**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

# “Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivləri”

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**Hüseynli Aytəkin Məmməd qızı**

**BAKI – 2019**

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**BMDM-in direktoru**

**Dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu**

**“___” _____ 2019-cu il**

# “Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivləri”

**mövzusunda**

## MAGİSTR DİSSERTASİYASI

**İxtisasın şifri və adı:060401-Dünya İqtisadiyyatı**

**İxtisaslaşma:Beynəlxalq Ticarət**

**Qrup:830**


**Magistrant**

**Hüseynli Aytəkin Məmməd qızı**

**Elmi Rəhbər**

**i.e.n Quliyev Asiman Aydın oğlu**

**Proqram Rəhbəri**

**i.ü.f.d Nəcəfova Kəmalə Akif qızı**

**Kafedra Müdiri**

**prof.Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu**


**BAKI – 2019**

**Abstract**

**The relevance of the research: In Azerbaijan, as the focus of the economy is mainly on the development of one sphere, interregional socio-economic development is particularly dependent on Baku, and as the level of competitiveness in local tourism is low, the topicality of the theoretical and practical problems has increased. In recent years, the number of incoming tourists into our country has increased along with the number of outgoing tourists into other countries from here. For similar tourism services despite the transportation costs and other procedures, the citizens' preference of foreign countries is an indication of low level of competitiveness in internal market. It also entails the spending of large sums of money into foreign countries each year.**

**Purpose an objectives of the research: Definition of the modern development problems of tourism in Azerbaijan, preparation of the suggestions and advice in the direction of preparing beneficial solutions along with statistical, theoretical and logical analysis of existing strategies and socio-economic indicators, have been considered in the research paper.**

**Research methods used: Categorization and logical arrangement of the gathered information, usage of statistical and theoretical analysis, logical analysis and generalization methods have been used in the paper.**

**İnformation base of research: The information base of the research constitutes the statistical and analytical comments, reports of the Ministry of Tourism of the Republic of Azerbaijan,World Tourism Organization and other scientific research centers and institutes.**

**Limitations of research: Scientific papers and materials of several researchers and professors, official reports of international tourism organizations, official statistical reports of Azerbaijan State Statistics Committee, legislative acts and goverment programs, information from strategy maps, web-resources were used in accordance with the mentioned problems.**

**Results of the research: Main obstacles arising in the research were the fact that the statistical database of the entities in the tourism sector was limited and the specialization information of the recruitment was difficult to get.**

**Scientific and practical significance of the results: Several suggestions on the elimination of disadvantages in the tourism sector and the tourism policy of Azerbaijan were prepared during the research.**

**Key words: tourism sector, sustainable development, local tourism**

## MÜNDƏRİCAT

**GİRİŞ.....4**

**I Fəsil: Azərbaycanın turizm sektorunun inkişaf perspektivlərinin elmi-metodoloji əsasları**

1.1.Turizmin məzmunu və onun sosial-iqtisadi əhəmiyyəti.....9

1.2.Turizmin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasının konseptual əsasları.....16

**II Fəsil: Azərbaycanda turizm sektorunun müasir vəziyyətinin iqtisadi təhlili**

2.1. Azərbaycanda turizm sektorunda mövcud vəziyyət və yerli xüsusiyyət.....26

2.2. Azərbaycanda turizm sahəsi üzrə xidmət bazarının təminat vəziyyəti və potensialı.....37

**III Fəsil: Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafında səmərəli idarəetmənin təşkilinin əsas istiqamətləri**

3.1. Turizm sektorunun müasir dövrdə hədəfləri.....43

3.2. Turizm sektorunun prioritetlərinin icra vəziyyətinin təkmilləşdirilməsi.....50

3.3. Turizm sektoruna yerli və xarici investisiya qoyuluşlarının artırılması üzrə təsir imkanlarının təkmilləşdirilməsi yolları.....55

**NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR .....63**

**İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT..... .....65**

Cədvəllərin siyahısı.....69

Şəkillərin siyahısı.....69

# GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Beynəlxalq rəqabətin sürətlə artdığı müasir dövrdə mövcud potensialdan istifadənin səmərəliliyi ölkənin inkişaf prioritetlərini təşkil edir. Turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına multiplikativ təsiri əhalinin məşğulluğu, həyat səviyyəsi, tədiyyə balansı kimi makroiqtisadi göstəricilərlə yanaşı bu sektorla birbaşa əlaqəsi olan xidmət, nəqliyyat və rabitənin inkişafına müsbət təsir edir.

Bununla yanaşı turizmin inkişafı idman, səhiyyə, mədəniyyət və digər sosial sahələrin gəlirlərinin artımına geniş imkanlar yaradır. Turizm inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq müxtəlif dövlətlərdə təhlükəsizlik, sosial-iqtisadi və digər sahələrdə dövlət siyasətinin indikatoruna çevrilmişdir.

Dünyada davamlı olaraq baş verən maliyyə böhranları dövründə də turizm sahəsində davamlı inkişaf müşahidə olunmuşdur. Ümumdünya Turizm təşkilatının 2015-ci il göstəricilərinə görə ÜDM-nin 10%-i, dünya istehlak xərclərinin 11%-i, investisiyaların 12%-i , vergi daxilolmalarının 10,7 %-i turizm sektorunun payına düşür.

Turizm bazarında rəqabətədavamlılığın təmini məqsədilə Azərbaycanda turizmin müxtəlif növlərinin davamlı və dinamik inkişafı üçün əlverişli şərait yaradılmışdır. Ölkəmizin əlverişli coğrafi mövqeyi, zəngin təbii ehtiyatları, sosial-iqtiasdi şəraiti, İpək Yolu üzərində yerləşməsi və sair göstəricilər məhz turizmin inkişafı üçün uzun müddətli perspektivlər vəd edir. Turizm sektorunun inkişafı eyni zamanda regionların sosial-iqtisadi inkişafı baxımından xüsusi önəm kəsb edir. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramlarında da bu sahənin inkişafı üzrə məsələlər öz əksini tapmışdır. Turizmi inkişaf etdirmək məqsədilə ölkəmizdə 1999-cu ildə "Turizm haqqında" qanun qəbul edilmiş, eyni zamanda turizmin inkişafı və turizm ehtiyyatlarından səmərəli istifadə məqsədilə dövlət proqramları qəbul edilmiş, Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair Strateji Yol Xəritəsi hazırlanıb icra olunmağa başlanılmışdır.

Ölkəmizdə mövcud olan ərazi rekreasiya potensialının araşdırılma aparılaraq dünya səviyyəsində tanıdılması, turizm potensialından səmərəli istifadənin təmini, əsaslandırılmış təklif və tövsiyyələrin işlənib hazırlanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bütün qeyd etdiklərimiz tədqiqat movzusunun seçilməsini əsaslandıraraq onun aktuallığını şərtləndirir.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:** Respublikada aparılan sosial-iqtisadi islahatların əsası kimi turizmin fəaliyyətinin formalaşması, inkişafı və rəqabətədavamlılığı problemlərinə baxılmışdır. Turizm hazırda dünya iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilib. Dünya İqtisadi Formunun 2014-2015-ci il "Dünya Rəqabətlilik" hesabatında qlobal turizmin rəqabətlilik imdeksinə görə Azərbaycan bir pillə irəliləmişdir. Bu onu göstərir ki, turizm sahəsi üzrə hələ də istifadə olunmamış resurslar mövcuddur. Bu isə turizmin formalaşmasına, inkişafına şərait yaratmaqdadır.

Azəbaycan Respublikasında turizm sektorunun inkişaf strategiyasının formalaşdırılmasının təmin edilməsi və turizmin ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi məqsədilə 2010-cu 6 aprel tarixində "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında sərəncam imzalanmışdır. Bu proqramın başlıca məqsədi Azərbaycanda yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə cavab verən müasir turizm sahəsinin formalaşdırılması və onun ölkə iqtisadiyyatının əsas inkişaf dayaqlarından birinə çevrilməsini təmin etməklə yanaşı, turizmin fəaliyyətinin genişləndirilməsinə şərait yaradılmasıdır. Azərbaycan qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi sahəsində həyata keçirilən tədbirlərdən biri kimi ölkə üçün əsas olan sahələrdən biri turizmdir. Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinə görə Türkiyədən və mövcud qiymətlərə görə ölkəmiz Gürcüstandan geri qalır. Buna görə də ölkədə bir sıra kompleks tədbirlər həyata keçirilmiş və hal-hazırda da davam etdirilməkdədir.

Azərbaycanda turizmin müasir və gələcək inkişaf problemlərinə dair bir çox alimlər tədqiqatlar aparmışdır. Ə.Q.Əlirzayev, F.P.Rəhmanov, A.N.Həsənov, A.Ə.Əzizov və digər tədqiqatçı alimlər tərəfindən Azərbaycanda turizmin inkişaf

perspektivləri müxtəlif aspektlər üzrə araşdırılmışdır. Turizm sahəsində xarici ölkə alimlərindən M. Zekai Bayer, Gökhan Emir, Bahar Ozan, Kozak Metin, И.Т.Балабанов, А.И. Балабанов, М.Б. Биржаков, Боголюбов В.С., Орловская В.П. və başqaları turizmin elmi-nəzəri əsasları üzrə tədqiqatlar aparmışdır.

Problemin işlənmə dərəcəsinin təhlili göstərir ki, turizm sektoruna yerli özəl və xarici investisiya qoyuluşlarının artırılmasında, investisiya qoyuluşlarının regionlar üzrə yerləşdirilməsi istiqamətlərində problemlər mövcuddur. Müvafiq icra orqanları tərəfindən görülən işlər və əldə edilən nəticələr üzrə hesabatların hazırlanmasında bir sıra vacib aspektlərə toxunulmamışdır. Azərbaycanın illik dövlət büdcəsi hazırlanarkən işgüzar turizmin inkişafı məqsədilə hər il müvafiq vəsaitin davamlı artırılması diqqət mərkəzində olmalıdır.

Tədqiq edilən problemin riskli olması və mürəkkəbliyi Azərbaycanda turizmin obyektiv elmi təhlilini zəruri edir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:** Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda turizm sahəsində milli turizm potensialının yaxşılaşdırılması, resurs ehtiyatlarının təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb olunmasının stimullaşdırılması, turizm potensialından əlverişli istifadənin təmin edilməsi istiqamətləri üzrə vəzifələrin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Bu məqsədlərə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- Azərbaycanda turizm infrastrukturunun formalaşması xüsusiyyətlərinin tədqiqi;
- Milli turizm sənayesində rəqabətin artırılması istiqamətləri və eyni zamanda vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsi;
- Dayanıqlı inkişafın təmin edilməsi cəhətdən turizmin inkişaf istiqamətləri və identifikasiyası;
- Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolunun dəyərləndirilməsi;
- Turizm potensialının iqtisadi mahiyyətinin nəzəri-metodoloji məsələlərinin araşdırılması;

- Turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi baxımından investisiya qoyuluşlarının cəlb edilməsinin stimullaşdırılması istiqamətlərinin təyin edilməsi.

Tədqiqat zamanı qarşıya qoyulan məqsədlərin reallaşdırılması üçün aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- Turizmin və turizmə dair bir sıra anlayışların məzmununun dəqiqləşdirilməsi;
- Turizm sektorunda davamlı inkişaf şərtlərinin müəyyən edilməsi;
- Bazar münasibətləri şəraitində turizm sahəsinin rəqabətqabiliyyətliliyinə təsir edən amillərin qruplaşdırılması;
- Azərbaycanda turizmin hüquqi və iqtisadi tənzimləmə mexanizmlərinin təhlili;
- Dünya üzrə turizmə dair əsas göstəricilərin təhlili;
- Azərbaycanda son illər üzrə turizmin sosial-iqtisadi göstəricilərinin təhlil edilməsi;
- Turizm sahəsi üzrə xidmət göstərən infrastrukturların potensialı və mövcud fəaliyyəti üzrə müqayisələrin aparılması;
- Dövlətin turizm sektoru üzrə inkişafı strategiyasının mövcud şəraitə uyğunluğunun analizi;
- Turizmin əsas göstəriciləri üzrə Azərbaycan regionlarının müqayisəsinin aparılması;
- Turizm sektoru üzrə davamlı inkişafın təmin edilməsi üzrə təkliflərin hazırlanması.

**Tədqiqatın obyekti və predmeti:** Tədqiqatın obyekti Azərbaycanın turizm sektoru, onun göstəriciləri, turizm sektoru üzrə həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətdir. Tədqiqatın predmetini isə Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafında özünü göstərən qanunauyğunluqlar və sahənin inkişafının yerli xüsusiyyətləri təşkil edir.

**Tədqiqatın metodları:** Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsaslarını yerli və xarici ölkə alimlərinin fundamental tədqiqatlarının nəticələri, iqtisadi nəzəriyyə,

dialektikanın prinsipləri, anlayışları və onların iqtisadi tədqiqatlarda tədbiqi xüsusiyyətləri, yeni tələbata uyğun xidmətlərin göstərilməsi ilə əlaqədar 1999-cu il tarixində qəbul edilmiş "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasınn Qanunu, turizmin inkişaf etdiilməsinə dair dövlət proqramları və digər normativ hüquqi sənədlər, ölkə başçısının müvafiq fərmanları təşkil edir. Tədqiqat zamanı sistemli yanaşma müqayisəli GZİT təhlil qrafikli riyazi modelləşdirmə və mühakimə, həmçinin statistik təhlil, məntiqi müqayisə üsullarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin, Dövlət Statistika Komitəsinin, Dünya Turizm Təşkilatının və digər elmi tədqiqat mərkəzlərinin və instutlarının statistik və analitik şərhləri, hesabatları təşkil etmişdir.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** Tədqiqat işində turizmə dair elmi-nəzəri yanaşmalara istinadlar verilmişdir. Əsasən Azərbaycann turizm sektoru üzrə araşdırmalar aparılmışdır. Turizm sektorunda fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin statistik məlumatlarının əldə edilməsində çətinliklər mövcuddur.

**Nəticələrin elmi və praktiki əhəmiyyəti:** Təqdiqat işindən Turizm iqtisadiyyatı, Regional iqtisadiyyatın idarə edilməsi, Sahələrin iqtisadiyyatı fənləri üzrə, həmçinin turizmin inkişafı istiqamətində həyata keçirilən inkişaf strategiyaları və proqramlarda istifadə edilə bilər.

**Dissertasiya işinin strukturu və həcmi:** Dissertasiya işi xülasə, giriş, üç fəsil, 7 paraqraf nəticə, ədəbiyyat siyahısı, cədvəl və şəkil siyahısı da daxil olmaqla ümumilikdə 69 səhifədən ibarətdir.

# I Fəsil: Azərbaycanın turizm sektorunun inkişaf perspektivlərinin elmi-metodoloji əsasları

## 1.1. Turizmin məzmunu və onun sosial-iqtisadi əhəmiyyəti

Turizm bu gün dünya iqtisadiyyatında xüsusi önəmə sahib olan sahələrdən biridir. İldən ilə iqtisadi göstəriciləri artan bu sahənin iqtisadiyyatda multiplikativ təsirini nəzərə almaq lazımdır. Ölkəmizin turizm sektorunun inkişafı baxımından geniş imkanlar mövcuddur. Bu imkanları ölkənin qədim və zəngin tarixi-mədəni irsinin, gözəl təbiətə malik ərazilərinin, dənizkənarı mövqeyinin, müalicəvi əhəmiyyətli resurslarının, sosial-siyasi sabitliyin, qonaqpərvərlik ənənələrinin olması ilə əlaqələndirə bilərik. Lakin bütün bunlarla yanaşı turizm özündən əlavə bir çox sahələrdə əlavə tələb yaratması, məşğulluq üzərində ciddi təsirinin olması ilə də fərqlənir.

Turizm müəyyən tarixi inkişaf mərhələsi keçərək müasir vəziyyətə gəlmişdir. Turizmin tarixi inkişafını təhlil edərkən adətən ilkin olaraq səyyahların səyahətlərindən misallar göstərilir. Bununla belə onun ilk nümunələri kimi qədimdə qəbilələrin yaşadığı ərazilərdən müxtəlif yollarla kənar ərazilərə yaxın və uzaq məsafəli səyahətləri göstərilir. Turizmin inkişafında nəqliyyat vasitələrinin inkişafı, yeni ərazilərin kəşf olunması təkan verən amillərdən olmuşdur. Hətta bəzi mənbələrdə qeyd olunur ki, e.ə. 4000-ci illərdə Şumerlər tərəfindən təkərin ixtira edilməsi ilə səyahətlər sürətlənmişdir. E.ə. 700-cü illərdə Yunanıstanda keçirilən olimpiya oyunları, Qədim Romada yol boyu qurulan qonaq evləri və meyxanalar səyahətlərin inkişafına müsbət təsir göstərmişdir. Sonrakı dövrlərdə əhalinin sayının artması, yaşayış məntəqələrinin inkişafı, ticarətin inkişafı, Böyük İpək Yolunun inkişafı, daha sonralar Böyük Coğrafi Kəşflər dövründə yeni-yeni ərazilərin, yeni mədəniyyətlərin kəşf edilməsi səyahətlərin inkişafı baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edən hadisələrdir. Dünya turizminin müasir sıçrayışlı inkişafı 1960-cı illərdən sonrakı dövrləri əhatə etmişdir və bu gün dünya iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən biridir.

Ölkəmizdə turizmin inkişaf xüsusiyyətlərinin araşdırılması müxtəlif amillərlə əsaslandırıla bilər. Burada həm qeyri-neft sektorunun inkişaf istiqaməti kimi,

ümumi iqtisadiyyatın inkişafı və məşğulluğun artırılmasına təsir göstərən sahə kimi ümumilikdə turizm sektoru nəzərdən keçirilə bilər. Digər tərəfdən beynəlxalq turizm bazarında sağlam mövqe tutması üçün daxili inkişaf problemlərinin müəyyən edilib aradan qaldırılması zəruri olan bir sahə kimi tədqiqat obyekti olaraq nəzərdən keçirilə bilər.

Turizmlə bağlı anlayışların mahiyyətinin müəyyənləşdirilməsi bir sıra azərbaycanlı alimlərin əsərlərində müəyyən qədər öz əksini tapmışdır. Ə.Q.Əlirzayev öz əsərində qeyd edir ki, turizm (fransız sözü olub gəzinti, səfər) cəmiyyətin inkişafı ilə formalaşıb, istirahət tələbatını ödəmək və əmtəə, xidmət tələbatını ödəməklə genişlənən tələbat növünə daxildir. Turizm mənəvi dəyər olmaqla, zövq, əyləncə əhəmiyyəti kəsb edir. İnsanın fizioloji tələbatı və bu tələbatın ödənilmə forması olaraq turizm səyahətləri meydana çıxır. Turizm tələbatı xüsusi fizioloji tələbat olmaqla insanın inkişafı və onun digər tələbatlarının ödənilməsi şəraitində meydana çıxır və formalaşır (Əlirzayev Ə.Q., 2011: s.18).

A.N.Həsənov isə öz əsərində qeyd edir ki, turist anlayışına yazılı ədəbiyyatda ilk dəfə təxminən 1800-cü illərdə rast gəlinir. Həmin illərdə ingilis yazıçısı Pecin "Anecdotes of the English Language" adlı əsərində səyyah ifadəsinin yerinə turist ifadəsini işlətmişdir. Təxminən həmin dövrdə Fransada fransız dili lüğəti nəşr olunmuşdur və həmin lüğətdə "Turist" ifadəsinin izahı verilmişdir. Bu izaha görə turist, vaxt öldürmək və ya maraq üçün yerdəyişmə edən şəxsdir (Həsənov. A.N., 2012: s.7-8). Həmçinin turizmlə bağlı fikirlərə münasibət bildirərək qeyd edir ki, turizm mahiyyətcə istirahət və səyahət deməkdir. Lakin bu sözün başqa mənaları da var. Məsələn, turizm insanın istirahət etdiyi zaman bütün mürəkkəb prosesləri öyrənən, onları məqsədli şəkildə müəyyən istiqamətə yönəldən tənzimləyici bir amildir. Eyni zamanda turizm dünya iqtisadi sisteminin mühüm sahəsidir (Həsənov. A.N., 2012: s. 9).

Turizmin mahiyyəti ilə bağlı bir sıra xarici tədqiqatçılar da öz münasibətlərini bildirmişdir. Türkiyəli tədqiqatçılardan S.Uçkun qeyd edir ki, insanlar davamlı olaraq yaşadıqları yerlərdən müvəqqəti şəkildə ayrılaraq başqa ölkəyə yaxud regiona gedir və burada gəzib-görmək, istirahət, əyləncə, öyrənmək kimi psixoloji,

sosial-mədəni ehtiyaclarını qarşılayırlar. İqtisadi baxımdan geniş təsirə malik olan və turizm olaraq adlandırılan bu hadisə müasir sivilizasiyanın təməl bir xüsusiyyətini təşkil edir (U.Seher, 2004: s.28). Burada turizmə bir hadisə kimi yanaşılması diqqəti cəlb edir.

