir.

### Toplantılar

Toplantı, konferans, sempozyum, kongre, kurultay, forum gibi pek çok etkinlik türünden söz edilebilir.1972 yılında kurulan Uluslararası Toplantı Planlayıcıları Birliği, birlik, kurum, bilimsel ve teşvik edici toplantıları birbirinden ayırmaktadır (Getz, 1997:9).‘Toplantı’ terimi ise belli amaçlarla bir araya gelmiş bir grup insan için kullanılabilecek en kapsayıcı kavram olarak tanımlanmaktadır (Getz, 1997:9).

“Toplantı türlerine bakıldığında konferanslar, bir konuyu tartışmak ve konu hakkında sunum yapmak amacıyla düzenlenen etkinliklerdir.Ancak bu etkinliklerde etkileşim olanağı çok azdır.Diğer taraftan kongreler, pek çok farklı gruptan; birliklerden, politik gruplardan, dini gruplardan veya kulüplerden insanların bir araya geldiği geniş kapsamlı toplantılardır.Sempozyumlar veya forumlar ise, genellikle akademisyenlerin çalışmalarını sundukları bilimsel tartışma ortamlarıdır” (Getz, 1997:9). Krugman ve Wright çeşitli toplantı tiplerinin özelliklerini aşağıdaki başlıklar altında şu şekilde açıklamaktadırlar (2007:4):

- Amaç: Bir etkinlik, bilgilendirmek, organize etmek, tartışmak, motive etmek, eğitmek, iletişim kurmak veya bir karara varmak için yürütülüyor olabilir. Kongre, forum ve sempozyum arasında amaçları bakımından benzerlik bulunmaktadır.Bu etkinlikler, bilgilendirmeyi, iletişim kurmayı, öneriler geliştirmeyi ve belli konular üzerine tartışmayı amaçlar. Konferans bilgilendirmek ve karara varmak için işlevsel bir etkinlik iken, kurultay organize etmek, bilgilendirmek, motive etmek, iletişim kurmak, tartışmak ve oylamak için uygundur. Seminerin amacı ise bilgilendirmek ve eğitmektir.Bu farklılıklar, zaman tablolarını, toplantı odası düzenini, konuşmacı seçimini ve programa ilişkin diğer kararları etkilediği için önemlidir.

- Katılımcı sayısı: Konferanslar, forumlar ve seminerler genellikle birkaç düzine kişinin katıldığı etkinlikler iken kongre ve kurultaylar çok sayıda kişinin veya delegenin katıldığı toplantılardır. Bir sempozyum geniş veya göreceli olarak daha az bir katılımı gerçekleştirir. Her ne kadar bunlar öznel terimler ve rakamlar olsa da, yüz kişiden az katılımın olduğu bir toplantıya kongre olarak işaret edilemez.

- Sıklık: Kurultay her yıl düzenlenirken, kongreler yılda veya iki yılda bir ve hatta istendiğinde gerçekleştirilebilir. Sempozyum periyodik olarak gerçekleştirilirken, konferanslar, forumlar ve seminerlerde belli bir sıklık aranmaz. Bu tip etkinlikler ihtiyaç duyulduğunda veya istendiğinde gerçekleştirilir.

- Süre: Konferanslar genellikle bir gün veya daha fazla sürer. Seminerler bir ila altı gün arasında bir süreyi kapsarlar. Yere ve konu başlıklarının kapsamına bağlı olarak sempozyum ve kurultaylar üç veya dört günde sona ererlerken, kongreler üç ila beş gün arasında sürer.

- Organizasyonun Zaman Tablosu: Bir etkinliği organize etmek için gerekli sürenin ne kadar olduğuna dair üzerinde fikir birliğine varılmış bir sonuç yoktur. Ancak bir konferansın en azından birkaç hafta önceden, bir forum veya seminerin iki ila altı ay sürede, bir sempozyumun bir yıl içinde, kongre veya kurultayın da bir ila dört yıl arasında bir sürede organize edilmesi uygundur.

- Etkilik Öncesi İletişim: Forum ve konferansların toplantı öncesi iletişimi çok ayrıntılı bir bilgiyi içermez. Genellikle; yer, tarih, saat, konu başlıkları, konuşmacılar ve kayıt ile ilgili bilgiler yer alır. Kurultayların organizasyonunda bir web sitesi ve e-postalar ile sürekli iletişim gereklidir. Çünkü program detayları erken enformasyonun içerisinde yer almaz. Sempozyum, seminer ve kongre için iletişim çok detaylı olmalıdır, çünkü etkinliğin devamı kişilerin katılmaya karar vermesine bağlıdır.

- Program Dinamikleri: Etkinliklerde katılımcılar ile konuşmacılar arasındaki ilişki kaçınılmazdır. Seminer, sempozyum veya kongreye katılanlar,

konu ve konuşmacı ilgilerini çektiği için katılmaktadırlar. Bu tip etkinliklerde konuşmacılar birer otorite olarak görülmektedir. Bu nedenle bu etkinliklerde çoğu zaman kişiler etkinliğe katılmak için gönüllü olmakta ve bir katılım ücreti ödemektedir. Kurultay katılımcıları ise aksine katılım için çağrılırlar ve program içeriği, tarihler, yer veya süre ile ilgili herhangi bir yaptırım güçleri yoktur veya çok az vardır.

Pınar Tavmergen ve Günlü Aksakal (2004:35) toplantı türlerini amaç, konu, düzenlendiği yer (özelliklerine göre), katılımcı sayısı ve düzenlenme sıklığını dikkate alarak sınıflandırmaktadırlar. Bu unsurlara göre toplantılar aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Pınar Tavmergen ve Günlü Aksakal, 2004:35):

- Amaç: Politik, bilgi alışverişi, eğitim, ekonomi
- Konu: Bibliyografi, doküman, basın; din, etik; sosyal bilimler, hümanist çalışmalar; uluslararası ilişkiler; politika; hukuk, kamu idaresi; sosyal yaşam seviyesi; meslekler, işverenler; ekonomi, finans; ticaret, sanayi; tarım; ulaşım, seyahat; teknoloji; ilim; sağlık; eğitim, sanat, radyo, sinema; spor, eğlence
- Düzenlendikleri yer: Uluslararası toplantılar, ulusal toplantılar, bölgesel toplantılar
- Katılımcı Sayısı o 0-50 arası: Seminerler, kollojyumlar, çalışma grup toplantıları, tartışmalar, komisyon toplantıları, yuvarlak masa toplantıları o 50-300 arası: Genel kurullar, konferanslar, sempozyumlar, kollojyumlar o 300 ve yukarı: Kongreler, genel kurullar
- Düzenlenme Sıklığı: Olağan toplantılar, yıllık toplantılar, iki yıllık toplantılar, üç yıllık toplantılar, olağandışı (düzensiz) toplantılar

Gördüğü gibi toplantılara ilişkin çok çeşitli açılardan yapılmış farklı sınıflandırmalar vardır. Krugman ve Wright toplantı profili oluştururken aşağıdaki unsurların dikkate alınması gerektiğini söylemektedir (2007:22):

- Ne?: Hangi tip toplantı yapılacak?

- Neden?: Toplantının hedefleri nelerdir? Toplantıyı yürütmenin sebepleri ve beklenen sonuçlar nelerdir?

- Kim?: Katılımcılar kimlerdir? Bu kısım kimin katılacağına ilişkin kısa bilgiyi içermelidir.Örneğin satış personeli, dernek üyeleri, delegeler, temsilciler vb.

- Ne zaman?: Önerilen tarihler nelerdir? Ay, tarih aralığı, varsa bilinen özel tarihler vb.

- Nerede?: Destinasyon – yerel veya uluslararası, şehir oteli veya tatil köyü, konferans merkezi veya bir başka etkinlik alanı

Toplantı yönetimi ve toplantı turizmine ilişkin çok kapsamlı bir literatür bulunmaktadır. Özellikle MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions) olarak literatürde yer alan bu etkinlikler dizisi, kendi başına bir endüstri yaratmıştır. Ancak bu kapsamlı literatürün ve endüstrinin bu tezde ayrıntılı incelenmesi mümkün değildir.Kaldı ki daha önce de ifade edildiği gibi özellikle ticari fuarlar üzerinde ayrıntılı bir biçimde durulacaktır.

### **1.4.3. Spor Etkinlikleri**

Spor tarihsel olarak çok eski köklere sahip bir alandır.Etkinlikler bakımından da aynı oranda tarihsel birikime sahip olduğu söylenebilir. Lillehammer’da (Norveç) 1994 Kış Olimpiyatlarında tanıtım materyali olarak spor yapan insanlar ile ilgili 4000 yıllık taş oymaların kullanıldığı ve Mısır’da 2000 yıllık çizimlerin bulunduğu düşünüldüğünde sporun tarihselliğine ilişkin çok daha net bir tablo ortaya çıkmaktadır (Masterman, 2004:8). Olimpia’da başlayan ve esasen daha geniş bir festivalin parçası olan antik oyunlar, günümüze Olimpiyat Oyunları olarak yansımış ve 1896’da Atina’da başlayan modern Olimpiyat Oyunları, 2009’da Vancouver’da gerçekleşmiştir (Masterman, 2004:8-9). Günümüzün en önemli mega etkinliklerinden biri olan Olimpiyat Oyunları’ndan başka Formula 1, FİFA Dünya Kupası, Wimbledon Tenis Şampiyonası, Avrupa Rugby Kupası, Avrupa Yüzme Şampiyonası, Dünya

Atletizm Şampiyonası, UEFA Şampiyonlar Ligi, Universiade gibi çok sayıda büyük çaplı spor etkinliği düzenlenmektedir.

