

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**“Azərbaycanda turizimin maliyyələşdirilmə problemləri” mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**Bayramov Novruz Şaiq**

**BAKİ – 2019**

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

**BMDM-in direktoru**

**i.ü.f.d.,dos Əhmədov Fariz Saleh**

\_\_\_\_\_ **imza**

“\_\_” \_\_\_\_\_ **2019-cu il**

**“Azərbaycanda turizimin maliyyələşdirilmə problemləri”**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifri və adı: 060404 – “İqtisadiyyat”**

**İxtisaslaşma: Turizm İqtisadiyyatı**

**Qrup: 80**

**Magistrant**

**Bayramov Novruz Şaiq**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər**

**i.e.n, dos. İbrahimov Zöhrab Həsən**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Proqram rəhbəri**

**i.ü.f.d, b.m. Hümbətova Suqra İnqilab**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri**

**i.e.d.prof. Kəlbəliyev Yaşar Atakişi**

\_\_\_\_\_ **imza**

**BAKİ – 2019**



## **Financial Problems in Tourism in Azerbaijan**

### **Summary**

**The relevance of the research – Currently, the world's oil price drops are economically carbo-hydrogen as well as in countries with resource based capabilities. We know as the price of oil in the world markets since 2014 is low General It has had an impact on the growth rate of the domestic product and the budget.**

**In my opinion, changing the situation is a priority for the non-oil sector conversion. Along with the non-oil sector, tourism as a whole sector development should be considered as one of the major trends;**

**It is known that the tourism sector was one of the leading sectors of the non-oil sector the prospects are wider in our country. The development of the sector is a new tourism in the regions as well as the construction of cheap hotels, the wide range of hostels and increasing the level of service and so on. The issues are further promoted in this area factors;**

**Used research methods: Comparative analysis of induction and deduction of dissertational work methods of endogenous and exogenous factors are expected to be used; The tourism sector is also ahead of us both at the masters degree and the dissertation level has been studied at the dissertation level for philosophy and doctoral programs;**

**The conversation goes from him to the industry the development of foreign tourists coming to the Republic of Azerbaijan first of all Citizens of the Republic of Azerbaijan are affordable, comfortable and quality and the creation of internal, cultural and medical tourism covering a wider population and development.**

**Key Words : Tourism, economy, GDP.**

## İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

<b>İEO</b>	İnkişaf etmiş ölkələr
<b>İEOÖ</b>	İnkişaf etməkdə olan ölkələr
<b>ÜDM</b>	Ümumi daxili məhsul
<b>ABŞ</b>	Amerika Birləşmiş Statları
<b>P.A.N.K.S</b>	Professional Aunts No Kids
<b>UNWTO</b>	United Nations World Tourism Organization
<b>DSK</b>	Dövlət Statistika Komitəsi
<b>WTM</b>	World Travel Market

## MÜNDƏRİCAT

	<b>GİRİŞ.....</b>	<b>7</b>
<b>I Fəsil</b>	<b>TURİZM SEKTORU QEYRİ-NEFT SEKTORUNUN SAHƏLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ.....</b>	<b>10</b>
1.1.	Turizm sektorunun yaranması və bu sektorda gedən əsas meyillər.....	10
1.2.	Turizm sektorunun nəzəri-metodoloji əsasları .....	22
<b>II Fəsil</b>	<b>TURİZM SEKTORUNUN MÜASİR VƏZİYYƏTİ.....</b>	<b>29</b>
2.1.	Qeyri-neft sektorunun formalaşmasında turizm sektorunun yeri.	29
2.2.	Qeyri-neft sektorunun inkişafına turizm sektorunun təsirinin qiymətləndirilməsi.....	37
<b>III Fəsil</b>	<b>NEFT SEKTORUNUN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNƏ DAİR ƏSAS İSTİQAMƏTLƏR VƏ STRATEGİYALAR....</b>	<b>45</b>
3.1.	Strateji yol xəritələrinin reallaşdırılmasında turizm sektorunun inkişafı.....	45
3.2.	Turizm sektorunun qeyri-neft sektoru daxilində üstün mövqeyə çıxması imkanları.....	53
	<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>60</b>
	<b>İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....</b>	<b>63</b>
	Cədvəllərin siyahısı.....	66

## GİRİŞ

**Dissertasiya İşinin Məqsədi:** Turizm sektorunda baş verən əsaslı dəyişiklikləri nəzərə almaqla bu sektorun strateji yol xəritəsinə müvafiq olaraq Ümumi Daxili Məhsula multiplikativ təsirini müəyyən etməkdir. Strateji yol xəritəsində qeyd olunduğu kimi turizm sektorunun Ümumi Daxili Məhsula təsiri nəticəsində ÜDM milyonlarla manat artması nəzərdə tutulur; Məlumdur ki, turizm sektoru qeyri-neft sektorunun aparıcı sahələrindən biri olub ölkəmizdə perspektivləri daha genişdir. Sektorun inkişafı regionlarda yeni turizmobyektlərinin təşkili ilə yanaşı, ucuz otellərin tikintisi, hostellərin geniş təşəkkül tapması və xidmət səviyyəsinin artırılması və s. məsələlər bu sahədə inkişafı daha da şərtləndirən amillərdəndir;

**Dissertasiya İşinin Aktuallığı:** Hal hazırda dünyada neftin qiymətinin aşağı düşməsi iqtisadiyyatı karbo-hidrogen ehtiyatlara əsaslanan ölkələrlə yanaşı Azərbaycanda da öz təsirini göstərir. Bildiyimiz kimi 2014-cü ildən başlayaraq neftin dünya birjalarında qiymətinin aşağı olması Ümumi Daxili Məhsulun artım tempinə və büdcə daxil olmalarına öz təsirini göstərmişdir. Belə ki, Azərbaycan son illərə qədər Ümumi Daxili Məhsulun artmasını əsasən neft və neft məhsulları hesabına ödəyirdi; Mənim fikrimcə vəziyyətin dəyişməsi qeyri-neft sektorunu prioritet istiqamətə çevrilməsini şərtləndirdi. Bütövlükdə qeyri-neft sektoruyla yanaşı o cümlədən turizm sektorunda inkişafı başlıca trendlərdən biri hesab edilməlidir; Qeyd olunan məsələlər mövzunun aktuallığını şərtləndirmişdir;

**Dissertasiya İşində Tətbiq Olunmuş Metodlar:** Dissertasiya işinin yaradılmasında müqayisəli təhlil induksiya və deduksiya metodlarından endogen və ekzogen amillərdən istifadə olunmuşdur;

**Dissertasiya İşinin Tətbiq Olunacağı Sahə:** Dissertasiya işində tətbiq olunmuş sahə ilk növbədə Azərbaycan Respublikasında bu sektorun inkişafı ilə bağlıdır. Söhbət ondan gedir ki sektorun inkişafı ilk növbədə həm Azərbaycan Respublikasına gələn xarici turistlərin həmdəki Azərbaycan Respublikasının

vətəndaşlarının özləri üçün münasib, rahat, keyfiyyətli və daha geniş əhali kütlələrini əhatə edən daxili, mədəni və tibbi turizmin yaradılması və inkişafıdır.

Turizm boş zaman və təsərrüfün necə istifadə ediləcəyi bağlı iqtisadi bir qərarla başlayır və ölkə iqtisadiyyatı üzərində monetar və real xarakterli təsirləri formalaşdırır. İEOÖ-də turizm, iqtisadi yararlılığı, məhsuldar olmağı, yüksəlmə üçün lazım olan valyuta gəlirlərini təmin etmək kimi səbəblərlə iqtisadi problemlərin həll edilməsində bir çıxış nöqtəsi olaraq görülməkdədir. Bu mənada turizm, İEOÖ-in iqtisadi yüksəlmələrini həyata keçirmək üçün lazım olan valyuta gəlirlərini təmin etmə, yeni gəlir yaratma və məşğulluq fəaliyyətlərini artırmaq xüsusiyyəti ilə bir çox ölkədə önəmli sektor halına gəlmişdir. Turist, turizmin tanımındakı özəlliklərə uyğun olaraq, müəyyənləşdirilən səbəblərin təsiri ilə müəyyən bir vaxt üçün səyahət edən, ziyarət etdiyi yerdə 24 saatdan çox qalan və ya ölkənin bir qonaqlama təsisində ən az bir gecəyə edən, maliyyə gücü, zamanı və fiziki imkanları sərhədli olan, rahatına meyilli, ənənələri qoruyan, təmizlik və rahatlıq axtaran, macərəpərəst olmayan insandır. Dünyadakı ən böyük kütlə hərəkəti olan turizm ən sadə ifadəylə; bir yerin tarixi və təbii gözəlliklərini görmək, tanımaq, əylənmək və dincəlmək üçün edilən səyahətdir.

Hələ də dəyərləndirilməyən Azərbaycan Respublikasının mədəniyyət və turizm potensialını ortaya çıxararaq tanınmasını təmin etmək, ölkənin yüksəlmə zamanındakı təsirini yüksəltmək, turizmdə daxili və xarici bazar tarazlığını təmin etmək, ölkə turizmini daha sağlam bir tərkibə qovuşdurmaq məqsədiylə ictimai, özəl və dövlət sivil cəmiyyətləri iş birliyi içində fəaliyyətlərini davam etdirməkdədir.

Üç hissədən ibarət olan dissertasiya mövzusunun ilk hissəsində, ümumi olaraq turizm tanıtılaraq, onun xüsusiyyətləri və növləri haqqında məlumat verilmişdir.

Daha sonar turizmin günümüze qədər olan inkişaf mərhələsindən bəhs edilmiş və qeyri-neft sektoru olaraq iqtisadiyyatda tutduğu mövqe araşdırılmışdır. Azərbaycanla maraqlı ümumi məlumatlar və təməl iqtisadi bilgiler verildikdən



sonar, Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin önəmi və ölkə turizminin inkişafı dəyərləndirilmişdir.

Dissertasiyanın son hissəsi olan üçüncü hissədə turizmin iqtisadi inkişafa olan təsirləri, real və iqtisadi mənada incələnmişdir.

**İşin həcmi və strukturu:** Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və təklif, cədvəllər, olmaqla 66 səhifədən ibarətdir.

# I Fəsil TURİZM SEKTORU QEYRİ-NEFT SEKTORUNUN SAHƏLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ

## 1.1. Turizm sektorunun yaranması və bu sektorda gedən əsas meyillər

İnsanlar, həmişə yaşadıkları yerlərdən müvəqqəti vaxtlarla ayrılaraq başqa ölkə və ya bölgələrə getməkdə və buralarda gəzib-görmə, dincəlmə, əylənmə, öyrənmə kimi psixoloji və sosial-mədəni ehtiyaclarını qarşılamaqdadırlar. İqtisadi mənada geniş təsirlər əmələ gətirən və turizm olaraq adlandırılan bu hadisə, günümüzün təməl bir xüsusiyyətinə çevrilmişdir. Turizm, Latınca “tornus” sözündən qaynaqlanmaqda və insanların bir ox ətrafında dönmə hərəkətini ifadə etməkdədir. Buradan da İngiliscə, Fransızca və Almanca kimi yaygın dünya dillərinə “tour” şəklində keçmişdir ki, insanların dairəvi hərəkət içərisində bəzi görülməyə dəyər yerləri, iş və ya əyləncə məqsədiylə gəzib geri dönmələrini ifadə etməkdədir. Turizm ilə bağlı deyilən bir təqdimat belədir, “turizm ümumi olaraq davamlı yaşanan yer xaricində istehlakçı olaraq tətill, dincəlmə, əylənmə kimi ehtiyacların aradan qaldırılması məqsədiylə edilən səyahət və müvəqqəti qonaqlama hərəkətləridir.” Digər bir deyimdə turizm “dincəlmə ya da iş məqsədiylə bir yerdən yola çıxaraq müəyyən bir destinasiyaya istiqamətlənən insani fəaliyyətdir” Müxtəlif deyimlər söylənən turizm fəaliyyətini gerçəkləşdirən insana isə turist deyilir. Turistin əsas xüsusiyyətləri isə aşağıdakı kimi ifadə olunmuşdur;

- Turist, turizmə istiqamət verən insan və turizm hərəkətlərinin müəyyənləşdiricisidir.
- Turist, tez-tez yerləşmə məqsədi olmadan din, ailəvi münasibətlər, sağlq, əylənmə, dincəlmə və ya boş zamanlarını ticarət olmayan səbəblərlə səyahət edən insandır.
- Elmi, idari, diplomatik, dini, idman səbəbləri və ya bu növ toplantılara qatılmaq məqsədiylə səyahət edənlər də turist olaraq qəbul edilir.

- Turist, əsas məqsədi psixoloji razı olan, səyahəti müddətində iqtisadi mənada istehlakçı sayılan, normal formada maliyyə gücünə sahib və zamanı az olan insandır.
- Bir ölkəyə çalışma, yerləşmə, uzun müddətli təhsil məqsədiylə gedənlər və tranzit sərnişinlər turist hesab edilmir. Ən az bir gecə qonaqlama həyata keçirən isə turist olaraq qəbul edilir.

Turizm hadisəsinin başlanğıcı, yazını, pulu, və təkəri ilk kəşf edən və istifadə edən Şumerlərə yəni e.ə 4000 – ci illərə qədər gedib çıxar. Finikiyalıların da bu mövzuda ilk səyahətçilər olduğu deyilə bilər. Yəne e.ə 3000 – ci illərdə piramidalar və tapıntılar səbəbiylə Misir, səyahətçilərin marağını ən çox çəkən ölkələrdən biri olmuşdur. Qədim Misir və Babil krallığında, səyahətçilər üçün yolların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, qonaqlama və dincəlmə məqsədiylə evlərin inşa edildiyi məlumdur. Qədim vaxtlarda beynəlxalq ticarət məqsədiylə ölkələri və ya qonşu bölgələri ziyarət etməsi də bir turizm aktiviti olaraq dəyərləndirilir. O dövərdə quru yollarının düzənli və bol sayıda olmaması, uzaq səyahətlərin dəniz yolu ilə edilməsinə səbəb olmuşdur. Ayrıca qədim Yunanlılarda olimpiyadalar, səyahətin edilməsini ortaya çıxarmış və olimpiyalara gedənlər, müxtəlif qəsəbələrdə qalaraq turizmin ilk öncəliyini yaratmışlar. Eramızın 395 – ci ilindən İstanbulun fəthinə qədər olan dövərdə isə zövq, əyləncə və səhiyyə turizmində duraqlama başlamış bunun yanında böyük yayılma göstərən Xristiyanlıq və Müsəlmanlığa bağlı olaraq dini məqsədli səyahətlər artışı göstərmişdir. Dolayısıyla xüsusiyə ilk dövrlərdə turizmin ümumi olaraq iqtisadi, inanc, səhiyyə və idman olmaq üzrə 4 əsas qrupda həyata keçirildiyi görülür. Orta dövrün ən məşhur səyahətçilərindən biri olan Marco Polo, İran və Əfqanıstandan keçərək, Pamir yaylasına ordan da Qobi səhrasını aşaraq Çinə çatmış, buradan da Yava, Sumatra və Hindistanı gəzərək İtaliyaya geri qayıtmışdır. Yəne eyni dövrə səyahətçilərindən İbni Batuta isə, doğum yeri Tancadan Məkkəyə dəfələrcə getmiş, buradanda Ərəbistanı, Orta Şərqi və Anadolunu gəzərək Səmərqənd üzərindən Hindistan getmiş və oradan da Seylan və Sumatraya getmişdir. İstanbulun fəthindən (1453) Fransa inqilabına qədər (1789) keçən dövərdə

xüsusiylə Bizansdakı alimlərin Romaya sığınmaları və orada Romalılara Yunan dilini öyrətmələri nəticəsində antik mədəniyyətə olan marağı artırmış və bu sayədə Romadakı antik əsərlərə maraq daha da çoxalmışdır. Bu vəziyyətlə bərabər Romadakı əsərləri görmək üçün edilən səyahətlərin artmasına gətirib çıxarmışdır. Beləliklə iqtisadi məqsədlə səyahətlərin yanına mədəni məqsədlə səyahətlərdə bu dövrdə yüksəliş göstərmişdir. Bu cür səyahətlər mədəni turizm olaraq dəyərləndirilə biləcək fəaliyyətlərdir. 1492 – ci ildə Portuqaliyalı dənizçi Vasco da Gamanın gəmi ilə Hindistana getməsi, digər bir Portuqaliyalı dənizçi olan Magellanın 1519 – cu ildə başlayan dünya səyahətləri isə, insanların bilmədikləri yerləri görmək, tanımaq səbəbiylə edilmiş olan səyahətlərin təməlini qoymuşdur. Fransa inqilabı ilə başlayan sosial, siyasi və iqtisadi dəyişimlər nəticəsində ortaya çıxan burjua sinifi və varlıqlar, uzaq ölkələrə gedib gəzmək səbəbiylə o dövr turizm hərəkətlərinə ciddi şəkildə təsir göstərmişlər. Ancaq bu dövrdə turizm fəaliyyətlərini əsl hərəkətləndirən təməl ünsür, nəqliyyat texnologiyasında ortaya çıxan inkişaf olmuşdur. Buxarlı gəmi və lokomotivlərin kəşfi, növbəti illərdə avtomobil sənayesinin sürətlə inkişafı turizmin çox sürətli bir şəkildə iləriləməsinə səbəb olmuşdur. Bu dövrdə ilk təşkil olunmuş turistik səyahəti, 1841 – ci ildə at yarışını izləmək üçün qatarla Letter-Loughborough arasında tur təşkil edərək 570 turisti daşıyan və “təşkil olunmuş tur” ideyasını ortaya çıxaran Tomas Cookdur. I Dünya müharibəsinin həməən ardından 1918-1920 – ci illər arası müasir turizmin başlanğıcı olaraq qəbul edilir. Bu dövrdə turizm, mehmanxana, motel, nəqliyyat vasitələri və yolları, plyajlar, əyləncə və idman əraziləri, qonaqlama təsisləri və bütün strukturlarıyla böyük bir sektor halına gəlmişdir. Günümüzə isə texnolojik iləriləmələr, yaşama standartlarında ortaya çıxan inkişaf, qloballaşmanın bərabərində gətirdiyi səyahət azadlığı, turizm fəaliyyətlərinə qatılan insan sayının sürətlə artmasına səbəb olmuşdur. Bunun təbii bir nəticəsi olaraq da turizm sektoru dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biri halına gəlmişdir. Belə ki, dünya turizmi 1980-1990 – cı il dönəmində 60%, 1990-2000 – ci il dönəmində 52% artışı göstərmişdir. Rəqəmsal olaraq ifadə etmək lazım gələrsə, 1980 – ci ildə 280 milyon olan turist sayı 2000 – ci ildə 698 milyona çatmışdır. Bu rəqəm 2007 –

ci ildə 903 milyona, 2008 – ci ildə 922 milyona yüksəlmiş, 2009 – cu ildə 880 milyona geriləmişdir. Rəqəmlərdən də görüldüyü kimi turizm sektoru böyük bir sürətlə böyüməklə bərabər bəzi dövrlərdə gərək terror səbəbiylə gərək də iqtisadi kiçilmələr səbəbiylə kiçik geriləmələr yaşasa da ümumi olaraq böyümə trendini davam etdirmişdir. Bunun bir sübutu olaraq Dünya Turizm Təşkilatının 2020 – ci ildə 1,6 milyard turistin turizm fəaliyyətinə qoşulacağı və bunun iqtisadi nəticəsinin 2 trilyon Amerika dolları olacağı təxmin edilir. Bu baxımdan baxıldığında yeni inkişaflara səbəb olacağı gözlənen turizm sektorunun önümüzdəki dövrdə də ən sürətlə böyüyən sektorlardan biri olacağı gözləntisi yalnız olmaz. Çünki turizm sektoru işərisində bir çox fərqli mövqelərin ortaya çıxmasıyla yanaşı, var olan turistik fəaliyyətlərdə də ciddi inkişaf görür. Son illərə qədər turizmin ən önəmli hissəsini əmələ gətirən “dəniz, qum, günəş” üçlüsü yavaş-yavaş populyarlığını itirməkdə, xüsusilə səhiyyə turizmi başda olmaq üzrə mədəni və tarix turizmi inkişaf etməkdə və hər keçən gün daha çox tələb görməkdədir.