Turizm, latınca "tornus" sözündən götürülmüş və insanların bir nöqtə ətrafında hərəkəti kimi başa düşülür. Bu söz İngilis, Fransız və Alman dillərinə "tour" kimi keçərək dairəvi hərəkət içərisində bəzi görməli yerləri, iş və yaxud əyləncə məqsədilə gəzib geriyə qayıtmaq kimi başa düşülür (Osman K.A., 1991).

Turizmlə bağlı yanaşmalardan birində isə göstərilir ki, turizm ümumi şəkildə davamlı məskunlaşılan ərazidən kənarda istirahət, əyləncə kimi ehtiyacların ödənilməsi üçün yerinə yetirilən səyahət və müvəqqəti məskunlaşma ilə bağlı hərəkətlərdir (Nazmi K., Meryem A. və Metin K, 1997). Başqa bir mənbədə isə turizm dincəlmək yaxud hər hansı iş üçün bir yerdən yola çıxaraq müəyyən bir səmtə yönəlmiş insan fəaliyəti kimi izah olunur (Zekai M., 1992).

Turizm məhfumunun baza elementləri aşağıdakılardır:

- Turist – turizmin subyektidir, öz rekreasiya və istehlak tələbatlarını ödəməyə çalışan insandır;
- Turizm biznesi – bu turizm bazarında mənfəət əldə etmək və turistlərin istehlak tələbatlarını təmin etmək məqsədilə məhsullar istehsal edən və xidmətlər göstərən sahibkarlıq fəaliyyətidir;
- Turizm – sosial-mədəni xidmət sahəsi kimi, istənilən turizm rayonunun inkişafının hərəkətvrici qüvvəsidir (yeni iş yerləri açır və yerli büdcə gəlirlərini artırır);
- Turizm menecmenti inzibati idarəetmə sahəsi kimi turizmin inkişaf amili və iqtisadiyyatının gücləndirilməsinə xidmət edir (Həsənov A.N., 2012: s.26).

Azərbaycan Respublikasının turizm haqqında qanununda turizmə dair bir sıra anlayışlar qeyd edilmişdir. Bunlardan bəzilərini qeyd edə bilərik:

- Turizm ölkə vətəndaşlarının, xarici ölkə vətəndaşlarının və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin müvəqqəti olacağı ölkədə ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq

şərtilə istirahət, sağlamlıq, tanışlıq, öyrənmə və s. kimi məqsədlərlə daimi yaşayış yerlərindən müvəqqəti olaraq getmələridir;

- Turist yuxarıda qeyd olunan məqsədlərlə getdiyi ölkələrdə bir gündən bir ilə qədər müvəqqəti olan şəxsdir;

- Tur müəyyən vaxt və hərəkət xətti üzrə fərdi qaydada, yaxud qrup şəklində səfərdən ibarət, turizm məhsulunun vauçer halında satılan formasıdır;

- Turoperator turların komplektləşdirilməsi, turizm məhsulunun yaradılması, hərəkəti və satışını yerinə yetirən turizm təşkilatıdır;

- Turagent turoperator tərəfindən turların, turizm məhsullarının satışını və hərəkətini yerinə yetirmək üçün vasitəçilik xidməti göstərən hüquqi və fiziki şəxslərdir;

- Turizm məhsulu turistlər üçün göstərilən xidmətlər kompleksidir;

- Turizm fəaliyyəti turoperatorların və səyahət agentliklərinin fəaliyyəti, həmçinin səyahətlərin təşkili ilə bağlı olan fəaliyyətlərdir;

- Turizm infrastrukturu turizm məhsulunun yaradılmasının kompleks sistemi, turistlərin yerdəyişməsi, yerləşdirilməsi, nəqliyyat vasitələrinin, ictimai iaşə və əyləncə obyektlərinin, öyrənmə, sağlamlıq, idman və s. kimi obyektlərin, turoperatorların və turagentlik fəaliyyəti göstərən müəssisə və təşkilatların, həmçinin turizm sahəsində olan digər qurumların məcmusudur (*http://www.e-qanun.az/framework/4759, 1999).*

Turizm tarixi dövrlər ərzində müəyyən inkişaf mərhələsi keçərək hazırkı vəziyyətə gəlmişdir və hazırda turizmin inkişafına təsir edən amillər aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər:

- Asudə vaxtın artması;
- Ödənişli məzuniyyətlərin kütləviləşməsi;
- Nəqliyyat sektorunun inkişafı;
- Gəlir səviyyəsinin dəyişməsi;
- Texnoloji inkişaf səviyyəsi;
- Urbanizasiya və əhali artımı;
- Səyahət azadlığı;

- Sosial təhlükəsizlik;
- Təhsil və mədəni inkişaf səviyyəsi;
- Orta ömür uzunluğu;
- Dövlət dəstəyi.

Turizm bir növ istirahət, öyrənmə, əylənmə, gəzinti fəaliyyəti olduğundan onun inkişafına burada qeyd olunan faktorların çox ciddi təsiri vardır. Bir çox hallarda isə bu faktorlardan hər hansı birinin çatışmazlığı bütövlükdə turizmin inkişafını böyük ölçüdə məhdudlaşdırır. Asudə vaxtın olmaması turizm fəaliyyətinin baş verməməsi üçün kifayət edən bir amildir. Əksinə asudə vaxtın artması turizm fəaliyyətinə sərf olunan zamanın atmasına müsbət təsir göstərə bilər. İş yerlərindən verilən məzuniyyətlər zamanı işçiyə məzuniyyətdə olduğu vaxta görə ödənişin edilməsi onu asudə vaxt və turizm xidmətindən istifadə etməyə imkan verən gəlirlə təmin edir. Nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı, nəqliyyat xidmətlərinin keyfiyyəti və sürəti yüksəldikcə, nəqliyyat xərcləri aşağı düşdükcə turistlər üçün əlavə stimullaşdırıcı təsirə malik olur. Ödənişli xidmət olduğu üçün xidmət istehlakçılarının gəlir səviyyəsinin yüksəlməsi turistlərin tələbinə müsbət təsir göstərir.

Texnoloji inkişaf səviyyəsi həm turistlərə turizm xidmətlərinin göstrilməsində effektivliyi artırılması, həm də bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin, regionların, ölkələrin tanıdılması, turizm bazarına çıxış imkanlarının artırılmasında müsbət təsirləri ilə səciyyələnir. Əhalinin səyahət imkanlarını məhdudlaşdıran istənilən faktor turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir. Əksinə bu fəaliyyət üzrə sərbəstlik dərəcəsinin artması sahədə canlanma yaradacaqdır. Turizmdə sosial təhlükəsizlik amili ən önəmli amillərdən biridir. Dünya turizm bazarında müharibə şəraiti, terror təhlükəsi və digər sosial gərginlik yaradan amillərin mövcud olduğu ölkələr turistlərin seçim etməyə ciddi tərəddüdlə yanaşdığı ölkələrdəndir. Təhsil və mədəni səviyyənin, orta ömür uzunluğunun artması da öz növbəsində turizmin inkişafına müsbət təsir göstərəcəkdir.

İqtisadiyyatın digər sahələri kimi turizm sahəsinin inkişafında da dövlətin yeritdiyi sosial-iqtisadi siyasət önəmli rola malikdir. Dövlət dəstəyi turizmdə həm

turistlərin turizm xidmətlərinə olan tələbini artıra bilər, həm də turizm xidməti göstərən subyektlərin sayının artmasına, turizm xidmətlərinin qiymət səviyyəsinin aşağı düşməsinə, xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsinə, turizm potensialından istifadə imkanlarının genişlənməsinə imkan yarada bilər.

Turizm tarixi aspekt daşımaqla milli və beynəlxalq münasibətlərin vəhdətində və onların sistemində, qarşılıqlı əlaqəsində inkişaf etdirilir. Ona görə də beynəlxalq standartlar da beynəlxalq turizmin təşkili və idarəolunmasında aparıcı amil rolunu oyayır. Beynəlxalq turizmə təsir edən amillər demoqrafik, iqtisadi və sosial amillər kimi ümumiləşdirilir (Əlirzayev Ə.Q., 2011: s.28).

Turizmin inkişafı bir sıra mexanizmlərin fəaliyyətindən də asılıdır. Bu mexanizmləri aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- Turizmin sosial mexanizmi;
- Turizmin siyasi mexanizmi;
- Turizmin səhiyyə mexanizmi;
- Turizmin mədəni mexanizmi;
- Turizmin maliyyə mexanizmi *(http://www.goktepe.net/turizmin-cesitli-alanlardaki-faydalari-ve-ekonomiye-etkisi.html, 2009).*

Turizmin inkişafına bir sıra amillərin və sahələrin təsiri ilə yanaşı onun özünün digər sahələrin inkişafına da ciddi təsiri vardır. Turizmin milli iqtisadiyyatlar, dünya iqtisadiyyatı, tədiyyə balansı, gəlirlərin formalaşması, infrastrukturun qurulması, məşğulluğa və bir çox sahələrin inkişafına ciddi təsirləri vardır. Bundan əlavə turizm potensialına uyğun olaraq ölkə daxilində regionların sosial-iqtisadi inkişafını sürətləndirən əsas sahələrdən biri kimi qeyd edilməlidir.

Turizm iqtisadiyyatın sahələri arasında yüksək məşğulluq yaratma imkanlarına görə xüsusilə fərqlənən bir sahədir. Mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırma imkanlarının məhdudluğu, sahədə əməktutumlu fəaliyyətin üstünlük təşkil etməsi, turistlərin istehlak xərclərinin yüksək olması yüksək səviyyədə birbaşa məşğulluq yaratmaqdadır. Turizm sahəsinə məhsul və xidmətlər təklif edən digər sektorlarda da turizmə bağlı əlavə tələbin yaranması dolayısı ilə məşğulluğun artmasına təsir göstərir.

Ölkə iqtisadiyyatında və turizm sahəsində turizm fəaliyyətləri nəticəsində məşğulluğun artımı aşağıdakı kimi özünü göstərir:

- Turizm sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə (otel, yeməkxana və s.) turistlərin xərclərinə bağlı yaranan birbaşa məşğulluq artımı;
- Turistlərin xərcləri nəticəsində birbaşa reallaşmayan, lakin turizm sahəsi ilə əlaqəli olduğu üçün turizm təklifinə daxil olan, sahəyə gəlir gətirən digər sahələrdə yaranan dolayı məşğulluq artımı;
- Ölkədə yaşayan əhalinin turizmdən əldə etdiyi gəlirləri yenidən xərcləməsi ilə yaranan əlavə məşğulluq artımı *(http://www.goktepe.net/turizmin-cesitli-alanlardaki-faydalari-ve-ekonomiye-etkisi.html, 2009);*

Beynəlxalq turizmin inkişafı bir sıra ölkələrin xarici ölkələrdən gələn turistlər hesabına gəlirlərinin artımına təsir göstərməklə və digər qeyd olunanlarla yanaşı, dünya xalqlarının bir-brinə yaxınlaşması, mədəniyyətlərin zənginləşməsinə göstərdiyi müsbət - təsirlərlə bu sahənin sosial-iqtisadi əhəmiyyətini daha da artırmışdır.

Turizmin inkişafı ölkənin ayrı-ayrı regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi ilə ölkə daxilində inkişaf baxımından geri qalan regionlarda iqtisadi göstəricilərin yeksəldilməsinə şərait yaradan vacib sahələrdəndir. Lakin hansısa bir regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün həmin regionda bir sıra amillərin təhlili aparılmalıdır. Bunlara aşağıdakıları misal göstərə bilərik:

- Regionun tarixi, mədəniyyət nümunələrinin, ənənələrinin xüsusiyyətləri;
- Regionun infrastruktur, coğrafi və təbii iqlim şəraiti;
- Regionda otel və mehmanxanaların mövcudluğu, mövcud olan otel və mehmanxanaların mövcud vəziyyəti, yenilərinin yaradılma imkanları və perspektivləri;
- Regionda mövcud olan turizmlə istər birbaşa, istərsə də dolayı əlaqəli olan məhsullar istehsal edən, xidmət göstərən, həmçinin satışını həyata keçirən müəssisələrin mövcudluğu;
- Regiona dövlət tərəfindən investisiya qoyuluşlarının vəziyyəti;

- Regionda turizm sektoru üzrə beynəlxalq bazarlarda mövcud olan tələbin xüsusiyyətləri;
- Regionun yerli sakinlərinin turizmi mənimsəmə səviyyəsi;
- Regionda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin regionun sakinlərinin məşğulluğunda rolu;
- Regionun digər sahələri ilə turizmin qarşılıqlı əlaqəsi;
- Regionda qeyri-hökumət təşkilatlarının fəaliyyəti.

## 1.2. Turizmin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasının konseptual əsasları

Turizmin müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində inkişafında ən mühüm amillərdən biri rəqabətqabiliyyətlilik göstəriciləridir. Rəqabətqabiliyyətlilik anlayışı özlüyündə nisbi və olduqca dinamik anlayışdır. Buna görə də onun konkret olaraq müəyyənləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi mürəkkəb prosesdir. Bununla belə davamlı olaraq mahiyyəti açılmağa çalışılan, hər zaman diqqət mərkəzində saxlanılan bu anlayış iqtisadi qloballaşma şəraitində ölkələrin milli iqtisadi maraqlarının təşkil etdiyi ziddiyyətlərin daha da kəskinləşməsi, rəqabət üstünlüklərinin həmin maraqların təmin olunmasındakı həlledici rolu ilə öz aktuallığını artırmışdır. Dünya bazarında davamlı olaraq dəyişən şərtlərlə müəyyən firmaların, müəyyən dövlətlərin inkişaf baxımından üstünlük əldə etməsi, digərlərinin uğursuzluq qazanmasını rəqabət qabiliyyətindəki fərqlərlə izah etmək olar. Belə ki, bazarın və dövrün tələbinə uyğun fəaaliyyət göstərən, öz siyasətini bu istiqamətdə səmərəli təşkil edən subyektlər son nəticədə inkişaf edərək daha çox qazanır. İqtisadi amillər üzrə çatışmazlıqları olan, bu çatışmazlıqların aradan qaldırılmasında əlverişli mexanizmlərə malik olmayan subyektlər bazarın tələblərini qarşılaya bilmir və itkilərlə üzləşərək öz mövqeyini itirir.

Rəqabətqabiliyyətlilik anlayışına müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Klassik yanaşmalarla müasir yanaşmalarda ümumi cəhətlər olsa da, hazırda bu anlayışa olan baxışlarda dəyişikliklərin olması müşahidə olunur. Yalnız qiymət üzərində olan üstünlüklərlə iqtisadi qazancın artırlması üzərində dayanan yanaşmalar bu gün heç də bütün hallarda özünü doğrultmur (Kuşat G.N., 2011: s.123).

Turizm sahəsində turizm-kurort zonalarında rəqabət üstünlüklərini müəyyən edən amillər sırasında artıq qiymət amili ilə yanaşı, ərazinin xüsusiyyətləri, əlamət baxımından cəlbediciliyi rəqabət üstünlüyünü və rəqabətqabiliyyətliliyini müəyyən edə bilən amillərdən hesab oluna bilər. Keyfiyyət baxımından rəqabətqabiliyyətliliyini müəyyən edən göstəricilərə turizm zonasının cəlbediciliyini artıran təbbi-iqlim şəraiti, mədəni xüsusiyyətlər, təklif olunan xidmətlərin keyfiyyəti, orijinallığı və s.-ni misal göstərmək olar. Kəmiyyət baxımından üstünlük yaradan rəqabət amillərinə qiymət səviyyəsi, valyuta məzənnəsindəki fərqlərlə əlaqədar üstünlüklər nəzərdə tutulur. Son dövrlərdə turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyində keyfiyyət xarakteristikalarının daha effektiv olduğu müşahidə olunmaqdadır.

Rəqabətin ölçülməsi, məzmununun anlaşılması və dəqiqləşdirilməsi ilə bağlı müxtəlif və fərqli baxışların olmasına baxmayaraq, bütün yanaşmalarda rəqabətin çoxaspektli bir anlayış olması qeyd olunur (Bahar O., Kozak M., 2005: s.81).

Bütün fikir ayrılıqlarına baxmayaraq iqtisadiyyatın bütün sahələri üçün rəqabət eyni məzmunu ifadə etdiyindən, digər sahələrdə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün tətbiq olunan rəqabət strategiyasının turizm sektorunda da tətbiqinə ehtiyac vardır. Xüsusilə dünyanın bir çox ölkələrində iqtisadiyyatın strukturunda xidmət sektorunun rolunun artması fonunda turizm sektorunun rəqabət imkanlarının artırılması səmərəli nəticələr verəcəkdir.

Klassik amillər nəzəriyyəsinə rəqabət üstünlükləri istehsalın ilkin amilləri olan əmək, torpaq və kapital amillərindən asılıdır. M.Porter rəqabət üstünlüklərinə dair yanaşmasında klassik nəzəriyyəni dəstəkləsə də, burada istehsal prosesində yaranan çatışmazlıqların istehsal amillərinin təkmilləşdirilməsi hesabına artırılması məsələsini də öz yanaşmasında qeyd etmişdir. M.Porterin "Rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsi"ndə milli iqtisadiyyatda rəqabət mühiti bir-birilə bağlılığı olan amillər sistemi kimi nəzərdən keçirilmiş, "milli romb" fikri irəli sürülmüşdür.

İqtisadi ədəbiyyatlarda Porterin rəqabətdə üstünlük qazanmaq, rəqibləri bazardan çıxarmaq üçün müəyyənləşdirdiyi üç strateji istiqamət müəyyən edilmişdir:

- Məcmu xərclərdə liderlik;

- Diferensiallaşdırma;
- Fokuslanma

Ümumilikdə iqtisadiyyatın bütün sahələrində tətbiqi mümkün olan bu rəqabət strategiyalarının digər sahələrlə üfüqi və şaquli istiqamətdə əlaqələri olan turizm sektorunda istifadəsi mümkündür. Lakin burada mövcud şəraitdən asılı olaraq, sahələrarası əlaqələrin intensivliyi, spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla ümumi strateji istiqaməti dəyişdirmədən bir sıra taktiki dəyişikliklər və tənzimləmələr həyata keçirilə bilər.

Pun turizm sahəsinin rəqabətqabiliyyətliliyini aşağıdakı prinsiplər əsasında həyata keçirilə biləcəyini göstərmişdir:

- Təbiətin mühafizəsi;
- Milli iqtisadiyyatda turizmin əsas sahələrdən birinə çevrilməsi;
- Bazarlara çıxış imkanlarının artırılması;
- Özəl sektorun dinamikliyinin təmin edilməsi (İİETİ. 2009: s.13).

M.Porterin rəqabətqabiliyyətlilik nəzəriyyəsindən bir sıra alimlər yararlanaraq öz yanaşmalarını irəli sürmüşdür. Krouç və Riçiyə görə turizmdə rəqabət imkanlarının genişləndirilməsində həyat səviyyəsinin yüksəkldilməsinin böyük rolu vardır. Buna görə də iqtisadiyyatda gəlirlərin və resursların bölüşdürülməsi elə bir formada həyata keçirilməlidir ki, ictimai rifah maksimum yüksəldilə bilsin. Onların nəzəri modeli müqayisəli üstünlüklər və rəqabət üstünlükləri ilə birlikdə aşağıdakı elementlərin də təsvirini özündə birləşdirir:

- Rəqabət mühiti;
- Makro mühit;
- Əsas resurslar və cəlbedici amillər (coğrafi, mədəni və tarixi, bazar əlaqələri, fəaliyyət növləri, xüsusi hadisələr və turizm təsisləri);
- Dəstəkləyici amillər və resurslar (infrastruktur, əlverişlilik, köməkçi ehtiyatlar və müəssisələr);
- Marketinq, xidmət, informasiya, təşkilati və idarəetmə funksiyaları;
- Keyfiyyət göstəriciləri (dəyər, təhlükəsizlik, yerləşmə və s.) (İİETİ. 2009: s.13-14).

Kon və Mayer bu yanaşmaya öz əlavələrini edərək rəqabətqabiliyyətlilik modelində aşağıdakı xüsusiyyəti qeyd etmişdir:

- Cəlbedicilik;
- İdarəetmə;
- Təşkilatçılıq;
- İnfromativlik;
- Səmərəlilik.

M.Porterin nəzəriyyəsində öz əksini tapmış və turizm sahəsində də tətbiqi mümkün olan strategiyalardan biri maya dəyərinin, xərclərinin minimallaşdırılması ilə bazarda qiymət çevikliyinin artrılmasıdır. Bunun üçün turizm şirkətlərinin müəssisədaxili fəaliyyətlərdə xərclərin azaldılması üçün daha effektiv idarəetmə sisteminin qurulması, təşkilati tənzimləmə, turizm məhsullarının hazırlanması və xidmətlərinin göstərilməsində tətbiq olunan texnologiyaların daha mütərəqqi, innovativ texnologiyalarla əvəzlənməsi lazımdır.