Mallen ve Adams (2008:2) spor etkinliklerini rekreasyonun ve turizmin itici gücü olarak tanımlamaktadırlar. Özellikle geleneksel spor etkinliklerine karşı niş etkinliklerin öne çıkışına vurgu yapan Mallen ve Adams (2008) spor etkinliklerinin de bu niş pazarlama sürecine uygun etkinlikler olduğunu vurgularlar. Getz spor etkinliklerinin sınıflandırılmasında temel alınabilecek kriterleri şu şekilde sıralamaktadır (1997:10):

- İç mekan ve dış mekan spor etkinlikleri
- Karada, suda veya havada yapılan spor etkinlikleri
- Düzenli olarak düzenlenenler veya bir kereliğine düzenlenenler
- Kamusal veya özel spor etkinlikleri
- Profesyonel veya amatör spor etkinlikleri
- Teklife göre düzenlenen veya bir ligin gereği olarak düzenlenen spor etkinlikleri

Masterman spor etkinliklerinin planlanma sürecinin şu unsurları içermesi gerektiğini ifade etmektedir (2004:49): Hedefler, konsept, fizibilite, girişim, uygulama planı, etkinliğin uygulanması, devir-teslim, değerlendirme, geri bildirim. Spor etkinliklerinin planlanması süreci elbette diğer etkinlik türlerine oranla farklılık göstermektedir. Hem gerekli altyapı ve fiziksel olanakların farklılığı, hem katılımcıların profili bu planlama sürecini farklılaştırmaktadır.

Spor etkinlikleri beraberinde önemli bir turizm potansiyelini getirmektedir. Turizm literatürünün son dönemde spor turizmi olarak adlandırdığı bu alan, etkinlik ve turizmin birleştiği bir başka bakış açısı olarak tanımlanabilir. Ritchie ve Adair'e göre (2004:8) spor turizmi, pasif olarak spor ile ilgili bir tatile çıkan turisti (spor etkinliği, spor müzeleri gibi) kapsadığı gibi aynı zamanda dalış, golf gibi turistin aktif bir biçimde katıldığı spor odaklı tatili de içermektedir. Ritchie (2004) büyük ölçekli (mega etkinlikler veya özellikli –

hallmark- etkinlikler) spor etkinliklerinin destinasyona ve yerel halka çeşitli olumsuz etkilerinin olduğunu, ancak küçük ölçekli spor etkinliklerinin turizm potansiyelinin üzerinde durulması gerektiğini ifade etmektedir. Diğer taraftan Barker (2004) spor etkinliklerine ilişkin turizm hareketi ve suç unsuru üzerine odaklanmaktadır. Spor etkinliklerinde turizm hareketine bağlı olarak ortaya çıkan suç durumunun nasıl en aza indirilebileceği, muhtemel kriz planlarının neden yapılması gerektiği ve bu durumun etkinliğe ev sahipliği yapan destinasyona ilişkin sonuçlarını öngörmek büyük önem taşımaktadır.

### **1.5. TİCARİ FUARLAR**

Ticari fuarlara ilişkin bir başlık esasında içinde sergileri, ticari şovları, tüketici şovlarını, ekspozisyonları içermektedir. Ancak birbiri ile iç içe olan bu farklı etkinlik türlerini, genel olarak ticari fuarlar başlığı altında incelemek ve bu doğrultuda kendi içinde sınıflandırmak bu tezin içeriğine daha uygun olacaktır.

Fuar kelimesinin etimolojik kökenleri incelendiğinde kelimenin Latince festivalşölen anlamına gelen ‘forea’ ve ‘missa’ kelimelerinden türetildiği görülecektir (Göksel ve Sohodol, 2005:17). Diğer taraftan Almanca fuar anlamına gelen ‘messe’ kelimesi ‘eğlence fuarı’ veya ‘pazar’ ile eşanlamlı, kelimenin Latincedeki karşılığı ‘missa’ çeşitli dillere farklı biçimlerde aktarılmış, Fransızcadaki karşılığı olarak kabul edilen ‘foire’ kelimesi İngilizceye ‘fair’ olarak geçerken, Latince ‘misse’ kelimesi Almancada ‘messe’ olarak benimsenmiştir (Rodekamp, 2005:7-8). Ancak bu noktada dikkat çekilmesi gereken nokta, fuar ile festivalin birbirlerinden farklı tipte etkinlikler olduğudur. Her ikisinin de tarihsel geçmişi çok eskilere dayanmakla birlikte fuarlar, kamusal kutlamalardan çok, iş ve ürün ile ilgili etkinliklerdir. Fuar kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında fuar “belli zamanlarda, belli yerlerde ticari mal sergilemek amacıyla açılan büyük sergi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2005:718).

Herbig, O’Hara ve Palumbo (1998:425) ticari fuarları en genel anlamda, “bir ana endüstrinin pazarlama etkinliği” olarak tanımlamaktadırlar. Göksel ve

Sohodol (2005:18) fuarı, “ticaretle ilgili ürün ya da hizmetlerin, teknolojik gelişmelerin, bilgi ve yeniliklerin tanıtımı, pazar bulunabilmesi ve satın alınabilmesi, teknik işbirliği, geleceğe yönelik ticari ilişki kurulması ve geliştirilmesi için, belirli bir takvime bağlı olarak, düzenli aralıklarla, genellikle de aynı yerlerde gerçekleştirilen bir tanıtım etkinliği” olarak tanımlamaktadırlar. Bozkurt (2004:341) ise fuarları, “ticaret mallarının tanıtılması ve pazarlanması amacıyla, belli bir zaman ve belli bir yerde kurulan satış merkezleri ya da büyük pazarlar” olarak tanımlamaktadır.

Fuarların M.Ö. 5. yüzyılda Pers Kralının açtığı sergi ile başlayan (Göksel ve Sohodol, 2005:21) çok eski bir tarihi vardır. Aslında fuarların ilk ortaya çıkışı panayırlar biçiminde olmuştur.“Panayırlar ilk kez Mezopotamya’da, ilk uyarlıklarla birlikte görülmüştür...Tüccarlar kentlere, büyük kalabalıkların toplandığı şenlik ve bayram günlerinde gitmekteydi.Mallarını takas etmek ya da satmak için değişik yörelerden satıcılar gelir, çadırlar kurarak ürünlerini sergilerlerdi” (Bozkurt, 2004:342).“Eski zamanlarda fuarlar, tatil zamanları bir kasaba veya bölgenin mal ve ürünlerini sergilemek için yapılmaktaydı.Bu dönemlerdeki en eski fuarların bahar ve yaz aylarında ya da hasat dönemlerinde gerçekleştirilen şenlikler şeklinde olduğu belirtilmektedir” (Göksel ve Sohodol, 2005:21).M.Ö. 5.yüzyıldan günümüze fuarlar özellikle ticaretin gelişmesine paralel olarak önemli değişimler geçirmiş, fuar kuralları ticaret hukukunun temelini (Göksel ve Sohodol, 2005:22) oluşturacak kadar gelişmiş ve modern dönem fuarları ticaret, pazarlama ve iletişim alanının en önemli araçlarından biri haline gelmiştir.

Shimp ticari fuarların işlevlerini şu şekilde sıralamaktadır (1993:484): a) Mevcut müşteriye hizmet vermek, b) muhtemel müşteri adaylarını belirlemek, c) yeni veya geliştirilmiş ürünleri pazara sokmak, d) rakipler ve yeni ürünler hakkında bilgi toplamak, e) ürün siparişi almak, f) kurum imajını güçlendirmek.

Herbig, O'Hara ve Palumbo ise ticari fuarların kullanım avantajlarını şu şekilde sıralamaktadırlar (1998:425-426):

- Nitelikli ve konuya ilgili çok sayıda insana mesaj iletilmesi
- Yeni ürünlerin çok sayıda insana tanıtılması
- Müşteri potansiyelinin ortaya çıkarılması
- Firma değerinin artırılması
- Kurumsal tanıtım için fırsat yaratılması

Fuarların çok çeşitli biçimleri vardır.Fuarlara ilişkin pek çok sınıflandırma yapılmıştır.Göksel ve Sohodol (2005:43) fuarları yatay (genel) fuarlar ve dikey (ihtisas) fuarlar olarak iki ana gruba ayırmaktadırlar.Dikey fuarlar kendi içinde; büyük ihtisas fuarları, küçük ihtisas fuarları olmak üzere iki kategoride incelenmektedir (Göksel ve Sohodol, 2005:46-47).Ayrıca Göksel ve Sohodol (2005:47-49) tarafından ele alınan diğer fuar türleri, endüstriye göre ihtisaslaşma, pazar bölümüne göre ihtisaslaşma, tüketici fuarları, entegre fuarlar ve solo fuarlardır.Diğer taraftan fuarlar bölgesel, ulusal ve uluslararası olmak üzere üç farklı biçimde de incelenebilmektedir (Göksel ve Sohodol, 2005:49-50).