Turizm, İEÖ də ya da İEOÖ arasında ən önəmli gəlir qaynağı və ən sürətli inkişaf edən sektordur. Xüsusilə İEOÖ də turizm, iqtisadi böyümə üçün; yoxsulluğun aradan qaldırılması və yeni inkişaf yaratma mövzusunda tətbiq olunan ən yaxşı istiqamətdir. Bu səbəblə iqtisadi varlığını digər sektorlara nəzərən daha qısa vaxtda göstərə bilər. Qlobal rəqabət hər mövzuda olduğu kimi turizm sektorunda da fərqliləşməyə, yenilənməyə məruz qalır. Ölkələr, əyalətlər, regionlar daha çox gəlir əldə etmək üçün ən çox turisti çəkəbilmə yarışına girirlər. Bu yarış sektorun yeni, uyğun meyllər əmələ gətirərək, qlobal yarışda ön sıralarda yer almalarına səbəb olur. Bu meyllər yaxşı nəticələnən bir reklam kompaniyasından sonra digər sektorlarla müqayisədə çox qısa vaxtda xarici gəlir və məşğulluq artımı yaradır. Bu vəziyyət xüsusilə İEOÖ də xarici gəlir azlığının aşılmasına fayda yaradır. Turizm sektoru qlobal və beynəlxalq vəziyyətdə iqtisadiyyatdakı bir çox sektorla alış-veriş içərisindədir.

1.087 milyard insanın səyahət etdiyi dünyamızda, turizm dünyadakı ən böyük sektorlardan biridir və bu rəqəmin 2030 – cu ildə 1.8 milyard insan olması təxmin

edilir. (UNWTO 2014). 40 illik bir vaxtda kütlə turizm hər nə qədər dünyada ən sürətlə inkişaf edən turizm tərzini olsada XXI əsrdə artıq bu turizm tərzinin doyma həddinə çatdığı müəyyənləşdirilmişdir. İllər əvvəl tələffüz belə edilməyən alternativ turizm aktivləri ortaya çıxmış, yüksələn həyat standartlarıyla insanların turizm və səyahətə baxış açısı dəyişmişdir. Bu vəziyyət turizmdə yeni araşdırmalara səbəb olmuş, yeni meyllər yaratmışdır.

Təhsilə bağlı sosial-iqtisadi səviyyənin artması ilə turist profili və tələbləri də hər keçən il fərqlilik göstərmişdir. Turist profilinin dəyişməsinin tək səbəbi əlbəttə rifah səviyyəsinin artması deyil. Texnoloji inkişaf, nəqliyyat vasitələrinin sürət və həcmnin artması, destinasiya seçimlərinin çoxalması, elmdə yaşanan inkişaf, bu inkişafın ən sürətli bir şəkildə istehlakçıya çatdırılmasının təşkili, iş prinsipləri, icazə vaxtlarının normaya salınması, insanların daha çox səyahət etmələri və bu səyahətlər nəticəsində əldə etdikləri təcrübələr, həm turist profilinin həm də turist seçimlərinə təsir göstərmişdir. “İnsanlar turizm seçimlərinin niyə və hansı meyllərlə dəyişdi” sualına 4 başlıqda cavab axtarılmışdır.

### **Sosial-İqtisadi meyllər**

Turizm sahib olduğu xüsusiyyətlər səbəbiylə sosial bir sahədir. Bu səbəblə, işlətmə, iqtisadiyyat, sosiologiya, psixologiya kimi bir çox elm sahələrini yaxından maraqlandıran qarışıq bir hadisədir. İqtisadi qurum üzərindəki müsbət təsiri bir çox ölkənin dəstəklədiyi bir yatırım yeri olmasını təmin etmişdir. Buna görə də xüsusilə İEOÖ turizm ilə iqtisadiyyatlarını böyüdüblər. İqtisadi böyümə bir çox başlıqda araşdırma biləcəyi kimi əsas olaraq aşağıdakı dəyişmələri əhatə edir:

- Qlobal gəlir paylaşımını daha taraz bir şəkildə həyata keçirir.
- Qlobal qaynaqların rəşional istifadəsi sənaye cəmiyyətinə keçidi sürətləndirir.
- Alt quruluş və sosial yatırım yalnızca müəyyən edilmiş bölgələrlə bərabər ölkənin hər bölgəsinə çatdırılır.
- Ölkənin maddi varlığı artarkən mənəvi yöndən də zənginləşir.

Adam başına düşən gəliri az, milli kənd təsərrüfatının hakim, təhsil səviyyəsi və savadlılıq dərəcəsinin aşağı, insan qaynaqları və iş mədəniyyətinin inkişaf

etməmiş, içtimai qaynaqlarının və infrastrukturun çatışmadığı cəmiyyətlərdə turizm meyllərinin fərqliləşməsi gözlənilə bilməz.

Maslovun ehtiyac piramidası düşünülen zaman insanlar ən əsas ehtiyaclarını qarşılamadan bir üst səviyyədəki səviyyələrə keçə bilməzlər. Bu səbəblə başlıca ehtiyaclarını qarşılayan insanlar iqtisadi mənada rifaha çatanda turizm meylləri də dəyişmiş və bu meyllər, qohum ziyarətlərindən fərqli ölkələri, fərqli mədəniyyətləri tanıma nöqtəsinə gəlmişdir. Bu vəziyyət hər ölkənin hətta ölkələr içərisindəki bölgələrin inkişafı üçün səviyyəsinə görə fərqli illərdə həyata keçir. Turizmin sosial bir istiqamət olması səbəbiylə kişisel davranışlar, əxlaq, adət-ənənələr, mədəniyyət kimi deyimlərdən təsirlənir. Sosial olaraq baxıldığında təhsil səviyyəsinin artması insanların tarix, arxeologiya, sənət kimi qavramlara daha çox maraq duymasına səbəb olmuşdur. Qloballaşmanın bütün dünyanı ortaq bir mədəniyyətə ya da mədəniyyətsizləşməyə doğru sürüklənməsi isə insanların fərqli mədəniyyətlərə olan marağını artırmış bu vəziyyət turizm meyllərinin fərqliləşməsinə səbəb olmuşdur.

### **Psixoloji meyllər.**

Turistik hərəkətlər böyük ölçüdə psixoloji meyllərdən qaynaqlanmaqda və formalaşmaqdadır. Günümüzdə turizm insan həyatının cəmiyyət, mədəni, iqtisadi, siyasi yönələri ilə yaxından əlaqəli olmaqla birlikdə, psixologiya ilə də yaxından əlaqəlidir. Alimlər bu önəmli hadisəyə əvvəllər lazım olan marağı göstərməmişlər, turizmə qarşı müəyyən bir tutum sərgiləmiş, turizmin insanlar, cəmiyyət və mədəniyyət üzərindəki müəyyən təsirlərini vurğulamağı seçmişlər. Turizmin psixoloqlar tərəfindən yoxlanılması, turizmin insanlar üçün önəmli bir problem yaratmayan bir əyləncə və zövq həyatı olaraq görülməsinə səbəb olmuşdur. Turistlərin hərəkətləri böyük ölçüdə psixoloji meyllərdən qaynaqlanmaqda; psixoloji meyllərə görə formalaşmaqdadır. Hər şeydən əvvəl insanların səyahət etmə istiqamətində yönəldilməsi və tətillərini keçirmək üçün müəyyən bir seçim üzərində qərar vermələri psixoloji bir faktordur. Ayrıca səyahət sırasında insanların düşünmə formasında və tutarlılıqlarında yaranan dəyişmələr bunların davranışları üzərindəki təsirləri, səyahət və tətillər, həyatın gərginlik və çətinliklərinə

uyğunlaşmaları üçün insanların inkişaf etdirdikləri davranışları, turizmin və turistlərin, yerli xalqın psixologiyası və davranışları üzərindəki təsirləri böyük ölçüdə psixologiya ilə bağlıdır. İnsanların, xoşbəxtlik, məyusluq, bacarıq kimi psixoloji qavramları ilə paylaşmaları bir turizm aktiviti ilə həyata keçə bilər. Ailə ilə ya da yalnız keçirilən romantik il dönümü tədbirləri, işdən və yorğunluqdan qaçmaq üçün edilən həftə sonu səyahətləri, stressdən azad olmaq üçün gedilən spa mərkəzləri kimi bir çox turizm aktivini turistlər psixoloji zamanın sonunda keçirməyə qərar verirlər.

### **Texnologiya**

Araşdırma-inkişaf etdirmə, məlumat toplama, əlaqə, hədəf kütləsinə çatdırılma, reklam-tanıdım sayəsində və qlobal rəqabət ortamında texnologiya hər sektorda olduğu kimi turizm sektorundada fayda gətirir. Texnologiya bütöv yeniliklər, online turizm sektorunun bütün dünyada populyarlaşmağa başlaması turizmin bütün inkişaf və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə ən sürətli böyüyən sektor olmasını təmin edəcəkdir. Bu meylə öncəlik verilməsi üçün həm Avropada həm digər qitələrdə yeni elm texnologiyalarının istifadə edilməsini məcbur edir. Turizmdə elm texnologiyalarının istifadəsi tarixi olaraq; 1980 – ci illərdə kompüterli qeydiyyat (CRS) sisteminə keçid, 1980 – ci illərdə qlobal dağılım sisteminin turizmdə istifadə olunması (GDS) və 1990 – cı illərdə internetin populyarlaşmağa başlaması şəklində 3 mövqedə tərif oluna bilər. İnternetin kəşfi, sosial mediyanın yaradılması və insanların vaxtlarının çoxunu internet başında keçirmələri tanıtma və paylama kanallarının istiqamətini dəyişdirmişdir. Bilet, paket tur ya da qonaqlama satın almaq, il dönümü yeməyi üçün rezervasiya etdirmək, maşın kirayəsi kimi turizm sektorunun təməlini yarada ünsürlər insanlar tərəfindən daha az vaxt xərcləyərək güvənli bir şəkildə internet üzərindən edilə bilər. Ayrıca sosial medyada populyar məkanlar izlənilir, şikayətlər paylaşılır. İnsanlar səyahət təcrübələrini heç tanımadıqları insanlarla paylaşa bilməkdə, bir-birlərinin səyahət istəklərinə təsir edə bilirlər. Ayrıca yeni çıxan bir məhsul yaxud yeni bir destinasiya çox sürətli bir şəkildə populyar ola bilər ya da populyarlığını itirir.



## **Digər meyllər**

Demografik təsirlər turizm meyllərinin yaradılmasına təsir edir. Qadının iş həyatına qatılması, uşaq ölümlərinin azalması, uşağa sahib olmanın maliyyətinin artması, təhsil səviyyəsinin artması və şəhərləşmənin başlamasıyla ailələr kiçilmiş, bu da ixtiyari zamanın və ev təsərrüfatı gəlirlərinin artmasına səbəb olmuşdur. Ayrıca ortalama ömrün uzadılması da, gəliri nisbətən azalan ancaq boş zamanı çox olan yaşlı insan sayını artırmışdır. Bu yaşlı insanlarla birlikdə yanlarındakı insanların daha aktiv, fit və sayca çox olan bir öncəki nəsildən daha fərqli davranış və istəkləri olduğu açıqdır və turizm sənayesi bu artan tələbə cavab vermək vəziyyətindədir. Təhsil səviyyəsi yüksək olanların həm iş, həm də dincəlmə-əylənmə məqsədli səyahət etmə tələbləri daha çoxdur. Politik və siyasi inkişaflarında turizm meyllərinin yaranmasına təsiri vardır. Turizm, insanların həm beynəlxalq həm də ölkə içi səyahət etmə azadlığına bağlıdır. Turizmin tarixi inkişaf dövrlərinin başlanğıcına baxıldığında ümumilikdə siyasi və iqtisadi qısıtlamalar səbəbiylə səyahət edən insan sayısı çox azdır. Xüsusilə SSRİ – nin dağılması və Çin hökumətinin siyasəti sayəsində çox böyük sayda insan səyahət etmə azadlığına qovuşmuşdur. Digər tərəfdən terrorist hücumlar, yaşanan köçlər və yayılan xəstəliklər azadlıqla səyahət etməyi əngəlləyən ünsürlər olmuşdur. Xüsusilə Avropa Birliyi ölkələrin sərhədləri qaldırması və bu qitədə edilən səyahətləri asanlaşdırmışdır. İngiltərə, əsas bazarı olan ABŞ və bəzi Avropa ölkələrinə viza tətbiq etməməsiylə birlikdə sürətlə inkişafda olan və böyük bir turizm potensialına sahib olan Çin, Hindistan və Rusiya kimi ölkələrə viza tətbiq etməkdədir. Qloballaşma müddətiylə paralel olaraq ölkələr arasındakı daha isti münasibətlərin inkişaf etməsi və bəzi ölkələr arasında pasport-viza məsələlərinin aradan qaldırılması ya da asanlaşdırılması qlobal turizmdəki inkişafın önünü açan əsas bir təsir olmuşdur. Bu səbəblə xüsusilə Avropadakı ölkələrin bəziləri tək bir paket turda birləşdirilərək satılmağa başlanmışdır. Sərhədlərin aradan qaldırıldığı, şirkət və dövlətlərin bir-biriylə sıx əlaqələr içərisində olduğu, texnologiyanın çox sürətlə dəyişdiyi, qloballaşma və rəqabətin sıx yaşandığı bir zamanda turizm meyllərinin gündən-günə dəyişməsi başa düşüləndir.

XXI əsrdə turizm sənayesi, dünyanın ən böyük sənayesi olma yolundadır. Beynəlxalq səyahətlərdə müxtəlif qanunların aradan qaldırılması, hava nəqliyyatı və havayoluna bağlı olan anlaşmalar, alınacaq gömrük vergilərinin, viza tətbiqinin müəyyənləşdirilməsi və İEOÖ – in iqtisadiyyatlarının güclənməsi ilə qlobal turizm böyümə sürətinin həmişə artırmaqdadır. Dünya üzərində səyahət meyllərinin fərqliləşməsi fərqli ölkələrə səyahət etməyi həyata keçirmiş, mədəniyyətlər arası təsiri artırmağa başlamışdır.

### **Yeni turizm meylləri**

Mövzu ilə bağlı araşdırmalarda və bütün qaynaqlar incələndikdən sonra araşdırma nəticəsində “Yeni turizm meylləri başlığı altında 10 qrupta yerləşdirilmişdir.

### **Halal turizm**

İslami əsaslar nəticəsində həyata keçirilən turizm aktivləri “Halal Turizm” başlığında toplanmışdır. Bu ideya akademik ədəbiyyatda yeni bir qavram olduğundan mövzuyla əlaqədar çox sayıda qaynaq yoxdur. Ümumi olaraq İslami turizm; “İslami əmr və qadağalara uyğun olaraq edilən turizm şəkli” olaraq qeyd etmək olar. Müsəlmanların özəlliklə Avropadakı iqamətgahları və sürətlə artan sosial-iqtisadi səviyyələri turizm tələblərinə də təsir göstərmişdir. Bu tələblər nəticəsində İslam dininə haram olaraq qəbul edilən içki servislərinin edilmədiyi, qadın və kişi hovuzlarının ayrıldığı qonaqlama təsisləri nümunə olaraq verilə bilər. “İslami yaşam tərzinə uyğun turizm bazarı 2012” başlıqlı araşdırmaya görə; beynəlxalq turizm bazarı son dövəmdə illik ortalama 3,8% böyüyərkən, İslami turizm bazarı 4,8% böyümə göstərmişdir. Araşdırmada İslami turizm bazarının böyümə sürətinin, 2020 – ci ilə qədər davam edən müddətdə beynəlxalq səyahət sənayesinə görə daha sürətlə böyüməyə davam edəcəyi bildirilir. Dünya İslam iqtisadi hesabatına görə 2013 – cü ildə həcc səyahətəri xaric İslami turistlər 140 milyard dollar xərcləmişlər. 2020 – ci ildə isə bu rəqəm 238 milyard dollar olması gözlənilir.

**Cədvəl 1. 2018 – ci il Müsəlmanların turizm xərcləmələri**

Ölkə	\$	Ölkə	\$
Səudiyyə Ərəbistanı	17.8%	Almaniya	3.6%
İran	14.3%	Misir	2.8%
BƏƏ	11.2%	Azərbaycan	2.4%
Qətər	7.8%	İngiltərə	2.4%
Küveyt	7.7%	Sinqapur	2.3%
İndoneziya	7.5%	Fransa	2.3%
Malaziya	5.7%	İraq	2.2%
Rusiya	5.4%	ABŞ	2.0%
Türkiyə	4.5%	Mərakeş	2.0%
Nigeriya	4.4%	Livan	1.9%

**Mənbə:** United Nations World Tourism Organization (2018)

### **P.A.N.K.S**

Açılışı “Professional Aunts No Kids” bizim dildə “Uşağı olmayan xalabibilər” olan bu yeni turizm qavramı ABŞ – da başlayan və sürətlə yayılan bir turizm fəaliyyətinə çevrilmişdir. Xərcləmə gücü yüksək olan, uşaqların bir mənada “tətil anası” olmağı gözə alan bu turizm növünə turlar təşkil olunmaqdadır. 2002 – ci ildə ABŞ – da yaşları 15-44 arasında olan qadınların 42% uşağa sahib deyilənsə 2010 – cu ildə bu əmsal 42.6% 2018 – ci ildə isə 43% olmuşdur. Yeni yaranan bu meyl ilə uşaqlara 9 milyard dollar xərcləyən 23 milyon PANKS – ın olacağı müəyyənləşdirilmişdir [1]. Bu turizm növü uşaqlarla bir əlaqə qurub gözəl xatirələr əldə etmək istəyən xalalar üçün ideal bir turizm növü halına gəlmişdir. Bu meyl nəqliyyət xərcləri, otel xərcləri kimi turizmi maraqlandıran digər yerlərə birbaşa təsir etməkdə həm bölgə həm də beynəlxalq aləmdə güclü bir böyümə ilə önəmli bir diqqət nöqtəsinə çevrilməkdədir (WTm Global Trends 2013).