Turizmdə rəqabət strategiyalarından biri də bazarda çıxarılan turizm xidmətlərinin, turizm məhsullarının rəqiblərin məhsul və xidmətlərindən fərqli xüsusiyyətlərinin formalaşdırılması, yeni və innovativ satış üsullarından istifadə edilməsidir. Bazarda mövcud olan tələbi daha düzgün qiymətləndirməyi, tələbdəki dəyişiklikləri daha dəqiqliklə izləməyi bacaran və öz fəaliyyətini buna uyğunlaşdıran turizm firmaları və dövlətlər rəqabət üstünlüyü qazanır. Strategiyada əsas məqamlardan biri ondan ibarətdir ki, turizm xidmətləri və bazar fəaliyyəti üzrə innovasiya fəaliyyəti kombinasiya olunur.

Digər bir rəqabət strategiyasında isə konkret bir bazar diqqət mərkəzində olur və bu bazarda turizm firmaları digər bütün firmalardan üstün olmağa çalışır. Turizm sahəsində müəyyən bir istiqamət üzrə ixtisaslaşmağa üstünlük verən bu firma ona sırf bu istiqamət üzrə üstünlük qazandıracaq bütün məsələlərə həssalıqla yanaşır, lazım gəldikdə digər firmaların, yaxud digər ölkələrin bazara daxil olması, bazarda fəaliyyəti ilə bağlı məhdudiyyətlər yaratmaqla özünün üstün mövqeyini qorumağa çalışırlar.

Turizm sahəsi üzrə bütün rəqabət strategiyalarının hansı səviyyədə tətbiqindən asılı olmayaraq müasir dövrdə rəqabət üstünlüyünün ən əsas amili innovasiyaların tətbiqidir. İnnovasiyaların tətbiqinin davamlılığı və təkmilləşdirilməsi isə turizmdə texnoloji inkişafın sürətləndirilməsi, elmi-tədqiqatların genişlənməsi, bu istiqamət üzrə səmərəli dəstək mexanizminin olmasından asılıdır.

Turizm sektorunda rəqabətqabiliyyətliliyi müəyyən edən bir sıra amillər vardır. Bunları əsasən aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Komplekslilik;
- İnnovasiya;
- Ətraf mühitə münasibət
- İnternet;
- Qiymətqoyma;
- Valyuta məzənnəsi;
- Dövlət siyasəti;
- Reklam;
- Kadr təminatı;
- Klasterlər.

Komplekslilik dedikdə turizm xidmətindən istifadə edən şəxslərin turizm bölgəsində ehtiyac duyduqları bütün xidmət və məhsulların, səyahət etmək istədiyi bütün növ obyektlərin vahid turizm ərazisi daxilində cəmlənməsi nəzərdə tutulur. Turizm regionları özlərinin fərqləndirici xüsusiyyətləri ilə yanaşı müxtəlif turizm tələbatlarının qarşılanma imkanlarına da malik olurlar. Turizm regionlarının əsas cəhətləri aşağıdakılardır:

- Cəlbedicilik (ərazinin əlverişli təbii-iqlim, coğrafi şəraiti, tarixi abidələrin, mədəniyyət obyektlərinin, incəsənət nümunələrinin, xidmət obyektlərinin mövcudluğu, xüsusi tədbir və hadisələrin baş verməsi);
- Nəqliyyat imkanları (ictimai nəqliyyat, yol qovşaqlarının, terminalların və hərəkət imkanlarını genişləndirən müxtəlif nəqliyyat xidmətlərinin ərazi üzrə birləşməsi);

- İnfrastruktur (otel və mehmanxanaların, restoranların, ticarət və digər xidmət obyektlərinin mövcudluğu);

- Əlverişli tur paketlər (turizm şirkətləri və digər vasitəçilər tərəfindən təklif olunan turizm xidmətləri kompleksi);

- Tədbirlər (səyahət edənlərin iştirak edə biləcəyi sərgi, bayram tədbirləri, karnavallar və s.);

- Müxtəlif xidmətlərin mövcudluğu (maliyyə, nəqliyyat, kitabxana, xəstəxana və s.) (Bahar O., Kozak M., 2005: s.78)

Bütün bu qeyd olunan amillərin turizm regionunda mövcudluğu ilə yanaşı onların kompleks şəkildə turistlər tərəfindən istifadə imkanları olduqca önəmlidir. Bunun təmin olunması həmin ərazidə turizm baxımından rəqabətqabiliyyətliliyin davamlılığı təmin edə biləcəkdir.

Turizm sektoru iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi innovasiyaların təsiri ilə daha da inkişaf etməkdədir. Turizmdə innovasiyaların tətbiqi müxtəlif istiqamətlər və məsələlər üzrə öz əksini tapır. Burada innovativ məhsul və xidmətlərin yaradılması, innovativ idarəetmə sisteminin, innovativ idarəetmə üsullarının tətbiqi, innovativ reklam siyasəti, innovativ texnologiyaların tətbiqi, turizmdə istifadə olunan yardımçı xidmətlər üzrə yeniliklərin tətbiqi və s. kimi şərtlər təmin edilməlidir. Həmçinin turizmdə xərclərin azaldılmasını təmin edən texnologiyaların tətbiqi də qeyd olunmalıdır.

Turizmdə bazar tələbinin öyrənilməsi ilə cari və strateji dövrdə innovasiyaların tətbiqi bu sahənin rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin edilməsində əhəmiyyətlidir. Turizm bazarının tələbləri əsasında tətbiq edilməyən istənilən innovasiya sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün gözlənilən səmərəni verməyəcəkdir. Məhz tələbin nəzərə alınaraq tətbiq edildiyi innovasiyalar turizmdə rəqabətqabiliyyətliliyin davamlılığının əsas şərtidir.

Müasir dövrdə qloballaşma prosesində internetin rolu danılmazdır. İnternet özünün imkanları ilə ərazi, milli, dini və s. kimi fərqlərə baxmayaraq insanları bir-birinə bağlayan, onlar arasında müxtəlif tipli münasibətlərin qurulmasına imkan verən önəmli vasitədir. İnternet milyardlarla insanın istifadə dairəsində olduğundan

geniş bir informasiya məkanına malikdir. Turizm sahəsində turizm şirkətləri ilə turistlər arasında əlaqələndirici mexanizmlərdən biri də məhz internetdir. Turizm potensialının turistlərə təqdim olunmasında müxtəlif regionlar, ölkələr, turizm şirkətləri təklif edən tərəf kimi, turizm regionlarının potensialının araşdırılması, xidmət göstərən müəssisələrin xidmət səviyyəsi, qiymətlərin müəyyən edilərək müqayisəsinin aparılması, sifarişlərin verilməsi, ödənişlərin daha sürətli və etibarlı şəkildə həyata keçirilməsi və s.-də turistlər tələb edən kimi internetin üstünlüklərindən istifadə edirlər. Bu baxımdan internetdən istifadə də təkmilləşdirmələrin aparılması turizmin inkişafı üçün önəmlidir.

Hazırda texnologiyaların inkişafı ilə sənaye və digər sahələrin fəaliyyət dairəsinin genişlənməsi, əhali sayının artması, məskunlaşma ilə bağlı təbiətə təsirlər artmış, təbii resurslardan istifadə səviyyəsi yüksəlmişdir. Bütün bunlar turizmə də öz təsirini göstərir. Turizmdə təbii-iqlim potensialı, ətraf mühitin mövcud vəziyyəti turizmə ciddi təsir edən amillərdəndir. Turizm regionlarında ətraf mühitin qorunması istiqamətində aparılan effektiv siyasət, turizm müəssisələrinin və turistlərin təbbi mühit tarazlığının qorunmasındakı həssaslığı turizmin inkişafının davamlılığı üçün olduqca vacibdir. Belə ki, təbii mühitin kortəbii istismarı və çirkləndirilməsi ərazinin turizm potensialını azaltmaqla gələcək dövrlərdə rəqabət imkanlarını zəiflədir. Burada istər mikroiqtisadi, istərsə də makroiqtisadi səviyyədə ətraf mühitin qorunması və bərpası istiqamətində görülən sistemli işlər, təbliğat kompaniyaları, təbiətlə harmoniya təşkil edəcək formada təşkil olunan turizm fəaliyyəti bütün dövrlər üzrə potensialın qorunmasına, bir sözlə bu aspektdən rəqabətqabiliyyətliliyin təmin olunmasına imkan verəcəkdir.

Bazarın əsas fəaliyyət mexanizmlərindən biri kimi qiymət turizmdə də tələbin formalaşmasına, onun həcminə ciddi təsir edən amildir. İstənilən turistin turizm məhsulları və xidmtlərinin qarşılığını ödəyəcəyi məbləği məhz qiymət faktoru müəyyən edir. Dünya turizm bazarında qiymət baxımından əlverişli şərtləri təmin edən ölkələr daha çox turist kütləsini öz ölkəsinə cəlb edə bilər. Qiymət rəqabətində həlledici məqam onun aşağı həddi ilə bağlıdır. Qiymətin aşağı həddi

isə, turizm məhsullarının və turizm xidmətlərinin maya dəyəri ilə bağlıdır. Qiymət rəqabətində üstünlük qazanmaq üçün turizm fəaliyyəti ilə bağlı olan infrastrukturun səviyyəsi, vergi dərəcələri, köməkçi sahələrdə qiymət səviyyəsi, işçi qüvvəsinin qiyməti, əmək və digər amillər üzrə məhsuldarlıq göstəriciləri, kreditlər üzrə faiz dərəcələri, dövlət güzəştlərinin və subsidiyaların mövcud vəziyyəti həlledici rola malikdir. Bunlarla yanaşı turizm müəssisələri turizm bazarının tələblərini və rəqibləri nəzərə almaqla düzgün qiymət strategiyası qurduqda qiymət rəqabətində üstünlük qazanacaqdır.

Valyuta məzənnələrində baş verən dəyişmələr valyutası ucuzlaşan ölkənin turizm bazarlarında xarici valyutanın əvvəlki kəmiyyəti ilə daha çox xidmət və məhsul əldə etməyə imkan verir. Bunun nəticəsində xarici ölkələrdən olan turistlərin valyutası ucuzlaşan ölkələrin turizm bazarına olan marağı artır. Həmçinin yerli turistlər üçün xarici ölkələrdə turizm xidmətlərindən istifadə yeni məzənnə ilə daha baha başa gəldiyindən yerli bazara maraq artır. Valyuta məzənnələrindəki fərqlərin nəzərə alınması turizm bazarının perspektiv imkanlarını artıraraq tənzimlənməsi ölkənin turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyini artıracaqdır.

Dövlətin digər sahələrdə olduğu kimi turizm sahəsinin inkişafında da rolu böyükdür. Bu rol müxtəlif məsələlər və istiqamətlər üzrə özünü göstərir. Turizmin inkişafı baxımından mənfi təsirlərə malik olan təbii fəlakətlər, müxtəlif zəmində sosial gərginliyin olması, terrorizm, siyasi münaqişələr, bürokratik əngəllər, dövlət qurumlarının qeyri-çevikliyi, turizm bazarında inhisarlaşma məhz dövlətin fəaliyyəti ilə tənzimlənə bilər. Bütün bu risklər və mənfi halların turizmə təsirinin aradan qaldırılması yaxud azaldılması üçün dövlət effektiv sosial-iqtisadi, siyasi-mədəni və təhlükəsizlik mexaznimlərinə malik olmalıdır. Yarana biləcək bütün risklərə qarşı əvvəlcədən planlar hazırlanmalı, operativ şəkildə tətbiq edilməlidir. Müasir dövrdə qeyd etdiyimiz məsələlər turizmin rəqabətqabiliyyətliliyini çox ciddi şəkildə zəiflədir. Turistlər üçün təhlükəsizlik olduqca önəmli olduğundan səyahət edəcəkləri ölkə və regionları seçərkən bu amil onların qərarına ciddi təsir edir. Siyasi gərginlik yaşayan ölkələrin vətəndaşları əsasən başqa ölkələrə daha çox

üstünlük verir. Misal üçün qeyd edə bilərik ki, Türkiyə ilə Rusiya arasında yaşanan siyasi gərginlik rus turistlərin bir qisminin alternativ ölkələrə yönəlməsi ilə nəticələnmişdir.

Bütün digər bazarlarda olduğu kimi turizm bazarında da rəqabət mühitinin zəifliyi turizm sektorunun inkişafına mənfi təsir göstərməklə qiymət səviyyəsinin yüksək olmasına, yeniliklərin tətbiqinə əngəllər yaradır. Bu məqamda dövlətin turizm bazarının normal fəaliyyəti üçün tənzimləmə siyasəti aparması, turizm bazarında çevikliyi artırmaq üçün bürokratik əngəlləri aradan qaldırması, fəaliyyət şərtlərini sadələşdirməsi, bütün fəaliyyətlərində turizm sektoru üçün yaranan risklərin sığortalanması mexanizminin qurulması sahənin rəqabətqabiliyyətliliyini təmin edəcəkdir.

Turizm sektorunun inkişafında mühüm amillərdən biri də təqdimat və reklam fəaliyyətidir. Bunlar ölkənin turizm potensialının nümayiş etdirilməsi, turizm xidmətlərindən istifadənin cəlbedici tərəflərinin turistlərin diqqətinə çatdırılması ilə daha çox alıcı kütləsinin cəlb edilməsinə xidmət edir. Müasir dövrdə xüsusilə elektron informasiya vasitələri və internetdən bu istiqamətdə istifadə yüksək səmərə verməkdədir. Təqdimat zamanı hər hansı ökənin milli mədəniyyət və incəsənət nümunələrinin, müxtəlif məhsullarının, təbii-coğrafi xüsusiyyətlərinin, xidmət sektorundakı üstünlüklərin, qiymət güzəştlərinin və bu kimi müxtəlif məqamların nümayişi həyata keçirilir. Lakin bütün bunlar həyata keçirilərkən bazar tələbinin nəzərə alınması şərti ilə, innovativ üsulların tətbiqi ilə davamlı rəqabət üstünlüyünü təmin etmək mümkündür.

Turizm əməktutumlu sahə olduğundan bu sektorda mövcud olan kadrlar, onların peşəkarlılıq səviyyəsi, müasir tələblərə uyğunluğu olduqca vacibdir. İstər birbaşa turistlərə xdmət göstərən personalın, istərsə də turizm müəssisələrini və fəaliyyətini idarə edən menecerlərin, bazar tədqiqatçılarının ixtisaslaşma səviyyəsi, çevikliyi, dəyişən şəraitə daha operativ uyğunlaşması xidmət səviyyəsini yüksəldir. Burada turizm sahəsində təhsil və kadr hazırlığı sisteminin təkmilliyi, turizmin real tələblərinə uyğun kadrların struktur və keyfiyyətinin təmin olunması əlavə üstünlüklər qazandıracaqdır.

Turizm klasterlərinin yaradılması turizm xidmətinin müxtəlif istiqamətləri üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələrin vahid ərazidə birləşdirilməsi ilə xidmətlərin maya dəyərinin aşağı salınmasına, innovasiyaların inkişafına, maliyyə mənbələrinin genişləndirilməsinə imkan verməkdədir. Həmçinin turizm sektoruna kadr hazırlığını həyata keçirən təhsil müəssisələri də bu klasterlərə daxil edilir. Turizm sektorunda fəaliyyət göstərən, fəaliyyəti bir-birinə bağlı olan müəssiəsələrin, innovasiyaların yaradılması, tədqiqatların aparılması, kadr hazırlığı ilə məşğul olan müəssisələrin vahid ərazidə birləşdirilməsi maya dəyərinin azaldılması, innovasiya fəallığının, xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsi ilə rəqabətqabiliyyətliliyi arırır.

## II Fəsil: Azərbaycanda turizm sektorunun müasir vəziyyətinin iqtisadi təhlili

### 2.1. Azərbaycanda turizm sektorunda mövcud vəziyyət və yerli xüsusiyyət

BMT-nin Dünya Turizm Təşkilatının 2015-ci ildə verdiyi hesabata əsasən dünya üzrə ümumi milli məhsulun 9%-ni turizmdən əldə edilən gəlirlər təşkil etmişdir. Həmçinin turizmin birbaşa və dolayı yola məşğulluğa təsiri də olduqca yüksəkdir. Belə ki, dünya üzrə hər 11 iş fəaliyyətinin 1-i turizmlə əlaqəlidir.

Bununla yanaşı, həmin hesabatda göstərilir ki, turizm sektorunun dünya üzrə ixracatının həcmi 1,5 trilyon dollardır. Bu dünya ixracatının 6% -ni, dünya üzrə xidmət sektorunun ixracatının 30%-ni təşkil edir. Bu baxımdan, turizm sektorunun dünya iqtisadiyyatına və biznes həyatına verdiyi töhfəyə görə olduqca vacib bir sahə olduğunu qeyd etmək lazımdır. Turizm, bir çox ölkələrdə inkişafın mühərriki olduğunu sübut edən bir sahədir. Turizm, bir çox ucqar regionlarda davamlı inkişafı təmin etməklə yanaşı məşğulluq səviyyəsini də yüksəldir (Mirsanjari M.M., 2012: s. 85-92).

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2015 Turizm Hesabatına əsasən, turizm sektorunda inkişaf edən ölkələrin bazar payı 1980-ci ildə təxminən 30% təşkil edirdi, 2014-cü ildə bu nisbət 45% -ə yüksəldi. Bu nisbətin 2030-cu ilə qədər 57%-ə çatması gözlənilir. BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına əsasən 2014-cü ildə ölkə strukturunda inkişaf etmiş ölkələr dünya turizm bazarının 54,7% -nə, inkişaf etməkdə olan ölkələr isə 45,3% -nə sahibdir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2018-ci ildəki hesabatına əsasən 2017-ci ildə dünya üzrə turistlərin sayı 1 milyard 326 milyon nəfər, turizm gəlirlərinin ümumi həcmi 1 trilyon 340 milyard dollar olmuşdur. Dünya üzrə məşğul olan əhalinin 1/10 hissəsi, dünya ixracının 1,6 trilyon dolları və ya 7%-i, dünya ÜDM-nin 10%-i, dünya üzrə göstərilən xidmətlərin 30%-i turizm sektorunun payına düşmüşdür.

Dünya üzrə turistlərin qəbulu və turizmdən əldə edilən gəlirlərin dünya regionları üzrə bölgüsü aşağıdakı kimi olmuşdur.

**Cədvəl 2.1.1. Dünya regionları üzrə qəbul edilmiş turistlərin və turizm gəlirlərinin bölgüsü.**

| Cd | Qəbul edilmiş turistlərin sayı, milyon nəfər | Turizm gəlirlərinin həcmi, milyon dollar | Qəbul edilmiş turistlərin xüsusi çəkisi, yekuna nisbətən faizlə | Turizm gəlirlərinin xüsusi çəkisi, yekuna nisbətən faizlə |
|---|---|---|---|---|
| Avropa | 672 | 519 | 51 | 39 |
| Asiya və Okeaniya | 323 | 323 | 24 | 29 |
| Amerika | 211 | 326 | 16 | 24 |
| Afrika | 63 | 37 | 5 | 3 |
| Orta Şərq | 58 | 68 | 4 | 5 |

**Mənbə:** BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının rəsmi hesabat məlumatları əsasında tərtib edilmişdir (https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876)

Cədvəldə qeyd edilən göstəricilərin təhlili belə deməyə əsas verir ki, dünya turizm gəlirlərinin əsas hissəsi məhz inkişaf etmiş dövlətlərin payına düşməkdədir. Turizm üzrə ixtisaslaşmış bir sıra inkişaf etməkdə olan dövlətlər isə öz növbəsində nisbətən yüksək iqtisadi inkişaf səviyyəsinə, münasib bazar qiymətinə, turizm sahəsində əlverişli fəaliyyət mühitinə və təcrübəyə malik olan Tayland, Türkiyə, Çin, Meksika kimi dövlətlərdir. Lakin qəbul edilən turistlərin sayına və əldə edilən gəlirlərin həcminə görə strutur bir-birindən daxili bazarın quruluşu, yerli bazarda turizm xidmətlərinin qiymətlərindən yaranan fərqlərə görə müxtəliflik təşkil edir. 2017-ci ildə ən çox turist qəbul edən ölkələr üzrə Fransa – 86,9 milyon, İspaniya – 81,8 milyon, ABŞ – 76,9 milyon, Çin – 60,7 milyon, İtaliya – 58,3 milyon, Meksika – 39,3 milyon, Birləşmiş Krallıq – 37,7 milyon, Türkiyə - 37,6 milyon, Almaniya -37,5 milyon, Tayland – 35,4 milyon nəfər turist sayı ilə ilk onluğu təşkil etmişdir. Qəbul edilmiş turistlərin sayının artım dinamikası bu ölkələrin hər birində müşahidə edilmişdir. Lakin ən yüksək dinamika 24,1%-lə Türkiyə Respublikasında olmuşdur. Bu həmin siyahıda olan ölkələr üzrə göstəricidən ən azı iki dəfə yüksəkdir.