## İKİNCİ BÖLÜM

### AZEBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİ VE BUGÜNÜ

#### 2.1. AZERBAYCAN TURİZMİNİN GEÇMİŞİNE KISA BAKIŞ

Turizm yaşam için birinci sınıf bir gereklilik değildir, yaşam standardına göre gelişir. Azerbaycan'da turizm gelişimi ekonominin gelişmesiyle doğrudan bağlantılı. Turizm ortamı, ekonomik gelişme ile birlikte şekillenir ve büyür.

Azerbaycan'ın zengin tarihi, zengin kültürel doğal kaynakları, ülkeye turist çekiyor. Doğal kaynakların zenginliği (maden suları, şifalı yağlar, tıbbi tuzlar, 9 iklim bölgesinde konaklama, vb.), Zengin ulusal mutfaklar, kültürel örnekler ve ülkedeki birçok turizm türü: spor, ticaret, gastronomik, plaj, tedavi, kültürel ve diğer.

Azerbaycan'a ilk seyahatler geleneksel olarak dini, politik ve politiktir. Büyük İpek Yolu, ülkenin tanınmasında önemli bir rol oynadı. Özellikle, Doğu ile Batı arasında önemli bir ticaret durağı vardı. Azerbaycan'ın Tebriz, Marağa, Erdebil, Gence, Nahcivan, Ordubad, Nuha (Şeki) şehirleri önemli uluslararası ticaret merkezleri olmuştur.

XIV yüzyılda Beyaz denizden Hindistan'a gönderilen mallar əvvəlcə Volqa çayı ile Azerbaycan'a oradan İran ve Hindistan'a yapıldı, bu nedenle Azerbaycan Batı-Doğu ticaretinde önemli bir yere sahip oldu. Bakü'de daha önceki dönemlere göre daha büyük kervansaraylar inşa edilmiştir. Bu kervansaraylar örnek olarak şunları gösterebiliriz: Multanı (XII -XIV), Buhara (XIV -XVI), Farsça, Lezgi ves Azerbaycan turizminin resmi başlangıç tarihi olarak 1908 yılı kabul edilir. Bunun nedeni, Bakü'deki 1908'de Kırım-Kafkasya Dağ Kulübü'nün şubesinin açılmasıdır.

1922'den bu yana geziler yerel turizmin gelişmesini teşvik etmeye başladı. Gezici derneklerin asıl amacı fabrika çalışanlarına, Bakü'nün fabrikalarına ve petrol sahalarına diğer çalışma alanlarını tanıtmaktı. Bu amaçla yaz aylarında

Mardakan, Shuvalan, Buzovna, Türkan, Zykh, Artyom ve Şikh'e yapılan geziler gezilerdi. O zaman, Sendika bu gezilerle meşguldü.

1929'da Bakü'de "Proleter Turizm Derneği" nin SSCB'nin ana turizm hareketleri içindeki bölümleri kurulmaya başlandı. Bu hareketin temel amacı turizmi kitlesel bir harekete dönüştürmek, işçilerin farklı katmanlarını, özellikle daha az şanslı olanları karşılamak ve turizmi yaşam standartlarını yükseltmek için kullanmaktı.

"Proleter Turizm ve Gezi Topluluğu", 1935'ten beri Azerbaycan SSR'inde faaliyet göstermektedir. Turizm gezisinin kalitesini artırmak amacıyla Kirovobad'da (Ganja) bir PTEC veritabanı oluşturulmuştur.

Azerbaycan Turistik Gezi Departmanı'nın adı 1962'de, Azerbaycan Turizm Konseyi'nin 1969 yılında yeniden adlandırılmış ve Azerbaycan Turizm Turları Konseyi'nin adı değiştirilmiştir.

Bağımsızlık öncesi dönemde en unutulmaz turizm yılı 1983'tür. Bu yıl yaklaşık 50.000 turist Azerbaycan SSR'sini ve SSCB'nin farklı bölgelerinden yaklaşık 250.000 ziyaret etti. Aynı zamanda, ülkedeki otel komplekslerinin sayısı arttırılmış ve mevcut otellerde onarımlar yapılmıştır.

Ancak 1988'den bu yana Dağlık Karabağ bölgesindeki ve çevresindeki olaylar yerli ve yabancı turistlerin ülkeye girişini azaltmıştır. Birçok ilçe ve ilde turizm faaliyetleri dondurulmuştur. Ermenilerin işgalinin bir sonucu olarak, mülteciler turist üslerine yerleştirildi. 1990 yılında yerli ve yabancı turist mitingleri askıya alındı. Bu olaylar ülkenin ekonomik ve sosyal alanlarını sert şekilde etkiledi. Özellikle turizm alanında bir durma noktasına geldi.

## **2.2. BAĞIMSIZLIK DÖNEMİNDE AZERBAYCAN TURİZMİ**

Bağımsızlık kazandıktan sonra turizm sektörü yeniden odaklandı. 1991 yılında Turizm Konseyi Bakanlar Kurulu altında kurulmuştur. Bakü, Gence ve Nahçıvan gibi ülkenin bir çok bölgesinde modern gereklilikleri karşılayan oteller ve oteller oluşturuldu. Naftalan, Julfa, Masalli, Guba, Gabala, Ganja,

Lankaran, Nahçıvan ve diğer şehirlerdeki tatil köyleri, mevsimlik ve daimi turistler için kurulmuştur.

2004'ten 2013'e kadar ülkeye gelen vatandaş sayısının ve uçak sayısı ile yabancıların Azerbaycan'a sattığı boşlukların sayısı arasındaki eğilim analizinin iki veri arasında 0,85 olduğunu görüyoruz. Azerbaycan'a seyahat eden yabancı vatandaşların çoğunun hava taşımacılığını seçtiği ve satılan biletlerin çoğunun hava sahasında olduğu sonucuna varabiliriz. Ayrıca programa göre, bu dönemde Azerbaycan'a gelen turist sayısında bir artış olduğunu söylüyoruz.

Turizm Bakanlığına göre, 2014 yılında ülkeye gelen turist sayısı 2,3 milyona ulaştı. Tahminlere göre, ülkenin 2014 yılında turizm geliri 950.650 milyon dolar olarak tahmin edildi. Vize işlemlerinin basitleştirilmesi ve turistler için yeni yer açılması bu konuda en önemli etkenlerdi.

Bu yıl Avrupa Oyunlarına yaklaşık 6.000 sporcunun ve 3000 personelin katılması bekleniyor.

Azerbaycan'da 530 otelden 35.000 turist var. Bu yıl ülkeye yaklaşık 5 milyon turistin gelmesi bekleniyor. Ülkeye gelen bir turistin asgari maliyeti 700 dolar.

2014 yılında gelirler 2013 yılına göre% 5,7 arttı. İstatistik Komitesine göre, bu 181 milyon manat. Bu miktarın% 64,7'si oda sayısına ve% 23,8'i yiyecek ve içecek hizmetlerine dahil edildi. Otel oda sayısı geçen yıla göre% 4.9 artarak 17.363'e ulaştı. Otellerin% 5'i devlete,% 95'i özel sektöre düşüyor. 2014'te turistlerin çoğu Bulgaristan, Estonya, Finlandiya, Çek Cumhuriyeti, Japonya, Belçika, Polonya, Türkiye, Moldova, Çin, Almanya ve Romanya'dan geldi.

Turizmin gelişmesi hem ekonomik hem de sosyal açıdan ülke üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ekonomik açıdan olumlu etki, karlı bir alan olması ve ülkeye ek gelir getirilmesinde önemli bir rol oynaması. Sosyal açıdan, yeni işlerin yaratılmasını teşvik eder, işsizliği azaltır, yeni organizasyonların ortaya

çıkmasına neden olur, girişimcilik gelişimini destekler ve turizm bölgelerinde hane halkının ihtiyaçlarını karşılayan bir hizmet sektörü yaratır.

Turizmin ekonomideki rolü, ekonomi politikasındaki özgül ağırlığı ve ülkenin uluslararası ilişkileri ile belirlenir. Azerbaycan turizminin ekonomik potansiyeli en başta olmasına rağmen, gelişimi hala düşük. Turizmin kalkınmadaki rolü, üretim ve tüketim yönünde gelişmektedir. Turizm gelirleri, devlet gelirlerinin, gelirlerin ve girişimcilik gelirlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu nedenle ülkedeki turizm ekonomik ve sosyal potansiyelinin gelişmesini ve yönetimini etkilemektedir.

Ülkede turizmi geliştirmek ve ekonomideki payını artırmak için devlet tarafından çeşitli politika ve programlar uygulanmaktadır. Son yıllarda turizmin hızlı büyümesinin temel nedenleri bu alana yapılan yatırımlardır.

