

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

“Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Rəhimov Tərlan Rəhim

BAKİ – 2019

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

BMDM-in direktoru
dos.Əhmədov Fariz Saleh oğlu

Təsdiq edirəm

_____ (imza)

“ ___ ” _____ 2019-cu il

“Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 – Dünya iqtisadiyyatı

İxtisaslaşma: Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər

Qrup: 800

Magistrant
Rəhimov Tərhan Rəhim

Elmi rəhbər
i.e.d.,prof. Həsənov Rasim Tapdıq

Proqram rəhbəri
i.f.d.,b/m. Nəcəfova K.A.

Kafedra müdiri
i.e.d.,prof.Kəlbiyev Y.A.

BAKI – 2019

ELM ANDI

Mən, Rəhimov Tərhan Rəhim oğlu and içirəm ki, “Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivləri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

TOURISM SECTOR AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES IN AZERBAIJAN

Summary

The actuality of the subject. The subject of dissertation is called "Tourism sector and prospects of development in Azerbaijan". One of the areas that has a special place within non-oil sector is tourism.

Tourism is one of the fastest growing economies in world, one of most profitable types of business sphere, attracting large amounts of investment, providing rising employment, and also a source of revenue to state budget.

Identification of problems of tourism development in world economy, including tourism in Azerbaijan, and their elimination and improvement are main objectives of dissertation work.

Purpose and Objectives of the Study: The purpose of study is to explore problems of tourism development and place in world. Research tasks are to study development of tourism and problems that may be present in development.

Research methods used: The Republic of Azerbaijan and tourism sector of world countries have been comparatively analyzed. From point of view, analysis, synthesis, comparative analysis methods were used in the study.

Research Information: Normative-legal acts on tourism and development are basis of research database. The President's orders and textbooks were also analyzed.

Research Restrictions: During research, I couldn't find a book on importance of tourism for current period.

Research Findings: The prospects of tourism development and situation in Azerbaijan were studied.

Scientific-practical significance of the results: As a result of research it has been established that leading countries of world and Azerbaijan's tourism sector are developing differently. Azerbaijan's non-oil sector is basis of tourism development.

Key words: tourism, economy, development, non-oil sector.

İXTİSARLAR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
AZAL	Azerbaijan AirLines Azərbaycan Hava Yolları
AZTA	Azərbaycan Turizm Assosiasiyası
BƏƏ	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri
BMT	Birləşmiş Millətlər Təşkilatı
ETİ	Elmi-TeXniki İnkilab
ETT	Elmi-TeXniki Tərəqqi
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
ÜTT	Ümumdünya Ticarət Təşkilatı
İEOÖ	İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələr
İT	İnformasiya Texnologiyaları
İEÖ	İnkişaf Etmiş Ölkələr
MDB	Müstəqil Dövlətlər Birliyi
MR	Muxtar Respublika
QSC	Qapalı Səhmdar Cəmiyyəti

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	4
I FƏSİL. Müasir dünya iqtisadiyyatında turizmin iqtisadi fəaliyyət növü kimi mövqeyinin identifikasiyası	9
1.1. Turizmin iqtisadi mahiyyəti və dünya iqtisadiyyatında mövqeyi.....	9
1.2. Turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirlərinin qiymətləndirilməsi	16
1.3. Qloballaşmanın turizmin inkişafına təsirləri.....	22
II FƏSİL. Azərbaycanda turizm sektorunun formalaşması xüsusiyyətləri və inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsi	31
2.1. Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsi.....	31
2.2. Turizmin inkişafında dövlət tənzimlənməsinin rolu: əlverişli təsərrüfatçılıq rejiminin formalaşması və investisiya baxımından dəstəklənmə siyasəti.....	44
2.3. Azərbaycanda yeni turizm marşrutları və potensialının formalaşdırılmasında özəl sektorun iştirakının qiymətləndirilməsi.....	50
III FƏSİL. Azərbaycanda turizm sektorunun problemləri və inkişaf perspektivləri	56
3.1. Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişafında turizmin rolu və perspektivləri.....	56
3.2. Dünya təcrübəsi baxımından milli turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması və tənzimlənməsi vəzifələri.....	61
3.3. Turizm sektorunun inkişafında mövcud problemlər və onların aradan qaldırılması yolları.....	66
Nəticə və təkliflər	71
İstifadə olunmuş ədəbiyyat	73
ƏLAVƏLƏR	76
Cədvəllərin siyahısı.....	78
Şəkillərin siyahısı.....	78
Qrafiklərin siyahısı.....	78

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Son illərdə dünya ölkələrinin sürətli inkişafı rəqabət sahəsini formalaşdırmışdır. Bir çox ölkələr iqtisadi inkişafı təbii resursların əldə olunmasında, bu resursların xammal kimi ixracında görür. Lakin dünyanın qabaqcıl ölkələrinin praktikasına baxsaq görürük ki, qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşu və bu sahələrin həmin investisiya nəticəsində inkişaf etdirilməsi daha böyük iqtisadi səmərə verə bilər.