Turizm gəlirləri üzrə dünya ölkələrinin ilk onluğunda olan ölkələr ABŞ – 210,7 milyard, İspaniya – 68 milyard, Fransa 60,7 milyard, Tayland – 57,5 milyard, Birləşmiş Krallıq – 51,2 milyard, İtaliya – 44,2 milyard, Avstraliya – 41,7 milyard, Almaniya – 39,8 milyard, Çin – 35,6 milyard, Yaponiya – 34,1 milyard dollarla turizm bazarından daha yüksək gəlir əldə etmişdir. Bu ölkələr üzrə

gəlirlərin artım dinamikasına görə 2017-ci il üzrə Çin digər ölkələri qabaqlamışdır. Hər nəfər turistə görə ən yüksək gəlir götürən ölkə isə ABŞ olmuşdur. Orta hesabla ABŞ-da hər turistdən 2739 dollar gəlir əldə edilmişdir. Müqayisə üçün qeyd edək ki, bu göstərici qonşu Türkiyədə 597, Gürcüstanda 790, Rusiyada 366, Ermənistanda 749 dollar olmuşdur. Hesabatda İranın 2017-ci il üzrə gəlir göstəricisi qeyd edilməsə də, 2016-cı ildə bu 751 dollar təşkil etmişdir. Ölkəmizdə isə 2017-ci ildə bu göstərici 1227 dollar təşkil etmişdir.

Turizm üzrə xərclərdə Çin – 257 milyard, ABŞ – 135 milyard, Almaniya – 89,1 milyard, Birləşmiş Krallıq – 71,4 milyard, Fransa – 61,4 milyard, Avstraliya – 34,2 milyard, Kanada – 31,8 milyard, Rusiya – 31,1 milyard, Koreya Respublikası – 30,6 milyard, İtaliya 27,7 milyard dollarla dünya turizm bazarının əsas tələb mərkəzlərini təşkil edirlər.

Dünya üzrə səyahət edən turistlərin 55%-i rekreasiya, istirahət və əyləncə, 27%-i dostların, qohumların ziyarəti, sağlamlıq, dini və digər səbəblərdən, 13%-i biznes və işgüzar, 6%-i isə digər məqsədlərlə səyahət etmişdir. İstifadə edilən nəqliyyat vasitələrinə görə struktur isə aşağıdakı kimi olmuşdur:

- Hava nəqliyyatı – 57%;
- Quru yol nəqliyyatı -37%;
- Su nəqliyyatı – 4%;
- Dəmir yolu nəqliyyatı – 2%.

Bunlara əsasən qeyd etmək olar ki, daha sürətli nəqliyyat növü kimi hava nəqliyyatının, daha çevik nəqliyyat növü kimi isə quru yol nəqliyyatının inkişaf etdirilməsi turizmə müsbət təsir göstərmək imkanına malikdir.

Hazırda turizm ölkəmizdə inkişaf etməkdə olan sahələrdən biridir. Sahənin inkişafı ölkəmizin turizm potensialın mikroiqtisadi və makroiqtisadi amillərin təsiri altında inkişaf etdirilsə də, müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində beynəlxalq turizm bazarında baş verən proseslərdən də ciddi şəkildə təsirlənməkdədir. Bütün bunlar turizm sektorunun mövcud vəziyyətini təhlil edərkən sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin, sahəyə investisiya qoyuluşlarının, turizmin inkişafında dövlət

siyasətinin, bazar konyukturunun, qiymət səviyyəsinin və bir sıra müxtəlif göstəricilərin nəzərdən keçirilməsi ilə müəyyənlədirilə bilər.

Ölkəmizdə turizm sektorunun bir çox istiqamətlər üzrə inkişaf potensialı mövcuddur. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair Strateji Yol Xəritəsində mədəni, dağ və qış, mədəni, sağlamlıq, ov, ekoloji, işgüzar və çimərlik turizmi daha yüksək potensialı olan turizm növləri kimi qeyd edilmişdir. Bu turizm növlərinin potensialı yerli təbii-coğrafi, milli-mədəni, dini, sosial-iqtisadi və siyasi amillərin təsiri altında formalaşmışdır. Belə ki, ölkəmizdə çimərlik turizminin inkişafı əsasən ölkə ərazisinin bir hissəsinin Xəzər dənizi ilə əhatə olunmasına əsaslanır. Abşeron yarımadasının dənizsahili çimərlikləri xüsusilə fərqlənir.

Mədəni turizm potensialının inkişafı baxımından Bakıda yaradılmış mədəniyyət və incəsənət mərkəzləri, muzeylərlə yanaşı, ölkəmizin milli mətbəxi, musiqisi, rəqsləri, incəsənət əsərləri, dini abidələr və ənənələri, həmçinin tolerantlıq və multikultural dəyərlərin qorunması, hər bir regionun spesifik xüsusiyyətləri fərqlənir. Səyahətçilərin istəklərinə və zövqlərinə uyğun əlavə bir çox xüsusiyyətləri də özündə birləşdirən tarixi və mədəni marşrutların olması Azrbaycanın turizm potensialını artırır.

Azərbaycanın sağlamlıq turizmində hazırda müalicəvi əhəmiyyətə malik Naftalan nefti daha geniş istifadə edilir. Bundan başqa müalicəvi əhəmiyyəti olan İstisu, Turşsu, Badamlı, Qalaaltı, Şıxburnu, Suraxanı suları ən tanınmış müalicəvi su mənbələrindəndir. Naxçıvan Muxtar Respublikasının duz dağı da bu sırada qeyd olunmalıdır. Sağlamlıq turizmi ölkəmizdə təbii ehtiyatlara bağlı olaraq inkişaf etməkdədir.

Dağ və qış turizmi ölkəmizdə inkişaf imkanları yüksək hesab olunan sahələrdən hesab edilir. Gözəl təbiətə malik dağlıq ərazilərin olması həm dağ idman növlərini sevənlərin, təbiət həvəskarlarının diqqətini cəlb edir. Qış aylarında qarla örtülü dağlıq ərazilərin olması burada qış turizminin həvəskarlarının turizm məqsədilə seçimində ölkəmizə olan diqqətini artırır. Son dövrlərdə ölkəmizdə turizmin bu növünün inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli şərait yaradılmışdır.

“Şahdağ” Turizm Mərkəzi QSC və “Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi kimi istirahət zonaları məşhur istirahət mərkəzlərinə çevrilmişdir.

Ölkəmizdə son illərdə ən çox diqqəti cəlb edən turizm növlrindən biri də məhz biri də məhz idman trizmidir. İdman turizzminin inkişafı məqsədilə ölkəmizin bütün regionlarında idman infrastrukturunun qurulmasına böyük miqdarda vəsait sərf olunmuşdur. Demək olar ki, bütün şəhərlərdə və rayon mərkəzlərində idman olimpiya kompleksləri, idman mərkəzləri yaradılmış, mövcud infrastrukturlar təkmilləşdirilmişdir. Beynəlxalq miqyaslı bir çox yarışların ölkəmizdə təşkili bu sahədə görülən tədbirlərin nəticəsidir. Həmçinin gələcəkdə də bu cür bir çox tədbirlərin ölkəmizdə təşkili üçün kompleks şərait mövcuddur. Keçirilən idman tədbirləri zamanı ölkəmizin bu sahədə koordinasiya, təşkilatçılıq, yerləşdirmə və s. kimi məsələlərin həllində müsbət imici formalaşmışdır.

Ekoloji turizm ölkəmizin təbii zənginlikləri, iqlim tiplərinin çoxluğu və bundan irəli gələn landşaft zənginliyi, zəngin fauna və florasının olması ilə öz potensialı ilə fərqlənən turizm növlərindəndir. Ölkəmizdə 4100-dən çox bitki növü, zəngin meşələrinin olması, təbiət qoruqları, çayları, gölləri, səfalı bulaqları təbiətsevərləri cəlb edir. Bu imkanların tanıdılması, təbii zənginliklərin pozulmadan turistlərin ziyarətinə açılması turizmin bu növündə ölkəmiz üçün geniş imkanlar yarada bilər.

Azərbaycanda qanunauyğun ovçuluq icazəsi alan şəxslərə meşə və çöl heyvanlarının, çöl quşlarının bir sıra növlərini ovlamağa icazə verilmişdir. Ölkəmizdə göllərin və bataqlıqların olduğu, su quşlarının davamlı olaraq qışlaq kimi istifadə etdiyi əksər yerlərdə ovçuluğa rəsmi icazə verilmişdir. Bu yerlərdən Ağcabədi, Astara, Cəlilabad (Qırmızı kənd ovçuluq təsərrüfatı istisna olmaqla), Beyləqan, İmişli (Sarısu və Bozqobu ovçuluq təsərrüfatları istisna olmaqla), Lənkəran (Havzava ovçuluq təsərrüfatı istisna olmaqla), Masallı, Biləsuvar (Mahmudçala və Zavvar ovçuluq təsərrüfatları istisna olmaqla), Ceyranbatan gölü və Abşeron yarımadasının başqa su anbarları, həmçinin Mingəçevir su anbarını qeyd edə bilərik. Dağkeçisi və digər meşə heyvanları isə xüsusi icazə əsasında

Quba, İsmayıllı və Şəki rayonu ərazilərindəki ovçuluq təsərrüfatlarında ovlana bilər.

Azərbaycan dünyanın, demək olar ki, hər bir ölkəsindən turistlər qəbul edir. Ölkənin turizm prioritetləri mövcud olan imkanlardan maksimum istifadə etməklə beş əsas mənbədən formalaşır:

- Azərbaycan (yerli turistlərin tələbatı);
- Türkiyə, İran, Gürcüstan və Rusiya da daxil olmaqla qonşu ölkələr;
- Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, İraq, Oman, Qətər və Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri də daxil olmaqla Fars körfəzi regionu ölkələri;
- Qazaxıstan, Ukrayna və Özbəkistan da daxil olmaqla Müstəqil Dövlətlər Birliyinə üzv ölkələr (MDB);
- Kanada, Çin, Avropa İttifaqı, Hindistan, Yaponiya, Cənubi Koreya və Amerika Birləşmiş Ştatları da daxil olmaqla kütləvi turizm ölkələri (Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s.15).

Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair Strateji Yol Xəritəsində ölkəmizin turizm sektorunun GZİT təhlili verilmişdir. Burada güclü tərəflər kimi göstərilən məsələlərə əsasən yerli turizm potensialına daxil olan təbiət, coğrafi mövqe, zəngin mədəni tarixi abidələr, milli mədəniyyət nümunələri, infrastruktur şəraiti, turizmin inkişafına dövlət tərəfindən göstərilən yardımlar, qeyri-neft sektorunun inkişafında sahənin prioritetliyi və s. daxildir. Zəif tərəflərə kadr hazırlığı sisteminin istər kəmiyyətcə, istər keyfiyyətcə əmək bazarının tələblərinə cavab verməməsi, təbiətin qorunması üzrə tam effektiv mexanizmin olmaması, turizm müəssisələrinin əsasən Bakı şəhərində cəmləşməsi, regionlarda turizm üzrə məlumat mərkəzlərinin azlığı, regionlarla nəqliyyat əlaqələrində alternativ nəqliyyat növlərindən istifadənin olduqca məhdud olması, regionlarda xarici dil biliklərinin zəif olması, ölkənin reklamı üzrə tədbirlərin yetərsizliyi, ölkəyə gələn xarici vətəndaşların keçid məntəqələrində qeydiyyatı və keçidi üzrə proseslərin mürəkkəbliyi, turizm sahəsi üzrə statistik məlumat bazasının yetərsizliyi, ölkəyə gələn xarici turistlərin razılıq səviyyəsinin davamlı olaraq təhlillərinin, monitorinqinin aparılmaması və s. qeyd edilmişdir. Lakin

burada yerli turistlərin də rəylərinin davamlı olaraq nəzərə alınması olduqca vacibdir. Həmçinin təbii imkanları ilə seçilən regionlarda mülkiyyət formaları, onlardan istifadənin kortəbiiliyi bir sıra regionlarda turizm potensialını aşağı salmışdır.

İmkanlar bölümündə isə işçi heyətinin peşəkarlığının artırılması, yeni turizm xidmətlərinin yaradılması, xarici turistlər üçün səyahət imkanlarının daha da yaxşılaşdırılması, Naftalanda və Naxçıvanda müalicəvi təbii ehtiyatlara malik olması, dövlət sektoru ilə özəl sektorun birgə fəaliyyəti vasitəsilə özəl sektorun turizm sektoruna dəstəyinin artırılması kimi məsələlər öz əksini tapmışdır. Təhlükə olaraq göstərilən məsələ ölkəmizin geosiyasi mövqeyinə bağlı xarici təhlükələrin yaranmasıdır.

2013-2017-ci illər üzrə Azərbaycana turizm məqsədilə gələnlərin sayında artım müşahidə olunmuşdur. Turizm məqsədilə gələnlərin sayında əvvəlki illə müqayisədə 2014-cü ildə 0,006%, 2015-ci ildə 15%, 2016-cı ildə 36%, 2017-ci ildə isə 28% qeydə alınmışdır. Bu artımda istirahət və əyləncə, işgüzar turizmin rolu daha böyük olmuşdur.

**Cədvəl 2.1.2 Azərbaycanda 2013-2017-ci illərdə turizm məqsədilə yerləşdirilmiş turistlərin sayı.**

| Turizm məqsədləri üzrə sayı, nəfər | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| İstirahət və əyləncə turizmi | 226464 | 237506 | 256285 | 565738 | 813386 |
| İşgüzar turizm | 232796 | 206234 | 257986 | 258299 | 212519 |
| Müalicə turizmi | 45060 | 70981 | 68896 | 11450 | 19086 |
| Digər turizm məqsədləri üzrə | 42617 | 35922 | 37282 | 33814 | 75619 |

**Mənbə:** Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

İstirahət və əyləncə turizmi məqsədilə gələnlərin sayında cədvəldə verilən göstəricilərə əsasən əvvəlki illə müqayisədə 2014-cü ildə 5%, 2015-ci ildə 7%, 2016-cı ildə 120%, 2017-ci ildə 43% artım, işgüzar turizm üzrə 2014-cü ildə 11,5% azalma, 25%, 2016-cı ildə 0,1% artım, 2017-ci ildə 18% azalma baş vermişdir. Müalicə turizmi və digər turizm məqsədləri üzrə gələnlərin sayında uyğun olaraq 2014-cü il üzrə 57% artım, 16% azalma, 2015-ci ildə 3% azalma, 3%

artım, 2016-cı ildə 84% və 10% azalma, 2017-ci ildə 66% və 123% artım qeydə alınmışdır.

2013-2017-ci illər arasında ölkəmizə qəbul edilmiş və ölkəmizdən göndərilmiş turistlərin sayı uyğun olaraq 10605-81356, 10657-81648, 2009-59956, 8949-45050, 13455-49968 nəfər olmuşdur. Həmin turistlər üzrə tur günlərin sayı bir turist üzrə orta hesabla uyğun olaraq 5,4-7,5, 5,4-6,8, 4-7, 3,7-7, 4,9-6,7 gün/nəfər olmuşdur. Bu göstəricilər üzrə də yerli turistlərin əsasən xarici ölkələrin turizm bazarlarına daha çox meyil göstərdiyini qeyd etməliyik.

**Cədvəl 2.1.3. 2014-2017-ci illərdə səyahət agentlikləri və turoperatorların vasitəçiliyi ilə Azərbaycana gələn turistlərin sayı**

| İllər | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|
| Turistlərin sayı, nəfər | 10657 | 2009 | 8949 | 13455 |
| Əvvəlki ilə faiz nisbəti | - | 13 | 445 | 150 |
| Tur-günlərin sayı, adam-gün | 57931 | 8102 | 33054 | 65804 |
| Əvvəlki ilə faiz nisbəti | - | 14 | 400 | 199 |

**Mənbə:** Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

2014-2017-ci illər üzrə statistik göstəricilərin təhlilindən göründüyü kimi 2015-ci ildə ölkəmizə səyahət agentlikləri və turoperatorların vasitəçiliyi ilə gələn turistlərin sayında kəskin azalma olmuşdur. 2015-ci ildə 2014-cü illə müqayisədə gələn turistlərin sayında 77%, tur-günlərin sayında 76% azalma olmuşdur. 2016-cı ildən etibarən artım müşahidə edilmiş, yalnız 2017-ci ildə 2014-cü ilin göstəricilərindən daha yüksək nəticə əldə edilmişdir.

Səyahət agentlikləri və turoperatorların vasitəçiliyi ilə ölkəmizə gələn turistlərin tərkibində 2017-ci il üzrə göstəricilərdən BƏƏ, İran, Rusiya Federasiyası, Səudiyyə Ərəbistanı, İsrail və Türkiyədən gələn turistlərin xüsusi çəkisi daha yüksəkdir. Bu siyahıda son dövrlərdə xüsusilə BƏƏ-dən gələn turistlərin sayında kəskin artım olmuşdur. Eyni zamanda yerli turistlərin üstünlük verdiyi ölkələr içərisində Türkiyə, İran, Rusiya Federasiyası, Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ daha çox fərqlənmişdir. Yerli turizm bazarının qonşu ölkələrlə müqayisədə geri qaldığı görünür. Ölkəmizin quru sərhədinə malik olduğu Türkiyə Respublikası, İran, Rusiya Federasiyası, Gürcüstan kimi dövlətlərlə müqayisə

etdikdə həmin ölkələrə gedən yerli turistlərin sayının, bu ölkələrdən gələn turistlərin sayından daha çox olduğu müşahidə edilməkdədir. Belə ki, səyahət agentlikləri və turoperatorların vasitəçiliyi ilə 2017-ci ildə ölkəmizə quru sərhədi ilə qonşu olan ölkələrdən gələn-gedən turistlərin sayı Türkiyə Respublikası, İran, Rusiya Federasiyası, Gürcüstan üzrə müvafiq olaraq 444-22461, 1780-5568, 1985-5077, 91-968 nəfər olmuşdur. Orta tur günlərin sayı isə müvafiq olaraq 4,9-7,2, 6,7-9,2, 3,6-6,2, 5,2-6,3-ə bərabər olmuşdur. Buradan da göründüyü kimi, ölkəmiz quru sərhədinə malik olduğu dövlətlərlə turizm baxımından rəqabətdə geri qalır. Bu gerilik həm ölkəmizdən gedən turistlərin sayının daha çox olmasında, həm də hər bir turistə düşən orta tur-günlərin sayında müşahidə edilməkdədir.

2017-ci ildə Azərbaycanda turizm üçün xarakterik olan sahələrədə məşğul olan işçilərin sayı 46837 nəfər, yaradılmış əlavə dəyər 3 151 milyon manat, burada yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 4,5%, bu sahələrə yönəldilən investisiyaların ümumi məbləği isə 267, 3 milyon manat olmuşdur. Burada müsbət məqamlardan biri bu sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin əvvəlki illərlə müqayisədə artmasıdır. Digər tərəfdən investisiya qoyuluşları 2014-cü illə müqayisədə 2017-ci ildə təxminən 8,5 dəfə azalmışdır.

2017-ci ildə ölkəmizə turizm məqsədilə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı ümumilikdə 2454 min nəfər olmuşdur. Turizm məqsədilə gələnlərin tərkibində istirahət, əyləncə, işgüzar turizmi və qohumların, dostların ziyarəti məqsədilə gələnlərin xüsusi çəkisi daha yüksəkdir. Bunlardan istirahət, əyləncə turizmi daha perspektivli hesab oluna bilər.

Xarici ölkələrə turizm məqsədilə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının ümumi sayı 3447,4 min nəfər olmuşdur. Onların arasında da istirahət, əyləncə və işgüzar turizm məqsədilə səyahət edənlərin xüsusi çəkisi daha yüksək olmuşdur. Təkcə bu iki məqsəd üçün xarici ölkələrə gedən yerli turistlərin sayı təxminən ölkəmizə gələn xarici turistlərin sayına bərabər olmuşdur. Yerli tustlərin həmin məqsədlər üzrə yerli turizm məkanlarına cəlb edilməsi ölkəmizin turizm potensialının daha da inkişaf etdirilməsi üçün əhəmiyyətli ola bilər.

Statistik göstəricilər nəzərdən keçirilərkən ölkəmizdə diqqət çəkən əsas məqamlardan biri də regionlar üzrə turizmin inkişaf göstəriciləridir. Ölkənin iqtisadi regionlarının bir çoxunda yüksək turizm potensial mövcud olsa da Bakı şəhərinin turizm göstəricilərinin digər bütün regionların ümumi göstəricilərindən daha yüksək olduğu görünür. 2013-cü ildə ölkə üzrə satılmış 65448 turizm yollayışından 61709-u, 2014-cü ildə satılmış 66233 turizm yollayışından 62430-u, 2015-ci ildə 44615 turizm yollayışından 40621-i, 2016-cı ildə 36978 turizm yollayışından 32800-ü, 2017-ci ildə 44066 turizm yollayışından 31730-u Bakı şəhərinin payına düşmüşdür. Həmin illər üzrə Bakı şəhərinin xüsusi çəkisi müvafiq olaraq 94,2, 94,3, 91, 88,7, 72 faiz təşkil etmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, Bakı şəhərinin xüsusi çəkisinin 2015-ci ildən başlayaraq azalmasını heç də regionlarda təhlil olunan göstərici üzrə artımla əlaqələndirmək olmaz. Bunun başlıca səbəbi mütləq göstəricilərin ölkə üzrə aşağı düşməsidir. Məsələn 2016-cı ildə ölkə üzrə satılmış turizm yollayışlarının ümumi sayı 2014-cü ildə satılmış turizm yollayışlarının sayından 29255 ədəd yaxud 44,2% az olmuşdur. Turizm yollayışlarının satış həcmində 2017-ci ildə ən yüksək artım Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda qeydə alınmışdır.