Turizm gelişimi, ekonomik kalkınma, yatırım çekiciliği ve bölgesel kalkınmada kilit bir rol oynar. Eğitim, sağlık tesisleri inşa edilir, yollar yapılır, pazarlar geliştirilir, turizmin gelişmesi alanlarında yeni hizmet alanları yaratılır. Sonuç olarak, dolaşımda yer alan para miktarı artar, bankacılık sisteminin gelişimi sağlanır. Tüm bu gelişmeler aynı zamanda nitelikli kadroları da teşvik ediyor.

Turizmin ekonomideki yeri ve ana gelişme yönü, ülkenin kaynak potansiyeline, örgütün örgütsel yapısına bağlıdır.

Ekonomik literatürde turizm sistemini etkileyen faktörler şu şekilde gruplandırılmıştır:

- Arazi faktörü
- Ekolojik çevre
- İstihdamın organizasyonu, ücretler
- Turizmden ticari kar
- Entegrasyon ihtiyaçları
- Ekonominin diğer sektörleriyle durum
- Ülkenin güvenlik faktörleri

Turizmin gelişmesi yalnızca doğal coğrafi şartlarla değil, aynı zamanda diğer ekonomik kalkınmayı ve ekonomik etkinliği elde etmek için alınan önlemlerle de belirlenir. Turizmin gelişimi, ekonomik güvenlik ve demografik kompozisyon düzeyi ile belirlenir. Turizmin gelişmesi yönünde yabancı turistler için üst düzey hizmet organizasyonu ve yönetimi ile nüfusun yurtiçi ve yurtdışı turizmden gelişmesi sağlanması öngörülmektedir.

Turizmde geri dönüşün hızlı bir şekilde toparlanması, yüksek karlılık, hızlı büyüme ve yüksek hizmet kabiliyeti nedeniyle dünyada sermaye akışını belirleyen sektörlerden biri olarak oldukça rekabetçidir.

Turizmin gelişme düzeyi ve bölünmesi ülkedeki gelişme düzeyine bağlıdır ve bu alan kendi kendini finanse eden ve gelir getiren bir alandır. Azerbaycan'da turizm büyümesi, bölgelerdeki sosyo-ekonomik kalkınmaya destek olarak görülmekte ve devlet kalkınma programlarına yansıtılmaktadır.

Devlet turizminin geliştirilmesi ve denetlenmesi Gençlik ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla yapılır. Proje finansmanı, varlık yaratma ve uygulama stratejilerinin hazırlanmasını ve uygulanmasını destekler ve stratejik bir plan düzenleme politikası uygular.

Öncelikle, Azerbaycan'da turizmin gelişmesi, ticari kar elde etmek, ülkeye döviz ve döviz kazandırmak için yerel halkın ihtiyaçlarına dayanmaktadır.

Azerbaycan'da turizmin gelişmesi, sosyo-ekonomik alanların gelişmesinin ana yönlerine göre planlanmaktadır. Bu özelliklerden bazılarını gözden geçirelim:

- Ülkeye turizmin gelişmesinde getirilen finansal kaynakların değerlendirilmesi, para arzı ve pazardaki ağırlığı ile ölçülür. Çünkü ülkeye gelen toplam yabancı finansal kaynak miktarı turizmden elde edilen geliri arttırmaktadır.

- Turizm sektöründe girişimciliğin gelişimi, ek sermaye akışının yeni

işlere katılması ve bölgelerin ana hedeflerden biri olarak seçilmesi

turizmin gelişiminde belirlenen hedeflerden biridir.

- Bu sektörü etkileyen turizm ve hizmet sektörünün gelişimi, altyapı gelişimi, turizmde yerel uzmanların artması, eğitim seviyesinin artması ana hedeflerden biridir.

- Turizmin gelişmesi, ülkenin bankacılık sisteminin, nakitsiz ödemelerin, sigorta sisteminin (özellikle yabancı vatandaşların), transit halindeki uluslararası standartlara yükselmesine neden olabilir.

- Nahçıvan, Guba, Abşeron, Zagatala, Lankaran da dahil olmak üzere ülkenin çeşitli bölgelerinde turizmin gelişmesi, bölgelerin kalkınmasını, nüfusun sosyal refahının artmasını, altyapının genişlemesini, hizmet pazarının gelişmesini desteklemektedir.

- Turizmin gelişimi, eğitim, sağlık hizmetleri ve diğer birçok hizmetin gelişimini teşvik eder.

Bu talimatlar turizm projelerinin uygulanması, devlet politikası ve kalkınma programlarının uygulanması için alanları tanımlar.

Turizmin gelişmesi araştırma ve doğru tahminlerle mümkün olmaktadır.

Ülke ekonomisinin hızlı gelişimi, yabancıların ülkeye olan ilgisini arttırdı ve ülkeye farklı amaçlar için gelen insanların sayısı her geçen yıl artmaktadır. Bütün bunlar turizmin genişlemesine katkıda bulundu. Ülkeye olan ilginin artması sonucu 2011 yılında ülkede "Turizm Yılı" ilan edildi. Turizm alanında büyük imkânlarla sahip olan Azerbaycan, zengin manzaralar, doğal anıtlar, zengin kültürel-tarihi miras sağlayarak ülkeye gelen turist sayısını artırabilir.

Tabii ki, turist komplekslerinin sayısının artırılması, hizmetlerin iyileştirilmesi ve uluslararası etkinliklerin uygulanması, ülkenin uluslararası alanda tanınmasına izin vermenin yanı sıra turistlerin ülkeye akışını da artıracaktır. Bakü'ye ek olarak, turizm komplekslerinin, otellerin, eğlence merkezlerinin inşası ve restorasyonu hem yerli hem de yabancı konuklar için

muazzam fırsatlar yarattı.Son 10 yılda, bölgelerde 14 otel ve 35 "5 yıldızlı otel" faaliyete geçti.Turizmin hızla gelişmesi, ülkenin birçok yabancı otel zincirine gelmesini sağlamıştır. Dünyaca ünlü markaları da var. Bunlar arasında Four Seasons Hotel Bakü, Hyatt Regency, JW Marriott Absheron Bakü Otel, Jumeirah Bilgah Beach Otel, Grand Otel Avrupa, Hilton Bakü, Kempinski Hotel Badamdar ve diğerleri sayılabilir. gösterilebilir.

Mevcut durumdaki otel, ulaşım, sanatoryum, tatil köyü ve ortak kullanım alanları (gaz, su, ışık), haberleşme sistemleri, ülkedeki turizmin turizm gelişimi üzerinde doğrudan etkisi var.

Kişi başına düşen otel sayısını hesaplarken son yıllarda bir artış olduğunu görüyoruz.Otel ekonomisinin gelişimi, otel komplekslerinin uluslararası standartlara uygun olarak inşa edilmesi, hizmet türlerinin genişlemesi ve coğrafi ve iklim koşulları turist akışını sağlar.

Ancak, bazı bölgelerde turizmin gelişmesinde engeller var. Özellikle dağlık bölgelerde sıcak su, gaz ve ışık gibi otellerin sorunları gündemde.Toplumsal ihtiyaçların karşılanmasındaki bu sorunlar, çiftlik performansını olumsuz yönde etkileyen ek maliyetler yaratırken, nesnenin sahibinin maliyetini karşılamak ve müşteri sayısını azaltmak için fiyatları yükseltmesi gerekir.

### **2.3. TURİZMİN GELİŞMESİNDE DEVLET SİYASETİ**

Turizmin gelişmesi, ülkenin dış politikasına, devletlerarası ilişkilere, iç politik ve ekonomik duruma bağlıdır. Her şeyden önce turizm, iç politik ve ekonomik durumu gösterir.

Her ülkenin turizm politikasını geliştirirken, uluslararası turizm seviyesi o ülkenin gelişmişlik düzeyiyle karşılaştırılabilir ve gelişmişliğin seviyesi ülkenin talep düzeyine göre belirlenir.Bu nedenle, uluslararası pazarın bölgesel pazarlarındaki ulusal pazarların genel eğilimlerini, talep oluşturma sürecini,

pazarın etkinliğini ve pazar ilişkilerini incelemek ve uygun adımları atmak önemlidir. Bunun ilk adımı devlet tarafından alınan önlemlerdir. Turizm politikası, devletin dış ekonomik politikasının unsuru, uluslararası turizmin niyetinin özü olarak algılanmaktadır.

Hükümetin turizmi geliştirmek için önlemler almadan önce ülke ve bölgelerin turizm düzeyini ve potansiyelini incelemek için önemlidir. Ülkenin turizm gelişim göstergeleri:

- Turist akış hacmi;
- Günlük ortalama turizm harcaması hacmi;
- Malzeme ve teknik bazın durumu ve gelişimi;
- Turizm şirketlerinin finansal ve ekonomik faaliyet göstergeleri;
- Uluslararası turizm gelişimi göstergeleri.

Turizm politikası hazırlarken ilgili hususlar göz önünde bulundurulmalıdır:

- Yabancı turizm birbirine bağlı;
- Ülkenin turizm politikası dış ekonomik faaliyetinin bir parçasıdır;
- Turizm politikasında ilk adım olarak, ülke somut adımlar atmalı;
- Turizm politikasının etkinliği, ülkeler arasındaki ilişkilere bağlıdır.