### **Online Xoşbəxtlik**

Ən təsirli və sürətlə yayılan havayolu nəqliyyatı turizm sektorunun ən önəmli sahələrindən biridir. Texnologiyadakı inkişaf, təyyarə saylarının artması bu səbəblə də havayolu nəqliyyatının daha uyğun qiymətlərlə hər büdcəyə uyğun hala gəlməsi ilə fərqli düşüncələr və gözləntilər ortaya çıxmışdır. Avropada xüsusilə İngiltərədə havayolları uzun illərdir istifadə olunan əsas nəqliyyat vasitəsi

olduğundan, İngilis sənişinlərin gözləntiləri daha çox quru yollarınadır. İngiltərədə başlayan və dünya üzərində sürətlə yayılan online xoşbəxtlik sənişinləre daha çox fərqli hava yolu xidməti təqdim edir. İnternetdən edilən hava yolu xidmətləri sayəsində aşağı qiymətləri sənişinlərlə birləşdirən yeni bir uçuş axtarış saytı [www.routehappy.com](http://www.routehappy.com) 2013 – cü ilin aprel ayında qurulmuşdur. Anket sorğularıyla onların məmnuniyyət səviyyəsi ölçülür. Sənişinlərə qulaqcıq, Wi-Fi, oturmaqlarda əylənmə panelləri və ayaq qoymaq üçün xüsusi yerlərlə yanaşı təyyarə içi yüksək səviyyədə xidmət göstərilir. Bundan əlavə uçuşun təxirə salınması, vaxtının dəyişdirilməsi bu online kanallar tərəfindən asanlıqla həyata keçirilir. Havayolu şirkətləri havayolu nəqliyyatını pul və zaman aralığında yaranan maddələşdirilmiş bir qavramdan daha da irəliyə aparırlar (WTm Global Trends 2013). Online xoşbəxtlik başlığı altında “couchsurfing”, “airBnB”, “blabla”, “uber,curb” kimi internet saytlarından da bəhs etmək lazımdır. Evlərini ya da otaqlarını saytlar üzərindən kirayələyən insan sayı hər gün artmaqdadır. Bu sistemlə insanlar daha ucuza həm şəhər mərkəzlərində həm də çox böyük olmayan qonaqlama mərkəzləri alternativini tapılmayan yerlərdə qonaqlaya bilməkdədir. Amerikada hal-hazırda ən yaxşı inkişaf edən Uber kimi sistemlər bir mobil telefon proqramı ilə sənişinə ən yaxın taksini tapma üsuludur.

### **Mobil Proqramlar**

Elm texnologiyalarındakı sürətli inkişaf turizmin hər hissəsinə hakim və bütün yeni meyllərdə müəyyənləşdirici bir təsirdir. Sosial mediya dan hər sagədə yararlanıldığı günümüz dünyasında maşın kirayəsi, havayolu işləri, otel rezervasiyaları, paket tur satışı, yemək rezervasiyaları, muzey görüşləri, əyləncə bilet satışı kimi daha çox turizm işi klassik satış yerinə mobil proqramlarla həyata keçirilir (Gelişən Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri, Muhammed KARATAŞ, Serap BABÜR 2013). Son illərdə başlayan və önümüzdəki illərdə sürətlə dünya üzərinə və turizmin hər növünə yayılması gözlənilən Mobile Concierge xidmətləri otelçilik dünyasında girmişdir. Qonaq otelə gəlmədən online girişini etməklə, ön bürodə onu rezervasiya yerinə bir aparat qarşılamaqda və bütün işlərini bu aparat ilə yerinə

yetirməkdədir (Brunner, Malapaka & Mason, 2008). Turizmdə mobil proqramların ən çox istifadə edildiyi sahələr və illərə görə paylaşımı Cədvəl 2 – də göstərilmişdir.

**Cədvəl 2. Mobil Proqramların 2016 – 2018 il səviyyələri**

	2016	2017	2018
Maşın kirayəsi	8.2	8.4	8.7
Havayolu nəqliyyatı	8.0	12.3	8.7
Digər nəqliyyat vasitələri	6.4	12.7	9.1
Oteller	10.5	13.0	9.9
Pərakəndə satış agentliyi	8.2	12.1	9.7

**Mənbə:** WTM Global Trends, 2018

### **Kruvaziyer Turlar**

ABŞ ilə yanaşı Asiya həmişə artışı göstərən fərqli turizm kateqoriyalarının başında böyüyən iqtisadiyyatı ilə kruvaziyer turlar gəlir. Çin hökuməti 2013 – cü ili dəniz turizmi ili olaraq açıqlayıb 5 illik plan ilə kruvaziyer turizmin inkişafına dair siyasətləri inkişaf etdirmişdir. 2016 – cı ildə Çindəki limanlara 285 kruvaziyer gəmisi yanaşmışdır. Yalnızca Çində deyil Yaponiya və Cənubi Koreyada da kruvaziyer səyahətlər xüsusilə bal ayı cütlükləri arasında son illərdə populyarlaşmışdır. 2020 – ci ildə ABŞ – in ardında Çinin 2 – ci böyük qlobal kruvaziyer bazarı olacağı təxmin edilir. Azərbaycanda isə su hövzəsinin qapalı olması ilə əlaqədar bu turizm sahəsi inkişafı zəif səciyyəyəndir.

### **Oyuncaq Turistlər**

Yaponiyada başlayıb Koreyada və yavaş-yavaş digər Asiya ölkələrində yaygınlaşan yeni meyl “oyuncaq turist” meyilidir. Yaponiyada bir turizm firması, xüsusi bir xidmət başlayıb, səyahət edə bilməyən insanların maket heyvanlarını gəzdirib şəkillərini sahibləriylə paylaşmaqdadır. Müştərilər isə fiziki ya da psixoloji səbəblərlə səyahət edə bilməyən ya da səyahət etməyə vaxtı olmayan insanlardır. “Unagi” turizm şirkəti bu vaxta qədər 400 – dən çox lüks oyuncağı Yaponiyada gəzdirmişdir. Maket heyvanlar üçün bir günlük Tokio turu təxminən 10 – 12 manatdır.

## **1.2. Turizm sektorunun nəzəri-metodoloji məsələlər**

İnsanlığ tarixi qədər qədim olduğu qəbul edilən səyahət anlayışı, yerdəyişdirmə anlayışından çıxmış, son bir neçə əsrdə turizmlə birlikdə adı çəkilir. Tarixi dövrlər dəyişdikcə, ovçuluq, maraq, səhiyyə, din, ticarət, əyləncə, boş zaman keçirmə kimi bir çox fərqli səbəblərlə həyata keçirilən səyahət hadisələrinin günümüzdə yarısına yaxını tətillə yönümlü olmaqdadır.

Tarix öncəsi zamanlarda toplu köçlər və ovçuluq kimi səbəblərlə çətin şərtlərdə və ümumilikdə məcburiyyətdən dolayı yaşanan səyahətlər, ilk dövrlə birlikdə olimpiyada oyunları kimi rekreativ fəaliyyətlərin edilməyə başlanmasıyla turizm sektorunun parçası halına gəlmişdir. Dəniz yoluyla nəqliyyatın və təkərin kəşfi ilə böyük asanlıqla yaşanan səyahət hadisələri, orta dövrə çatdığında böyük ölçüdə din və müharibə mərkəzli olmuş; müasir dövrə keçilməsiylə isə səyahət anlayışı yerini “Grand Tur”lar kimi beynəlxalq turizm tarixində dönüm nöqtəsi olan fəaliyyətlərə vermişdir. Müasir dövrlə birlikdə həyata keçən sənaye inqilabının ardından dünyada yaşanan inkişaf, artan boş zaman və gəlir, turizm sektorunun müasir mənada inkişafına səbəb olmuş; 21 – ci əsrə gəlindiyində turizm; “Telekommunikasiya” və “Bilgi Texnologiyaları” ilə birlikdə global iqtisadiyyata istiqamət verən 3 sektor arasında öz yerini almışdır.

### **Konseptual Baxımdan Turizm**

Turizm ədəbiyyatlarında, turizmin konseptual və əməliyyat - texniki təriflərinə uyğun bir hissə nəzərə çarpmaqdadır. Texniki təriflərə baxıldığında olduqca yayılmış olanlardan biri Burkart və Medlik (1974) tərəfindən edilmiş olan; “insanların normalda olduqları və çalışdıqları yerin xaricinə keçici və qısa müddətli olaraq hərəkət etmələri və getdikləri bu yerlərdə etdikləri fəaliyyətlər” tərifidir. Burkart və Medlik (1974) əsərlərində turizmi 5 əsas prinsip üzərinə qurmuşlar:

1. Turizm fenomenlər və münasibətlərin birləşməsidir

2. Bu fenomen və münasibətlər insanların hərəkətlərindən yaranmaqda olub; dinamik (səyahət) və statik (yerləşmə) ünsürlərdən ibarətdir.
3. Səyahətlərin normalda yaşanılan və çalışılan yerin xaricinə edilmə səbəbi 2 ərazi arasındakı fəaliyyətləri də ehtiva etməsini gərəkdirir.
4. Həyata keçirilən yerdəyişmə qısa müddətli və keçicidir.
5. Səyahət edilən yerlə əlaqəli məqsədlər ödənen qiymətlə əlaqəli deyil.

Texniki olaraq edilən təriflərin ən bilinənlərindən olan Birləşmiş Millətlər və Dünya Turizm Təşkilatına görə turizm; “işləmə məqsədi olmadan; əyləncə iş və ya digər məqsədlər doğrultusunda, bir ili keçməyəcək müddət boyunca, yaşanan yerin xaricində yerlərə gedilməsidir” . Keçirilən zaman mövzusunda vurğulandığı bir digər tərifə görə isə turizm, insanların normalda olduqları çevrənin xaricinə istiqamətlənmiş, müəyyən məqsədlərlə keçici və qısa müddətli hərəkətlətiylə fəaliyyətləri olaraq açıqlanmaqdadır.

Turizmə uyğun bütün çevrələrdə fikir birliyinə dayanaraq qəbul edilmiş tək bir tərif olmamaqla bərabər, tez-tez səyahət edilən yerin xaricinə çıxılaraq bir yer dəyişdirmə olması vacibliyi, söz mövzusu yer dəyişdirmənin ən az bir gün vaxtla olması və pul qazanma məqsədi xaricində həyata keçirilən səyahətlər olması vacibliyi nöqtələri üzərində birləşməkdədir. Turizm qavramı üzərinə edilən fərqli təriflər nəzərə alınaraq turizmin:

- Turist ( motivasiya, seçim, təmin, qarşılıqlı təsir )
- İşlətmə ( marketinq, təşkilat, korporativ nəqliyyat planlaması, istirahət )
- Yerli icma ( istəklər, iqtisadi, sosial və mədəni təsirlər )
- Yerli çevrə ( turizmin ölçüsü, siyasət və planlanması )
- Milli istehsal ( iqtisadi, ekoloji və mədəni təsirlər )

ilə əlaqəli olduğu çox sayda komponent ortaya çıxır. Bütün bu komponentlər turizmin intizam yönündə fərqli qavramlar yaratmaqdadır.

### **Turizmoloji (TurizmElm)-ə Doğru...**

Bugün turizm; təmin etdiyi məşğulluq imkanları, ödənişlər tarazlığı və xarici ticarət balansını tarazlamaq üçün müsbət iqtisadi təsirlərinin yanında sosial-mədəni gəlirləri ilə də inkişaf və inkişafda olan ölkələr üçün əvəz olunmaz bir

vəziyyətdədir. Sosial və iqtisadi tətbiqlərin içində gedərək daha çox yer tapan sektor, sosial elmlərə dair araşdırmalar üçün isə önəmli bir yer yaratmışdır. Lokomotiv sektor halına gələn turizmin dövlətlərin plan və siyasətləri ilə dolaşmaq hala gəlməsi sektora xüsusiyyətli iş gücü yetişdirilməsinə vacibliyini ortaya çıxarmışdır ki, bu vəziyyət gedərək spesifikləşən turizm sektorunda təhsili və elmi yanaşması gərəkəndir.

İlk olaraq, Avropada səyahət agentlərinin ehtiyac duyduğu peşə biliyini verə bilmək üçün texniki məktəb əsasında qurulan turizm məktəbləri, bugün dünyanın bir çox bölgəsində, orta təhsil səviyyəsində doktorantura səviyyəsinə qədər uzanan bir hissədə, turizmin hər mövqə və addımına işgücü çatdırma biləcək müxtəliflikdə təhsil imkanları təqdim etməkdədir. Buna qarşı, olduqca uzun bir zamandır universitetlərdə elmi yanaşmalarla təhsil verilən turizmin, beynəlxalq akademik dildə “elm” olaraq qəbul olunmasında hələdə müzakirələr davam etməkdədir. Turizmin əsas elm sahələriylə müqayisədə olduqca yeni bir mövqə yaradan və intellektual yanındakı çatışmamazlıqlar bu intizamın akademik ağırlıq qazana bilməsi üçün fərqli növdə şərtlər yaratmaqdadır. Bəzi araşdırmaçılar turizmin bir intizam olaraq görürkən, digərləri intizamlararası bir sahə olaraq qeyd edirlər. Daha ətraflı araşdırmalarda bu mövqeyli elmi metodlarla dəstəkləyənlər də vardır. Bu mövzuyla bağlı müzakirələr ümumiyyətlə, “turizmin elmləşdirilərək xaricdən müzakirə oluna bilər sadəcə öz dəyərləri (prizması) daxilində dəyişdirə bilən bir sahə olması” və “turizmin sadəcə müxtəlif intizamların mövzusu ola biləcəyi” fikirləri arasında yaşanmaqdadır.

Turizmin elmi sahə kimi təqdim olunması, 1960 – cı illərdə turizmə sadəcə iqtisadi bir fakt olaraq baxılmasının sonlandırılmasıyla başlanmışdır. 1970 – ci illərdə ortaya atılan “turizmoloji” termini isə, turizmi araşdıran bir elm sahəsinə çevrilmişdir.

### **Turizmin elm sahələri içərisindəki yeri**

Turizmin disiplinlərarası yönünə diqqət çəkən Veal (1997) , turizm ilə bağlı ediləcək elmi araşdırmalarda sosiologiya, coğrafiya, iqtisadiyyat, psixologiya və



sosial psixoloji, tarix və antropologiya, siyasət elmi və fəlsəfəyə qədər uzanan 9 elm sahəsində araşdırıla biləcək nəzəri-metodoloji əsasları qeyd olunmuşdur.

Goeldner və Ritchie (2006), turizmin makrointizamli bir forması olduğunu vurğulamaqda, turizm təcrübələrinin iqtisadi, psixologiya, sosial, texnologiya, qanuni və siyasi təsirlərə məruz qaldığını qeyd etmişdirlər.

### **Turizm və Coğrafiya**

Ətraf mühit, iqlim, landşaft və iqtisadiyyat kimi mövqələrdə təcrübələrdən keçərək olduqca geniş bir sahədə çalışma əhatəsi yaradan coğrafiyaçılar, turizm sektorunu içinə alan çox sayda çalışma ortaya qoymaqladırlar. Coğrafiya sahəsində edilən araşdırmalar; turistik bölgələr, turizm bölgələrində insanların hərəkətləri, turizmin inkişafının bölgələrə görə paylanması, turizmin bölgələrdə yaratdığı dəyişikliklərin müəyyənəşdirilməsi, fiziki planlama kimi turizmlə bağlı bir çox sahəyə işıq tutmaqdadır. Coğrafiyanın iqtisadi, demoqrafik, mədəni və s. bir çox sahəni əhatə etməsi, bu sahənin turizmologiyaya qatqılarının olduqca yüksək səviyyədə olduğunu göstərir. Belə ki, bu sahə arasındakı qarşılıqlı yüksək əlaqə “Turizm Coğrafiyası” adı altında bir alt intizamının inkişafına yol açmışdır.

Rekreasiya coğrafiyası, coğrafiyaçılar tərəfindən olduqca sıx istifadə olunan bir başlıqdır. Turizm, boş zaman və rekreasiyanın bir-biriylə çox əlaqəli qavramlar olmasında dolayı, bu sahənin turizmə olan qatqılarının müəyyənəşdirilməsi üçün bəhs olunan başlıqlarla bağlı araşdırmalar edilməlidir. Journal of Leisure Research, Leisure Sciences, Tourism Geographies kimi dərgilərin çıxdığı coğrafiya elminin turizmlə gedərək iç-içə olduğu görülməkdədir.

### **Turizm və İqtisadiyyat**

Son illərdə turizmdəki inkişaf sürətlə iqtisadiyyat elmindəki çalışma və araşdırmaların mövzusu olmağa başlamışdır. İqtisadçılar, turizmin iqtisadiyyat üzərindəki təsirlərini araşdırmaqdadırlar. Turizmin inkişafı ev təsərrüfatı gəlirlərinin yüksəltməkdədir. İqtisadiyyat və turizm arasındakı bütün bu qarşılıqlı əlaqələrin analiz edilməsi üçün “Turizm İqtisadiyyatı” adıyla turizmdə alt bir mövqe yaradılmışdır.

Müəssisələr və ictimai qurumlar, turizmin artan iqtisadi təsirləriylə hər keçən gün daha da maraqlandırmaqdır. Turizm fəaliyyətləri, müəssisələr tərəfindən yaradılan iqtisadi xərclər, turistlərə daha yaxşı xidmət təqdim etmək üçün dövlət tərəfindən yaradılan ictimai xərc və cəmiyyətdə əlaqəli şəxslərin yaratdıqları əlaqəli xərclər və bu fəaliyyəti həyata keçirənin yaratdığı fərdi xərclərdir. Beynəlxalq və qlobal iqtisadiyyata olan təsirlərdən dolayı iqtisadiyyatçılara görə analiz edilən turizm, tələb, valyuta gəlirləri, ictimai gəlirlərə qatqısı, ödəniş balansı, məşğulluq, regional inkişaf kimi iqtisadi faktorlar üzərindəki təsirləriylə analiz edilməkdədir.

### **Turizm, Sosiologiya və Sosial Psixologiya**

Son 30-40 ildir önə çıxmağa başlayan turizm sosiologiyası, turizmin alt bir elm hissəsi olub, metodologiya və teorik baxımdan böyük çətinliklər yaradan və hələ də inkişafda olan bir sahədir. Dünya üzərində qəbul edilmiş sosiolojik bir perspektiv olmamaqla birlikdə; tək bir turizm sosiologiya anlayışında yoxdur. “Turizm sosiologiyası, xüsusi bir çalışma sahəsi olaraq hələ də sosiologiya elminin içində qurulmamışdır”. Bunun bir nəticəsi olaraq da tək bir sosiologiya baxımından turizmə tək tip bir baxış yoxdur. İndiki zamanda sosiologiyanın turizmə baxışı; bütün turizm sahələri və xüsusiyyətlərini əhatə edəcək formadadır.

Turizm sosial bir hadisədir. Bu səbəblə, fərdlərin və qrupların davranışlarını və cəmiyyətlər üzərindəki təsirlərinin araşdırmaq istəyən sosioloqların diqqətini çəkməkdədir. Bu yanaşma, həm turistlərin həm də yerli xalqın sosial siniflərini, vərdişlərini və ənənələrini araşdırmağa yol açmaqdadır. Boş zaman sosiologiyası isə nisbi olaraq inkişaf etməmiş bir sahə olub; turizmin cəmiyyətlər üzərindəki təsiri böyüdükcə sosial baxış açısıyla daha da çox çalışılacaqdır. Bununla birlikdə turizm sosiologiyasını, turizmin sosial struktur üzərində yaratdığı sosial-mədəni təsir və dəyişimi araşdıran bir alt turizm elm sahəsi olduğunu demək mümkündür. Boş zaman təcrübələrini araşdıran qavramsal sosial psixologiya isə, bu dövəndə yaşanan təcrübələrin qavramsal olaraq mənasının, miqdarının, zamanının daxili və xarici növdə incələndiyi bir sahədir. Artan insan nüfuzu ilə turizmin təbii və

mədəni sahələr üzərindəki artan qlobal təsiriylə bərabər önəmi daha da başa düşüləcəkdir.