Satılmış turizm yollayışlarının 2013, 2014, 2015, 2016, 2017-ci illər üzrə müvafiq olaraq 84,7, 84,8, 79,5, 79,4, 65,1 faizi Bakı şəhərinin payına düşmüşdür. Həmçinin nəzərdən keçirilən bu illər üzrə satılmış turizm yollayışlarının ümumi dəyərinin müvafiq olaraq 86,2, 88,5, 85,5, 71,3, 69 faizi xarici ölkələrə səyahət etmək üçün satılmış turizm yollayışlarının payına düşmüşdür. Bundan başqa iqtisadi rayonlar üzrə yerləşdirilmiş turistlərin sayında da Bakı şəhərinin kəskin üstünlüyü mövcuddur. Aşağıdakı cədvədə iqtisadi rayonlar üzrə verilən göstəricilər bunu deməyə əsas verir.

Cədvələ əsasən 2013-cü ildə ölkə üzrə yerləşdirilmiş turistlərin 66%-i Bakı şəhərində, 0,9%-i Abşeron, 4%-i Gəncə-Qazax, 5%-i Şəki-Zaqatala, 3%-i Lənkəran, 6%-i Quba-Xaçmaz, 2%-i Aran, 1%-i Dağlıq Şirvan, 10%-i Naxçıvan Muxtar Respublikasının payına düşmüşdür. 2014-cü ildə müvafiq olaraq bu göstərici Bakı -59%, Abşeron - 1%, Gəncə-Qazax - 8%, Şəki-Zaqatala - 5%,

Lənkəran - 3%, Quba-Xaçmaz - 7%, Aran - 2%, Dağlıq Şirvan - 2%, Naxçıvan MR - 11%, 2015-ci ildə Bakı - 57%, Abşeron - 0,8%, Gəncə-Qazax - 13%, Şəki-Zaqatala - 4%, Lənkəran - 2%, Quba-Xaçmaz - 8%, Aran - 2%, Dağlıq Şirvan - 2%, Naxçıvan MR - 9%, 2016-cı ildə Bakı -53%, Abşeron - 0,8%, Gəncə-Qazax - 3%, Şəki-Zaqatala - 21%, Lənkəran - 2%, Quba-Xaçmaz - 9%, Aran - 2%, Dağlıq Şirvan - 2%, Naxçıvan MR - 7%, 2017-ci ildə Bakı -60%, Abşeron - 0,8%, Gəncə-Qazax - 3%, Şəki-Zaqatala - 12%, Lənkəran - 2%, Quba-Xaçmaz - 13%, Aran - 1%, Dağlıq Şirvan - 2%, Naxçıvan MR - 5% olmuşdur.

**Cədvəl 2.1.4 Azərbaycanın iqtisadi rayonları üzrə 2013-2017-ci illərdə yerləşdirilmiş turistlərin sayı, nəfər**

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| Ölkə üzrə cəmi | 546937 | 550643 | 638359 | 869301 | 1120610 |
| Bakı şəhəri | 362976 | 324458 | 364121 | 457700 | 679920 |
| Abşeron | 5222 | 6377 | 5161 | 7321 | 9307 |
| Gəncə-Qazax | 22145 | 42914 | 83169 | 31460 | 28306 |
| Şəki-Zaqatala | 27490 | 27868 | 27546 | 181841 | 132388 |
| Lənkəran | 17041 | 17667 | 16738 | 17305 | 24615 |
| Quba-Xaçmaz | 32243 | 41879 | 52914 | 82531 | 149363 |
| Aran | 11961 | 14622 | 15557 | 15315 | 13923 |
| Dağlıq Şirvan | 7984 | 14384 | 12878 | 15462 | 22332 |
| Naxçıvan MR | 59875 | 60074 | 60275 | 60366 | 60456 |

**Mənbə:** Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

2017-ci ildə istirahət və əyləncə turizmi məqsədilə yerləşdirilmiş turistlərin 58%-i, işgüzar turizm məqsədilə yerləşdirilmiş turistlərin 79%-i, digər turizm məqsədilə gələnlərin isə 65%-i Bakı şəhərinin payına düşmüşdür.

Cədvəldən də göründüyü kimi Bakı şəhəri, Abşeron, Şəki-Zaqatala, Quba-Xaçmaz, Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonlarında istirahət və əyləncə turizmi üzrə göstərici daha yüksəkdir. Müalicə turizmi ölkəmizdə əsasən təbii müalicəvi resurslara bağlı olduğundan əksər iqtisadi rayonlarda bu istiqamət üzrə yerləşdirilmiş turistlərin xüsusi çəkisi olduqca aşağı olmuşdur. Müalicə turizmi baxımından Naftalan şəhəri müalicəvi nefti ilə daha çox fərqlənmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu istiqamət üzrə potensialı müəyyən edən əsas amillərdən biri də ölkənin səhiyyə sisteminin inkişaf səviyyəsidir.

**Cədvəl 2.1.5 2017-ci ildə iqtisadi rayonlar üzrə yerləşdirilmiş şəxslərin turizm məqsədlərinə görə strukturu, faizlə**

| İqtisadi rayonlar | İstirahət və əyləncə turizmi | İşgüzar turizm | Müalicə turizmi | Digər turizm məqsədləri üzrə |
|---|---|---|---|---|
| Bakı ş. | 70 | 23 | - | 7 |
| Abşeron | 83 | 1 | - | 16 |
| Gəncə-Qazax | 37 | 39 | 22 | 2 |
| Şəki-Zaqatala | 86 | 7 | 4 | 2 |
| Lənkəran | 50 | 43 | 1 | 6 |
| Quba-Xaçmaz | 96 | 3 | - | - |
| Aran | 10 | 55 | - | 35 |
| Dağlıq Şirvan | 100 | - | - | - |
| Naxçıvan MR | 45 | 22 | 9 | 24 |

**Mənbə:** Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

## 2.2. Azərbaycanda turizm sahəsi üzrə xidmət bazarının təminat vəziyyəti və potensialı

Hazırda turizm sektorunun inkişafında turistlərin turizm bölgələrinə səyahət etmələri üçün əlaqələndirmə, daşınma, yerləşdirmə, məlumatlandırma və s. kimi bir çox xidmətlər göstərən səyahət agentlikləri və turoperatorların rolu getdikcə artmaqdadır Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatlarına görə bu 2017-ci ildə ölkəmizdə 339 səyahət agentliyi və turoperator fəaliyyət göstərmiş, onlarda fəaliyyət göstərən işçilərin sayı 1891 nəfər olmuşdur. Onlar tərəfindən 44066 turizm yollayışı satılmışdır ki, bunların da 5850-si ölkə daxilində səyahət etmək üçün yerli vətəndaşlara, 6604-ü isə əcnəbi vətəndaşlara, 31612-si isə ölkə xaricində səyahət etmək üçün yerli vətəndaşlara satılmışdır. Bu subyektlərin xidmətlərə çəkilən xərcləri 36 734,6 min manat, gəlirləri isə 41034,2 min manat olmuşdur. Satılmış turizm yollayışlarının ümumi dəyəri 54612,2 min manat olmuşdur ki bunun da 5608,4 min manatlıq hissəsi ölkə daxilində səyahət üçün yerli vətəndaşlara, 11285 min manatlıq hissəsi xarici vətəndaşlara, 37718,8 min manatlıq hissəsi isə xarici ölkələrdə səyahət etmək üçün yerli vətəndaşlara satılmışdır.

Səyahət agentlikləri və turoperatorların mülkiyyət növünə görə bölgüsündə qeyri-dövlət mülkiyyətində olanların sayı daha yüksəkdir. 2017-ci ildə dövlət

mükiyyətində olan əyahət agentlikləri və turoperatorların sayı 2-ə, xüsusi mülkiyyətdə olanların sayı 311-ə, xarici mülkiyyətdə olanların sayı 19-a, birgə müəssisələrin sayı isə 7-ə bərabər olmuşdur. Həmçinin bu tip müəssisəərdə çalışan işçilərin də əsas hissəsi qeyri-dövlət müəssisələrinin payına düşmüşdür. Qeyd etmək lazımdır ki, turoperatorların sayının artması turizmin inkişafı baxımından müsbət təsir göstərən amillərdəndir.

Azərbaycanda səyahət agentlikləri və turoperatorların fəaliyyətinə dair statistik göstəricilərə nəzər yetirdikdə onların sayının 2013-2017-ci illər üzrə artdığı müşahidə edilməkdədir. Bu dövrdə bu müəssisələrin orta gəlirlərinin 2013-cü illə müqayisədə 2014-cü ildə azaldığı, 2015-ci ildə əvvəlki ilə müqayisədə artdığı, növbəti illərdə isə azaldığı müşahidə edilməkdədir.

**Cədvəl 2.2.1. Azərbaycanda səyahət agentlikləri və turoperatorların fəaliyyətinə dair statistik göstəricilər.**

| İllər | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| Səyahət agentlikləri və turoperatorların sayı, ədəd | 197 | 218 | 243 | 272 | 339 |
| Orta gəlirləri, min manat | 150 | 143 | 150 | 135 | 121 |
| Orta xərcləri, min manat | 128 | 124 | 127 | 107 | 108 |
| Orta mənfəəti, min manat | 22 | 19 | 23 | 28 | 13 |
| Ölkə daxilində səyahət üçün satılmış yollayışların orta dəyəri, manat | 505 | 451 | 733 | 759 | 1356 |
| Ölkədən kənarda səyahət üçün ölkə vətəndaşlarına satılmış yollayışların orta dəyəri, manat | 687 | 723 | 753 | 980 | 1193 |

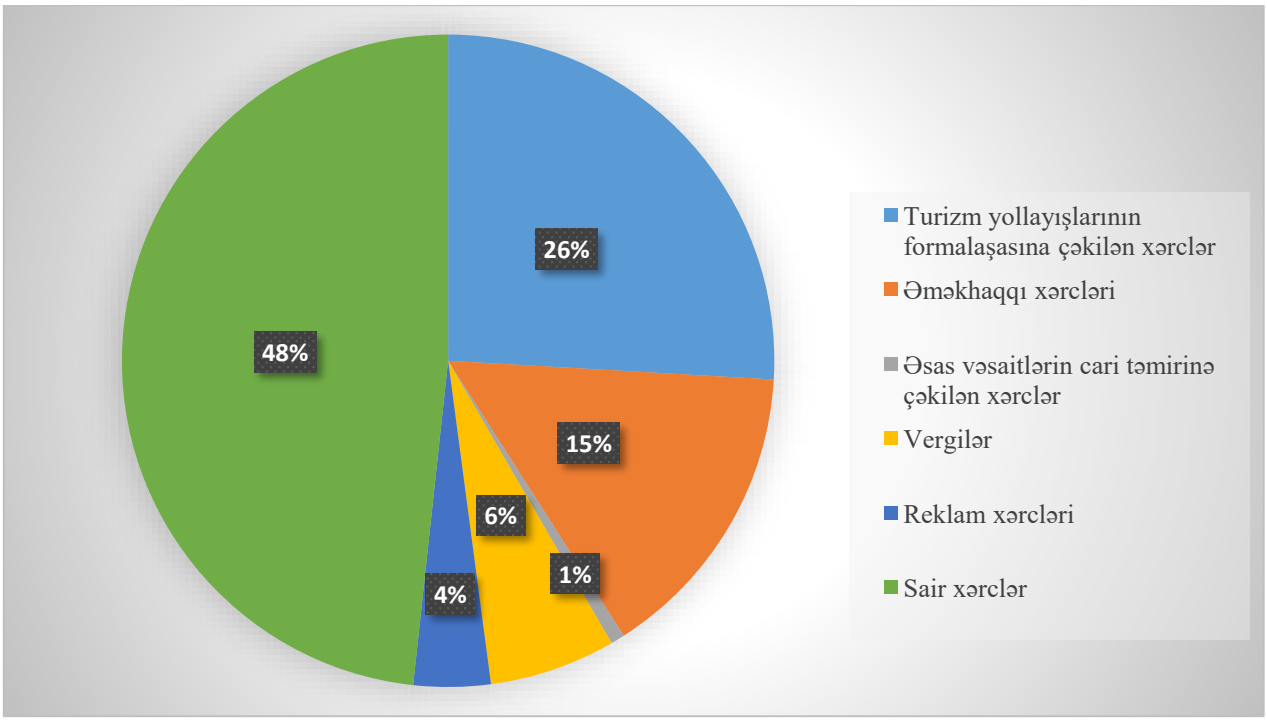
**Mənbə:** Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

Həmçinin orta mənfəət göstəricisinin də eyni ardıcıllıqla dəyişdiyi müşahidə edilmişdir. Azərbaycanda səyahət agentlikləri və turoperatorların xərclərinin strukturuda sair xərclər daha böyük paya sahibdir.

Bundan başqa turizm yollayışlarının formalaşdırılmasına, əmək haqqının ödənilməsinə, vergi ödənişlərinin həyata keçirilməsinə çəkilən xərclərin də xüsusi çəkisi yüksək olmuşdur. 2017-ci ilə qədər olan xərc strukturuna diqqət yetirdikdə görünür ki, son illərdə vergi xərclərində azalma müşahidə edilməkdədir. Digər tərəfdən qeydə alınan reklam xərclərində 2017-ci il üzrə xeyli artım olmuşdur.

2017-ci ildə səyahət agentlikləri və turoperatorların ümumi xərclərinin 9519,9 min manatı turizm yollayışlarının formalaşdırılmasına, 5524,7 min manatı əməkhaqqının ödənilməsinə, 253,3 min manatı əsas vəsaitərin cari təmirinə, 2298,3 min manatı vergi öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə, 1399,8 min manatı reklam fəaliyyətinə, 17738,6 min manatı isə sair xərclərə sərf olunmuşdur. Səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işləyən işçilərin sayı 2013-cü ildə 1729, 2014-cü ildə 1794, 2015-ci ildə 1586, 2016-cı ildə 1838, 2017-ci ildə 1891 nəfər olmuşdur.

**Şəkil 2.1. 2017-ci ildə səyahət agentlikləri və turoperatorların xərclərinin strukturu**




**Mənbə:**ARDSK-nın rəsmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir(stat.gov.az)

2017-ci ilə qədər olan dövrdə Azərbaycan vətəndaşlarına ökə xaricində səyahət etmək üçün satılan turizm yollayışlarının orta dəyəri ölkə daxilində səyahət etmək üçün yerli və əcnəbi vətədaşlar tərəfindən ölkə daxilində səyahət etmək üçün alınan turizm yollayışlarının dəyərindən daha yüksək olmuşdur. Bundan başqa diqqəti cəlb edən əsas məqamlardan biri də ondan ibarətdir ki, ölkə vətəndaşları səyahət agentlikləri və turoperatorların xidmətlərindən daha çox xarici ölkələrdə səyahət etmək üçün istifadə etmişdir. Satılmış yollayışların 2013 və

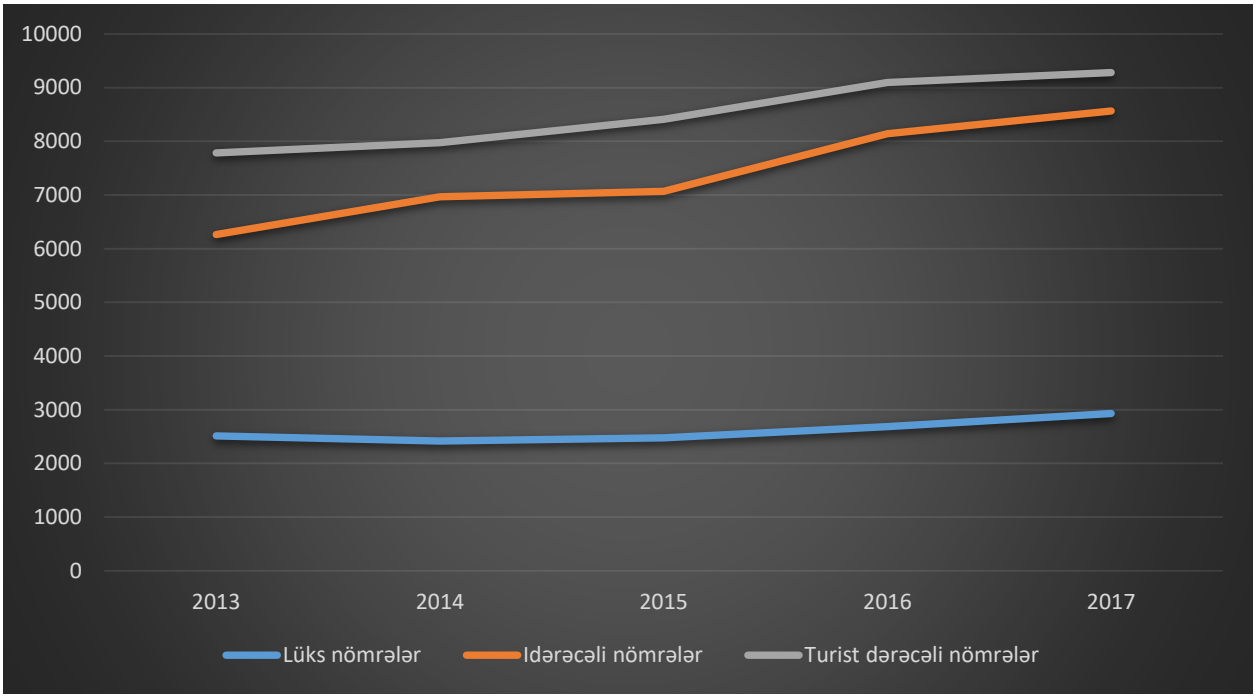
2014-cü ildə 82%-i, 2015-ci ildə 85%-i, 2016-cı ildə 65%-i, 2017-ci ildə isə 71%-i məhz ölkə xaricində səyahət etmək üçün yerli vətəndaşlara satılmışdır. Həmin yollayışların dəyər olaraq xüsusi çəkisi uyğun olaraq 86%, 88%, 85%, 65% və 71% təşkil etmişdir. Təkcə səyahət agentlikləri və turoperatorların bu göstəricilərinin təhlili onu deməyə əsas verir ki, ölkə vətəndaşları xarici ölkələrdə səyahət etməyə daha çox maraq göstərirlər. Həmçinin ölkə vətəndaşlarının xarici ölkələrdə səyahət etmək üçün daha çox vəsait sərf etdiyi qeyd edilməlidir.

Turistlərin yerləşdirilməsində mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin mövcud vəziyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayında 2013-2017-ci illər arasında artım omuşdur. 2013-cü ildə onları sayı 530, 2014-cü ildə 535, 2015-ci ildə 536, 2016-cı ildə 548, 2017-ci ildə 563 ədəd olmuşdur. Birdəfəlik tutum, yer sayı uyğun olaraq 33951, 35652, 37278, 40042, 41611 yer, nömrələrin sayı isə 16559, 17363, 17953, 19919, 20778 vahid olmuşdur. Hər yer üzrə gecələmələrin orta sayı 2013-cü ildə 49, 2014-cü ildə 47, 2015-ci ildə 37, 2016-cı ildə 40, 2017-ci ildə 62 olmuşdur.

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin mülkiyyətində və istifadəsində olan ümumi sahə 2013-cü ildə 3073,3 min kv.m, 2014-cü ildə 3563,1 min kv.m, 2015-ci ildə 2433,9 min kv.m, 2016-cı ildə 3642,3 min kv.m, 2017-ci ildə 2716,1 min kv.m olmuşdur. Ümumi mülkiyyətdə olan sahədən həmin illər üzrə uyğun olaraq 2013-2017-ci illərdə icarəyə verilmiş sahə 21,4, 21,4, 49,5, 80,9, 25,3 min kv.m, yaşayış sahəsi isə 526,5, 522, 452,4, 558,9, 599,3 min kv.m təşkil etmişdir. 2013-cü ildə ümumi mülkiyyətdə olan sahənin 17%-i, 2014-c ildə 14%-i, 2015-ci ildə 18%-i, 2016-cı ildə 15%-i, 2017-ci ildə 22%-i yaşayış sahəsinin payına düşmüşdür. Həmin illər üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xidmətin göstərilməsi ilə məşğul olan işçilərin sayı uyğun olaraq 8359, 9009, 8364, 9838, 10015 nəfər olmuşdur.

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssiələrin nömrə fondu əsasən üç kriteriyada qruplaşdırılır və ümumilikdə baxdıqda 2013-2017-ci illərdə əsasən ay artımı müşahidə edilməkdədir. Xüsusilə 2016-cı ildə artım tempi daha yüksək olmuşdur.