Turizm politikası, devletin ülkenin ekonomik ve sosyal alanlarındaki rolünü ve yönetmesi için alınan bir dizi önlemdir. Bunu göz önüne alarak, aşağıdaki turizm politikasının mekanizmalarını listeleyebiliriz:

- Farklı turizm türleri için programların geliştirilmesi ve uygulanması;
- Turizmin gelişimi;
- Olayların sonucunu organize etmek;
- Turizm faaliyetlerinin devlet düzenlemesi.

Devletin turizm politikasının amacı, turizm potansiyelini güçlendirmek, teknik temeli güçlendirmek, ulusal turizm ürününe uluslararası rekabeti getirmek, yerli yatırımı çekmek, gümrük ve tarife politikasını geliştirmek, ve sistemi iyileştirmektir.



Milli Majlis'in Kültürel İşler, Kültür ve Turizm Komitesi'nin, bu amaç ve hedeflerin uygulanması için komiteleri bulunmaktadır.

Turizm programlarını uygularken, aşağıdaki hedefler belirlenmiştir:

- Uluslararası standartlara uygun ulusal turizm pazarının oluşturulması;
- Turistik faaliyetlerin normatif yasal tabanının iyileştirilmesi;
- Turizmin sosyal yönlerini teşvik etmek;
- Turizm alanındaki ilişkilerin geliştirilmesi;
- İşadamlarının katılımı, küçük işletmelerin devlet desteği;
- Bölgelerde turizmin restorasyonu ve standartlarının uygun seviyeye getirilmesi;
- Azerbaycan'ın uluslararası turizm pazarına entegrasyonu, uluslararası turizm ilişkilerinin güçlendirilmesi ve geliştirilmesi;
- Sürdürülebilir turizm gelişimi teorisinin geliştirilmesi;
- Modern turizm teknolojilerinin tanıtılması;
- Turizmin maddi tabanının geliştirilmesi için fonların çekmesi, yabancı yatırımlar;
- Turizm sistemindeki bilgi sisteminin güncellenmesi, pazarlama faaliyetlerinin güçlendirilmesi vb.

Turizm programlarının amacı, sebze aşaması ile ilgili olarak aşağıdakileri bir araya getirmektir:

- Normatif yasal dayanak
- Turizmin gelişmesi ve tanıtılması;
- Turizmin maddi ve teknik temelini geliştirilmesine destek;
- Reklamın geliştirilmesi, yerel turizm ürünlerinin dış pazarlarda tanıtımı;
- Yerel personele turizm sağlanması.

Son yıllarda, ülkemizin turizm potansiyelinin uluslararasılaşması, ülkeleri ziyaret eden turist sayısını artırmak, turizm türleri geliştirmek, girişimcilerin

turizmdeki durumunu iyileştirmek ve altyapı oluşturmak için çalışıyoruz. Ülkemizde illeri tanımak ve turist çekmek için illerde bölgesel ve uluslararası etkinlikler düzenlenmektedir.

Devletin turizm politikası, devletin turizm faaliyetlerinin bu kazanımlara ulaşmasında, sosyo-ekonomik kompleksin korunmasında ve geliştirilmesinde form, yöntem ve yönlerin bir birleşimidir. Azerbaycan'da turizm politikasının ana yönleri:

- Seyahat haklarının korunması
- Doğrudan turizm alanında yer alan yerel girişimcilerin çıkarlarını korumak
- İç turizme destek (turizm altyapısına doğrudan yatırım, uluslararası turizmi teşvik etmek için adımlar atmak, yatırım akışını teşvik etmek, vergi ve gümrük ayrıcalıkları)

Azerbaycan turizm sistemini küresel turizm sistemine entegre etmek için ilk adımlar atılmalıdır. Bu yönde atılan adımlardan biri 2001 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Kararı ile Adalet ve Turizm Bakanlığı'ydı.

Daha sonra "2008-2016 için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizmi Geliştirme Devlet Programı" hazırlandı. Bu programın amacı, ABD Ticaret ve Sanayi Bakanlığı tarafından geliştirilen Hazar Grubu Consalting profesyonel ekibi tarafından Uzun Vadeli Turizmi Geliştirmek İçin Master Plan'ın açıkladığı ihalenin Turizm ve Kültür Bakanlığı'nı sağlamak, ağaç yetiştiriciliği, yatakların iyileştirilmesi, diğer turizm türlerinin çalışanları tarafından geliştirilmesi. Programa ek olarak, Bakanlık, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Kararı uyarınca "Turizm ve Yeniden Yerleşim Bölgeleri Örnek Statüsü" geliştirmiştir. Bu Yönetmeliğe uygun olarak, Bakanlık çalışanları Şubat 2004'te "Turizm ve İfade Bölgeleri" nin belirlenmesi amacıyla bölgelere gönderilen İcra Yetkilisi temsilcileriyle toplantılar yaptılar.

Turistlere yönelik hizmet seviyesini arttırmak amacıyla Bakü şehrinde faaliyet gösteren turizm tesislerinde çalışanlar için TC Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan davet edilen uzmanlar tarafından kurslar düzenlenmektedir. Bu kurslar yemek pişirme, otel yönetimi vb. Bu yöndeki en önemli adımlardan biri 2006 yılında Turizm Enstitüsünün kurulmasıdır.

Turizmi engelleyen bir diğer devlet programı, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Kararı ile onaylanmayan "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Yoksulluğu Azaltma ve Ekonomik Kalkınma Devlet Programı" (2003-2005). Bu program çerçevesinde Bakü, Haşmaz, Guba, Shamakhi, Sheki ve Lankaran'da "Turizm Bilgi Merkezleri" faaliyet göstermektedir. Listelenen alanlara ek olarak, Dünya Bankası, turistlerin bilinçlendirilmesi amacıyla bilgi merkezlerinin kurulmasına sponsor olmuştur. Abşeron yarımadasının merkezlerinden biri olan "Turizm Bilgi Merkezi", Zagulba yerleşimindeki Gençlik Uluslararası Rekreasyon Merkezinde faaliyet göstermektedir.

Azerbaycan'da ilk Turizm Festivali 26 Eylül 2003 tarihinde düzenlendi. Bu vesileyle bir basın toplantısı düzenlendi. Festivale 70'den fazla proje sunuldu.

Turizm politikasının önceliklerinden birinin uluslararası işbirliği ilişkilerinin kurulması ve geliştirilmesi olduğu göz önüne alındığında, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dünya Turizm Örgütü, Avrupa Konseyi, İslam Konferansı Örgütü, Bağımsız Devletler Turizm Konseyi, GUAM, Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü ve Uluslararası Ekonomik İşbirliği Örgütü desteğiyle Turizm alanında çok taraflı ilişkilerin kurulması, turizm gelişimine yönelik programlara katılım, uluslararası etkinliklere aktif katılım, öneri ve önerilerin hazırlanması oldu.

Azerbaycan, 2006-2008 yılları arasında İslami Turizm Narys Konferansına başkanlık etti. Bu, Azerbaycan'da turizmin gelişiminde İslam dünyası ilişkilerinin yüksek seviyesinin bir işaretidir.

Son yıllarda, Azerbaycan'da turizmin mevcut durumunu ve potansiyelini tanıtmak için Kùltür ve Turizm Bakanlığı tarafından pek çok reklam ürünü geliştirilmiştir. Bunlar arasında: "Turist Rehberi", "Azerbaycan", "Azerbaycan Otelleri", "Azerbaycan'ın Tarihi ve Mimari Anıtları", "Bakü Tiyatroları ve Konserleri", ulusal müzik için haritalar, CD'ler, DVD'ler ve kitaplar bulunmaktadır. Bu materyal, bir kaç dilde oluşturulmutur: Azerice, Türkçe, İngilizce, Fransızca, Almanca, Rusça, Japonca.

Azerbaycan turizm şirketleri ayrıca Azerbaycan'da turizmi teşvik etmek için uluslararası turizm sergilerini de tanıtıyor.Sergi sayısı her geçen yıl artmaktadır. 2002 yılında uluslararası sergilerin 2 2007'deyse 9 sergi yapıldı. Bu liste New York, Londra, Moskova, Berlin, Madrid, Milano, Tokyo ve diğer şehirleri içerir.

2005'ten bu yana, Euronews, CNN, yabancı ülke vatandaşlığı içinDiscovery Channel, National Geographic ve Travel Channel ülkede yayın yapıyor. British Airways, Austiran, AZAL gibi havayolu şirketleri Azerbaycan hakkında bilgi yayınlıyorlar.

Devlet politikası ekoturizmin gelişimine odaklanmaktadır. 2003'ten beri ekoturizm geliştirmek amacıyla özel koruma altındaki doğal alanlar genişletildi, Bakü ve Abşeron yarımadasında çamur volkanları, Eldar Şamı, Korchay devlet doğa rezervleri ve Abşeron milli parkı kuruldu. Bölgelerde ayrıca Akgöl, Göygöl, Shahdagh, Shirvan, Zangazur, Hirkan, Altiagac, Samur-Yalama'da da milli parklar var.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **AZEBAYCANDA ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME ETKİSİ**

#### **3.1. AZERBAYCANDA GERÇEKLEŞEN ULUSLARARASI ETKİNLİKLER**

Prime Travel Market, Mart 2019'da Bakü'de düzenlenen ve lüks turizm sektöründeki önemli paydaşları bir araya getiren dördüncü özel etkinliktir. Etkinlik, yaratıcı ve yenilikçi ruhunu koruyor ve ziyaretçilere ve katılımcılara yalnızca ilişki kurmak ve güçlendirmek için değil aynı zamanda daha fazla işbirliği için deneyim ve fikir alışverişinde bulunmak için bir platform sağlıyordu.