### **Turizm və Antropologiya**

Antropologiya kimi turizm də ayrılmaz bir formada turistlər, çevrə, miras və qonaqlama ilə iç-içə çalışmaqdadır. Turizmdəki antropojik çalışmaların çoxu, Avropalı və digər turistlər arasındakı mədəni qarşılıqlı əlaqəni araşdırır. Antropoji turizmdə insan mədəniyyəti mədəniyyətlər və alt mədəniyyətlər arasındakı qarşılıqlı əlaqə və bu əlaqənin yaratdığı nəticələr üzərində cəmləşməkdədir lakin turist təcrübələrini yoxlayan araşdırmalarda rastlamaq mümkündür. Turizmin fərqli sahələrinin üst hissəsiylə əlaqəli çalışmaların növləndirilməsi və artması 1990 – cı illərdə yeni yeni başlamışdır və günümüzdə sürətlə irəliləməkdədir.

### **Turizm və İnformasiya Elmləri**

Texnologiyadakı sürətli inkişaf, 1980 – ci illərdən etibarən və kommunikasiya texnologiyalarının qlobal səviyyədə turizm sektoru üzərindəki təsirlərini önəmli ölçüdə artırmışdır. Mövzu olaraq texnologiyalar turizm müəssisələrini və istehlakçılar arasındakı qarşılıqlı əlaqəni dəstəkləməkdədir və bu istiqamətdə turistik məhsullar və destinasiyaların bütün idarəetmə, marketinq və inkişaf etdirmə vaxtları yenidən dəyərləndirilməkdədir. Turizm və informasiya elmləri üzərinə edilən disiplinlərarası və akademik araşdırmaların yanında 2 sənayenin də inkişafında önəmli rol oynamaqdadır.

Decoste və Grunewald (2011), turizmin “trans-multi və disiplinlərarası” yönünə diqqət çəkdiqləri çalışmalarında, yuxarıda adı keçən elm sahələri ilə yaradılan, fərqli metodologiyalarıyla birləşdirə bilən bir sahə olmasına baxmayaraq; özünə aid bir məntiq birliyi içərisində formalaşdırılmış analiz istiqamətlərindən qıt olduğunu vurğulamaqdadırlar. Araşdırmaçılar çalışmalarında burdan yola çıxaraq turizmə aid meto-teoremlərin yaradılmasının vacibliyinin xüsusiylə qeyd etməkdədirlər.

Turizm sənayesinin sosial-iqtisadi və mədəni çevrələr üzərindəki artan təsiriylə bərabər, akademik çevrələrdəki yerini də dəyişməsi, turizmin elmliliyinin yoxlanılmasını da bərabərində gətirmişdir. Ümumiyyətlə, turizmin fərqli elm

sahələri arasındakı bütünləşdirici çalışmaları edən disiplinlərarası bir yanaşma olaraq qısıtlanması vacibliyini müdafiə edən tərəf ilə, “trans-multi və disiplinlərarası” bir elm olduğunu iddia edən tərəflər bu müzakirənin 2 hissəsini yaratmaqdadır.

Bir sahənin elmliliyinin müəyyən edilməsi, teorik yanaşmalarının araşdırılmasını da bərabərində gətirir. Moles, Feyerabend kimi elm və üsul üzrə səs gətirən çalışmaları edən elm adamlarının çalışmaları incələndiyində, turizm teorisində yaşanan inkişafı birlikdə, yaranan elmlər arasında yer aldığını və sektorlar üzrə inkişafında bağlı olaraq yeni teorik inkişafı açığı olduğunu demək mümkündür. Təbiətindən asılı olaraq akademik açıdan fərqli elm sahələri və disiplinləri əhatə edəcək şəkildə çalışılması lazım olan turizmin, bir elm olma yolunda irəliləməkdə olduğunu və turizmlə əlaqəli olan elm sahələrindəki inkişafı da turizmologiyaya qapı açacağını söyləmək mümkündür.

## II Fəsil TURİZM SEKTORUNUN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

### 2.1. Qeyri-neft sektorunun formalaşmasında turizm sektorunun yeri

XX əsrin son dövrlərindən başlayaraq bütün ölkələrin milli iqtisadiyyatına beynəlxalq aləmdə çox sürətlə böyüyən qloballaşma prosesləri hiss olunur dərəcədə təsir etməyə başlamışdır. Bu proseslərin əhatə dairəsi və yayılma sürəti həm ölkənin daxilində istehsal olunan məhsulların rəqabətliyiindən həm də milli iqtisadiyyatın quruluşundan asılıdır. Həmçinin qeyd edilməlidir ki, ölkədə rəqabətə davamlı məhsulların istehsal olunması və sənayenin müxtəlif sahələrində fəaliyyətini davam etdirən istehsalçıların həm daxili həm də xarici bazarlarda öz dayağını möhkəmləndirməsi qloballaşmanın zərərli tərəflərinin təsirindən qoruyan amillərdir.

Müasir dünyada bütün ölkələrin milli iqtisadi təhlükəsizliyi müxtəlif mənbələrdən asılı olur. Bu mənbələrə aid olaraq iqtisadi sahənin tərkibini, daxili bazar şəraitinin qorunmasının son vəziyyəti, istehsal olunmuş məhsulların rəqabətə dayanıqlılığı, idxal və ixracın tərkibi və yerli istehsal məhsullarının daha da stimullaşdırılmasını qeyd etmək olar. Əgər ölkənin milli iqtisadiyyatın strukturunda hər hansı bir sahə digər sahələrə nisbətən üstünlük qazanıbsa, bu bütövlükdə iqtisadiyyatın, həmçinin də dövlət büdcəsinin bazar konyukturasından asılı olmasına səbəb olacaqdır. Bu baxımdan əgər dövlət büdcəsi gəlirləri ixrac hesabına formalaşarsa o zaman həmin ixrac edilən məhsullar həm yerli həm də xarici bazarda önəmli rol oynayacaqdır. Beləliklə, ölkənin milli iqtisadiyyatında qabaqcıl mövqələrdə olan sahənin məhsullarının qiyməti dünya bazarındakı aktivlərdən asılı olaraq həm qabaqcıl olan sahəni, həm də bütöv şəkildə yanaşsaq milli iqtisadiyyatın konyukturasından asılı olmasına səbəb olacaqdır.

Qeyd olunanları nəzərə alaraq söyləmək olar ki, günümüzdə milli iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində balansın yaradılması məhz elə iqtisadi təhlükəsizliyinin səviyyəsindən asılıdır. Tarix boyu təcrübələr göstərir ki ölkənin təbii resurslarının bol olması milli iqtisadiyyatın inkişaf etməsinə yaxşı mənada təsir göstərməklə, həmin resurslarla əlaqəsi olan sahələrin də daha yaxşı inkişafına

təsir edir. Belə resurslarla bol olan ölkələrdə ən əsas neft sənayesi inkişafı daha qabarıq dərəcədə digər sahələrdən öndədir. Neft sahəsinin təsiriylə böyüyən milli iqtisadiyyatların artımı digər sahələrə nisbətən daha sürətli və tez böyüyür.

İEO-in iqtisadi strukturu göstərir ki, məhz sənayesi neftdən asılı ölkələrin dövlət büdcələri və investisiyalarının səmərəli şəkildə istifadəsi önəmli əhəmiyyət daşıyır. Dövlətlərin iqtisadi siyasətlərində neft sahəsindən əldə olunan gəlirlərin səmərəli şəkildə düzgün bölünüb digər sahələrə investisiya qoyulmasından təşkil olunmuşdur. Ölkənin iqtisadiyyatında neft sənayesinin artımının çox sürətlə böyüməsi ixrac olunan məhsullar arasında neft məhsullarının çəkisinin daha çox olmasına səbəb olur. Bunun məntiqi nəticəsi kimi də ixrac gəlirlərinin əksər hissəsi neft məhsulları fonunda formalaşır. Bütün bunların cəmində isə artıq ölkənin iqtisadi əsası sırf neft sənayesindən asılı vəziyyətə düşür. Dünya bazarındakı neftin qiymətinin dəyişməsi də iqtisadiyyatı birbaşa neftdən asılı olan ölkələrə böyük təsir göstərir.

Belə vəziyyətlərdə milli iqtisadiyyatın sürətli və balanslaşdırılmış xüsusiyyət daşması elə məhz qeyri-neft sənayesinin inkişafından asılıdır. Bu sahənin daha da inkişafı həmçinin dövlətin büdcəsinin və milli iqtisadiyyatın neftdən asılı vəziyyətə düşməsinin qarşısını alır. Eyni zamanda, bu sektorun daha da inkişafı və sürətlənməsi bölgələrin sosial-iqtisadi inkişafına və yoxsulluq səviyyəsinin aşağı salınmasına böyük təsir göstərir. Qeyri-neft sektorunun çox sürətli inkişafı ixrac olunan məhsullar arasında hakim mövqedə olan məhsulun başqa qeyri-neft sektoru məhsullarıyla əvəz edilməsinə və məhsulların dünya bazarında bazar konyukturasında gedən dəyişikliklər və tərəddüdlərdən asılılığının daha da aşağı salınmasına təsir edir.

Ən əsası qeyd edilməlidir ki, ölkəmizin beynəlxalq münasibətlərə sürətlə uyğunlaşması, iqtisadiyyatımızda dinamik inkişafın yaradılması, respublikamızda yoxsulluğun aşağı salınması, iqtisadiyyatın, həmçinin də ixracın istiqamətləndirilməsi yaxın 15-20 il müddətində qeyri-neft sektorunun inkişaf sürətindən asılıdır. Bu sektorun inkişafı qeyri-neft sahələrində istehsal olunmuş məhsulun rəqabətə davamlılığının yüksəldilməsini tələb etməkdədir. Bilindiyi

kimi, ölkəmiz beynəlxalq bazara əsaslı olaraq xammal vəziyyətinə gətirilmiş neft məhsullarının ixracını təşkil edir.

XIX əsrin sonlarında Azərbaycan qlobal bazarda xüsusi neft istehsalçılarından biri olaraq iştirak edirdi, amma SSRİ zamanında Azərbaycanın neft sərvətlərindən istifadə dairəsi o qədər də geniş deyildi. O zamandakı iqtisadi-siyasi baxımdan qəbul edilmiş qərarlar ölkəmizin neft resurslarına uyğun gəlmirdi və ölkə əhalisinin bir hissəsi yoxsulluq vəziyyətində qalmışdı. Azərbaycan müstəqilli əldə etdikdən sonra isə neft-qaz yataqları respublikamıza yoxsulluqla mübarizə aparmaq və növbəti illər ərzində iqtisadiyyatı diversifikasiya olunmuş, orta səviyyəli ölkəyə çevrilmə şansı vermişdir.

Müasir Azərbaycanın əsas vəzifəsi neftdən əldə edilmiş gəlirlər vasitəsilə böyük bazaya sahib olan artımı stimullaşdırmaq, həm indiki, həm də gələcək dövrlər üçün əhalinin rifahını təmin etməkdir. Müstəqillik qazanmış Azərbaycanda bazar iqtisadiyyatına keçid üçün yaradılmış islahatlar çox mürəkkəb tərkibdən ibarət idi. Buna bariz nümunə olaraq XX əsrin sonlarında ölkəmizin həm sosial-iqtisadi həm də hərbi-siyasi problemlər yaşamağı və parçalanma təhlükəsiylə qarşı-qarşıya olmasını göstərmək olar. Respublikamızla Ermənistan arasında yaşanan Qarabağ müharibəsi nəticəsində ölkə daxilində bir milyondan çox insan qaçqın düşmüş və ərazimizin təqribi olaraq 20 faizinə nəzarət itmiş, önəmli regional ticarət və nəqliyyat dəhlizinin pozulması Azərbaycanın iqtisadiyyatına böyük mənfi təsir göstərmişdir. Amma buna baxmayaraq Heydər Əliyevin məhz özünün rəhbərliyi altında yaradılan neft strategiyası qısa zaman ərzində ölkəmizin neft gəlirlərinin artmasına səbəb olmuşdur.

2016-cı ilin məlumatlarına əsasən demək olar ki, respublikamızın neft ehtiyatı 7 milyard barel və 1,34 trilyon kub qazdır. Azərbaycanda olan neft ehtiyatları qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi həmçinin yeni iş yerlərinin açılması üçün bizə yeni fürsətlər təqdim etmişdir. Ölkəmizin təbii sərvətləri neft və qazdan başqa mis, mişar daşı, qurğuşun, mərmər, sink və.s bunlar kimi bir sıra tikinti materiallarından təşkil olunmuşdur.

Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsinin əsas şərti milli iqtisadiyyatımızda büdcəyə daxil olan gəlirlərin tarazlaşdırılması, kənd sahəsinin təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi, həmçinin də alternativ ixrac məhsullarının formalaşdırılmasında önəmli əhəmiyyətə sahibdir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi zamanla neftdən asılılığın azalması şəraitində önəmli pay sahibi olmasına təsir edəcəkdir. Bu səbəblə də indiki dövrdə neftdən əldə edilən gəlirlərin qeyri-neft sektoruna istiqamətləndirilməsi, və neftlə əlaqəsi olmayan sahələrin inkişafına yatırımların yönəldilməsi böyük strateji əhəmiyyət daşıyır.

Qeyri-neft sektorunu inkişaf etdirmək üçün ölkəmizdə kifayət qədər geniş imkanlar vardır. Elə bu imkanlardan istifadə edərək daxili bazarda idxaldan asılı olan məhsulların azaldılması və hətta bəzi məhsulların ixracının dünya bazarında müqayisəli üstünlüyünə sahib olmaq olar. Azərbaycanda bu sektorun inkişaf etdirilməsi üçün yüngül sənaye, tikinti sahəsi, turizm, kənd təsərrüfatı və.s qeyri-neft sektoru sahələri potensialı vardır.

Ölkəmizdə milli iqtisadiyyatın indiki şəraitdə qeyri-neft sektorunda inkişaf potensialını mükəmməlləşdirmək üçün infrastrukturun və tranzit yolların investisiyaya cəlb olunması, özəlliklə kommunal sektorda davam edən idarəetmə və maliyyə xidmətlərindən istifadədə inkişaf tələb edilir. Kiçik və digər orta müəssisələrdə istehsal etdikləri məhsulların daha yuxarı rəqabətli bazarda təqdim edilməsi həmçinin kənd təsərrüfatı və başqa kommersiya işlərinin dəstəklənməsinə kömək göstərilməsi üçün alternativ investisiyalara ehtiyac vardır.

Bütün bunları konkretləşdirərək belə nəticəyə gəlirik ki, qeyri-neft sektorunun inkişafı ümumi olaraq milli iqtisadiyyatın və qlobal şəraitdə maliyyə böhranının təsirini azaltmağa gətirib çıxaracaq. Bu sektorun inkişafı idxalı əvəz edən məhsul istehsalının yüksəldilməsi və ixracın inkişafına şərait yaratmaqla yanaşı respublikamızın dünya iqtisadiyyatına daha da çox inteqrasiyasını təminat altına alacaqdır.

Turizmin inkişafı ölkəyə həm iqtisadi cəhətdən, həm də sosial cəhətdən müsbət təsir göstərir. İqtisadi cəhətdən müsbət təsiri onun gəlirli sahə olması və ölkəyə əlavə gəlirin cəlb olunmasında böyük rol oynamasıdır. Sosial cəhətdən isə



yeni iş yerlərinin açılmasına təkan verərək işsizliyi azaldır, yeni təşkilatların yaranmasına gətirib çıxarır, sahibkarlığın inkişafına imkan yaradır, turizm regionlarındakı ev təsərrüfatlarının və əhalinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sfaresının yaranmasını təmin edir. Son illərdə qlobal dünyamızda baş verən maliyyə böhranı, həmçinin də neft qiymətinin kəskin şəkildə ucuzlaşması qeyri-neft sektorunun daha da inkişafını sürətləndirən amillər hesab edilir. Bu nöqteyi-nəzərdən son 14 ildə neftdən əldə olunan gəlirlərdən istifadə edərək iqtisadiyyatın istiqamətləndirilməsi üçün yaradılan tədbirlər böyük üstünlük təşkil edir. Sənayemizdə və kənd təsərrüfatımızda olan geniş istiqamətlər, ölkəmizin iqtisadi-coğrafi mövqeyi, tranzit-nəqliyyat potensiallarının genişləndirilməsi qeyri-neft sektorunu, həmçinin də kənd təsərrüfatının inkişaf potensialı üçün müsbət şərait yaradır.

Əvvəlki illərə nəzər saldıqımızda bu sektorun inkişafının dəstəklənməsi istiqamətində infrastrukturun qurulmasına böyük diqqət yaradıldığını görürük. Hal-hazırda Azərbaycan infrastrukturun inkişaf etdirilməsi baxımından dünyada qabaqcıl ölkələrdən biri hesab edilir. Təkcə 2018-ci ildə 150 min hektardan artıq torpaq əkin dövriyyəsinə cəlb olunub və bunun nəticəsində də böyük məhsuldarlığa nail olmaq üçün həmin torpaqların suvarmasını və enerji təminatını yaxşılaşdırmaq üçün 250 milyon manatdan artıq dövlət vəsaiti ayrılıb. Respublikamızda iqtisadiyyat sahəsində yaradılan bu və ya digər istiqamətləndirilmiş tədbirlər nəticəsində qeyri-neft sektoru sürətlə inkişaf etmiş, ölkəmizin ixrac potensialı artmışdır. Əgər keçmiş dövrdə iqtisadiyyatımızda neft sektorunun payı 80% təşkil edirdisə 2018-ci ildə bu pay qeyri-neft sektorunun üstünlüyü şəraitində keçmişdir. Prezident İlham Əliyevində qeyd etdiyi kimi, hal-hazırda Azərbaycan malik olduğu iqtisadi ehtiyatlarını istiqamətləndirə bilib. İndiki dövrdə qeyri-neft sektorumuzun payı iqtisadiyyatda təqribi 65% təşkil edir.

2004-cü ildən etibarən yaradılan regionların sosial iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramları regionlarımızın ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişdirib. Regionlarımızda ucqar kəndlərdə belə infrastrukturun yaradılıb qurulması, fasiləsiz elektrik enerjisinin təminatı , kommunikasiya sisteminin yaxşı vəziyyətə

gətirilməsi qlobal dünyaya uyğunlaşmaq üçün ən önəmli vasitələr hesab edilir. Yeni regionlarımızın bu cür inkişaf səviyyəsinə çatdırılması ümumi daxili məhsul payında turizm sənayesinin payının əsaslı şəkildə müsbət meyilli olduğunu görmüş olarıq. Azərbaycana 2018-ci ilin mart-may aylarında gələn turist sayları əvvəlki dövrlərin eyni aylarıyla müqayisəsində 25% artmışdır. Elə həmin ildə Turizm sənayesinin Azərbaycan iqtisadiyyatındakı ÜDM-a təsiri təqribi olaraq 2.2 milyard manat olub.

Bu cür yüksək turizm inkişaf rəqəmləri ölkəmizin paytaxtı həmçinin regionlarımızda turizm sektorunun davamlı inkişafda olduğunu göstərir. Cəlbedicilik baxımından paytaxtımızla yanaşı digər regionlarımızda turistlər üçün maraq kəsb edir. Buna səbəb olaraqda hər bir regionun ayrı-ayrılıqda turizm potensialı və ənənələri müasir infraqurkura uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsinə böyük diqqət vardır. Bir başqa mənayla ifadə etmək lazım gələrsə demək olar ki, Azərbaycanda turizm kompleks xarakter daşıyır. Həmçinin bu sektorda gedən xidmət səviyyəsinin daha da yüksəldilməsi ölkəmizə marağı daha da artırmışdır.

Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün var olan potensial ehtiyatları yetəri qədər çoxluq təşkil edir. Bölgələrimizdə həm təbii landşaft həm istirahət güşələri, təbiətin özü və mənərə baxımından əlverişli coğrafi şərait vardır. Respublikamızda turizm fəaliyyətlərinin səviyyəsi çox olmaması səbəbiylə xarici turistlər bura məhz istirahət üçün yox, çox zaman ölkəmizi görmək və tanış olmaq üçün gəlirlər. Turistlərin Azərbaycanı istirahət üçün yox səyahət üçün seçmələrinən səbəblər burada göstərilən xidmətin səviyyəsinin dünya standartlarına cavab verməməsi və həmçinin də Xəzər dənizinin ekoloji baxımdan istənilən səviyyədə təmiz olmamasıdır. Turizm xidmətlərində çalışanlar hələ də beynəlxalaq xidmət standartlarına uyğunlaşa bilməyiblər. Buna ən önəmli səbəb isə SSRİ dövründə bu xidmət sahələri üçün ixtisas müəsislələrinin və yaxudda uyğun kursların yaradılmamasıdır. Azərbaycana səyahət məqsədli gələn turistlərin sayının az olması çox zaman bu sahədə xidmət səviyyəsinin o qədər də yüksək olmaması ilə qeyd olunsada buna digər səbəb kimi turizm sektorunda ölkəmizdə rəqabətin zəif olmasıdır. Ümumi baxıldığı zaman digər turizm sektoru yaxşı inkişaf

etmiş ölkələrdə turizm üçün yaradılan şirkətlər, istirahət guşələri, otellər və bir sıra sahibkarlar turizm xidmətlərinin səviyyəsinin digər rəqiblərdən üstün olması üçün rəqabətə girirlər. Azərbaycan belə məsələlərin həlli ilə bağlı turizm müəssisələri xidmət aparırlar. Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanda turizm fəaliyyəti göstərən müəssisələrin mülkiyyətinə görə say siyahısı verilmişdir.

**Cədvəl 3. Azərbaycanda turizm fəaliyyəti göstərən müəssisələrin mülkiyyətinə görə sayı**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Müəssisələrin sayı</b>	<b>141</b>	<b>170</b>	<b>197</b>	<b>218</b>	<b>243</b>	<b>272</b>	<b>339</b>
ondan							
dövlət	2	2	3	2	2	2	2
qeyri-dövlət	136	168	194	216	241	270	337
o cümlədən							
xüsusi	135	161	187	207	227	251	311
xarici	3	3	4	5	6	12	19
birgə	1	4	3	4	8	7	7

**Mənbə:** Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi 2018.

Cədvələ nəzər salsaq görürük ki, Azərbaycanda turizmə bağlı olan müəssisələrin sayı hər il davamlı olaraq artım göstərmişdir. Göründüyü kimi turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı 2011-2017-ci illərdə 141-dən 339-a qalxmaqla 140% artım göstərmişdir. Son qeyd olunan 2017-ci ildə 339 turizm müəssisəsindən 2-si dövlət mülkiyyətində, 331-i xüsusi, 19-u xarici müəssisə olaraq qeydə alınmışdır. Artıq bu nəticələr Azərbaycanda turizm sahəsində real rəqabətin olduğunu göstərən əsas göstəricilər hesab edilir.

Azərbaycan regionlarında turizmdə xidmət sahələrinin daha da inkişaf etdirilməsi üçün bir sıra turizm mərkəzləri açılmışdır. Bu mərkəzlərin açılmasının əsas səbəbi kimi Azərbaycanın turizm potensialını misal göstərmək olar. Buna imkan yaradan təbii turizm ehtiyatları isə landşaftımızın müxtəlifliyi, mədəniyyət və tarixi-memarlıq abidələrinin çoxluğuudur. Qeyd olunan turizm mərkəzləri iqtisadiyyata fayda verəcək dərəcədə əlverişli şəkildə saxlanılması və bir ərazini yox bir çox əraziləri, bölgələri, regionları əhatə edəcək turizm rayonlarının yaradılması öz vacibliyini qorumaqda davam edir.

Turizm sektoru qədim zamandan bəri çox geniş bir iqtisadiyyata fayda verəcək sahə hesab edilir. Turizm fəaliyyəti üçün inşa edilən hər bir otel və otel komplekslərində yüzlərlə insan fəaliyyət göstərir. Azərbaycan son illərdə turist sayının çox olduğunu nəzərə alaraq tikilən otel və otel komplekslərinin sayı 2 dəfə artım göstərmişdir.

Respublikamızda turizm sahəsinin daha da irəliyə aparılması üçün atılan ən mühüm addımlarda biri ulu öndərimiz Heydər Əliyevin 2003-cü ilin 16 iyununda verilən sərəncamı əsasında Şahbuz Dövlət Təbiət Qoruğunun və akademik Həsən Əliyevin adını daşdığı Ordubad Milli Parkının yaradılıb fəaliyyətə başlamasını qeyd etmək lazımdır. Qeyd olunan ərazilərin ekoloji cəhətdən çox təmiz havası, təmiz suları, meyvə bağları, dağ çayları, zəngin olan flora və faunası, həm biz həmdəki gələcək nəsillər üçün yaradılıb qorunması öz vacibliyini qoruyur.

Azərbaycan turizmi üçün qeyd olunacaq ən önəmli fakt, turizm sahəsində xidmət göstərən işçilərin hələ də yetərinə beynəlxalq standartlara cavab verməməsidir. Buna əsas səbəb kimi də bu dövrə qədər Azərbaycanda məhz turizm sahəsinə cavab verəcək tədris müəssisələrinin və ixtisaslı kadrların olmamasıdır. Bu geriliyi aradan qaldırılması üçün Türkiyənin turizm nazirliyi həmçinin TİKA beynəlxalq təşkilatının ortaqlığı ilə turizm müəssisələrinin idarəsi və həmin turizm sahəsində xidmət göstərən insanlar üçün təli kursları təşkil edilmişdir.

Ümumilikdə dünyada turizm sahəsində xidmət göstərmək həm çətin həm də məsuliyyətli iş hesab edilir. Xarici ölkələrdən gələn turistlər əsasən çox həssas olurlar. Bu turistlərin ən əsas fikir verdiyi hissə isə xidmət sahəsidir. Bu səbəblə də məhz əcnəbilər üçün təşkil olunmuş turlarda hava limanından, mehmanxanaya turist yerləşənədək göstərilən xidmətin çox yüksək olması vacibdir. Bunun əsas təsiri isə gələcək illər üçün Azərbaycana gələcək turist sayında öz əksini tapacaqdır. Həmçinin də əcnəbilərin təəssüratlarında xalqımız, millətimiz, dəyərlərimiz və ən önəmlisi qonaqpərvərliyimiz silinməz olaraq qalacaqdır.

## **2.2. Qeyri-neft sektorunun inkişafına turizm sektorunun təsirinin qiymətləndirilməsi**

Xidmətlər sektoru içərisində yer almaqla birlikdə, turizm daşdığı xüsusiyyətlər səbəbiylə digər sektorlarla da yaxın bir əlaqə içərisindədi. Turizm sektoru, turistə aid olan ehtiyacların qarşılınmasında iqtisadiyyatın bütün sektorlarından yararlandığı kimi, bəzi sənaye sahələrinin içinə almaqda bəzilərinə öz ehtiyacına görə şəkil verməkdə, bir hissəsini də yenidən meydana gətirməkdədir. Həmçinin də qeyri-neft sektorunun önəmli hissəsini təşkil edən kənd təsərrüfatı sektoru məhsullarında da böyük dərəcədə bir yararlanma qeyd edilir. Ölkə iqtisadiyyatında daxili və xarici turizm hərəkətlərinin yaratdığı istehlak-gəlir həcmi, xüsusiyə kənd təsərrüfatı sektorunda və turizm sektoru ilə birlikdə digər sektorlarda da bir canlanma və hərəkətə səbəb olur.

Turistlərin yaşamağı, yerləşməsi və yeməsi kimi təbii, sağlıq və qəza kimi tətill müddəti ilə bağlı ehtiyacların qarşılınması arasında fərq vardır. Bəzi ehtiyacların qarşılınması arasında bənzərlik olmasına baxmayaraq, turizmin inkişafına paralel olaraq turistin ehtiyacları arasındakı fərqlin artması nəticəsində, turistə aid olan yaşantının təsiri altında qalan xidmətlər, sənətlər və ticarət növlərində böyük bir müxtəliflik yaradır. Bir iqtisadiyyatda turizmin inkişafının ilk mərhələsində, turizm adi bir istehlak tipi səviyyəsində olduğundan, insanların ümumi ehtiyaclarının qarşılınmasındakı xüsusiyyətləri daşır. İkinci mərhələdə isə, yalnız yay aylarında isirahət üçün yaradılan yerlər deyil, eyni zamanda kirayə mənzillər, düşərgə yerləri, qonaqlama və yemə-içmə yerləri, yol inşaatları, qonaqlama mərkəzlərinin daha yaxşı səviyyəyə gətirilməsi önəm daşır. Beləliklə, turizm inşaat və sənaye sektorları üzərində təsirli olmağa başlayır. Üçüncü mərhələdə rahatlıq ön plana çıxacağına görə, yüksək qiymətli xidmətlər, rahatlığı artıran və ehtiyacların aradan qaldırılmasını asanlaşdıracaq müxtəlif istehsal və xidmətlərdə bir canlanma yaranır. Dördüncü mərhələdə, turistin təhlükəsizliyi təmin edilməyə çalışılır. Bu mərhələdə səhiyyə, banklar, sığorta xidmətləri və mühafizə təşkilatı turizmdəki inkişafdan təsirlənir. Beşinci mərhələ isə lüks turizmdir. Adi turistik ticarətdən lüks turizmə keçidlə birlikdə, sektora mal və

xidmət verən qurumların istehsal keyfiyyətlərində bir artım meydana gəlir. Beləliklə turizm digər sektorlar üzərində yaratdığı birbaşa təsirdən qaynaqlanan sahə kimi önəmli rol oynayır. Turizm tələbini ortaya çıxaran əlavə tələb səbəbiylə, mal və xidmətlərin yerli xalqın ödədiyi qiymətlərdən və ixracat qiymətlərindən daha yuxarı qiymətlərlə satıla bilməsi, digər sektorlardakı istehsalçıların marağını cəlb edir. İstehsalda kəmiyyət və keyfiyyət baxımından bir fərq yaradır. Turizmin sektorlar üzərindəki təsiri ölkə, bölgə və ya turistik stansiyada inkişafda olan turizm növünə görə fərqliliklərdə göstərməkdədir. Dəyişik turizm növləri arasındakı əlaqə olduqca qarışıq olmaqla yanaşı, bir turizm növünün inkişafına digər turizm növlərinə mənfi istiqamətdə təsir etdiyindən; qisacası inkişafda olan növün ehtiyaclarına cavab verən digər sektor və yan sektorlarda bir canlanma olacağı deyilir

### **Kənd təsərrüfatı Sektoruna təsiri**

Kənd təsərrüfatı məhsullarına istiqamətlənmiş birbaşa turistik istehlak xərcləri yanında, turizmdən gəlir əldə edənlərin xərcləri də bilavasitə gəlir təsirinin yaradır. Milli kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında meydana gələn tələb sürüşmələri bir dərəcəyə qədər turizm tələbi tərəfindən aradan qaldırıldığından dolayı gəlir təsiri təxmin ediləndən də çox olmaqdadır. Fermerlərin dəyişik alternativləri dəyərləndirərək turizmdən gəlir əldə etməkləridə mümkündür. Turizmin inkişafına paralel olaraq, gəlir təsirinin artması, kənd təsərrüfatı sektorunda istehsal keyfiyyətinin artmasına, standartlaşdırmanın təmin edilməsinə və keyfiyyətli məhsulun öz dəyərinə çatmasına səbəb olur. Kənd təsərrüfatı məhsullarına istiqamətlənmiş birbaşa turistik istehlak xərcləri yanında turizmdən gəlir əldə edənlərin xərcləridə birbaşa gəlir təsiri yaradır. Bundan başqa fermerlərin yay aylarında ərazilərinə düşərgə, karvan turizminə açması, kənd təsərrüfatı sektorunda görülən mövsümi işsizliyi turizmin aradan qaldırması kimi təsirlər, turizm kənd təsərrüfatına olan təsirləri kimi qeyd edilə bilər.

## **Sənaye Sektoruna Təsiri**

Turizmin sənaye sektoruna təsiri 3 qrupta qeyd oluna bilər:

- İstehlak malı istehsal edən sənayelər üzərində turizmin təsirinin çox olduğu görünür. Turistə aid olan ehtiyacların istiqamətləndirdiyi tələbə uyğunluğu təmin etmək məqsədiylə qida, içki, tütün məmulatları, toxuma, geyim kimi sənaye sahələrində istehsal edilən malların turistik standartlara uyğun olunmasına çalışılır. Azərbaycan da isə turizmin son dövrlərdə inkişaf etdiyini nəzərə alaraq, qeyri-neft sektorunun inkişafına təsir etdiyi müddətdə turizmin məhz Azərbaycana səyahət, dincəlmə və tanıma məqsədiylə gəldiyi məlumdur. Bu səbəbdən də Azərbaycana gələn turistləri məhz bizim yerli sənaye məhsullarımız deyil, təbii rekreasiya ehtiyatlarımız, təbiət, flora və fauna maraqlandırır. Gələcək dövrlər üçün isə Azərbaycanda turizmdən əldə edilən gəlirlərin bir hissəsinələ turizmin sənaye sahəsi üçün gələcək olan turistlərə yaradılacaq şəraitə ayrılması daha məqsədə uyğundur.
- Aralıq mallar istehsal edən sənaye müəssisələrində isə, xüsusilə dəri və dəri məmulatları, şüşə, keramika, sanitariya təchizat, dəmir və polad sənayelərində turizmdən qaynaqlanan əlavə tələb səbəbiylə bir təsir söz mövzusu olur.
- İnvestisiya malı istehsal edən sənayelər üzərində turizmin təsiri olduqca azdır. Yalnız nəqliyyat maşınları istehsal edən sənayelərdə turizmə lazım olan müəyyən dəyişikliklər həyata keçirilir (İlkay DİLBER, Turizm Sektorunun Türkiyə Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi, <http://www.acarindex.com> (30.05.2017) ).

## **Xidmət Sektoruna Təsiri**

Turizmin inkişafı, bir yərə turistik hərəkət və investisiyaların artması, xidmət sektorunun önəm qazanmasına və inkişafına səbəb olur. Turizmin təsir etdiyi üçüncü istehsal sektorları, cari istehlakla əlaqəli çörək, ət və bəzi gündəlik qidalar; avadanlıq istehsalı ilə bağlı elektrik, boya, inşaat kimi sektorlar; rahatlıqla əlaqəli moda, idman malları, parfumeriya, gülçülük kimi sektorlar; yardım və təhlükəsizlik xidmətləri ilə bağlı bank, sığorta, səhiyyə ocaqları kimi sektorlar və lüks xidmətlərlə bağlı zərgər, gecə klubu, sauna kimi sektorlardır.

## **Turizmin İnfrastruktura Təsiri**

Fiziki infrastruktura təsiri: Fiziki infrastruktur, bir yerləşmə mərkəzində davamlı olaraq yaşayanların yararlandığı su, enerji, bölgə daxili nəqliyyat yolları, kanalizasiya sistemi, təmizliklə əlaqəli yer və nəqliyyat vasitələri, avtodayanacaqlar, idman məkanları, iclas və konqres mərkəzləri, xəbərləşmə sistemləri kimi infrastruktur xidmətləri, nəqliyyat sisteminin ehtiyacı olan infrastruktur və turizm sənayesinin qurulmasıyla əlaqəli başlıca ehtiyacları qarşılayan infrastrukturdan yararlanır. Fiziki infrastruktur kifayət qədər ölçüyə malik olmayan bir yerin turistik destinasiya halına gətirilməsi çətindir. Turizmin təchizatı, bir başa olaraq fiziki infrastruktur imkanlarına bağlıdır. Bu infrastrukturun imkanlarının bir hissəsini nəqliyyat, digər hissəsini isə turizm bölgəsindəki infrastruktur təşkil edir.

### **Təşkilati infrastruktura təsiri**

İctimai idarələrin turizm səbəbiylə etdikləri bütün fəaliyyətlər, istehsal etdikləri mal və xidmətlər, istehsalda iştirak edən maşın və avadanlıqlar, turizmin təşkilati infrastrukturunu əmələ gətirir. Turizmlə birbaşa və dolayı yollarla əlaqəli olan qurumların, turizm polisinin, tanıtma qurumlarının, ətraf mühiti qoruma və gözəlləşdirmə məqsədiylə çalışan qurumların, turizm personalı hazırlayan təhsil qurumlarının xidmətləri təşkilati infrastrukturun daxilindədir. Birbaşa maraqlı olan təşkilatlar, bölgə işləri üzrə bələdiyyə, katiblik qurumları və bir sıra dərnəklərdir.

### **Turizmin Ekoloji Təsirləri**

Bir ölkənin, bölgənin və ya ərazinin turizmə açılması üçün infrastruktur, nəqliyyat və yerli xidmətlərin tamamlanması lazımdır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, turizm infrastrukturunun lazımı hala gətirilməsi əsas faktordur. Bugünün ən önəmli sektorlarından biri olan və daha da genişlənməsi gözlənilən turizmin iqtisadi, fiziki, sosial və mədəni təsirləri mövcuddur. Bütün bunların turizmlə olan sıx bağlılıqları həm müsbət həm də mənfi təsirlər söz mövzusuudur.

**Turizmin müsbət təsirləri:** Fiziki: Təbii və struktur qaynaqların qorunması, yenidən qurulması və gücləndirilməsinə köməklik göstərir. Qlobal dünyada qəbul edilən keyfiyyət standartları ilə təbii qaynaqları əldə etmək mümkündür. Keçmiş



əsrərdən qalan istifadə edilməmiş , qiyməti düşən-məsələn, dəmiryolları, limanlar, nəqliyyat yollar üçün iqtisadi məntiq yaradır ki, bu varlıqlar müasir cəmiyyətdə çox da fərq edilmir.

**Sosial-İqtisadi:** Yerli insanlara başqa vəziyyətdə iqtisadi baxımdan birbaşa təsiri olmayacaq əsərlər üçün bazar, iqtisadi dəyər yaradır. Gələcək nəsillər üçün qoruma məqsədiylə yaradılır. Kiçik firmalar üçün yararlanma və fürsətlər ortaya çıxır. Sadəcə turizm fəaliyyətləri üçün deyil, digər dəstəkləyici fəaliyyətlər üçün də təşviq yaradır. Yerli insanların yaşam standartlarını, başqa şəkildə əldə edilməsi çətin olan vergi və valyuta gəlirləriylə yüksəldir. Restoran, idman mərkəzləri, yerli nəqliyyat fəaliyyətlərini, yerli insanların istifadəsinə təqdim edərək yaşam keyfiyyətinin artırır.