**Şəkil 2.2. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə nömrə fondunun strukturu**




**Mənbə:**ARDSK-nın rəsmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir(stat.*gov.az)*

Şəkil 2.2.-dəki qrafikdən göründüyü kimi lüks nömrələrin sayında ciddi dəyişmələr müşahidə edilmir. Bunu mövcud bazar tələbinin strukturu ilə əlaqələndirə bilərik. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə turistlərin daha çox olduğu dövrdə istifadə olunan nömrələrin sayı 2013-cü ildə 10661, 2014-cü ildə 11045, 2015-ci ildə 11646, 2016-cı ildə 13933, 2017-ci ildə 11822 olmuşdur və bu isə həmin illərdə mövcud olan nömrələrin 64%, 63%, 64%, 69%, 56% dolu olması deməkdir.

**Cədvəl 2.2.2. Turistlərin sayının daha çox olduğu dövrdə mülkiyyət növləri üzrə nömrələrin istifadə səviyyəsi, faizlə**

| Mülkiyyət növləri | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| Dövlət | 31 | 30 | 38 | 44 | 27 |
| Xüsusi | 65 | 65 | 67 | 72 | 58 |
| Xarici | 84 | 72 | 57 | 63 | 72 |
| Birgə | 88 | 87 | 93 | 93 | 76 |

**Mənbə**: Cədvəl ARDSK-nın rəmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir (stat.gov.az).

Cədvəldən göründüyü kimi ən aşağı göstərici dövlət mülkiyyətində olan mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdədir. Ümumilikdə isə ən yaxşı göstərici birgə müəssisələrdədir və ölkə üzrə orta göstəricidən daha yüksəkdir. Pik

dövrlərdə tam doluluğun təmin edilə bilməməsi sözsüz ki, mənfi haldır. Bu həm idarəetmə siyasətinin, həm də marketinq siyasətinin təkmilləşdirilməsini tələb edir. Göstərilən xidmət və qiymət səviyyəsi, mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin yerləşdiyi ərazinin turizm potensialı, həmin ərazidə mehmanxana xidmətinə tələbin düzgün hesablanması ən azından pik vaxtlarda doluluq səviyyəsinin artırılmasına imkan verəcəkdir.

## III Fəsil: Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafında səmərəli idarəetmənin təşkilinin əsas istiqamətləri

### 3.1. Turizm sektorunun müasir dövrdə hədəfləri

Dünyada baş verən qloballaşma proseslərinin iqtisadiyyatın strukturunda yaratdığı dəyişikliklər, müasir iqtisadiyyatda informasiya və xidmət sahələrinin əhəmiyyətini artırmışdır. Turizm sektoru da bu sahələr arasında önəmli yerə malikdir. Dünya üzrə inkişaf etməkdə olan ölkələrin ixrac gəlirlərinin təxminən 80%-i turizm hesabına əldə olunan gəlirlərdən ibarətdir (Bahar O., Bozkurt K., 2010: s. 255-265).

Turizm ilə davamlı inkişaf arasında sıx əlaqəni yaradan amil ondan ibarətdir ki, turizm sektorunda digər sektorlarından fərqli olaraq istehlakçı (turist) istehsalçıya və məhsula doğru səyahət edir. Bu amil turizmin davamlı inkişafı və turizmlə əlaqələrində üç unikal ölçünün ortaya çıxmasına gətirib çıxarır (UNEP, 2005: s.10):

Qarşılıqlı təsir – Turizm xidmət sektoru kimi öz təbiəti etibarilə yeni yerləri görmək təcrübəsinə əsaslanır. Buna görə də, bu vəziyyət turist qəbul edən cəmiyyətlərə və onların sahib olduqları ətraf mühitə istər brbaşa, istərsə də dolayı yolla təsir göstərir.

Diqqətlilik – Turizm insanları milli və mədəni fərqliliklərə diqqətli olduqları kimi, ətraf mühitə qarşı da diqqətli davranmağa sövq edir. Bu, insanların təkcə səyahət zamanı deyil, həm də həyatı boyu davamlı olaraq bu məsələlərdə həssaslığına təsir göstərə bilər.

Asılılıq: Turizmdə əsasən təmiz və toxunulmamş, qeyri-adi təbiətə malik ərazilərə, orjinallığı ilə seçilən tarixi və mədəni ənənələrə, yaxşı münasibət qurulan qonaqpərvər cəmiyyətlərə maraq daha yüksək olduğundan turistlərin hərəkətliliyinə ciddi təsir göstərir. Bu məqam turizmin davamlı inkişafına həm müsbət, həm də mənfi formada təsir göstərə bilər (UNEP, 2005: s.10).

Turizm davamlı inkişafın ideal səviyyədə mənimsənilməsi üçün ən münasib sahədir. Bunun əsas səbəbləri aşağıdakılardır:

- Turizmdə nəqliyyatdan başqa bərpa olunmayan resurs istehlak edilmir. Cəmiyyətin sərvətləri, mədəniyyəti, ənənələri və s. kimi amillər turizmin əsas resurslarını formalaşdırır;
- Turizm həm mədəni, həm də təbii ehtiyatlardan istifadə edir və bu resurslardan istifadə edərkən qənaətcil davranaraq onların bərpa olunmasını əngəlləmir;
- Mədəniyyət və sosial-iqtisadi mərkəzlərdən kənarda qalan cəmiyyətlər üçün iqtisadi imkanlar yaradan sahələrdən biridir;
- Turizm yoxsulluğun azadılması baxımından real imkanlar yaradır, sosial baxımdan imkanları aşağı olan insanlar üçün məşğulluq yaradır, regional səviyyədə inkişafı stimullaşdırır;
- Mədəniyyətlərin və ənənələrin yenidən dirçəlməsini təmin edir;
- Mədəni və təbii zənginliklərin qorunması üçün iqtisadi stimul yaratmaqla yanaşı, insanlar arasında anlayışı və qlobal təfəkkürü inkişaf etdirir (Muhanna E., 2006: s. 14-30).

Turizm sahəsində davamlı inkişafın təmin olunması bu sahənin ən əsas hədəflərindəndir. BMT-nin müəyyən etdiyi qlobal davamlı inkişaf hədəfləri çərçivəsində müəyyən edilən 17 hədəf turizm sektoruna da birbaşa və dolayı yollarla təsir göstərən məsələləri əhatə etməkdədir. Bu hədəflər aşağıdakılardır:

- yoxsulluğun bütün formalarının yerindən asılı olmayaraq aradan qaldırılması;
- aclığın qarşısının alınması, qida təhlükəsizliyinin təmin olunması üçün aqrar sahənin davamlı inkişafının təmin edilməsi;
- sağlam həyat üçün insanların hər yaşda rifahının yüksək tutulması;
- bütün cəmiyyəti əhatə edən bərabər, keyfiyyətli, ömür boyu təhsil imkanlarının yaradılması;
- cinsi bərabərliyinin təmin edilməsi, qadınların mövqeyinin cəmiyyətdə gücləndiriməsi;
- su ehtiyatları ilə təminatın yaxşılaşdırılması üçün su ehtiyatlarından istifadənin təkmilləşdirilməsi;

- hər kəs üçün əlçatan, təhlükəsiz, etibarlı formada enerji təminatı;
- davamlı və hərtərəfli iqtisadi inkişafı təmin etmək, tam və məhsuldar, layiqli məşğulluğun təmin edilməsi;
- dayanıqlı infrastrukturun təmin edilməsi, sənayedə davamlılığı təmin edən innovasiyaların stimullaşdırılması;
- ölkələrarası və ölkədaxili qeyri-bərabərliyin ədalət prinsipləri çərçivəsində azaldılması;
- şəhərlərin, insanların məskunlaşdığı ərazilərin təhlükəsiz, etibarlı və rahat olmasının təmin edilməsi;
- istehsalın və istehlakın davamlılığının təmin edilməsi;
- iqlim dəyişiklikləri və onların təsirləri ilə bağlı təcili, effektiv tədbirlərin həyata keçirilməsi;
- dünyanın əsas su hövzələrinin ehtiyatlarından davamlılığı qoruyacaq şəkildə istifadə edilməsi;
- quru hissədə ekosistemlərin qorunması və bərpası, meşə ehtiyatlarından istifadənin tənzimlənməsi, səhralaşma ilə mübarizə;
- davamlı inkişaf üçün sivil və qonaqpərvər cəmiyyətin formalaşdırılması, hər kəsin hüquqlarının ədalətli şəkildə təmin olunması, bütün səviyyələr üzrə aktiv, hər kəsə xidmət göstərməyi bacaran, cəmiyyətə açıq qurumların yaradıması;
- davamlı inkişaf üçün qlobal səviyyədə müştərəkliyi təmin edən mexanizmlərin gücləndirilməsi, qlobal müştərəkliyin dirçəldilməsi (http://www.undp.org/content/undp/en/home/sdgoverview/post-2015-development-agenda/goal-1.html, 2019).

BMT-nin davamlı inkişaf proqramında qeyd edilən şərtlərin təmin edilməsini turizmin davamlı inkişaf hədəflərinə nail olunması üçün önəmli edən məqamları aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

- Ekoloji tarazlığın pozulması turistlər üçün cəlbedici olan təbii mühitin korlanmasına səbəb olacaqdır ki, bu da ekoloji turizm potensialının azalmasına səbəb olacaqdır;

- Qlobal düşüncəyə sahib, qonaqpərvər, sülhsevər cəmiyyətlər turistləri daha çox özünə cəlb etməklə yanaşı turizm münasibətlərinin davamlı təkrarlanmasına stimul yaradır;
- Yoxsulluğun və aclığın yüksək olduğu cəmiyyətlərdə turizm sahəsində mövcud olan xidmətlərə tələb də olduqca aşağı olur. Bu da yoxsullaşmanın turizm bazarında məcmu tələbin azalmasına səbəb olan, sahənin davamlı inkişafına əngəl yaradan əsas problemlərdən biri olduğunu göstərir;
- İnsanların məskunlaşdığı ərazilərdə təhlükəsizlik səviyyəsinin, rahatlığını təmin edən şərtlərin aşağı təminatı turistlərin tələbinin azalmasına səbəb olur;
- Turizm sahəsi iqtisadiyyatın ayrılmaz sistem vahidi olduğundan digər sahələrin inkişafı turizmin inkişafına da təsir göstərir. İqtisadiyyatın aparıcı sahələrində məşğulluq və gəlir səviyyəsinin artması turizm xidmətlərinə tələbi artırır. Digər tərəfdən intensivləşmə prosesi sənaye sahəsində resurslardan daha səmərəli istifadəyə şərait yaratmaqla təbii mühitin pozulmasının qarşısını alır;
- Əhalinin rifah səviyyəsinin yüksəlməsi ilə turizm xidmətlərinə tələbi artır. Təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi isə onların mədəni səviyyəsinin yüksəlməsinə, ətraf mühitə, cəmiyyətə qarşı daha diqqətli olmasına müsbət təsir göstərir.

Müasir dövrdə turizm sənayesinin dəyişkənliyinə və dinamikliyinə uyğun olaraq turizmin inkişaf strategiyasında qlobal xarakterli beş istiqamət üzrə trendlər müəyyən edilmişdir. Bunlar aşağıdakılardır:

- Hazırda dünya ölkələrində turizmin ixtisaslaşması proseslərinin sürətlənməsi və buna uyğun olaraq turizm brendinin yaradılmasına, onun tanıdılmasına daha çox diqqət ayrılır. Beynəlxalq səviyyədə müasir biznes modellərinin yaradılması, sosial şəbəkələrin fəaliyyəti, güclü istehlakçı toplumunun təşəkkülü qlobal turizm bazarında ciddi dəyişikliklərin üzə çıxmasına səbəb olmuşdur. Turizm sektorunun daxilində artan turist sayını, dəyişən zövqləri nəzərə alaraq yeni tələblərə cavab verə bilmək üçün hərtərəfli şaxələndirmə və

ixtisaslaşma aparılmışdır. Turizm məkanlarının seçimində müxtəlifliyi təmin etməklə bərabər, həmin faktorlar bazarın konyunkturasına uzlaşmaq baxımından struktur dəyişikliklərinin aparılmasını və bazar strategiyalarının təkrar qiymətləndirilməsinin vacibliyini ön plana çıxarmışdır. Bunları nəzərə alaraq, dövlət bölməsinin və özəl bölmənin təmsilçiləri fərqli və innovativ təkliflər irəli sürməklə ixtisaslaşmış turizmi, müxtəlif biznes modellərini, həmçinin məhsul brendlərini hədəf götürərək, turizm mərkəzlərini daha da stimullaşdırmaq üçün təşəbbüs göstərməyə çalışırlar.

- Dünya ölkələri üzrə turistlərin daşınmasında hava nəqliyyatına, onun istifadə imkanlarının yaxşılaşdırılmasına və genişləndirilməsinə xüsusi önəm verilir. Turizm sahəsində yüksək nailiyyətləri olan qabaqcıl ölkələrin hava nəqliyyatından effektiv istifadə etdiyi müşahidə edilməkdədir. Burada iki məqam ön plana çıxmışdır. Birincisi, hava nəqliyyatında xidmət səviyyəsinin yüksək olması, ikinci isə qiymətlərin münasib olması. Bu iki məsələnin həlli üçün həmin ölkələrdə milli aviadaşıyıcılara sahib olmaqla rəqabət imkanlarını artırmağa və bazarın genişlənirilməsinə çalışılır. Lakin bunlarla yanaşı heç bir investisiya qoyuluşu tələb etməyən və turizmin inkişafına müsbət təsir göstərəcək amil kimi viza proseslərini sadələşdirməklə bağlı tədbirlər də həyata keçirilir.

- Turizm zonaları üzrə flaqman layihələr sahə strategiyasının reallaşdırılması baxımından önəmli amil hesab olunur. Flaqman layihələr sahə strategiyasına uyğun operativ, irimiqyaslı və əsaslı investisiya layihələridir. Bu layihələr daha geniş islahatların yerinə yetirilməsində həm güclü əlaqələndirici vasitə, həm də marketinq aləti rolunu oynayır. Belə layihələrin həyata keçirilmısi coğrafi əhatə dairəsini kiçiltməklə, islahatların mürəkkəbliyini azaltmaqla, bütünlükdə sahənin ikişafına əlverişli təsir göstərə bilər.

- Master planın inkişaf etdirilməsi turizm sahəsinin dinamik inkişafında əsas alət olaraq istifadə olunur. Müəssisə və təşkilatlar həmin planların tərtib edilməsinə və icra edilməsinə görə məsuliyyət daşıyır. Master planın icrası proseslərin sadə formaya salınması investorlar üçün cəlbediciliyinin artırılması ilə birlikdə, həm də inteqrasiya olunmuş brend strategiyasının icrasına şərait yaradır.

Dövlət qurumlarına master planda bu inkişafın mühüm tərkib elementi olaraq baxılır, nəqliyyatın fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması, təbiətin mühafizəsi istiqamətində fəaliyyətlərinin genişləndirilməsi nümunəsində tələb olunan infrastrukturun məqsədəuyğun planlaşdırılmasına xidmət göstərirlər.

- İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm sektorunun inkişaf etdirilməsində əsasən birbaşa xarici investisiyalar ön plandadır. Xüsusilə yüksək miqdarda vəsait tələb edən layihələrin icra edilməsində bu məqam özünü göstərir. Qlobal dəyər zəncirində əsasən beynəlxalq şirkətlərin iştirakına görə, zəruri investisiya tələbi olmasa da, xarici investorlarla iqtisadi əməkdaşlığın əlverişli olması mümkündür. (Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s.9-10).

Azərbaycanın müxtəlif turizm növləri üzrə yüksək potensialı onun dünya turizm bazarında önəmli yer tutmasına şərait yaradır. Lakin bu imkanların reallaşdırılması turizmin inkişafı istiqamətində hərtərəfli, effektiv tədbirlərin həyata keçirilməsini tələb edir. Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində bir çox tədbirlər həyata keçirilmişdir. Turizmin inkişafı istiqamətində tədbirlər müəyyən formada regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair dövlət proqramlarında, ölkə prezidentinin sərəncamlarında, strateji yol xəritələrində öz əksini tapmışdır. Regionlar üzrə tarixi mədəni irsin, ekoloji mühitin qorunması, nəqliyyat və xidmət infrastrukturunun inkişafı istiqamətində görülən tədbirlər, müalicə-kurort bölgələrində, istirahət mərkəzlərində yaradılan otel və mehmanxanalar, onların təkmilləşdirilməsi, ölkənin milli mədəniyyətinin, təbiətinin xarici ölkələrdə təbliği turizmin inkişafı üçün nəzərdə tutulan tədbirlərdəndir. Həmçinin turizm sahəsində hüquqi münasibətlərin tənzimlənməsi üçün də qanunvericilik bazası mövcuddur. Azərbaycanda 4 iyun 1999-cu ildə qəbul edilmiş Turizm haqqında qanunda ölkədə turizm iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olmaq üçün tələblər, turistlərin hüquq və vəzifələri, turizm sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələrin fəaliyyət şərtləri, dövlətin turizm sektorunda tənzimləyici rolu və s. kimi məsələlər öz əksini tapmışdır.

Ümumilikdə isə turizmin inkişafına dair kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsi son dövrlərdə daha da aktuallaşmışdır. “Azərbaycanda ixtisaslaşmış

turizm sənayesinin inkişafına dair" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli fərmanı əsasında hazırlanmış Strateji Yol Xəritəsində ölkənin turizm potensialı, turizm marşrutları, turizmin tələb bazarları, turizm sənayesinin inkişafı istiqamətində görüləcək tədbirlər öz əksini tapmışdır.

Azərbaycanda turizm sahəsinin inkişafı ilə bağlı müəyyən olunan inkişaf strategiyasında bir sıra hədəflər müəyyənləşdirimişdir. Həmin hədəflər Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində aşağıdakı kimi sıralanmışdır:

- Birinci hədəf kimi, paytaxt Bakı şəhərinin turizm potensialının tam şəkildə istifadə edilməsi qeyd olunmuşdur. Bakı şəhəri infrastruktur baxımından digər regionlardan daha irəlidə olması, daha çox təbliğ olunması ilə xarici ölkələrdə daha çox tanınır və çoxlu sayda xarici turistlərin diqqətini cəlb etməkdədir. Müəyyən olunmuş prioritetlər respublikamızın gözlənilən nəticələri əldə etməsinə imkan yaradacaqdır. Turizm potensialının daha yüksək səviyyədə reallaşdırılması üçün effektiv idarəetmə mexanizmlərinin yaradılması, informasiya təminatının, reklam və tanıtım fəaliyyətinin daha da artırılması, turistlərə xidməti özündə birləşdirən paketlərin yeniləşdirilməsi, potensial üzrə müxtəlif növ turizm fəaliyyətlərinin təbliğ olunması və turizm infrastrukturunun məqsədəuyğun şəkildə inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

- İkinci hədəf kimi ölkə səviyyəsində idarəetmənin təşkilinin yaxşılaşdırılması, yeni turizm və rekreasiya mərkəzlərinin yaradılması, turizmdə mövsümiliyin aradan qaldırılması baxımından regionlarda turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, hava nəqliyyatının inkişaf etdirilməsi, viza rejiminə aid prosedurların asanlaşdırılması kimi məsələləri özündə birləşdirən ölkənin turizm sektorunun inkişafına əlverişli şərait yaradan mühitin formalaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur;

- Üçüncü hədəf kimi regional səviyyədə turizm sektorunda təşəbbüskarlığı artırmaqla ölkəmizdə turizmin inkişafının təmin edilməsidir. Burada isə daha yaxşı inteqrasiya olunan turizm sahəsinə nail olmaqdan ötrü turizmin sağlamlıq, qış və

ekoturizm kimi istiqamətlərinin inkişaf etdirilməsinə investisiya qoyuluşlarının reallaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur;

- Dördüncü hədəf kimi, turizm sahəsinin kadr potensialının gücləndirilməsi, turizmdə innovasiyaların inkişaf etdirilməsi, turizm xidmətlərinin səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədilə bu sahədə təhsil proqramlarının investisiyalaşdırılması, turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılması üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

2020-ci ilə qədər olan müddətdə nəzərdə tutulan hədəflərin həyata keçirilməsi nəticəsində ölkəmizdə 2020-ci ildə turizm hesabına real ÜDM-in birbaşa 293 milyon, dolayı olaraq isə 172 milyon manata qədər artacağı, cəmi 35 min olmaqla, bilavasitə turizm sahəsində 25 min iş yerinin yaradılması gözlənilir. Bütün bunların reallaşdırılması üçün bütün mənbələr hesabına 350 milyon manatlıq investisiya qoyuluşu tələb olunur.

Strateji Yol Xəritəsində qeyd olunan bütün hədəflərin icrası üçün tələb olunan 350 milyon manatlıq investisiya qoyuluşlarının aşağıdakı mənbələr üzrə reallaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur:

- Dövlət büdcəsi;
- Büdcədənkənar fondlar;
- Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitləri;
- Yerli büdcələr;
- Yerli idarələrin, müəssisələrin və təşkilatların vəsaitləri;
- Birbaşa xarici investisiyalar;
- Yerli banklardan alınan kreditlər və qrantlar;
- Beynəlxalq təşkilatlardan və xarici dövlətlərdən alınan kreditlər, maliyyə və texniki yardımlar;
- Hüquqi formada istifadəsi mümkün olan digər mənbələr (Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s.82).