Bu etkinlik, katılımcıların faaliyet alanlarındaki uzmanlarla tanışmalarını, önde gelen lüks otellerden gelen en son seyahat trendlerinden haberdar olmalarını, tüm bölgenin potansiyel ve rekabetçi seyahat sektörünü tanımalarını ve tüm çeşitlerinde özel seyahat fikrini desteklemelerini sağladı. Özel tatil köyleri, dünya çapındaki otel zincirleri, benzersiz butik oteller, havayolları, yolcu şirketleri, DMC'ler ve lüks tur operatörleri, seyahat acenteleri, benzersiz seyahat deneyimleri için birinci sınıf konsiyerj şirketleri ve yeni varış yerlerini keşfedin - tümü özel hizmetler sunan ve ayarlanan Prime Travel Market'te en yüksek standartlar.

Başbakan Seyahat Market Başbakanlık tarafından Azerbaycan Devlet Turizm Acentası ve Azerbaycan Turizm Birliği'nin desteğiyle düzenlendi. Prime Consulting, yeni yabancı şirketlerin Azerbaycan ve BDT bölgesinde başarılı bir şekilde varlık göstermelerine ve geliştirmelerine yardımcı olmak için pazara giriş hizmetleri sunan bir danışmanlık ajansıdır.

Prime Consulting'in sunduğu hizmetler pazar zekası, iş ortağı araması, toplantı düzenlemesi, pazarlama stratejisi geliştirme, ticari görevlerin organizasyonu, iş ortağı temsil desteği, yasal hizmetler ve iş forumları, konferanslar ve

resepsiyonlar gibi etkinlik yönetimidir. İngiltere ve BAE'deki temsilcilik ofisleri ve dünya genelinde 20'den fazla ülkede danışmanlık ortakları ağı olan Prime Consulting, Azerbaycan ve uluslararası pazarlarda iş yapma kapısıdır.

Bakü Uluslararası Turizm Film Festivali (BITFF) - her yıl Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de gerçekleşen kar amacı gütmeyen kültürel bir etkinliktir. Festivalin amacı, turizmin çeşitli yönleriyle ilgili filmleri tanıtmak, yerli ve yabancı turizmi destekleyen en başarılı filmlerin belirlenmesi ve yazarlarının tanıtımını yapmaktır. Festival, bu filmlerin daha geniş bir uluslararası izleyici bulmalarına yardımcı olmayı amaçlıyor.

Festival aynı zamanda, tarihi ve kültürel mirasın uluslararası merkezlerinden biri olarak Azerbaycan'ın turizm potansiyeline dikkat çekmeyi hedefliyor. Yarışma 7 kategoriden oluşuyor: Ülke / bölge / şehir, Kültür ve gelenek, Aşırı Turizm, Ekoturizm, TV Raporları, Reklamlar, Ulusal Ödül. Başvuru için hiçbir ödeme yapılmayacaktır.

Rekabetçi ve rekabetçi olmayan bir programa ek olarak BITFF, film yapımcıları, turizm ve medya alanındaki uzmanlar arasında seminerler, tartışmalar ve deneyim alışverişi içerir. Festivalin resmi dilleri Azerice ve İngilizce'dir. Bakü Uluslararası Turizm Film Festivali'nin ilk baskısı 20-24 Kasım 2013'te Nizami Sinema Merkezi'nde yapıldı.

BITFF, Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenmektedir.

Son yıllarda Bakü, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen uluslararası turizm etkinliklerine ev sahipliği yapmıştır. Avrupa Komisyonu'nun 25-26 Mart tarihlerinde Hyatt Regency Otel'de gerçekleşecek olan Avrupa Komisyonu'nun 49. oturumunda ve Avrupa Komisyonu'nun Ekonomik Kriz Komisyonu'nun üyesi olan Avrupa Komisyonu'nun Ekonomik Kriz'in Etkisi Üzerine Teknik Seminere katılması bekleniyor. Etkinliğe, UNTT Genel Sekreteri Abulfaz Garayev, UNTT Avrupa Komisyonu Temsilcisi Eduardo Fayos-Sola, HORTEC Uluslararası Organizasyon Başkanı Kent Nyström, Kore

Turizm Organizasyonu Başkan Bay Jee-Chul Ohun'un katılımı.

Toplantının Bakü'de yapılması kararı, 15-16 Mayıs 2008 tarihlerinde UNECE Avrupa Komisyonu'nun 48.toplantısında Prag, Çek Cumhuriyeti'nde kabul edildi. Toplantıda bir sonraki toplantının yeri ve tarihi tartışıldı.Bu bağlamda, Azerbaycan ve Bulgaristan adaylarını aday göstermişlerdir.Her iki ülkenin de turizm olanakları hakkında geniş sunumlar yapıldı. Sunum sırasında, Azerbaycan turizm potansiyeli, anıtlar, turizm gelişimine ilişkin istatistiksel göstergeler, ülkede faaliyet gösteren turizm şirketleri, oteller, turizm bilgi merkezleri, ülkemizdeki uluslararası havayollarının temsilcileri, çeşitli pazarlama alanlarında çalışmalar, turizmde başarılar, turizm, turizm, ülkemizdeki turizm alanındaki uluslararası ilişkiler ve ayrıca "MICE" adlı Azerbaycan'da turizmin gelişimi (turizm, turizm, turizm, konferanslar için üst düzey ziyaretler, yoğun turlar - seçkin şirketler, uluslararası ve yerel sergilerin organizasyonu). Sunumun ardından Azerbaycan'ın turizm potansiyelini yansıtan reklam ve basım ürünleri tanıtıldı.Bulgaristan Cumhuriyeti sunum sırasında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin yararına adaylığını geri çekerek, Mart 2009'da Bakü'de CSCE Avrupa Komisyonu Avrupa Komisyonu Komisyonunun 49.toplantısını yapmaya karar verilmiştir.

Azerbaycan son yıllarda yeni sporların gelişimini desteklemektedir.Ülkede geleneksel sporlarla birlikte aşırı spor türlerinin geliştirilmesi de planlanmaktadır.Bu tür sporlar dünya çapında bilinir ve turistler ve spor severler arasında daha popülerdir.Ekstrem sporların gelişimi ülkeye yeni turistler sağlayacaktır. Bölgemizde doğa sporlarının gelişmesi için elverişli koşullar var. Bu etkinliklere katılmak için bölgeleri ziyaret eden turistler, bölgenin altyapısını da olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca, yerleştirme yemek ve ulaşımın ilerlemesine katkıda bulunacaktır.

Spor etkinlikleri düzenlerken gönüllülerin rolü inkar edilemez.Bakü'deki gönüllüler, özellikle de Bakü 2015 Avrupa Oyunları'ndaki yardımların sonucu

olarak, başarılı sonuçlar elde edildi.Sporda gençlik için bu tür bir coşku, Azerbaycan'da gençlik arasında spor ve beden eğitime verilen dikkatin sonucudur.Bakü Avrupa Oyunlarına katılan gönüllülere sertifika verilir.Formula 1 maçlarında voleybol hizmetleri de kullanılmaktadır.

Avrupa Oyunlarının Bakü'de yapılması değerli bir olaydı. Günün genç Güney Kafkas devletinin böyle bir olaya kavuştuğu gerçeği, dünyanın bazı bölgelerinin ve dünya turistlerinin dikkatini Azerbaycan'a çekmiştir. Bu tür olayların düzenlenmesinin ülkenin manevi gelişimini desteklediği belirtilmelidir. Eskiden farklı ülkelerin iç piyasası olan turizm, dünyaya yayıldı ve dünyaya yayıldı. Dünyada turizm dünyasını yaratma süreci uluslararası turizmin oluşumuna yol açmaktadır. Avrupa Oyunları gibi önemli bir etkinliğe ev sahipliği yapan Azerbaycan Cumhuriyeti, uluslararası turizme katılarak küresel turizm pazarının da bir parçası. Avrupa Oyunlarından sonra, ülkenin başkenti ve bölgelerinin ekonomik, politik, sosyal ve kültürel seviyesi yükseldi.Dünyanın lider turizm şirketlerinin hala tam olarak keşfedilmediği Azerbaycan'a ilgi.

Oyunlar düzenlerken, Eski Oğuz olan Azerbaycan'da sporun gelişim seviyesi her zaman tüm dünyanın odağını ve dikkatini çekmiştir.Azerbaycan sporcuları bu yarışta büyük başarı gösterdi.Bu, elbette, ülkenin dünya çapındaki itibarının gelişimine katkıda bulunuyor.Bazıları, Avrupa Oyunlarının Azerbaycan ekonomisi üzerinde olumlu bir etkisi olmadığını düşünüyor.Satın alınan basit geçici işler ve tesisler inşa edilmiştir.Bazı ekonomi uzmanları, altyapı projelerinin düşeceğini ve binlerce kişinin işsiz kalacağını not ediyor.