**Elmi-mədəni:** Sənət, festival, folklor, teatr keyfiyyətinin yüksəldir. Bunların fəaliyyətlərini dəstəkləyir və uzun müddətli davamı üçün qaynaq yaradır. Yerli sənət və əl işləri üçün müəyyən bir maliyyə yaradır. Ətraf mühitin dəyərləndirilməsi üçün həm ziyarətçilərin həm də yerli xalqın başa düşməsi üçün şərait yaradır.

**İqtisadi:** Turizmin həm valyuta qazandırmaq həm də turistə aid olan yatırımın və istehlak xərclərinin hasil mexanizmasıyla lazım gələrsə vergi qaynağı olma xüsusiyyəti ilə iqtisadiyyatda gəlir yaradan təsiri olduğu bilinməkdədir. Bu təsir eyni zamanda qısa müddətdə və aşağı maliyyətlə məşğulluq artırıcı və bölgələrarası balanssızlığın aradan qaldırılmasına dair müsbət təsirlər də yaratmaqdadır.

#### **Turizmin mənfi təsirləri:**

**İqtisadi:** Turizmin lazımı yoxlama olmadığı təqdirdə və ya yalnız siyasət nəticəsində iqtisadi təsirlərə də səbəb olabiləcəyi qaçınılmazdır. Bunlardan bəziləri; Ölkə qaynaqlarının (xarici valyuta çıxışı və mənfəətin köçürülməsi yolu ilə) tərs iqtisadi bir iqtisadi təsir yaradacağı, daha öncədə qeyd etdiyimiz kimi torpaq qiymətlərinin yüksəlməsinin və qıt qaynaqların qısa zamanlı turistik maraqlar üçün yaradılmasının alternativ maliyyə qazanclarını qaldıracağı və qaynaqların xarici sərmayə təsisi yolu ilə bir cığıra yol açma biləcəyidir. Artan xarici

asılılıq, süni qiymət artımları və sərmayə istiqamətlənməsi başlıca iqtisadi problemlər olacaqdır.

**Fiziki:** Hava limanı, marinalar və digər tətill komplekslərinin qurulması torpaqları aşındırmağa davam edir. Aşırı ziyarətçi axını olan təbii mühit formasını pozarkən, heyvan növlərini nəzərə almayaraq ekosistemi pozmaqda və tullantı, səs artıqlığı yaratmaqdadır. Su və torpaq qaynaqları, turizmin inkişaf trendinə görə istiqamətləndirilməkdədir.

**Sosial-İqtisadi:** Turizm ətraf mühiti ticarət məqsədli bir vasitə halına gətirməkdədir. Xarici turistlərin istehlak meylləri quruluşuna uyğun xarici mal idxalı, bu bölgələrin qaynaqlarının xaricə nəql edilməsinə səbəb olmaqdadır. İnkişaf etmiş ölkəyə uyğun standartların yerli cəmiyyətlə tanış olaraq, meqapolis yaşantısının üzvü olan şiddətin, cəzanın artmasına, yerli dəyərlərin yox olmasına yol ama bilər. Turizmə bağlı köç yaşanması bərabərində bir çox problemi də gətirməkdədir, xüsusiyə kənd təsərrüfatının inkişafının ləngiməsiylə nəticələne bilər.

**Elmi-Mədəni:** Yerli mədəni dəyərlərin və sənət əsərlərinin qazanc məqsədiylə süni bir şəkildə yenidən yaradılmasını təşviq edir. Mədəniyyətin ticari bir turist mexanizmasına çevrilməsi, təbii qonaqpərvərliyin pisə istifadə olunması cəmiyyətin yerli dəyər və kimliyini zəbt etməkdədir. Sənayeləşmə, insan sayının artması və texnologiya sahəsində əmələ gələn problemlər mövcuddur. Qaynaqların tükədilməsi, təbiətin bu təsirə məruz qalması, infrastruktur problemlərinin ortaya çıxması, artan turizm fəaliyyətləri nəticəsi ortaya çıxan çirklilik və tullantılar, bunların aradan qaldırılması və yox edilməsi üçün fiziki infrastruktur və tutum çatışmamazlığı, içməli su mənbələrinin həddindən artıq istifadə edilməsi, meşəliklərin məhv edilməsi, sahil və plyajların zərər görməsi, torpaq eroziyası, bioloji müxtəlifliklərin məhvi, mədəni mirasların zərər görməsi, hava nəqliyyatının və əhali çoxluğunun yarattığı səs, turizm sektorunun yaratdığı başlıca mənfi təbii təsirlərdir. Xüsusiyə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə elektrik, su, kanalizasiya, tullantı toplama və yox edilməsi kimi texniki infrastrukturun yaxşı inkişaf etməməsi və digər infrastrukturların təcrübəsizliyi bu problemlərin başlıca

mənbəyi hesab olunur. Turizmin ortaya çıxartdığı mənfəət təsirləri həm ziyarətçilərin həm də turist qəbul edən cəmiyyətlər üzərində məmnunsuzluğa yol açmaqdadır. Halbuki turizmdə yüksək keyfiyyətdə bir təcrübə ancaq təbii qaynaqların, çevrənin və mədəni mirasın qorunmasıyla həyata keçirilə bilər. Təbii, bioloji, və sosial-mədəni qaynaqların qorunmasına və itkilərin ən azı endirilməsində, turizm sahəsindəki fəaliyyətlərin və gəlirlərin də gələcəkdə də artırılaraq, davamını mümkünləşdirəcək tək yol davamlı turizmdir (<http://ceveturizmi.blogspot.com/> (01.06.2017)).

### **İnformasiya Texnologiyalarına təsiri**

İnformasiya texnologiyalarında yaşanan sürətli inkişaf dövrümüzün elm çağının olaraq dəyərləndirilməsinə səbəb olmuşdur. Sürətli texnologiyada gedən inkişaf mikro və makro iqtisadi bazasında önəmli dəyişmələrə səbəb olmaqdadır. Bu yeni iqtisadi ortam “yeni iqtisadiyyat”, “elm iqtisadiyyatı”, “elektron iqtisadiyyat” kimi adlarla anılır. Elm və əlaqə məqsədli bu yeni iqtisadiyyatın əsas xarakteristikalarını belə sıralaya bilərik.

- Hər zaman texnolojik inkişaf,lar,
- Artan informasiya və elm qarşılıqlı əlaqə,
- Qısalan bazara giriş və məhsul/xidmət-də olma müddətləri,
- Valyutaların qloballaşması,
- Sənaye qolları arasındakı fərqlərin qeyri-müəyyənliyi. Qloballaşma ilə gələn texnolojik inkişaf,lar; hər sahədə istifadə edilmiş, hər sektorda müəyyən təsirlərə səbəb olmuşdur(Erdem Baydeniz, Turizmin Texnoloji ilə İlişkisi, (02.06.2017)).

Müştəri məmnuniyyətinin təməli olduğu, mücərrəd məhsulların istehsal edildiyi bir sektor olan turizm sektorunda da informasiya texnologiyalarının müəyyən təsirləri və faydaları vardır. İnsanlar internet sayəsində, getmək istədikləri yer haqqında məlumat əldə edərkən, yenə internet üzərindən alış-veriş hətta rezervasiya belə edə bilərlər. İnformasiya texnologiyalarındakı inkişafın turizm sektoru üzərində təsirini artırmaq və ucuzlaşdırmaq kimi təsirləri görülməkdədir. İnformasiya texnologiyaları, anlayış olaraq; verilənlərin saxlanması, qeyd edilməsi, müəyyən bir əməliyyat vaxtından keçirmək səbəbiylə

məlumatların istehsal edilməsi, istehsal edilən bu məlumatlara çatmaq, saxlamaq və ötürmək kimi əməliyyatların təsirli və nəticəli olaraq edilməsinə texnoloji dildə istifadə edilən bir termdir(<http://dergipark.gov.tr> (03.06.2017)).

### **III Fəsil NEFT SEKTORUNUN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNƏ DAİR ƏSAS İSTİQAMƏTLƏR VƏ STRATEGİYALAR**

#### **3.1. Strateji yol xəritələrinin reallaşdırılmasında turizm sektorunun inkişafı**

Son illərdə Azərbaycanda turizm sahəsində həyata keçirilən bir sıra məqsədyönlü tədbirlər məhz turizm sektorunun daima davamlı inkişafda olmasıyla nəticələnmişdir. Prezident İlham Əliyev tərəfindən 2002-ci il avqustun 27-də 1029 nömrəli Sərəncamı ilə “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”nın tətbiqi nəticəsi olaraq bu sektorun inkişafı yolunda böyük nailiyyətlər əldə edilmiş və respublikamızın qlobal turizm bazarına girişinin əsası qoyulmuşdur (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Bu uğurlu strategiyanın davamı olaraq ölkəmizdə çox yüksək səviyyəli iqtisadi, mədəni, ekoloji və sosial tələblərə uyğun müasir dövr turizm sektorunun formalaşdırılmasında və bu sektorun ölkənin əsas iqtisadi dayağa çevrilən sahələrindən biri olmasını təmin etmək məqsədiylə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2010-cu il 6 aprel tarixli 838 nömrəli Sərəncamı ilə “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” təsdiq edilmişdir (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Ölkədə turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi və beynəlxalq standartlara cavab verən turizm xidmətlərinin formalaşdırılması bu sahənin qanunvericilik bazasının və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini, mövcud turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını, yeni turizm marşrutlarının yaradılmasını, habelə rəqabətə davamlı qiymət təklifinin təmin edilməsini zəruri edir. Bu məqsədlə “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 2295 nömrəli Sərəncamında müvafiq dövlət qurumlarına bir sıra tapşırıqlar verilmişdir

(Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016, səh 11).

16 Mart 2016-cı il tarixi və 1897 sayılı Prezident qərarı ilə “ölkə iqtisadiyyatı və iqtisadiyyatın başlıca sektorları və bunların ortaya çıxdığı mövzular üçün strateji yol xəritəsinin əsas hissəsinin təsdiqi üzərində” 8 böyük və 3 köməkçi maddə qəbul edilmişdir. 2025-ci ilə qədər olan zaman üçün uzunmüddətli bir dövr və 2025-ci il sonrası üçün hədəfə istiqamətlənmiş bir baxış açısı olan 2020-ci il üçün inkişaf planlarını və bununla bağlı iqtisadi inkişaf strategiyaları, hərəkət planlarını inkişaf etdirmək üzrə bir iş qrupu yaradılmışdır.

2020-ci ilə Strateji bir yanaşma

2020-ci ilə qədər olan zamanda Bakı şəhərinin mövcud mədəni-tarixi abidələrinin və müasir infrastrukturunun daha məhsuldar istifadəsi və bununla bağlı ediləcək təbliğat tədbirlərinin daha məqsədəuyğun qaydaya salınması məqsədiylə şəhərin brendinq və marketinqinin nəzarət mexanizmlərinin inkişaf etdirilməsi, müxtəlif segmentlərə daxil olan turist maraqlarının qarşılınması məqsədiylə viza verilməsi əməliyyatlarının asanlaşdırılması, sürətləndirilməsi ayrıca hava əlaqələrinin yaxşılaşdırılması kimi dəstək tədbirlərinin tətbiq olunması ilə ölkə çapında əlverişli vəziyyətin yaradılması, bölgə turizminin inkişafı məqsədiylə bölgələrdə dəyişik turizm növlərinin daha da yaxşı inkişaf etdirilməsi və bunun üçün lazımı mühitin yaradılması, turistlərin məmnunluq keyfiyyətinin artırılması və daha keyfiyyətli turizm sisteminin yaradılması üçün təhsil proqramlarına investisiya və turizm sektorunda standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin inkişafı təmin ediləcəkdir(Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

2025-ci ilədək olan zaman çərçivəsinə dair uzunmüddətli baxış strategiyası: 2025-ci ilədək respublikamızda markalaşma və marketinq fəaliyyətlərinin tətbiq edilməsi, hava və quru yolu əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi, infrastrukturun yaxşılaşdırılması , turizm mərkəzləri və fəaliyyətləri ilə turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətləri və peşə təhsilinin inkişaf etdirilməsi yoluyla bu mövzuda baslıca fayda əldə ediləcəkdir. Bu zaman dilimində baslıca məqsəd, turizm prioritetlərinin

tarazlı bir şəkildə inkişafını həyata keçirməkdir. Tarazlıqda olan inkişaf yanaşımı Bakının potensialının həyata keçirilməsinə və bölgələr üzrə turizm sektoruna yatırımına səbəb olacaqdır. Bu yatırımlar 2020-ci ilədək təsir yaradacaq uzunmüddətli təşəbbüslərin tətbiqi də daxil olmaq üzrə 2020-ci ilə qədər bu Strateji Yol Xəritəsində müəyyənləşdirilən prioritet məsələlərin tətbiqini təmin edəcəkdir. Qeyd edilənlər ölkəmizdə global turizmin genişləndirilməsinə və ümumi daxili hasilatda turizmdən əldə edilən gəlirlərin payının artırılmasına təminat yaradacaqdır. Bu hədəfə çatmaq üçün, seçilən bölgələrdə markalaşma və marketinq fəaliyyətlərini həyata keçirmək üzrə Beynəlxalq Turizm Təbliğat Bürosu adı altında şəhər büroları qurulacaqdır. Ofislər daha çox həm yerli və həm də xarici turist cəlb etməyə və Azərbaycana edilən səyahətlərin sıxlığını artırmağa köməkçi olacaqdır. Bu ofislər ayrıca turistik məlumat və səyahət məlumatlarının yaradılmasını həmçinin də idarə edilməsini təmin edəcəkdir. 2025-ci ildən sonra, Bürolar, Azərbaycana səyahət edən turistlər ilə ortaq mövzuların analiz edilməsinə və markalama fəaliyyətlərinin müəyyən bir şəkildə təşkil edilməsinə kömək etməkdədir. 2020-ci ilə qədər xüsusi olaraq müəyyənləşdirilən Bakıda tətbiq ediləcək məlumatlara əsaslanmış bazar fəaliyyətləri, pilot layihəsi şəklində olacaq və 2025-ci ilə qədər daha da güclənəcəkdir. Ortaq tələbin xüsusiyyətlərini o cümlədən turist segmentlərini müəyyənləşdirmək üçün Beynəlxalq Turizm Təşkilat Bürosu potensial ölkə turistləri və hədəf ölkə qruplarını ziyarət edən digər turistlər haqqında araşdırmalar aparacaqdır. Artan turist mənfəətlərinin analizi tətbiqiylə, 2025-ci ilə qədər önə sürülən hədəflərə çatmaq məqsədiylə yeni bazar iştirakçıları və turistlər üçün ən yaxşı turizm məkanlarından birinə çevrilməsi istiqamətində Bakının vəziyyəti daha da yaxşılaşdırılacaq. Birbaşa xarici investisiya əldə etmək üçün, Azərbaycandakı sadələşdirilmiş qanuni və idarə müddətlər və əlaqədar tənzimləyici dəyişikliklər səbəbiylə, uyğun bir vəziyyət yaradılacaqdır (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Turizm dərnəkləri ilə iş birliyi çərçivəsində sahibkarlıq fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsi vaxtı gözdən keçiriləcək və gələcək perspektivdə görünən bütün əngələrin aradan qaldırılmasına cəhd göstərəcəkdir. Mədəni bəzək əşyaları və

bənzərsiz əşyaların istehsal və satışını həyata keçirərək, bu turizm məkanlarının tanıtılmasını təmin edəcəkdir. Əslən qonşu ölkələrdən Naftalan nefti tərəfindən istehsal edilən kosmetika, Azərbaycandakı səhiyyə mərkəzlərini ziyarət edən turistlərə bir yada salma simvolu və digər ölkələrə ixracat olaraq satılacaqdır. Eyni zamanda, bu ölkələrə xalça, çay və mis məmulatları kimi digər nadir mədəni əşyalar da ixrac ediləcək. Bu Azərbaycanın iqtisadiyyatı üçün əlavə gəlir qaynağı olmaqla bərabər, ümumi olaraq, Azərbaycan məhsullarının ölkədən kənarında tanıtılmasına da şərait yaradacaq və Azərbaycan turizminin nüfuzunu artıracaqdır. 2025-ci ilə qədər Azərbaycanın olduğu bölgə içində ən hərəkətli hava limanlarından birinə sahib olması məqsədi qarşıya qoyulacaqdır və bu çərçivədə əsas olaraq Avropanın böyük şəhərlərini əhatə edən birbaşa uçuşların sayısının 49-dan 100-ə çatdırılması hədəflənəcəkdir. Qış və yay turizm sezonunda charter səfərlərinin sayının artırılması, hədəf bazarlardan daha çox turist əldə etmək üçün alınacaqdır. Aşağı büdcəli uçuşlarla sənişin daşınmasını əsas tutaraq havalimanlarına ediləcək investisiyalar üzərində fokuslanılacaqdır. 2025-ci ilə gəldiyimiz zaman, Azərbaycan, mükəmməl turizm təcrübəsini əldə etmək üçün uzun müddətli təşəbbüslər əsasında bölgələr və Bakıda inkişaf etmiş bir turizm infrastrukturunu inşa edə biləcəkdir. Mövcud olan aşağı büdcəli yerləşdirmə vasitələrinin (məsələn, böyük otel şəbəkələrinin aşağı büdcəli brendlərinin, hostellərin) şaxələndirilməsi təmin ediləcək və beləliklə mövcud vasitələrə tələbin artması ilə birlikdə, paralel olaraq yeni turizm təsislərinin qurulmasına yardım yaranacaqdır. Turizm sektoru infrastruktur baxımından inkişaf etdikcə, yerli xidmətlərə daha çox fokuslanılacaqdır. Bəzi yerli ticari şirkətlər də əyləncə təsisləri daxil olmaq üzrə çox çeşidli turizm xidmətləri təqdim edən turizm holdinqləri olaraq formalaşdırılacaqdır. Sektorda yerli iştirakının gücləndirilməsi, bölgə turizminin böyüməsi üzərində önəmli bir təsirə sahib olaraq və Azərbaycandakı xidmətlərin keyfiyyətinə və rəqabətliliyinə təsir edəcəkdir. Bu vəziyyət, ölkənin turizm agentlərinin dünya standartlarına çatması və xüsusilə Qafqaz, Orta Şərq və Şərqi Avropa ölkələrində ölkə xaricində tanınmasıyla nəticələnəcəkdir. 2025-ci ilə qədər Azərbaycan səhiyyə, qış, mədəni və ekoturizm kimi bir çox özəl turizm



növündə tanınmış olacaqdır. Ayrıca, milli parkların, dini məkanların dünya çapında tanınmasını təşviq etmək və ayrıca Azərbaycanı xarici və yerli tursitlər arasında yaxşı bilinən bir turizm mərkəzinə çevirmək üçün cəhd göstəriləcəkdir. Böyük İpək Yolu və şimaldan qərbə uzanan digər mədəni guşələr, Azərbaycanın mədəni mirasını təqdim edən tarixi kəndləri əhatə edən populyar ekoturizm mərkəzidir. Azərbaycan, 2025-ci ilə qədər müxtəlif turizm fəaliyyətlərinə ev sahibliyi edəcək və keyfiyyətli qış idman kompleksləri, özəl səhiyyə turizmi fərsətləri, bənzərsiz təbii gözəllikləri, parkları, dini və çöl turizmi ilə mədəni mirasıyla tanınacaqdır. Çox müxtəlif və etnik mədəni komponentlərin qorunduğu Azərbaycan kəndləri, ənənəvi mirasların müasir dünyanın xaricində görmək istəyən turistlər üçün ən əlverişli yer olacaq. Eyni zamanda Azərbaycandakı potensial turizm əsası üçün dini məkanlar təşviq ediləcəkdir (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