## 3.2. Turizm sektorunun prioritetlərinin icra vəziyyətinin təkmilləşdirilməsi

Dünya ölkələrində turizm sektorunun inkişafı istiqamətində yeridilən siyasət, həmin siyasətin effektivliyi həmin ölkələrin beynəlxalq turizm bazarında mövqeyinə, rəqabətqabiliyyətliliyinə birbaşa təsir göstərir. Turizm üçün yerli potensialla yanaşı, sosial-iqtisadi, siyasi sabitliyin mövcud olması, xarici ölkələrlə əlaqələrin sağlamlığı, ölkədaxili nəqliyyat və turizm infrastrukturunun vəziyyəti, qiymətlərin və xidmətlərin səviyyəsi, təhlükəsizlik, qanunvericilik kimi amillər turizm bazarında hər bir ölkənin iqtisadi göstəricilərinin əsas təyinedici amilləridir.

Ölkəmizdə turizm sektrorunun, turizm bazarının hüquqi proseslərinin nizamlanmasına istiqamətlənmiş dövlət siyasətinin prinsipləri, turizm fəaliyyətinin əsasları, turizm sektorunda yaranan münasibətlər, turizm ehtiyatlarından əlverişli istifadə edilməsi qaydaları "Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu" ilə tənzimlənir. Bu qanunun müddəalarını nəzərdən keçirdikdə ümumilikdə turizm sektorunda iqtisadi inkişafın əsas hədəf kimi götürüldüyünü qeyd edə bilərik. Turizmin dövlət tənzimlənməsi barədə qanunda dövlətin vəzifələri qeyd olunarkən göstərilir ki, dövlət bu sahədə fəaliyyətin dəstəklənməsi, inkişaf şərtlərinin təmin edilməsi, prioritet istiqamətlərin müəyyən olunması, ölkə haqqında turizm nöqteyi-nəzərdən müsbət fikirlərin formlaşdırılmasını təmin edir. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsində əsas məqsədlər turistlərin səyahəti üçün əlverişli istirahət və səyahət imkanlarının yaradılması, ətraf mühitin mühafizəsi, turizm infrastrukturunun inkişafı, məşğulluğun təmin edilməsi, milli gəlirin artırılmasıdır.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsində istifadə edilən üsullara turizm infrastrukturu ilə bağlı münasibətlərin tənzimlənməsinə xidmət edən normativlərin, hüquqi aktların qəbulu, turizm bazarlarında məhsul və xidmətlərin dövriyyəsi üçün əlverişli şəraitin yaradılması, dəstəyin göstərilməsi, turistlərin təhlükəsizliyinin təmini, hüquqi çərçivədə maraqlarının qorunması, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olacaq infrastruktur vahidlərinə, turizm məhsullarına

icazələrin verilməsi və standartlaşdırmanın təşkil edilməsi, sahənin inkişafı istiqamətində kompleks dövlət proqramlarının hazırlanıması, investisiya qoyuluşlarını stimullaşdırmaq üçün lazımi mühitin təmin edilməsi, kadr hazırlığının və təminatının yaxşılaşdırılmasına dəstək verilməsi, sahə üzrə elmi-tədqiqat işlərinin təkmilləşdirilməsi və s. kimi məsələlər daxildir (http://www.e-qanun.az/framework/4759, 1999). Bundan başqa dövlətin turizm sahəsi ilə bağlı vəzifələrinə aid olaraq ölkə turizminin inkişafına dair dövlət proqramlarının hazırlanıb icra edilməsi, turizmdə regionlararası və sahələrarası fəaliyyətlərin əlaqələndirilməsi, turizm sektorunun kadr tələbinin ümumi həcminin, strukturunun müəyənləşdirilərək kadr hazırlığı sistemi ilə uzlaşmanın təmin edilməsi kimi məsələlər həmin qanunda öz əksini tapmışdır.

Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində ayrıca inkişaf strategiyası 2016-cı ildə qəbul olunsa da digər sosial-iqtisadi inkişaf proqramlarında turizmin inkişafına dair tədbirlərin icrası nəzərdə tutulmuşdur. "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə inkişafı Dövlət Proqramı"nda növbəti illər üçün turizmin inkişafı istiqamtində bir sıra tədbirlərin reallaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Həmçinin turizm sahəsinin inkişafı həmin proqramda prioritetlərdən olmuşdur. Məşğulluğun artırılması, qeyri-neft sektorunun və regionların sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsində, turizmin rolunu artırmaq, həmçinin bu sahənin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün aşağıdakı inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir:

- Turizm sahəsində rəqabətqabiliyyəti yüksək olan infrastrukturun və sənayenin formalaşdırılması;
- Fəaliyyətdə olan, istifadəsi mümkün olan turizm obyektlərinin beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması;
- Turizmdə xidmətlərin göstərilməsi üzrə inkişaf etmiş, müasir üsul və standartların yaradılaraq istifadə edilməsi;
- Azərbaycanın turizm-rekreasiya əhəmiyyətli ərazilərinin hüquqi statusunun, turistik ərazilərin, turizm marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi;

- Sahə üzrə beynəlxalq səviyyədə ixtiaslaşmış, mütərəqqi təcrübəyə malik ölkələrin kadr hazırlığında təcübəsindən istifadə edilməsi üçün həmin ölkələrlə əmakdaşlığın inkişaf etdirilməsi (Dövlət Proqramı 2009-2013, 2009: s.20)

Həmçinin bunlardan əlavə ətraf mühitin mühafizəsinə yönəldilmiş tədbirlər çərçivəsində turizm əhəmiyyətli meşələrin müəyyənləşdirilməsi, ekoturizmin inkişafı üçün xidmət infrastrukturunun təşkil edilməsi, kadr hazırlığının əmək bazarının tələblərinə uyğunlaşdırılması, elmi-tədqiqatların əlaqələndirilməsi, elmi kadr potensialının gücləndirilməsi, xarici təcrübənin öyrənilməsi üçün xaricdə təhsil porqramlarının inkişafı istiqamətində tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Mədəniyyət sahəsində qarşıya qoyulan vəzifələrdən biri də milli mədəniyyətin dünya səviyyəsində tanıdılması, inteqrasiya olunması olmuşdur. Proqramda icrası nəzərdə tutulan tədbirlərin iqtisadi rayonlar üzrə strukturunu nəzərdən keçirdikdə birbaşa turizmə xidmət edən infrastrukturların inkişafı üzrə tədbirlərin geniş yer tutmadığını görmək mümükündür. Bununla belə, Naftalan şəhəri, Naxçıvan, Lənkəran, Masallı, Qusar, Qax, Qəbələ, Oğuz, Zaqatala və s. rayonlar üzrə mədəniyyət obyektlərinin təmiri və tikintisi, tarixi, mədəni obyektlərin, abidələrin bərpası üzrə tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Eyni zamanda nəqliyyat və sosial infrastrukturun yaxşılaşdırılması istiqamətində icra olunan tədbirlər də dolayı yolla turizm üçün əlverişli inkişaf imkanları yaratmışdır. 2011-ci ilin Azərbaycanda "Turizm ili" elan edilməsi turizm sahəsinə diqqəti daha da artırmışdır.

2004-2013-cü illəri əhatə edən regionların sosial-iqtisadi inkişafı üzrə iki proqramın icrası nəticəsində istifadəyə verilən 35 beşulduzlu oteldən 14-ü regionların payına düşmüşdür. Burada regionlararası tarazlıq prinsipinin qorunmadığı özünü göstərir. Ölkənin paytaxtı ilə müqayisədə turizm potensialı daha yüksək olan regionlarda turizm infrastrukturunun inkişafına daha çox dəstək verilməsi regionların sosial-iqtisadi inkişafı baxımından da məqsədəuyğundur.

Regionlarda qeyri-neft sektorunun inkişaf istiqaməti kimi turizmin inkişafını nəzərdə tutan tədbirlər "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci

illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nda da öz əksini tapmışdır. Həmin tədbirlər aşağıdakı qaydada müəyyən edilmişdir:

- Bölgələrdə turizmin beynəlxalq standartlara uyğun infrastrukturunun yaradılması üçün məqsədli layihələrin reallaşdırılması;
- Müasir texnologiyalardan, kommunikasiya vasitələrindən istfadə edilməsi ilə bütün iqtisadi rayonlarda turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması tədbirlərinin genişləndirilməsi;
- Regionlar üzrə turizm və rekreativ ərazilərdə infrastrukturun qurulması, turizmin müxtəlif növlərinin inkişafının təmin olunması, turizm üzrə yeni marşrutların təşkil edilməsi;
- Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən, həmçinin bu sahə üzrə hazırlanan kadrların peşə-ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi üzrə tədbirlərin yerinə yetirilməsi;
- İqtisadi regionlar üzrə müxtəlif kateqoriyalardan olan yeni otel və mehmanxanaların, qonaqlama mərkəzlərinin və xidmət obyektlərinin təşkilinə dəstək verilməsi (Dövlət Proqramı 2014-2018, 2014: s.13-14).

Ölkəmizdə turizmin inkişafında dövlət siyasəti əsasən müxtəlif proqramlar üzrə icra olunmuşdur. Bu sahədə əsaslı tədbirlərin həyata keçirilməsi isə Azərbaycanda ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair hazırlanmış və icra olunmağa başlanılmış Strateji Yol Xəritəsində öz əksini tapmışdır. Burada əsas götürülən 4 strateji hədəf üzrə onlarla tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Birinci stratej hədəf üzrə müəyyənləşdirilən prioritetlər arasında Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması, Bakıda fəaliyyətə başlaması, büronun fəaliyyəti ilə mətbuatın dəstəyi ilə milli turizm brendinin dünyada tanıdılması, ictimaiyyətə təqdim olunması, turistlərin təklif və iradlarının öyrənilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Birinci strateji hədəf üzrə həyata keçiriləcək tədbirlər sırasında 2017-2020-ci illərdə marketinq və kommunikasiya planının hazırlanması, paytaxtın turizm təqviminin hazırlanması nəzərdə tutulmuşdur. Birinci hədəfin prioritetlərinin davamı olaraq Bakının turizm baxımından fərqlənən məkanları barədə məlumat

sisteminin və turizm xidmət paketlərinin yenilənməsi, təbliğat-təşviqat işlərinin yerinə yetirilməsi, münasib qiymətdə turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı xüsusi tədbirlər planı hazırlanmışdır.

İkinci hədəfin reallaşdırılması üçün turizm şurasının işinin təşkil edilməsi, turistik və rekreativ zonaların yaradılması, turizmin davamlılığının təmin edilməsi üçün regionlarda sahənin xidmət infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, vizaların verilməsi, sərhədlərdən keçidlə bağlı proseslərin intensivliyinin və rahatlığının artırılması, hava nəqliyyatı vasitəsilə yerli turizmə tələbin daha yüksək olduğu ölkələrlə əlaqənin təkmilləşdirilməsi tədbirlər planı hazırlanmışdır.

Üçüncü hədəfin reallaşdırılması üçün sağlamlıq turizminə tələbatın yenidən formalaşdırılması, qış turizminin inkişafına dəstək verilməsi, mədəni turizm marşrutlarının təşkili, işgüzar turizmə dövlət dəstəyinin verilməsi, ekoturizm və kənd turizminin potensialının artırılması istiqamətində tədbirlər planı hazırlanmışdır.

Dördüncü strateji hədəfin reallaşdırılması üçün turizmin elmi, kadr potensialının gücləndirilməsi istiqamətində turizm sektorunda təhsilə investisiya qoyuluşlarının həyata keçirilməsi, turizmdə standartlaşdırma, sertifikatlaşdırma sisteminin yaxşılaşdırılması, turizm məhsullarının və xidmətlərinin qruplaşdırılması, keyfiyyət göstəricilərinin yaxşılaşdırılması istiqamətində tədbirlər planı hazırlanmışdır.

### 3.3. Turizm sektoruna yerli və xarici investisiya qoyuluşlarının artırılması üzrə təsir imkanlarının təkmilləşdirilməsi yolları

Turizm sektoru iqtisadiyyatın digər sahələri kimi investisiya qoyuluşlarından asılı olaraq inkişaf edən sahələrdən biridir. İnvestisiya anlayışına dair müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Azərbaycan Respublikasının İnvestisiya fəaliyyəti haqqında qanununda investisiya gəlir, yaxud sosial səmərə əldə etmək məqsədilə sahibkarlıq fəaliyyəti, həmçinin digər fəaliyyət növləri obyektlərinə qoyulan maliyyə vəsaiti, maddi və intellektual sərvətlər kimi təsbit olunmuşdur. İnvestisiya kimi istifadə edilə bilinəcək vəsaitlərə pul vəsaitləri, qiymətli kağızlar, intellektual

qabiliyyətlər, ixtiralar, bina və qurğular, avadanlıqlar və s. kimi bütün digər sərvətlər, həmçinin onlardan istifadə hüquqları aid edilir (http://www.e-qanun.az/alpidata/framework/data/9/f_9367.htm, 1995).

İnvestisiya həmçinin müəyyən vaxt ərzində istehsal vasitələrinə edilən əlavələr kimi də qeyd edilə bilər.

İqtisadiyyatın bütün digər sahələri kimi turizm sektorunda da investisiya qoyuluşlarının dinamikasına, investisiyaların cəlb olunmasına təsir edən bir sıra amillər vardır. Bu amilləri ümumi şəkildə aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Siyasi amillər;
- İqtisadi amillər;
- Sosial amillər;
- Hüquqi amillər;
- Coğrafi və təbii iqlim amilləri;
- Milli və mədəni amillər.

Hər bir investor üçün bu amillərin əhəmiyyəti həmin amillərin investisiya fəaliyyətinə təsiri ilə müəyyənləşir. Bütövlükdə qeyd olunan bütün amillər ölkə üzrə turizmin investisiya mühitini, fəaliyyət mühitini formalaşdırır. Siyasi istiqrarsızlıq, iqtisadiyyatda qeyri-stabilliyin olması, rəqabət mühitinin əlverişsizliyi, bürokratik çətinliklər, sosial-mədəni inkişaf səviyyəsinin aşağı olması, turizm üçün əlverişli təbii, coğrafi şəraitin olmaması, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarların hüquqlarının təmin edilməsi üzrə effektiv qanunvericilik, sisteminin işlək olmaması, maliyyə mexanizmlərinin qeyri-çevikliyi, ixtisaslı kadrlarla təminatın aşağı səviyyədə olması və s. kimi problemlər investisiyaların həcminə və istiqamətinə çox ciddi təsir göstərir. Turizmin inkişaf etdirilməsində təkcə daxili investisiyalardan deyil, xarici investisiyalardan da istifadə edilməlidir. Qeyd olunan məsələlərin həlli xarici investisiyaların ölkə turizminin inkişaf potensialının daha da artırılmasına, turizm sektoru üzrə rəqabət mühitinin daha da təkmilləşdirilməsinə imkan verəcəkdir.

Birbaşa xarici investisiya qoyuluşlarında investisya qoyuluşu nəzərdə tutulan ölkələrdəki iqtisadi və siyasi amillərin rolu olduqca böyükdür. Birbaşa xarici

investisiyalar əsasən istehsal amillərinin bol və ucuz olduğu, daxili bazar tələbinin yüksək olduğu, əlverişli infrastruktur şəraitinin təmin edildiyi, investisiyalar üçün stimullaşdırıcı tədbirlərin həyata keçirildiyi, risk dərəcələrinin nisbətən aşağı olduğu və ən əsası yüksək mənfəət normasının əldə edilməsi mümkün olan ölkələrə yönləndirilir. Son dövrlərdə xüsusilə daha aşağı risklərin olduğu, siyasi və iqtisadi cəhətdən daha stabil ölkələrə üstünlük verilməsi müşahidə edilməkdədir. Xüsusilə turizm sektorunda yerli əhalinin mədəni inkişaf səviyyəsi, qonaqpərvərliyi, əxlaq və psixoloji inkişaf səviyyəsi investisiya qərarlarına digər sahələrlə müqayisədə daha çox təsir göstərir (Mehmet A., Savaş E., Nurgül T., 2008: s.79-89).

İnvestisiyaların təşviq edilməsində faiz dərəcələrinin aşağı salınması və s. kimi yollarla investisiya xərclərinin aşağı salınması, investisiyalar üçün maliyyə vəsaitlərinin təmin edilməsi, vergi yükünün azaldılması ehtiyac olan bölgələr üzrə investisiya qoyuluşlarının artırılması üçün effektif üsullardır. Dövlət tərəfindən bu tədbirlərin həyata keçirilməsi regionlararası inkişaf fərqlərinin azaldılması, beynəlxalq səviyyədə rəqabətqabiliyyətinin gücləndirilməsi, xarici investisiyaların milli iqtisadiyyata cəlb olunması məqsədini daşıyır. Dövlət tərəfindən investisiya qoyuluşları üçün həyata keçirilən stimulaşdırıcı tədbirlər dövlətin maliyyə və büdcə sistemində əlavə yüklənməyə səbəb olsa da uzunmüddətli dövrdə iqtisadiyyata göstərdiyi müsbət təsirləri daha yüksək iqtisadi artımla qarşılanır. Buna görə də bu tədbirlərin həyata keçirilməsi hər zaman müsbət qiymətləndirilə bilər.

Qonşu ökələrdən olan Türkiyə Respublikasında turizm sahəsində fəaliyyətin stimullaşdırılması üçün bir çox qanunlar qəbul edilmişdir. Həmin qanunlar əsasında turizm kreditlərinin verilməsi, meşə fonduna göstərilən dəstəyə görə ödənişlərdə güzəştlərin tətbiqi, kommunal xərclərdə güzəştlər, informasiya təminatının yaxşılaşdırılması, elmi-tədqiqat və təkmilləşdirmə işlərində köməklik göstərilməsi, bazarın öyrənilməsi və bazara daxil olmaq üçün dəstək verilməsi, ətraf mühitin yaxşılaşdırılması üçün çəkilən xərclərə yardımın göstərilməsi, yerli məhsulların ixracı, xarici ölkələrdə tanıdılması, brendləşdirilməsi üçün dəstək,

ixracın ədv-dən azad edilməsi, vergi və sığorta ödənişlərində güzəştlər, bank faizlərində endirimlər, investisiya qoyuluşu ediləcək ərazilərin ödənişsiz icarəyə verilməsi, xarici ölkələrdə keçirilən turizm forumlarında iştirak, məsləhət, sənədləşmə və digər xidmətlərin göstərilməsi və s. kimi tədbirlər həyata keçirilməkdədir.

Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında qanununda turizm sektorunda fəaliyyət göstərən sahibkarların fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması, investisiya qoyuluşlarına hüquqi dəstəyin verilməsində turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi üsulları kimi göstərilən turizm infrastrukturuna investisiya qoyuluşu, xarici investisiyaların cəlb edilməsi üçün əlverişli şəraitin yaradılması, kadr təminatına köməklik göstərilməsi, turizm infrastrukturu sahəsində elmi-tədqiqatların inkişaf etdirilməsi, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin beynəlxalq turizm proqramlarında iştirakı üçün imkanların təmin edilməsi ilə bağlı olan müddəaları xüsusilə qeyd etmək olar.

Azərbaycanda turizm üçün xarakterik sahələrə yönəldilmiş investisiyaların dəyəri 2012-ci ildə 1478,2 min manat, 2013-cü ildə 1371 min manat, 2014-cü ildə 2204 min manat, 2015-ci ildə 1063,9 min manat, 2016-cı ildə 363 min manat, 2017-ci ildə isə 267,3 min manat olmuşdur. Buradan isə görünür ki, bu istiqamətdə investisiya qoyuluşlarında kəskin qalxıb enmələr müşahidə edilmişdir. 2017-ci ildə investisiya qoyuluşları 2012-ci illə müqayisədə 5 dəfədən çox azalmışdır. Həmçinin 2014-cü ildən sonrakı dövrdə davamlı azalma müşahidə edilmişdir. İnvestisiya qoyuluşlarının azalması isə öz növbəsində sahənin perspektiv inkişafı baxımından mənfi hal kimi qəbul oluna bilən haldır.

İxtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair qəbul edilmiş Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulan tədbirlərin reallaşdırılması üzrə tələb olunan investisiyaların həcmi aşağıdakı kimi nəzərdə tutulmuşdur:

- Bakı şəhərinin cəlbedici turizm məkanlarının informasiya və xidmət paketlərinin yenilənməsi üçün 15 milyon manat;
- Bakı şəhəri üçün təbliğat və təşviqat kompaniyalarının həyata keçirilməsi üçün 100 milyon manat;

- Bakı şəhərində turizm infrastrukturu, həmçinin turistlər üçün münasib qiymətə xidmət göstərəcək mehmanxana və digər xidmət məkanlarının inkişaf etdirilməsi üçün 100 milyon manat;
- Sağlamlıq turizmi üzrə tələbatın yenidən formalaşdırılması üçün 15 milyon manat;
- Qış turizminin inkişaf etdirilməsinə yönəldilmiş dəstəkləmə tədbirləri üçün 15 milyon manat;
- Mədəni turizm üzrə marşutların yaradılması üçün 95 milyon manat;
- Turizm sektoru üzrə təhsil proqramlarının yerinə yetirilməsi üçün 10 milyon manatlıq investisiya qoyuluşunun həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur (Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s.5-6).