Avrupa Oyunlarından sonra Azerbaycan'da iki uluslararası spor daha yapıldı.Bunlar Formula 1 ve İslam Oyunları yarışlarıydı.Formula 1 oyunları, Uluslararası Otomobil Federasyonu'nun üst seviye araba yarışıdır.Azerbaycan'da bu ırkların organizasyonu Formula 1 severleri Bakü'ye getirdi.Gönüllülerin oyunların yönetimindeki rolü açıktır. Ülkeye seyahat eden spor yarışmalarına katılmak isteyen sporcular ve taraftarlar, modernite ve antikliğin birliği olan Bakü'nün güzelliğiyle gurur duyuyor.



17. Azerbaycan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (AITF 2018) 5 Nisan'da Bakü Expo Center'da kapılarını ziyaretçilere açtı. Bu yılki sergi "Bütün dünya bir sergi" sloganıyla düzenleniyor.

Iteca Caspian ve ortağı ITE Group plc (Büyük Britanya) tarafından düzenlenen geleneksel sergi, Hazar bölgesindeki turizm endüstrisinin en büyük etkinliğidir. AITF ayrıca Dünya Turizm Örgütü ve Asya-Pasifik Turizm Birliği tarafından da desteklenmektedir. AITF 2018'in ortak ülkesi, her yıl düzenli olarak ulusal standını yerine getiren Bulgaristan'dır.

Açılış töreninde konuşan Kültür ve Turizm Bakanı Abulfas Garayev, AITF'nin 17 yıldır turizm endüstrisi için uluslararası bir platform olduğunu söyledi. Azerbaycan'ın dünyadaki turizmini desteklemek için büyük ölçekli propaganda çalışmaları yapıldığı kaydedildi. Ülkemizde turizm endüstrisi her yıl gelişiyor.

Uluslararası etkinliklerde, katılımcılar ile yerel tur operatörleri arasında ticari bağlantılar için harika bir fırsat sağlayacak bir seminer düzenlenmesi planlanmaktadır.

Sergi kapsamında 12. Qafqaz Uluslararası Otel, Restoran ve Süpermarket Ekipmanları ve Ekipmanları Fuarı (Horex Caucasus 2018) de tanıtıldı. Horex Caucasus, bölgedeki otel ve restoran sektörlerinin tek ihtisas fuarı.

Fuarda Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Azerbaycan Turizm Derneği, ayrı bir standda temsil edilmektedir. Azerbaycan'da oteller ve sanatoryumlar dahil olmak üzere yaklaşık 25 turizm şirketini bir araya getiren Turizm Derneği, hem ülkemizde hem de yurt dışında çok çeşitli turizm fırsatları sunmaktadır. Sergiye Ismayilli, Lankaran, Masalli, Sheki, Khachmaz ve Sumgayit'i temsil eden bölgesel turizm organizasyonları katılıyor. Sergide Karabağ'ın kültürel ve tarihi mirası da gösterildi.

### 3.2. ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN TURİZME OLAN ETKİSİ

Azerbaycan zengin kültürel ve tarihi mirasa sahip bir ülkedir. Binlerce yıl boyunca yüksek kültürü kucakladı ve büyük tarihi olayların yoğunluğunu kaptı. Büyük İpek Yolu da dahil olmak üzere pek çok karavan rotası Azerbaycan'ı geçmektedir. Sümer, Asur, Yunanistan, Roma, İran, Türkiye, Hindistan, Çin ve diğerleri gibi eski uygarlıkları birbirine bağladılar. Bu medeniyetlerin çoğu, Azerbaycan'ın tarihi ve kültürüne damgasını vurdu.

Bugün, 65'i evrensel öneme sahip anıtlara ait olan, 6 binden fazla tarihi ve kültürel anıt, ülkeye yayılmıştır. Şirvanşah Sarayı ve Kız Kulesi ile birlikte Bakü Duvarlı Şehri ve Gobustan Rock Sanat Kültürel Peyzaj \ UNESCO tarafından Dünya Mirası Listesi'nde yer almaktadır.

Şu anda Azerbaycan, şu anda Avrupa kültürel rota kurumları ile işbirliği içinde uluslararası sertifikasyon için hazırlanan bir dizi uluslararası tarihi ve kültürel rota önermektedir. Bunlar arasında Şarap Turu, Büyük İpek Yolu, Kafkasya'daki Alexander Dumas, çeşitli tat ve tercihleri yansıtıyor.

Azerbaycan'ın kültürel ve sanat başkentlerini her yıl çeşitli alanlarda ilan etme geleneği var. Örneğin, 2012 yılında Masalli “folklorun başkenti”, Guba'nın “El Sanatları Başkenti” ve Gedabek'in “Efsanelerin Başkenti” olarak ilan edildi. Ayrıca Bakü, 2009 yılı için İKT tarafından İslam Kültürünün Başkenti ilan edildi.

Azerbaycan halkı zengin kültür, sanat ve müzik ile dünyanın en eski ülkeleri arasındadır. Dünyanın en zengin müzelerinin sayısız Azerbaycan malzemesi ve manevi kültürüne sahip olması tesadüf değildir. Dahası, geleneksel Azerbaycan halı dokuma sanatı, Azerbaycan ashig sanatı, Novruz ve Azerbaycan muhamgası, listesi UNESCO tarafından düzenlenen maddi olmayan kültürel mirasın unsurları arasındadır. Ülkede 226 müze var ve ziyaretçilerine Azerbaycan halkının tarih, kültür ve sanat dünyasına dalma imkanı sunuyor.

Şu anda, Azerbaycan'daki günlük yaşam, hem ulusal hem de uluslararası öneme sahip birçok kültürel etkinlikten zengindir. Sergiler, edebi akşamlar, tiyatro

festivalleri düzenli olarak gerçekleşmektedir. Azerbaycan, her yıl Gabala Uluslararası Müzik Festivali, Uluslararası Rostropovich Festivali, Uluslararası Vokal Yarışması, Bakü Caz Festivali, Uluslararası Mugham Festivali gibi dünyaca ünlü müzik figürlerini ve bilenleri çeken uluslararası müzik festivallerine ev sahipliği yapıyor. Bu festivaller haklı olarak sıralanır.

Bir yılın yetkili uluslararası kültürel etkinlikleri arasında. 2012 yılında Bakü şehri, geçen yılki başarısını takiben "Eurovision" uluslararası şarkı yarışmasına ev sahipliği yaptı. Eurovision - 2012 şarkı yarışmasında Azerbaycan'ı ziyaret eden misafir sayısı, yarışmacılar ve delegasyon dahil, 6000 ila 7000 kişi arasında. Ayrıca, bu 15 günde 103.000 kişi Azerbaycan sınırını geçmiştir.

Devletin turizm alanında son yıllarda yaptığı çalışma, ülkemizin uluslararası arenada var olan turizm potansiyelinin tanınması, sayısız turist ziyaretinin Azerbaycan'a yapılmasının ve yasal ve normatif eylemlerin kabul edilmesini olumlu yönde etkiledi. Turizm alanında orta ve küçük girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilik gelişimi için uygun kredilerin tahsisi, turizm tesislerinin inşası için destek, Azerbaycan Cumhuriyeti bölgelerinin sosyo-ekonomik gelişimine ilişkin devlet programlarının turizm endüstrisi programlarının gereklilikleri kapsamında bir dizi yasal belgenin hazırlanması, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın emri ile onaylanması turizmin gelişmesi için fırsatlar açtı. Aynı zamanda, "2008-2016 için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizm Geliştirme Devlet Programı", "2010-2014 için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizm Geliştirme Devlet Programı" ve diğerleri hazırlandı ve uygulandı.

Yenilenmesi ve çeşitli turizm alanlarında altyapı oluşturulması yabancı turistlerin cumhuriyete olan ilgisini arttırdı. Bunun da ekonomi üzerinde olumlu bir etkisi var. Ülkemizde başarıyla sona eren Eurovision-2012 Şarkı Yarışması, Azerbaycan'ın geniş alanlardaki turizm olanaklarını tanıması için de büyük fırsatlar yarattı. Dünyanın 40'tan fazla ülkesinden gelen konuklar, Azerbaycan'ı

tanıldılar ve 2012 Eurovision Şarkı Yarışması nedeniyle dünyanın geri kalanının tadını modern otel gereksinimlerinde karşıladılar.

Bugün Azerbaycan, dünyanın bir kültür merkezi olarak bilinir. Kùltürlerarası ve Siviller Arası Diyaloglar Dünya Forumları gibi en son uluslararası olaylar bu gerçeğin çarpıcı örnekleridir. Ulusal tarihi ve kùltürü ile tanışmak ve ayrıca çeşitli kùltürel etkinliklere katılmak amacıyla Azerbaycan'ı ziyaret eden turist sayısı hızla artmaktadır.