2025-ci il sönrası dönm üçün hədəf görüntüsü: Azərbaycanın məqsədli brendinq tədbirlərinin tətbiq edilməsi, əlaqələrin artırılması, infrastrukturunun yaxşılaşdırılması ilə bərabər, cəlbedici turizm məkanlarının müxtəlifliyinin və xidmət keyfiyyətinin artırılması ölkəni beynəlxalq turizm məqsədli uyğun bir turizm mərkəzinə çevirmək niyyətinin reallaşdırılmasına şərait yaradacaqdır. Beləliklə dünyanın dörd bir yanından Azərbaycana potensial turistlər cəlb ediləcək və onlar üçün bənzərsiz səyahət fərsətləri yaradılacaq. Xüsusilə, 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün perspektivin parçasını, Azərbaycanın dünya turizm sektorunda ən çox seçim edilən 20 turizm məkanından biri olmaq niyyəti yaratmaqdadır. Populyar aktiv platformalarla yanaşı, böyük ehtiyacların olduğu şəhərlərdə və ölkələrdə yuxarı keyfiyyətli və yaxşı təşkil olunmuş marketinq fəaliyyətləri başlatılacaqdır. Bu cür fəaliyyətlər fərqli mövzulara ayrılacaq və kifayət qədər məlumatlandırıcı olacaqdır. Bunların yanında, Avropa və Asiyanın qovuşma nöqtəsində olan Azərbaycanın coğrafi potensialı onun dünyanın ən çox əlaqələrə sahib ölkələrdən birinə çevrilməsinə şərait yarada bilər. Uzun müddətli dövrdə, Azərbaycanı bölgəli bir mərkəz halına gətirmək üçün məntiqi infrastrukturun bu üstünlüyü istifadə ediləcəkdir. Beləliklə sərbəstləşmiş və rəqabətə davamlı hava

sektoru sayəsində, hədəf 8 milyondan çox sənişini təbii bir uçuş nöqtəsinə çevirməyi hədəfləyir. Bakının həm iş həm də tətill məqsədli turistlər üçün Heydər Əliyev adına Beynəlxalq Havalimanı ilə mövcud sənişin daşınmasından dörd qat daha çox bir tranzit nöqtəsinə çevirəcək. Azərbaycan üzərindən səyahət edən sənişin sayındakı bu artım, ölkəyə gələn turist sayından da təbii bir artıma səbəb olacaqdır. Bu meyl, yerli şirkətlərin qlobal şirkətlərə daha çox şəffaflyq təmin etməsi səbəbiylə, Azərbaycanın digər sektorlar (çəsələn səhiyyə və təhsil) şəbəkəsinə çevrilməsini də dəstəkləyəcəkdir. Hava yolu sənişin daşınması bağlantısına əlavə olaraq, Azərbaycan uzunmüddətli dövrdə yüksək sürətli qatar və quruyolu şəbəkəsi də inşa ediləcəkdir. Xarici turistləri cəlb etmək üçün, İran kimi qonşu ölkələrlə dəmiryolu əlaqələri gücləndiriləcək, ölkə çapında tursitlərin problemsiz axışını təmin etmək üçün dəmiryolu və quruyolu şəbəkələrindən əlavə metro sistemlərində inkişaf etdiriləcəkdir. Beləliklə, ölkəyə gələn turistlərin dəqiq çatma yerlərində qalmasına icazə verilməyəcək, ancaq fərqli şəhərlər və ya özəl olaraq qurulmuş səyahət rotaları tərəfindən dəstəklənəcəkdir. Ölkəyə gələn turist axını göz özünə alındığında Azərbaycanın yaşam və xidmət infrastrukturunu da fərqli turist seqmentlərindən gələn tələbi qarşılıyacaq şəkildə gücləndiriləcəkdir. Bunun bir parçası olaraq, Azərbaycan, lyuks otellərə və əyləncə təsislərinə qədər geniş bir çevrədə aşağı büdcəli hostellər, yataq və səhər yeməyi seçimlərini təqdim edir. Azərbaycanda turistlərə aşağı büdcəli qonaqlama imkanı təqdim etmək üçün, Turizm Şurasının analizi və araşdırmasına dayanacaq olan turizm xəritəsi təməlinde qonaqlama təmin ediləcəkdir. Xəzər dənizi də ölkənin turizm sektorunu dəstəkləmə potensialına sahibdir. Turistlərin bu istiqamətdə diqqətini cəlb etmək üçün, mavi bayraqlarla yanaşı plyajlardakı beynəlxalq tətbiqlərin genişləndirilməsi və Xəzər dənizinin bölgəsəki ən çox seçim edilən yay turizminə çevrilməsi üçün səy göstəriləcəkdir. Buna Xəzər dənizi təmizliyi və yaxındakı təsislər üçün nizamlanıla bilən tullantı təmizləmə təsislərinin qurulması da daxildir. Əlavə olaraq Bakı, Xəzər dənizindəki kruvayzer turlarının bir gün və ya daha uzun müddətli səyahətlər üçün qonşu ölkələrə turistlər üçün müvəqqəti bir dayanma nöqtəsi olaraq formalaşdırılmasında önəmli rol oynayacaqdır. Ənənəvi turizm anlayışına,

təbii mirasa və yay dövründə dincəlməyə əlavə olaraq, Azərbaycanın rekreasiya və idman turizmi üçün təbii addımlar atılacaqdır. Böyük ölçüdə miqyaslı fəaliyyətlərin nəticəsində artan təşkilati qabiliyyətlər, daha çox musiqi festivalına, beynəlxalq mədəni tədbirlərə və idman tədbirlərinə imkan yaradacaqdır. Turistlərin keyfiyyətli əyləncə məkanlarına gəlmələrini təmin etmək üçün alış-veriş mərkəzləri, restoranlar, əyləncə parkları və mərkəzlər kimi müxtəlif endiriç alternativləri təqdim olunacaqdır (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016).

Milli iqtisadiyyatın inkişaf strategiyasında ilk istiqamətlərdən biri kimi ixtisaslaşmış turizmin müəyyənləşdirilməsi turizmin inkişafı istiqacətində edilən işlərin olması xidmət etməklə birlikdə, Azərbaycan Respublikası uyğun turizm məkanı kimi önəmli yerdə tutmasına imkan yaradacaq, eyni zamanda, qarşılıqlı əlaqələrdən və mövcud turizm potensialını məhsuldar istifadə edərək turizm sektorunun iştirakçıları arasında iş birliyinin Azərbaycanda turizm xidmətlərinin keyfiyyətini artıracaq. Strateji Yol Xəritəsi ehtiyatlı vaxt boyunca turizm sektorunun inkişafının dəstəklənməsi, beynəlxalq və yerli bazarlarda yüksək keyfiyyətli və rəqabətə davamlı turizm xidmətlərinin təmin edilməsi, milli dəyərlərə uyğun turizm təcrübəsinin yaradılması, müasir fikirlər və Yeniliklərə əsaslanan yeni investisiya layihələrinin cəkmək və turizmin inkişafıyla əlaqədar əlaqədar orqanların qarşılıqlı kordinasiyanı və aşağıdakıları təşkil edir: Son illərin statistikasına görə turizm, Azərbaycanda həmişə böyüyən sektorlardan biri olmuşdur. Belə ki, son 5 ildə Azərbaycanda turizm sektorunda xidmət verən ticari mövzular və turizm məqsədiylə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında sırasıyla 4,5 və 8,5 nisbətində (Statistika Komitəsi, 2014) ortaillik bir artım göstərmişdir. Hal-hazırda turizm sektorunun ölkə ÜDM-dəki birbaşa payı və məşğulluq sırasıyla 4,5 və 3,3%-dir. (Statistika Komitəsi, 2014). Bakı, beynəlxalq tanınmış turistik destinasiyalarla iç və tətildən zövq alan turistləri cəlb etmək baxımından turizmin inkişafı üçün hər zaman böyük bir təsiredici qüvvə olmuşdur. Əlavə olaraq, çox sayda turizm infrastrukturunun inkişafı da bölgəli turizmin inkişafına təsir göstərmişdir. Analizlər göstərir ki, qonşu ölkələrdən daha çox turist cəlb etməklə,

ayrıca global baxımdan daha çox tələbin olduğu ölkələr üçün ixtisaslaşmış turizm məkanına çevrilmək Azərbaycanın hər iki sahə üzərində üstünlüyü daha da artı bilər. Bu fürsəti və potensialı təsirli bir şəkildə istifadə edərək Azərbaycan, bölgədəki və ayrıca dünyadakı digər ölkələrdə 2025-ci ilə qədər uyğun turistik yerlərdən biri halına gələcək. 2025-ci ildən sonrakı dövəmlə əlaqədar perspektiv isə Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox seçim edilən 20 turizm məkanından birinə çevirmək, mövcud turizm qaynaqlarının məhsuldar istifadə edilməsi nəticəsinin maksimuma çatdırılmasını təmin etməkdir. Artan turizm dəyişiklikləri və bu hədəflərə çatmaq üçün əlçatan vasitələr, çoxlu turizm növləri boyunca fiziki və sosial infrastruktur və s. Yaxşılaşdırma, beynəlxalq arenada yerli dəyərlərin müvəffəqiyyətli bir şəkildə tanınması çox önəmlidir. Birbaşa xarici yatırım dəstəyi ilə turizm sektorundakı kiçik və orta ölçülü müəssisələr bu böyümənin ardındakı itələyici bir qüvvə olacaqdır. İnkişaf prosesləri çevrəyə uyğun qərarlılıq prinsiplərinə dayanaraq, Azərbaycanda kəndlərin və bir bütən olaraq, bölgələrin inkişafının önəmli komponentə çevriləcəkdir. Bu sektor üzrə uzunmüddətli perspektivə çatmaq məqsədiylə 2020-ci ilə qədər olan dönm üçün ölkə üzərində turizm sektorunda 4 əsas hədəf müəyyənləşdirilmişdir.

İlk məqsəd Bakının turizm potensialını tamamilə istifadə etməkdir. İndiki dövrdə Bakı, çox sayda xarici turisti cəlb edən, yaxşı inkişaf etmiş bir infrastruktura malikdir. Bu istiqamətdə müəyyənləşdirilən dörd hədəf, Azərbaycanın bu perspektivə çatmasını böyük ölçüdə təmin edəcəkdir. Potensialdan daha da məhsuldar istifadə etmək məqsədiylə xüsusi idarəetmə mexanizmasının yaradılması, yaradılan şəraitin daha da artırılması, turist xidməti paketlərinin yeniləşdirilməsi, müxtəlif turizm fəaliyyətlərin təsirli göstəriş və turizm infrastrukturunun məqsədli şəkildə inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulur.

İkinci hədəf global dünyada daha yaxşı idarə edilmənin təmin edilməsi, turizm və rekreasiya bölgələrinin yaradılması, mövsümlü aradan qaldırılması üçün bölgə səviyyəsində turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, hava əlaqələrinin daha da yaxşılaşdırılması, viza işlərinin sadələşdirilməsi də daxil olmaq üzrə, turizm sektorunun inkişafı üçün əlverişli vəziyyət yaratmaqdadır.

Üçüncü hədəf, Azərbaycanda turizmi inkişaf etdirmək üçün bölgə turizmi təşəbbüslərini inkişaf etdirməkdir. Daha yaxşı inteqrasiya olunmuş turizm sektoru əldə etmək üçün səhiyyə, qış, və ekoturizm kimi turizmi inkişaf etdirmək üçün investisiyalar təşkil ediləcəkdir.

Dördüncü hədəf turizmdə təhsil proqramlarına investisiya etmək və turistlərin məmnuniyyətini artırmaq üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemini inkişaf etdirməkdir. 2020-ci ilə qədər olan zaman üçün müəyyənləşdirilən hədəflərin həyata keçirilməsinin nəticəsində Azərbaycanda 2020-ci ildə real ÜDM-un birbaşa 293 milyon və dolaylı 172 milyon manatadək artacağı, toplam 35000 olmaq üzrə birbaşa turizm sektorunda 25000 iş yerinin yaradılacağı təxmin edilir. Təsirlərin tətbiq edilməsi, dövlət və özəl qaynaqlar bahasına 350 milyon dollarlıq investisiya lazımdır. Turizm sektorunda başlıca cəhdlər, Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən kordinasiya ediləcəkdir (Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016, səh. 5).

### **3.2. Turizm sektorunun qeyri-neft sektoru daxilində üstün mövqeyə çıxması imkanları**

Azərbaycan müstəqilliyini qazandığında, dövlətlə üzləşən iqtisadi çətinlikləri aradan qaldırma yollarından biri, neft və təbii qaz istehsalını qabaqcıl bir qaynaq olaraq artırmaqdır. Xarici şirkətlərin, ölkənin maliyyə qaynaqlarında neytral sənayenin inkişafına investisiya etmələri çox önəmli pay sahibi idi. Bakı neftini çıxarmaq, yeni məhsul əldə etmək və daşımaq üçün çox işlər görülmüşdür. Beləliklə, o zamanlarda, Azərbaycan neftini xarici şirkətlərə və böyük investisiya yatırımlara böyük fayda yaratmışdır. Azərbaycanda çox pul qazanan böyük investorlar vardır. O zaman, Azərbaycan neft sənayesinin inkişafı, ümumi olaraq Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafına böyük bir təkan qazandırdı. Azərbaycanın paytaxtı Bakı, böyük bir sənaye şəhəri halına gəldi və Rus imperiyası torpaqlarındakı ən böyük sənaye mərkəzlərindən biri idi. Neft sənayesinin Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun yaradılıb inkişaf etdirilməsinə təsirdə böyükdür. Neft sənayesinin istehsal və sosial infrastrukturun inkişaf etdirilməsi,

ölkədəki maşın, inşaat, kimya, dərman və digər bir çoc sahəsinin yaradılmasına təsir etmişdir. (İsayev Ağaheydər Seyfulla oğlu Neft və qaz sənayesinin iqtisadiyyatı üzrə praktik məşğələlər. Dərs vəsaiti. Bakı: Azərneşr, 2008).

Doğrudur ki, ölkənin neft istehsalı, neft məhsullarında çox yüksək gəlir almaq şanslarına sahibdir. Ancaq neft zəngini olan ölkələrin (Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Küveyt və s.) təcrübəsindən bilinir ki, neftdən əldə edilən gəlir hesabına xidmət sahələrinin, xüsusilə, turizmin inkişafı bu sahədən yüksək gəlir əldə etməklə ölkə iqtisadiyyatında önəmli yer tutmaqdadır.

Azərbaycanda da turizmin inkişafı böyük dərəcədə inkişaf psixologiyasına bağlıdır. Xarici turistlərin istifadəsi üçün turizmin inkişafı və təxmini daha praktiki və sürətli bir çevrilmə modelidir, ancaq xalqın turizmə hazırlanması və vəziyyətinin yaxşılaşdırılması əhali sayının genişləndirilməsiylə həyata keçirilə bilər. Xalqın sağlamlığına olan tələb, ölkədə yaşayanların və ölkəyə gələnlərin ehtiyacları nəzərə alınaraq həyata keçirilmişdir. Turizmin Azərbaycan Respublikası xalqı üçün genişlənməsi, əhalinin məşğulluğu, onların maddi rifahı və sosial-demoqrafik quruluşu ilə ölkədə işləyən xarici vətəndaşların toplam sayı, yaşam tərzinə uyğun turist nümayəndələrinin seçilməsiylə uyğundur. Ölkədəki turizmin spesifik xüsusiyyətləri, ölkədəki təbii qaynaqların iqtisadiyyata fayda dərəcəsi, beynəlxalq dəyərlər üçün arxitektura, əyləncə və mədəniyyət mərkəzlərinin şərq sistemi ilə Avropada qurulan ənənəvi xərclər, xidmət və ictimai yemə-içmə müəssisələri mövcud vəziyyət və ehtimala bağlı olaraq dərinləşir. Bu səbəblə, yeni sərgilər, ənənəvi teatr, mədəniyyət və sənət əsərlərinin mirası, mənzil və inşaat şərtlərinin yüksək standartları və turist dadının dəyişməsi, onu inkişafı üçün psixoloji bir faktor halına gətirməkdədir (Əlirzayev Əli Qəmbərli oğlu, Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi, 2010).

2005-2015- ci il statistikalarına görə, ümumi milli gəlir içindəki ÜDM-dakı dəyişim illər içində turizm turizminin yaratdığı ÜDM-un 0.705 hissəsini təşkil etmişdir. Əgər bu hesabın dərəcəsi 1-dən aşağıdırsa, göstərilənlər arasındakı əlaqənin elastiklik olmadığını, illər boyu əldə edilən elastiklik sayısının yüksək dinamikliyi, sahənin məmnuniyyət alınacaq dərəcədə inkişaf etdiyini göstərir.

Əldə edilən nəticələr, 2005-2015 illər dönmündə turizm sektorunda ÜDM-un böyüməsinin ÜDM-dəki 1%-lik artımla 0.705 əmsalında artdığını göstərməkdədir. Dolayısıyla, 2005-ci ilə müqayisədə, qeyri-neft sektorunda turizmin payı 2015-ci ildə 2,4%-dəm 6,9%-ə yüksəldi (DSK,2015).

İqtisadi artımdakı nailiyyət, yaşam standartlarının artması və əhalinin gəliri, işsizliyin azaldılması, yeni investisiya layihələrinin hazırlanması, ölkənin imici və turistlərin turizm məqsədli marağı üçün əlverişli vəziyyət yaratmaqdadır. Turist xidmətləri üçün sürətli artan tələbin, 2014-cü ildə toplam nüfuzda 2010-cu ilə görə məşğulluqda 6,3% artıma yol açdığı qeyd edilməlidir. Əhalinin iqtisadi fəaliyyət səviyyəsi 5,5% artaraq 4,9 milyona çatdı. Toplamda məşğulluq dinamikası 273.800 insana çatdı. 2010-dan 2014-ə qədər işsizlərin sayı 20,5 min azaldı və 257.800 oldu. Turizm sektorunda daxil olmaq üzrə qeyri-neft sektorunun ölkə iqtisadiyyatının inkişafında böyüməsi, əhalinin iqtisadi fəaliyyətinə də təsir etmişdir. Turizmin sektor baxımından ən yüksəklərdən biri olduğu məlumdur. 2015-ci ildə ümumi aktiv iqtisadi əhali sayında məşğulluq səviyyəsi 4.671.600 insan idi. Kirayə götürülən işçilərin sayı dövlət sektorunda 874.400 və qeyri-dövlət sektorda 621.400 olmaq üzrə 1.95.800 idi. Eyni zamanda, neft sektorunda 35,2 min, qeyri-neft sektorda isə 1,46 milyon insan məşğulluq fəaliyyətindədir. Qeyri-qida sektorunda turizm sektoru üçün məşğul olan əhali sayı 2009-cu ildə 36.103 ikən 2015-ci ildə 49.449 olmuşdur (Bilalov,2015).

Digər tərəfdən turizm sektorunda ümumi keçidin həcminə təsir edəcək sahələrə diqqət etsək görə bilərik ki, inşaat fəaliyyətində son məhsulun həcmində yaşanan 10%-lik artım turizmdə 0,7% balıq və digər balıqçılıq fəaliyyətində son məhsulun həcmində yaşanan 10% artım turizmdə 0,1% neft və qaz sektorunda son məhsulda 10%, turizmdə 0,8%, ticarət sektorundakı son məhsulda 10%, turizmdə 0,8%, dövlət yönündə olan son məhsullarda 10%-lik artım, səhiyyə sektorunda son məhsulda 10%-lik bir artım, turizmdə 0,2%-lik bir artıma və təhsil fəaliyyətindəki son məhsul həcmində 10%-lik bir artıma yol açacaq və turizmdə 0,7%-lik bir artıma şərait yaradacaqdır (Mirzəyev, 2016).