Bütövlükdə Strateji Yol Xəritəsi üzrə həyata keçiriləcək tədbirlərin icrasının 2020-ci ildə ÜDM-ə təsirinin 465 milyon manat olacağı gözlənilməkdədir. 2020-ci ildə 35000 nəfərin bu tədbirlərin icrası zamanı tam ştatlı işlə təmin edilməsi proqnozlaşdırılmışdır.

Ümumilikdə götürdükdə Strateji Yol Xəritəsi turizm sektorunun inkişafı üçün son illərdə qəbul edilmiş ən genişmiqyaslı və icrasının reallaşdırılması ilə ən effektiv tədbirlər planını özündə əks etdirən dövlət sənədidir. Hər şeydən öncə ölkəmizdə iki istiqamət üzrə iqtisadi problemin daha aktual olması nəzərə alınması vacibdir. Bunlardan birincisi ondan ibarətdir ki, Azərbaycan iqtisadiyyatın sahə strukturuna görə əsasən monoton hesab edilə bilər. Təkcə neft sektorunun ÜDM-də, dövlət büdcəsinin gəlirlərində, xarici ticarətin strukturunda xüsusi çəkisinə baxmaq kifayətdir. Bu baxımdan bir qeyri-neft sahəsi kimi turizmin inkişaf etdirilməsi aktual problemdir. Lakin milli iqtisadiyyatın ikinci aktual problemi regionlararası inkişaf fərqlərinin olduqca böyük olmasıdır. Bu fərq özünü neft sektorunun inkişafı ilə digər regionlardan daha yüksək inkişaf səviyyəsinə qovuşaraq ölkənin əsas məskunlaşma və iqtisadi mərkəzinə çevrilən Bakı şəhəri ilə digər regionların arasında bir sıra əsas sahələr üzrə özünü daha qabarıq şəkildə göstərməkdədir. Ölkəmizin bir çox iqtisadi rayonlarında kifayət qədər turizm potensialı olduğunu, həmin potensialın ümumilikdə Bakı şəhərinin potensialından

qat-qat daha yüksək olduğunu nəzərə aldıqda ölkə üzrə nəzərdə tutulmuş 350 milyon manatlıq investisiya qoyuluşunun 215 milyon mantlıq hissəsinin, yaxud 61,4%-nin təkcə Bakı şəhəri üzrə istifadə edilməsi tarazlıq və ədalət prinsipi baxımından, regionlararası sosial-iqtisadi inkişaf fərqlərinin azaldılması baxımından əlverişli deyildir.

Bundan başqa məşğulluqla bağlı qeyd etmək lazımdır ki, yaradılan 35000 iş yerinin 30700-ü və ya 87,7%-i, yaradılan ÜDM-in 360 milyon manatlıq hissəsi və ya 77,4%-inin təkcə Bakı şəhərinin payına düşməsi gözlənilməkdədir.

Strateji Yol Xəritəsində aparılan GZİT təhlilinə baxdıqda zəif tərəf kimi turizm müəssisələrinin əsasən Bakı şəhərində yerləşməsi, regionlarla bağlı kifayət qədər çatışmazlıqlar qeyd edilsə də, ölkənin turizm potensialının əsas hissəsinin regionlarla bağlı olması göstərilsə də son nəticədə investisiyaların əsas hissəsinin Bakı şəhərinə yönəldilməsi, birinci strateji hədəf kimi Bakı şəhəri üzrə turizmin inkişafının qeyd edilməsi iqtisadi və məntiqi cəhətdən strategiyanın əsaslandırmaları, təhlilləri və yekun tədbirləri arasında uyğunsuzluğun olduğunu göstərir. Bu baxımdan dünyanın inkişaf etmiş turizm dövlətlərinin təcrübələri və yerli şərait mütləq şəkildə nəzərə alınmalıdır.

Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin yaradılmasına dair Strateji Yol Xəritəsində göstərilən GZİT təhlilində ölkəyə gələn xarici turistlərin məmnunluq səviyəsinin davalı olaraq nəzərdən keçirilməməsi zəif tərəf kimi göstərilsə də, yerli turistlər üçün bu məqama toxunulmamışdır. Halbuki ölkəmizdə satılmış turizm yollayışlarının 50%-dən yüksək hissəsi məhz ökə vətəndaşlarına xarici ölkələrdə səyahət etmək üçün satılmışdır. Təkcə 2017-ci il üzrə ölkə xaricində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılan turizm yollayışlarının dəyəri 37 milyon 719 min manat olmuşdur. Ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılan yollayışların dəyəri 5 milyon 608 min manat, xarici vətəndaşlara və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə satılan yollayışların dəyəri 11 milyon 285 min manat təşkil etmişdir. Bu bir daha onu göstərir ki, istənilən ölkədə turizm bazarının ilk alıcıları yerli turistlərdir və

respublikamızda yerli turistlərin xarici ölkələrdə xərclədikləri ümumi vəsaitlərin həcmini nəzərə aldıqda onların tələbi kifayət qədər yüksək qiymətləndirilməlidir.

Yerli turizm bazarının şərtləri eyni növ turizm xidmətləri üzrə ölkə vətəndaşlarına görə digər ölkələrin təklifindən daha səmərəli deyilsə, artıq ölkədə turizmin rəqabətqabiliyyətlili təmin edilə bilməz.

Dünya turizm bazarında son illərdə yüksək nəticələr əldə etmiş Türkiyə Respublikasında turizm sektorunun hazırkı inkişaf səviyyəsində regionlar üzrə investisiiya qoyuluşlarında diferesiallaşdırmanın rolunun böyük olmasını qeyd edə bilərik. 1992-ci ildən etibarən ölkədə ərazilər üzrə turizm sektorunda investisiyaların təşviqi üçün kredit faizlərində fərqləndirmələr aparılmışdır. İnvestisiya qoyuluşlarının banklar tərəfindən qiymətləndirilməsi aparıldıqdan və müsbət rəy verildikdən sonra kredit faizləri aşağıdakı kimi təyin edilmişdir:

- Yüksək və orta inkişaf səviyyəsinə malik bölgələr üçün 30%;
- İnkişafı birinci dərəcəli olan bölgələrdə 10%;
- İnkişafı ikinci dərəcəli olan ərazilərdə 15%

(http://dergipark.gov.tr/download/article-file/8474)

Bundan başqa banklar tərəfindən verilən kreditlərin həcmi ümumi investisiyaların inkişaf etmiş bölgələr üzrə 30%, orta inkişaf etmiş bölgələr üzrə 40%, digər bölgələr üzrə isə uyğun olaraq 50% və 60 % həcmində müəyyən edilmişdir. Həmin dövrdə qəbul edilmiş qaydalara əsasən kreditlərin təşviq sənədini almış sahibkarlara investisiyaların tamamlanmamış hissəsinin 70%-lik hissəsi üzrə verilməsi ilk iki ili ödənişsiz dövr olmaqla beş il ərzində həyata keçirilməlidir. Ödənişli dövr üzrə isə ödəniş faizi inkişaf etmiş bölgələrdə 35%, orta inkişaf etmiş bölgələrdə 25%, ikinci dərəcəli inkişafı zəruri olan bölgələrdə 20%, birinci dərəcəli inkişafı zəruri olan bölgələrdə isə 15% olmuşdur.

1996-cı ildən sonrakı dövrdə Türkiyədə turizm sektorunda investisiya layihələrinin həyata keçirilməsində güzəştlərin tətbiqi üçün tələb edilən şəxsi kapitalın həcmi ümumi investisiyanın inkişafı zəruri olan bölgələrdə 40%, orta inkişaf etmiş bölgələrdə 50% faiz, inkişaf etmiş bölgələrdə isə 60%-i həcmində müəyyən edilmişdir. Həmçinin 1995-ci ildə investisiyaların təşviqi üçün dövlət

tərəfindən vergi güzəştlərinin tətbiqi də nəzərdə tutulmuşdur. Buna görə inkişafı zəruri olan bölgələrdə və xüsusi əhəmiyyəti olan sahə istiqamətləri üzrə vergi güzəştlərinin həcmi 70%-ə, digər investisiya qoyuluşları üçün isə 20% nəzərdə tutulmuşdur.

Azərbaycanın turizm sektorunda qarşılıqlı əlaqələrinin mövcud olduğu ölkələrlə müqayisədə geri qalması hüquqi və iqtisadi mexanizmlərdən yerli şəraitin spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla effektiv, elmi əsaslarla istifadə edilməsini tələb edir. Turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsində iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi prinsipi ilə yanaşı, regionlararası inkişaf fərqlərinin azaldılması prinsipi hər zaman ön planda olmalıdır. Yalnız bu halda hər iki problemin vahid iqtisadi siyasətlə həlli mümkündür. Bütün bunların nəzərə alınması aşağıdakı səbəblərə görə vacibdir:

- Turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarında regionlara nəzərən Bakı şəhərinə daha çox üstünlük verilməsi sosial-iqtisadi inkişaf baxımından fərqləri daha da dərinləşdirir;
- Regionların turizm potensialından istifadənin yüksəldilməsi ilə regional məşğulluq probleminin həlli mümkündür;
- Regionların ekoloji mühitinin, tarixi və mədəniyyət nümunələrinin qorunmasına diqqət artırılacaqdır;
- Ölkə daxilində turizm bazarında təklif artacaq, xidmət səviyyəsi yüksələcək, qiymət səviyyəsində azalmalar müşahidə ediləcəkdir. Bununla da xarici ölkələrdən daha çox turistlərin ölkəyə cəlb edilməsi mümkün olacaqdır.

# NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Turizm müasir dövrdə ən mühüm xidmət sahələrindən biri olaraq qalmaqdadır. Turizmin inkişafı ilə turizmə dair elmi-nəzəri yanaşmalar da genişlənmişdir. Qədim dövrlərdə baş vermiş səyahətlər turizmin tarixi başlanğıcı kimi qəbul edilir. Turizmin mahiyyətinə dair yanaşmaların fərqli cəhətləri olsa da, səyahət, gəzinti fəaliyyətinə bağlılığı ortaq qəbul edilir. Turizm sektoru öz inkişafı ilə iqtisadiyyatın daha çox sahəsində sosial-iqtisadi səmərə yaradaraq onu cəmiyyətə yaymaq qabiliyyəti yüksək olan sahələrdəndir. Əməktutumlu olması ilə ölkədə məşğulluğun artırılmasında böyük rola malikdir. Azərbaycanda turizmin nəzəri əsaslarının araşdırılması üzrə bir çox alimlərin kifayət qədər sanballı əsərləri olsa da, praktiki cəhətdən sahənin inkişafında daha çox çatışmazlıqlar mövcuddur. Ökədə turizm potensialından istifadə üzrə əsas problemlər kadr hazırlığı sisteminin aşağı səviyyədə olması, turizm sahəsində investisiya qoyuluşlarının aşağı səviyyədə olması, investisiya qoyuluşlarının bir sıra hallarda sahibkarlıq qabiliyyəti əsasında həyata keçirilməməsi, regionlarda turizmin inkişafına dəstəyin paytaxta nəzərən arxa planda qalması, turizm ixtisasları üzrə boş iş yerlərində qeyri-peşəkar, turizm sahəsi üzrə ixtisasçı olmayan işçilərin çalışması, sahədaxili istiqamətlər və regionlar üzrə stimullaşdırıcı mexanizmlərin passivliyi və s. kimi amillərlə bağlıdır.

Azərbaycanda kənd turizmi, dağ və qış, mədəni turizm, çimərlik turizmi üzrə yerli potensial yüksəkdir. Buna baxmayaraq otel və mehmanxanaların doluluq səviyyəsi potensialdan aşağıdır. Yüksək potensialı olan bir çox regionlarda isə potensialdan istifadəyə imkan verən normal infrastruktur sistemi mövcud deyildir. Yerli bazarlarda turizm sektorunda xidmət səviyyəsinin aşağı olması, qiymətlərin yüksək olması, infrastrukturla bağlı problemlər yerli turistlərin xarici turizm mərkəzlərinə daha çox üstünlük vermələrinə səbəb olur.

Qeyd olunanları nəzərə alaraq ölkəmizdə turizmin inkişaf etdirilməsi üçün aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi əhəmiyyətli olacaqdır:

- Ölkə üzrə turizm potensialının qiymətləndirilməsi, potensialdan istifadənin nəzəri əsasları və tətbiqi fəaliyyətlərin qanunauyğunluqlarının təmin edilməsi;
- Yerli turizm bazarında sağlam rəqabət mühitinin yaradılması;
- Turizm sektorunda dövlətin investisiya, büdcə-vergi və pul-kredit siyasətində obyektiv əsaslı qərarların qəbulu;
- Ölkə regionlarında turizm potensialı olan ərazilərdə mülkiyyət münasibətlərinin, mülkiyyətdən istifadə qaydalarının sahənin tələblərinə uyğun ciddi şəkildə tənzimlənməsi;
- Bakı şəhərinə nəzərən regionlarda turizmin inkişafına daha çox üstünlük verilməsi;
- Regionların turizm potensialından istifadə səviyyəsinin artırılması üçün vergi və faiz güzəştlərindən istifadə edilməsi;
- Sərhəd buraxılış məntəqələrində turistlərin ölkəyə buraxılması , həmçinin sənədləşmə qaydalarının real formada sadələşdirilməsi;
- Kadrların işə qəbulunda ixtisas uyğunluqlarının təmin edilməsi;
- Regionlarda sosial, nəqliyyat və xidmət infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi;
- Yerli turistlərin turizm xidmətlərinə olan tələblərinin davamlı olaraq müşahidə edilməsi və qarşılanması;
- Dünya turizm bazarında baş verən inkişaf tendensiyalarının, tələb dəyişikliklərinin nəzərə alınması;
- Dünya turizm bazarının əsas tələb ölkələrində Azərbaycanın tanıdılması işlərinin sürətləndirilməsi;
- Otel və mehmanxanların tikilməsinin bazar tələbləri əsasında həyata keçirilməsi;
- Milli dəyərlərin, adət və ənənələrin dövlət tərəfindən mühafizə edilərək inkişaf etdirilməsi.

# İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

## Azərbaycan dilində


1. O.N.Aras, E.Süleymanov, Azərbaycan iqtisadiyyatı. Şərq-Qərb. Bakı – 2010. 316 s.
2. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı. Bakı - 2014
3. Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı. Bakı – 2002.
4. Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı. Bakı – 2010.
5. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı – 2016. 98 s.
6. Azərbaycan Respublikasında turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi problemləri. Bakı – 2009. 58 s.
7. C.A.Məmmədov, B.Ə.Bilalov. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Bakı – 2004, 212 s.
8. A.N.Həsənov, Azərbaycanda regional turizmin inkişafı: problemlər, perspektivlər. Bakı – 2012, 368 s.
9. Azərbaycanda Turizm. Statistik Məcmuə. Bakı – 2018. 136 s.
10. Qurbanov F., Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri. Bakı – 2007
11. C.A.Məmmədov, H.B.Soltanova, S.H.Rəhimov. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Bakı – 2002. 527 s.
12. İ.Hüseynov, N. Əfəndiyeva. Turizmin əsasları. Mars-Print. Bakı – 2007. 442 s.
13. İnnovativ turizm əməliyyatları. Abbasova S.H. Bakı – 2004
14. M.Məmmədzadə. Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsində turizmin rolu və əhəmiyyəti. Təhsil problemləri qəzeti. №03-04, B., 2007
15. B.Ə. Bilalov. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı – 2006. 280 s.

16. Əlirzayev Ə.Q., Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi. Bakı – 2011, 493 s,

17. Əlirzayev Ə.Q., Turzimin inkişafının sosial-iqisadi problemləri. Adiloğlu. Bakı – 2006. 164 s.

**Xarici dillərdə**

1. Orhan İçöz. Turizm coğrafiyası. Ankara 2002

2. Türkiyede turizm sektörünün isdihtama katkısı. Mustafa Ş. Akademik yaklaşımlar dergisi.№1. Malatya – 2016

3. Yıldız Zafer, Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi. Vizyoner dergisi C.3, S.5, s.54-71

4. Öcal Usta. Genel turizm. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir – 2002.

5. Bahar Ozan, Kozak Metin. Turizm Ekonomisi. Ankara – 2006

6. Gökhan Emir. Turizm ekonomisi. Bartın – 2015.

7. Bahar O., Kozak M., Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Detay Yayıncılık, Ankara. 2005:81

8. Bahar O., Bozkurt K. "Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi,* 21(2), 2010. s. 255-265

9. Birleşmiş Milletler Çevre Programı [UNEP], 2005: 10

10. G.N.Kuşat. Küreselleşen dünyada turizm sektörü: bilgi iletişim teknolojileri ve rekabet gücü. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi. Cilt 3 - Sayı 5 - Kasım 2011. S-123

11. M. Zekai Bayer. Turizme Giriş, İstanbul.Bayer, 1992:3

12. Mehmet Alagöz, Savaş Erdoğan, Nurgül Topallı. Gaziantep Sosyal Bilimler Dergisi. 7(1): 79-89. Gaziantep. 2008

13. Nazmi Kozak, Meryem Akoğlan, Metin Kozak Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, 3. bs., Ankara. 1997.

14. Osman Kemal Ağaoğlu Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkinliği, MPM Yay., No:439, Ankara. 1991.

15. Seher Uçkun, İşletme ve işletme Türleri, Turizm işletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul Uçkun, 2004:28

1. Курортно – туристические ресурсы. В кн. Природно ресурсный потенциал Большого Кавказа.Баку – 1987
2. М.Б. Биржаков. Введение в туризм. М., 2000
3. И.Т.Балабанов, А.И. Балабанов. Экономика туризма. М., 2003
4. Менеджмент туризма. Основы менеджмента. М., Финансы и статистика, 2002
5. А. Ю. Александрова. Международный туризм. Москва – 2002
6. М.Б. Биржаков. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом "Герда", 2000. - 192 с.
7. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма М.: Академия, 2005. - 192 с.

1. M.M.Mirsanjari, “Importance of Environmental Ecotourism Planning For Sustainable Development”, *OIDA International Journal of Sustainable Development,* 4(2), 2012. s. 85-92
2. E.Muhanna, “Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries”, *Problems and Perspectives in Management,* 4(2), 2006. s. 14-30

**İnternet resursları**

1. http://dergipark.gov.tr/download/article-file/8474
2. http://goktepe.net/turizmin-cesitli-alanalardaki-faydalari-ve-ekonomiye-etkisi.html
3. http://teftis.kulturturizm.gov.tr
4. http://www.emo.org.tr/ekler/740c8d9c193f16d_ek.pdf?dergi=386
5. http://www.e-qanun.az/alpidata/framework/data/9/f_9367.htm
6. http://www.e-qanun.az/framework/4759
7. http://www.sbe.deu.edu.tr

8. http://www.tuyed.org.tr/turizmin-ekonomiye-katkisi-100-sayfalik-kitapta-anlatiliyor/
9. http://www.undp.org/content/undp/en/home/sdgoverview/post-2015-development-agenda/goal-1.html
10. https://www.stat.gov.az/source/regions/az/p3.pdf

## Cədvəl siyahısı

Cədvəl 2.1.1. Dünya regionları üzrə qəbul edilmiş turistlərin və turizm gəlirlərinin bölgüsü.....27
Cədvəl 2.1.2. Azərbaycanda 2013-2017-ci illərdə turizm məqsədilə yerləşdirilmiş turistlərin sayı.....32
Cədvəl 2.1.3. 2014-2017-ci illərdə səyahət agentlikləri və turoperatorların vasitəçiliyi ilə Azərbaycana gələn turistlərin sayı.....33
Cədvəl 2.1.4 Azərbaycanın iqtisadi rayonları üzrə 2013-2017-ci illərdə yerləşdirilmiş turistlərin sayı, nəfər.....36
Cədvəl 2.1.5 2017-ci ildə iqtisadi rayonlar üzrə yerləşdirilmiş şəxslərin turizm məqsədlərinə görə strukturu, faizlə.....37
Cədvəl 2.2.1. Azərbaycanda səyahət agentlikləri və turoperatorların fəaliyyətinə dair statistik göstəricilər.....38
Cədvəl 2.2.2 Turistlərin sayının daha çox olduğu dövrdə mülkiyyət növləri üzrə nömrələrin istifadə səviyyəsi, faizlə.....41

## Şəkil siyahısı

Şəkil 2.1. 2017-ci ildə səyahət agentlikləri və turoperatorların xərclərinin strukturu.....39
Şəkil 2.2. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə nömrə fondunun strukturu.....41