Şu anda, Azerbaycan turizm alanında geniş bir uluslararası ilişkiler yelpazesi inşa ediyor.Şimdi, Azerbaycan turizm firmalarının katılmaması gereken uluslararası turizm fuarı yok.Ayrıca, cumhuriyetimiz, turizm alanında gelişmiş ÷lkelerle işbirliği konusunda hükümetlerarası anlaşmalar imzaladı.Cumhuriyetimiz turizm organizasyonları, son yıllarda Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) etkinliklerine yakından katılmaktadır. Ülkemizi temsil eden birkaç seyahat acentesi DTT'nin ortak üyelerine de katıldı. Bu, sırayla ÷lkemizin tanınması ve DTÖ üye devletlerinde turizm potansiyelinin desteklenmesi için geniş fırsatlar sunmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi nedeniyle, 2025-2030 tarihine kadar devlet bütçesinin artması beklenmektedir. Azerbaycan halkının misafirperverliği ve hoşgörü gelenekleri her zaman ÷lkemize gelen turistleri kendine çeker.Turizm amacıyla Azerbaycan'a seyahat etmek isteyen tüm turistlerin konforlu, güvenli bir şekilde dinlenmesi için gerekli koşullar yaratılmıştır.Şahdağ Turizm Sadece Yeni Yıl Tatillerinde Komplekste rekor bir sayı var - 16 binden fazla turist.Girişimcilere sağlanan reform ve destek çalışmaları sonucunda ÷lke ekonomisinde turizmin ağırlığı yakın gelecekte artacaktır.

Genel olarak, Azerbaycan'daki uluslararası olaylar turizm akışı üzerinde olumlu bir etki yaptı. Geçen yıl ilk kez düzenlenen ilk Avrupa Oyunları ve bu yıl Formula 1'deki Avrupa Grand Prix'sinin ÷lkemize daha fazla turist çekmesinde önemli bir rolü var. Formula-1 yarışının izleyicileri tüm kıtaları kapsıyor. Bakü Avrupa Grand Prix'i 187 ÷lkede izlendi.Bu, seyircinin Azerbaycan başkentinin

güzelliğini ve ihtişamını görmesini sağladı ve ülkemize turist akışının hızlanması üzerinde önemli bir etkiye sahip oldu. Cumhurbaşkanı İlham Aliyev, Formula 1'in Azerbaycan'da tutulmasını tarihsel başarı olarak değerlendirdi. Ülkemize gelen konuklar, Azerbaycan'ın güzelliği hakkında bilgi sahibi oldular. Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in dediği gibi, şunu görüyoruz: Formula 1 yarışması, Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin gelişiminde özel bir rol oynayacaktır. Bunu zaten gözlemledik. Bakü'ye, şehrimize ve ülkemize gelen insan sayısı artıyor. Bunların çoğu ilk defa Bakü'ye geliyor. Bakü'nün ne kadar güzel ve geliştiğini görüyorlar. ”

## SONUÇ

Dünya pratiğinde olduğu gibi, ekonominin temel alanlarından biri olan Azerbaycan'da turizm, birçok hizmeti kendine çekmekte ve toplumun neredeyse bütün kesimlerinde gelir kaynağı rol oynamaktadır. Bölgelerde turizm altyapısının kurulmasına ilişkin öneriler, onaylanan Devlet Programının uygulanması için eylem planının 30.paragrafında yansıtılmıştır.

Azerbaycan Gençlik, Spor ve Turizm Bakanlığı faaliyet planında, faaliyet planı bölgelere yeni bir turizm altyapısı oluşturmak, bölgelere yerli ve yabancı yatırımcıları dahil etmek ve orada yeni turizm işletmeleri oluşturmaktır. Bu amaçla, Turizm Genel Müdürlüğü, ülkesinde turizmin gelişmesi için seçilen 30 bölge ve ilçenin önde gelen çalışanları tarafından bölgelerde farklı turizm türlerinin oluşturulmasına yönelik bölge ve şematik haritaların incelenmesi üzerine çalışmalar yürütmektedir. Bir sonraki aşamada, Azerbaycan'da turizm bölgelerinin belirlenmesi ve bu bölgelere yatırımların çekilmesi planlanmaktadır. Bununla birlikte, imar yönetmelikleri, turizm potansiyelinin, yerel kapasitenin ve çevrenin korunmasının azami şekilde kullanılmasını sağlamak için önceden hazırlanmalı ve onaylanmalıdır. Bölgelerin kullanımında ana kriter bölgelerin iyileştirilmesi ve sosyo-ekonomik durumlarının iyileştirilmesi olacaktır.

Azerbaycan'ın doğasının zenginliği ve çeşitliliği bölgelerde farklı turizm türlerinin gelişmesi için fırsatlar yaratır. Kendiliğinden olmasına rağmen, yerel halk zaten bu fırsatı kullanıyor. Kırsal kesimde, yerli ve yabancı turistlere il genelinde bazı köylerde konaklama, yemek ve hatta gezi hizmetleri verilmektedir. Köylü resepsiyonistleriyle birlikte, diğer sakinlerin de sunulan hizmetlerden yararlandığını belirtmek gerekir. Böylece komşu köylüler yiyecek ürünlerini ve el sanatlarını turistlere satabiliyorlar. Verilerimize göre, bu tür kırsal evlerin sayısı her mevsim artmaktadır. Sosyal refahın geliştirilmesinde önemli rol oynayan bu turizmi desteklemek için, Turizm Merkezi sürekli olarak kırsal turizmi teşvik etmek ve geliştirmek için bölgelerde eğitim ve öğretim

kursları düzenlemektedir.Kırsal turizm, kültürümüzü, geleneklerimizi ve mutfağımızı teşvik etmenin yanı sıra maddi gelir kaynağı olmanın vazgeçilmez bir faktörüdür ve yakın gelecekte Azerbaycan'ın tüm bölgelerinde yaygın olacağına inanmaktadır.

Azerbaycan'da gerçekleşen uluslararası ve yerel olayların, ülkeye gelen turist akışını güçlendirmenin yanı sıra ekonomik fırsatların büyümesinde de büyük etkisi vardır.

Aynı zamanda, Azerbaycan'ın turizm sektöründeki yeni Azerbaycan turizm markası ve turizm markalarının reklam propagandası ve bilgi sorgulama faaliyetlerini teşvik etmek, Azerbaycan'ı turizm programları geliştirme, uluslararası kültürel programlar çerçevesinde bölgesel kültür turizmi rotalarının oluşturulması ve geliştirilmesi için uygun koşullara sahip bir ülke olarak tanıtmak ve turizm gelişiminde uluslararası işbirliğinin genişletilmesi önceliklerden biridir.

## KAYNAKÇA

11. Ateşoğlu, L. (2006). *Avrupa Birliği Turizm Politikası ve Avrupa Birliği ve Türkiye Turizm Sektörleri Üzerine Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Muğla.
12. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistik Komitəsi –www.stat.gov.az
13. Azərbaycanın daxili turizm potensialı” –www.anl.az
14. “Azərbaycanda turizm” –www.azerbajan.travel.
15. Azərbaycanın turizm potensialı –www.Azerbaijanis.com
16. www.azerbaijan.az
17. Baş, T. (2006). *Anket: Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
18. Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*
19. Devlet Planlama Teşkilatı (1985) *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)* Devlet Planlama Teşkilatı (2001) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*.
20. Doğan, E. (2009). *Tüketim Toplumunda Müzelerde Yaşanan Değişimlerin Devlet Müzeleri ve Özel Müzeler Bağlamında Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tasarım Anasanat Dalı, İstanbul.
21. Economic impacts of tourism -www.unep.org
22. Günal, V. vd. (2009). Türkiye’ye Yönelik Kültürel Turizm Turları ve Başlıca Güzergahlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*
23. <http://www.oecd.org/dataoecd/35/4/42040208.pdf>
24. ICOM (2004). *Running a Museum: A Practical Handbook*. Paris: International Council of Museums.



25. Jolliffe, L. and Smith, R. (2001). Heritage, Tourism and Museums: The Case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*
26. OECD (2009). Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing <<http://www.oecd.org/dataocd/16/59/40181571.pdf>>
27. OECD (2009). The Impact of Culture on Tourism [Elektronik Sürüm]. Paris: OECD Publishing.
28. Özcan, E. (2005). Bolu İlinde Turizmi Etkileyen Faktörler İle Doğal, Tarihi ve Kültürel Turizm Değerleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (25)1, 55-75.
29. Özgören, F. (2007). *Boş Zaman Pazarlaması ve Müzecilikte Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
30. “Regionların sosyal –iqtisadi inkişafında turizmin rolu” – [www.azerbaycaninfo.az](http://www.azerbaycaninfo.az)
21. Regionlarda Dövlət Proqramı –[www.anfes.gov.az](http://www.anfes.gov.az)
22. Some of the major current issues confronting tourism – [www.tourismandmore.com](http://www.tourismandmore.com)
23. Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi –[www.mct.gov.az](http://www.mct.gov.az)
24. Tourism –[www.wikiversity.org](http://www.wikiversity.org)
25. Tourism problems, challenges and solutions” –[www.hotelmule.com](http://www.hotelmule.com)
26. Tourism –[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
27. World Tourism Organization –[www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)
28. “5 key issues facing travel and tourism” –[www.hotelnewsnow.com](http://www.hotelnewsnow.com)