Turizm sahəsinə sərmayənin dəyişməsinə digər iqtisadi sahələrin son məhsullarının dəyişməsi baxımından nəzərə alındığında belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, turizmdə sərmayəyə əlavələrə təşviq yaradan ən öndə gələn yeddi sahə: ticarət xidmətləri, inşaat, mədəncixarma, nəqliyyat, ictimai idarəetmə və müdafiə, məcburi sosial sığorta sahəsində xidmətlər və işləmə sənayesidir. Belə ki, ticarət xidmətlərində son məhsulun 10% dəyişməsi turizmdə 0,96%, inşaat sahəsində son məhsulun 10% dəyişməsi turizmdə 0,68%, mədəncixarma sənayesindəki son məhsulun artan hər 10-u turizmdə 0,45%, nəqliyyat sektorunda son məhsulun artan hər 10-u turizmdə 0,4%, dövlət idarəsi və müdafiə, məcburi sosial sığorta sahəsində xidmətlərin son məhsulunun artan 10%-i turizmdə 0,39% və emal sənayesində son məhsulun artan 10%-i turizmdə 0,31% sərmayə yatırımlarının artmasına səbəb olacaqdır (DSK, 2015).

Bakıda və həm də bölgələrdə qonaqlama müəssisələrində yerlərin sayı 2003-cü ildən sonra artmağa başlamışdır. Belə ki 2006-ci ildə yerləşdirmə qurumlarının sayı 285, nömrələr sayı 11403, otaqlar üzrə tək tutumlu yerləri 24706 olmuşdursa, Cədvəl 4-dəki kimi bu rəqəm 2014-cü ildə yerləşdirmə müəssisələri 535, nömrələr sayı 17363, otaqlar üzrə tək tutumlu yerləri isə 35652-yə çatdı (Bilalov, 2015:496). Azərbaycanda son 12 ildə təqribən 300 otel inşa edilmişdir. Şahdağ, Naftalan, Qəbələ Beynəlxalq istirahət mərkəzi, Qalaltı müalicə mərkəzi, Duzdağ Resort Naxçıvanda quruldu. Bölgələrdəki qonaqlama müəssisələrinin sayındakı artımın, rekreasiya sahələrinin genişləndirilməsiylə birbaşa əlaqəli olduğunu göstərməkdədir.

**Cədvəl 4. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr**

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
499	508	514	530	535	536	548	563

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2017.



Beləliklə, Quba-Xaçmazdakı mövcud qonaqlama müəssisələrinin 78%-i, Gəncə-Qazaxda 63%, Lənkəran 74%, Şəki-Zaqatalada 80%, rekreasiya mərkəzləri və düşərgə sahələrinin payına düşür.

Yaşayış yerləri təsislərinin istifadəsindən əldə edilən gəlirlər, digər iqtisadi sektorlara görə daha aşağı olmaqla birlikdə, bu sahədə son inkişaf görülməkdədir. Beləliklə, 2015-ci ildə ölkədə fəaliyyət göstərən yaşayış yerlərinin işlədilməsindən əldə edilən gəlirlərə diqqət edilərkən, bu rəqəmin 1,2%-nin dövlətə aid, 73,3%-nin özəl, 11,9%-nin 183,055 milyon manat olduğunu görəbilirik və ümumi yaşayış yerlərinin payı 13,6%-dir (DSK,2015).

Cədvəl 5-də görüldüyü kimi, 2015-ci ildə yaşayış müəssisələrində satışlardan əldə edilən gəlirlər 117,08 milyon manat və ya 65%-ni təşkil etməkdədir. Ayrıca, 43 milyon manat (24%) qida satışı, səhiyyə xidmətləri üçün 2,4 milyon manat (10%) və digər xidmətlər üçün 18,6 milyon manat (1%) olmuşdur.

**Cədvəl 5. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdən əldə edilən gəlir.**

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
114686,1	153980,9	171255,9	181.047,3	183.055,1	240.112,6	284 453,9

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2017.

Azərbaycanda turizm xidmətlərinin coğrafiyası böyükdür. Bu mənada, xarici mənşəli vətəndaşların ölkəyə turizm xidmətləri üçün gəlməsi böyük iqtisadi önəmə sahibdir. Xarici tursitlərin 33,3%-i əyləncə, 31,5%-i iş və ticarət, 1,8%-i müalicə, 0,6%-i dini, 27%-i qohumları dostları ziyarət etmiş, 5,8%-i isə digər turizm məqsədiylə ölkəyə səfər etmişlər. Analizlər göstərir ki, 2015-ci ildə ölkədə 11040,6 min qonaqlama həyata keçirilmişdir. Səyahətçilərin 49,8%-i Bakı, 9,6%-i Quba-Xaçmaz, 5,1%-i Aran, 14,6%-i Gəncə-Qazax, 5,1%-i Lənkəran, 2,2%-i Şəki-Zaqatala, 6,5%-i Naxçıvan, 3,1%-i Abşeron, 4%-i isə digər iqtisadi ərazilərdə keçirmişlər (Hüseynov İlqar, Efendiyeva Nigar, "Turizm Temelleri" -Bakı-2007).

Cədvəl 6-daki statistikalara nəzər saldıığımız zaman ölkəmizə gələn turistlərin ən çox istirahət və əyləncə məqsədiylə gəldiklərini görə bilərik. İş turizmi

baxımından da gələnlərin sayı artmaqdadır. Ən böyük dəyişimlər isə son 4 ildə yəni ən əsas 2015-2017-ci il aralığında olmuşdur ki, bunun da başlıca səbəbi valyutası dollar ilə olan ölkələrin devalvasiyadan sonra Azərbaycana olan maraqlarının artmasıdır.

**Cədvəl 6. Səfərlərin məqsədinə görə turist sayı**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı</b>	624924	666348	672.345	838.145	1.122.068	1 414 708
turizm məqsədilə	520958	546937	550.643	638.359	869.301	1 120 610
istirahət, əyləncə	225646	226464	237.506	256.285	565.738	813.386
İşgüzar	247304	232796	206.234	275.896	258.299	212.519
müalicə	15145	45060	70.981	68.896	11.450	19.086
digər turizm məqsədilə	32863	42617	35.922	37.282	33.814	75.619
digər məqsədlə	103966	119411	121.702	199.786	252.767	294.098

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2017.

Azərbaycan turizm bazarında ən önəmli faktorlardan biri də nəqliyyat xidmətləri ilə bazarın təmin edilməsidir. Turizm, maşın, dəniz, dəmiryolu, və hava nəqliyyatı xidmətləri istifadə edilməkdədir. Bu, sahədə ən çox istifadə edilən maşındır. Azərbaycandakı bütün yollar dünya standartlarına uyğun deyil. Bu əvvəlcə bərk örtüklü yolların az olmasında, yolların kənarında infrastrukturun zəif, bir çox vəziyyətdə isə olmamasında özünü göstərir. Azərbaycanın tətillik mərkəzlərini paytaxt Bakı ilə bağlayan önəmli yollar belədir:

- Bakı-Sumqayıt-Şabran-Xaçmaz
- Bakı-Siyəzən-Məşrif-Qalaaltı
- Bakı-Ələt-Yevlax-Gəncə-Qazax
- Bakı-Şamaxı-Ağsu-İsmayilli-Göyçay
- Bakı-Yevlax-Gəncə-Qazax

- Bakı-Yevlax-Şuşa

Bakı-Salyan-Astara və digərləri. Xəzər dənizi də turizm və səyahət xidmətlərində rol oynayır. Bakı-Türkmənbaşı limanları arasında sənişin daşınmasında ildə 25-30 min sənişin təşkil edir. Digər tərəfdən Bakı və Neft Daşları arasındakı yay aylarında dəniz gəzintiləri təqdim edilməkdədir. İndiki vaxtda Bakı-Astara limanları arasında beynəlxalq gəzintilər həyata keçirmək üçün bir proyekt hazırlandı. Turlar böyüdükcə hava nəqliyyatının önəmi artır. Azərbaycanın turizm məhsulu ağırlıqlı olaraq hava nəqliyyatı ilə beynəlxalq bazara istiqamətlidir. Bakı – hava limanının beynəlxalq bir statusu vardır. Müasir avadanlıqlarla təchiz olunmuş Bakı Havalimanı, Azərbaycanın turizm də daxil olmaq üzrə bir çox ölkəylə olan beynəlxalq əlaqələrini genişləndirməsində böyük bir rol oynamaqdadır (Soltanova (2007)"Turizmin Temelleri" - H.B. ve Huseynova Sh.H. Bakü s.112-113).

Azərbaycanda turizmin inkişafı sahəsində irəli sürülən başlıca məqsədlər yetərinə genişdir: turizm qaynaqlarının öyrənilməsi, inkişaf etdirilməsi, turist tələbinin qarşılınması üçün lazımı xidmətlərin normaya salınması və müasir standartlara uyğunlaşdırılması, sanatoriya-tətil imkanlarının genişləndirilməsi, mehmanxanalar və digər turizm mərkəzlərinin sayısının artırılması, turizm yollarının çoxaldılması və s. Qısacası, bütün bunlar turizmi ölkənin iqtisadiyyatının ən inkişaf etdirilə bilən, ən təsirli və rəqabətçi sektora çevirməklə maraqlıdır (Soltanova (2007)"Turizmin Temelleri" - H.B. ve Huseynova Sh.H. Bakü s. 433).

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Turizm bioloji bir varlıq kimi daima inkişaf içərisində olub insan davranış və alışqanlıqlarının birbaşa olaraq əks olunduğu bir sektordur. Son illərdə turizm tələbində önəmli dəyişkənlik və çevrilmələr yaşanmaqdadır. Bir yandan təhsil, mədəniyyət kimi turistik kütlənin demografik tərkibində müsbət istiqamətdə bir dəyişkənlik yaşanarkən, digər yandan ekoloji dəyərlər, ekoloji həssaslıq və ekologiya ilə bağlı qavramların xüsusiyyət qazandığı və turistik fəaliyyətlərin müəyyənləşdirilməsində təsirli olduğu görülməkdədir. Beynəlxalq turizm, həm yeni iş yerləri təmin etməsi həm də valyuta qazandırıcı təsirindən dolayı çox sayda ölkənin diqqət mərkəzi halına gəlmişdir. Bu səbəblə də araşdırma sahəsində olan Azərbaycan turizm potensialı, Azərbaycanın inkişafı məqsədli dəyərləndirilmişdir.

Azərbaycan tarix boyu çox böyük dəyişkənliyə məruz qalmışdır. Azərbaycanda müstəqilliyin ilk illərindən etibarən qarşılaşdığı iqtisadi çətinliklər və Ermənistanın Qarabağı işğal etməsi səbəbiylə yaşanan müharibə və sosial-iqtisadi problemlər nəticəsində, ölkəyə gələn turist sayında və turizm fəaliyyətində bir növ problemlər görülmüşdür. Ancaq son illərdə turizm sektorunda görülən canlanma Azərbaycan turizminə müsbət yansımışdır. Bu mövzuda Prezident İlham Əliyev tərəfindən alınan və 2002-2005, 2004-2008 və 2010-2014 illərini əhatə edən qərarların turizmin inkişafında rolu çox böyükdür. Bu çərçivədə, turizm sahəsində beynəlxalq standartlara uyğun mehmanxanalar inşa edilmiş, turizmə istiqamətlənmiş investisiyalar həyata keçirilmiş, turizm potensialı dəyərləndirilmiş və ölkədə turizm təhsilinin inkişafı məqsədiylə 2006-cı ildə Turizm İnstitutu qurulmuşdur. Alınan bu qərarların nəticəsində 1996-cı ildə ölkədə xidmət göstərən mehmanxana və oxşar quruluşların sayı 94 ikən, iki il içində 4 qat artaraq 370-ə çatmış və bu say 2009-cu ildə 452 olmuşdur. Mehmanxana və otaq sayındakı artım və yerli-xarici turistlərin istirahət edə biləcəyi, təbiət, dəniz və günəşdən yaralana biləcəyi müasir kamp və mərkəzlər sayəsində, gələn turist sayı 2009-cu il nəticələrinə görə 1,83 milyon olmuşdur.

Təxmin istiqamətlərindən əldə edilən nəticələrə görə turizm gəlirini təmsil edən dəyişənimiz (LTG) 2003 və 2006-cı ildən sonra müəyyən bir qırılma xüsusiyyətinə sahib olduğu görülməkdədir. Eyni olan bir əlaqə ÜDM ardıcılığı üçün keçərlidir. Bu ardıcılığın arasındakı əlaqənin 2006-cı ildən sonra fərqliləşdiyi və turizm sektorunun böyümə üzərindəki təsirinin artığı görülməkdədir. Hər şeydən öncə sektorun inkişafına bağlı olaraq bu sahə tərəfindən tələb edilən sənət məhsulları artmış, bu istehsalçı səviyyəsində gəliri artırmışdır. Azərbaycan iqtisadiyyatının böyümə potensialı diqqətə alındığında turizm sektorunun iqtisadiyyat içərisindəki payı, digər sektorlardakı inkişafa bağlı olaraq artacaqdır.

Lakin bunlarla yanaşı həm dünya ölkələrində həm də ölkəmizdə turizmin həm inkişaf etdirilməsində həm də tanınmasında bir sıra çətinliklər vardır. Bunun ən böyük mənbəyi maliyyə cəhətdən olan çatışmamazlıqlar hesab olunur. Həmçinin global maliyyə böhranı da turizmə təsir edən iqtisadi səbəblərdən biridir. Bununla başa-baş mübarizə aparmaq üçün ən önəmli şərt, artıq bəzi global iqtisadi böhrandan zərər görmüş ölkələrin bundan nəticə çıxararaq həmin zamanlarda müəyyən bir sahəyə yatırım investisiyalarının qaytarılmasını faiz şəklində deyil, islam iqtisadi sisteminə uyğun olaraq kağız üstü müqavilələrlə qaytarılması sisteminin tətbiqidir.

Turizmin maliyyə problemlərinin bu sənaye sektoru üçün böyük əhəmiyyət daşıdığını nəzərə alaraq aşağıdakı təklifləri irəli sürmək olar.

- Bu sahədə əməkhaqqı sisteminin önəminin daha da artırılması və əməkhaqqı miqdarının ixtisaslaşma səviyyəsinə əsasən bölünməsi daha məqsədə uyğundur. Belə olan halda əməkhaqqı turizmdə stimullaşdırıcı rol oynayacaqdır.
- Turizmdə hər hansı bir istehsal edilmiş məhsulun qiymətinin təyin etməmişdən öncə onun istehlakçıya çatdırılacağı ərazi haqqında müəyyən məlumat toplamaq və vəziyyətinin ümumi statistik məcmusunu təyin etmək vacibdir.
- Bu sənaye sahəsində islam sisteminə uyğun tətbiq oluna biləcək sahələr daha dərinlən öyrənilməli və onun istiqamətləri təyin edilməlidir.

- Qlobal iqtisadi böhran vəziyyətində qeyri-ənənəvi olan turizm məhsulları bazara çıxarılmalı və onun daha yaxşı reklam xarakterli tanındılması üçün marketing işləri tətbiq olunmalıdır.

Tətbiq ediləcək bu təkliflər həm böhran şəraitində həm də normal şəraitdə yaxşı turizm maliyyə bazarı formalaşdıracaq, investorlar, istehsalçı və istehlakçılar üçün əlverişlə bazar mühiti yaradacaqdır.

# İSTIFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

## Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya yolları” - Ç.M. Abbasov, Bakı 2005.
2. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi.
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistik Komitəsi – [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
4. “Azərbaycan Respublikasında 2010 – 2014 – cü illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı”
5. “Beynəlxalq Turizm Bazarı” – Rüfət Kasumov, Bakı 2012
6. Bilalov, B.A., ÇGGulalyev - "Turizm Temelleri" - Bakü-2015
7. “Dövlət İqtisadi Siyasəti – reallıqlar, perspektivlər” – A.Ş.Şəkərəliyev, Bakı 2009
8. Əlirzayev Əli Qəmbərli oğlu, Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi.
9. Hüseynov, 2015
10. İsayev Ağaheydər Seyfulla oğlu Neft və qaz sənayesinin iqtisadiyyatı üzrə praktik məşğələlər. Dərs vəsaiti. Bakı: Azərnəşr, 2008, 160 s.
11. Mirzəyev, 2016
12. “Turizmin əsasları” (Dərslik) – İlqar H, Nigar Ə, Bakı 2007
13. Soltanova (2007)"Turizmin Temelleri" - H.B. ve Huseynova Sh.H. Bakü
14. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu
15. Turizm İşletmeciliği - Bilalov BE Bakü-2005.
16. “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” – Ə.Q. Əlirzayev, Bakı 2011

## **Xarici dildə**

1. Brunner, Malapaka & Mason, 2008
2. Eijgelaar, Eke. Peeters, Paul. Piket, Pieter. (2008). Domestic and International Tourism in a Globalized World, India, 03.02.2017.
3. NY Times; Pank Power; Telegraph; the Guardian, 2013.
4. UDSON, Simon, (2003), Sport and Adventure Tourism, Haworth Hospitality Press, New York.
5. WTm Global Trends 2013

1. Levent Münger, Turizmin ekonomik etkileri ve ülkemiz açısından bu etkilerin yararlarının arttırıcı politikalar, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir, 2011, s. 19
2. Turizmin Ekonomik Etkileri, <https://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklariulastirma/1024594-turizmin-ekonomik-etkileri.html>  
(22.05.2017)

## **İnternet Resurslar**

1. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
2. [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)
3. [www.hotelnewsnow.com](http://www.hotelnewsnow.com)
4. [www.hotelmule.com](http://www.hotelmule.com)
5. [www.azerbijan.travel](http://www.azerbijan.travel).
6. [www.mct.gov.az](http://www.mct.gov.az)
7. [www.wikiversity.org](http://www.wikiversity.org)
8. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
9. [www.unep.org](http://www.unep.org)
10. [www.tourismandmore.com](http://www.tourismandmore.com)
11. [www.anfes.gov.az](http://www.anfes.gov.az)
12. [www.Azerbaijanis.com](http://www.Azerbaijanis.com)
13. [www.anl.az](http://www.anl.az)



14. [www.azerbaycaninfo.az](http://www.azerbaycaninfo.az)
15. [www.data.worldbank.org](http://www.data.worldbank.org)
16. [www.tourism.gc.ca](http://www.tourism.gc.ca)
17. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)

## **Cədvəllərin siyahısı**

<b>Cədvəl 1.</b> 2018 – ci il Müsəlmanların turizm xərcləmələri.....	19
<b>Cədvəl 2.</b> Turizmdə mobil proqramların ən çox istifadə edildiyi sahələr.....	21
<b>Cədvəl 3.</b> Azərbaycanda turizm fəaliyyəti göstərən müəssisələrin mülkiyyətinə görə say.....	35
<b>Cədvəl 4.</b> Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr.....	56
<b>Cədvəl 5.</b> Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdən əldə edilən gəlir.....	57
<b>Cədvəl 6.</b> Səfərlərin məqsədinə görə turist sayı.....	58