Turizm sahəsi qeyri-neft sektorunun xüsusi sahələrindən biridir. İnsanların səyahət etmək, maraqlı yerləri görmək istəməsi prosesi turizm kimi başa düşülür. Amma turizm anlayışına bu qədər sadə yanaşmaq olmaz. Turizm ölkə iqtisadiyyatında önəmli rol oynadığından onun potensialı çox genişdir. Turizm müasir dövrdə aktual məsələlərdən biridir.

Turizm beynəlmiləl iqtisadiyyatın sürətlə inkişafda olan, biznes sferasının ən gəlirli növü, böyük məbləğdə investisiya cəlb edən, yüksələn məşğulluğu təmin edən və həm də dövlət büdcəsinə gəlir gətirən sahələrindəndir. Faktiki olaraq, çağdaş dünya iqtisadiyyatında dünyəvi turizm sisteminin elementləri yaranır. Dünyəvi turizm sistemi özündə beynəlmiləl mehmanxana sistemlərini, hava, su həmçinin yer üzündəki turist daşımalarını və yerlərin öncədən sifarişini üzrə kompüter şəbəkəsini birləşdirir.

Digər təsərrüfat formalarında olduğu kimi turizm sferasının düzgün idarə olunması və davamlı fəaliyyət göstərməsinin əsasında məhz maliyyə göstəriciləri və turizm sferasının maliyyələşmə mənbələri durur.

Turizm xidmət sahəsidir, ayrı-ayrı insanlara vətəndaşlara turizm xidmət -lərinin göstərilməsini təklif edir. Göstərdiyi xidmətin müqabilində əldə etdiyi maliyyə resursu gəlir, xidmətlərin göstərilməsi ilə əlaqədar əmələ gələn itkilər isə xərc hesab olunur.

Turizmin maliyyəsi dedikdə, turizm fəaliyyətinin nəticəsi olaraq əldə olunmuş qazanc və ya sərf olunmuş xərclərin məcmusu başa düşülür. Çünki turizm fəaliyyətində gəlir olduğu kimi xərclər də önəmli yerlərdən birini tutur və turizmin maliyyəsinin əsasında turizm fəaliyyəti nəticəsində əldə olunmuş gəlirdən xərclərin

çıxılması prosesi dayanır. Bütün qeyd etdiklərimiz dissertasiya işinin aktuallığını ön plana çəkir. Mövzu aktual olduğundan onun tədqiqi hərtərəfli analiz tələb edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Azərbaycan müstəqillik qazanandan sonra uzun müddət turizm haqqında qanunvericilik sistemi demək olar ki, mövcud olmamışdır. Bu səbəbdən də bu sahənin inkişafının tənzimlənməsində hər hansı bir hüquqi alət, mexanizm mövcud olmamışdır. Lakin Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanununun layihəsi 1996-cı ildən etibarən hazırlanmış olsa da, bu qanunun icrası 1999-cu ilə təsadüf edir. Müasir dövrdə bir sıra dissertasiyalar yazılmış və çoxlu addımlar atılmışdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi dünya iqtisadiyyatında, o cümlədən Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri və onların aradan qaldırılması və təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsidir. Dissertasiya işi nəzərdə tutulan məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı əsas vəzifələri həyata keçirir:

- ❖ Turizmin iqtisadi mahiyyəti və dünya iqtisadiyyatında mövqeyinin tədqiqi;
- ❖ Turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirlərinin qiymətləndirilməsi;
- ❖ Qloballaşmanın turizmin inkişafına təsirlərinin müəyyən edilməsi;
- ❖ Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsinin öyrənilməsi;
- ❖ Turizmin inkişafının tənzimlənməsinin zəruriliyi: əlverişli təsərrüfatçılıq rejiminin formalaşması və investisiya baxımından dəstəklənmə siyasətinin araşdırılması;
- ❖ Azərbaycanda yeni turizm marşrutları və potensialının formalaşdırılmasında özəl sektorun iştirakının qiymətləndirilməsinin təhlili;
- ❖ Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişaf etməsində turizmin rolu və perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi;

❖ Dünya təcrübəsi baxımından milli turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması və tənzimlənməsi vəzifələrinin araşdırılması;

❖ Turizm sektorunun inkişafında mövcud problemlər və onların aradan qaldırılması yollarının təhlili.

Tədqiqat işinin obyektini və predmeti. Tədqiqat işinin obyektini dünya təcrübəsi əsasında Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafının əsas istiqamətlərinin müəyyən olunması və bu sahədə dövlətin həyata keçirməli olduğu tədbirlərin müəyyən edilməsi təşkil edir. Tədqiqat işinin predmetini isə dünyada müasir inkişaf mərhələsində turizmin inkişaf problemləri və onların həlli yollarının müəyyən edilməsi təşkil edir.

Tədqiqatın metodları. Dissertasiya işinin yazılmağında analiz ilə sintez, həmçinin də induksiya və deduksiya üsullarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası. Tədqiqat işinin informasiya bazasının əsasında Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanunu, turizm fəaliyyətinə dair digər qanunvericilik aktları, eləcə də bu sahəyə dair yerli və iqtisadi ədəbiyyatlar təşkil edir. Dissertasiya işinin yazılmasında internet informasiya ehtiyatlarından, dərsliklərdən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Tədqiqat zamanı turizmin perspektiv imkanlarının indiki dövr üçün əhəmiyyəti ilə bağlı kitab axtarsam da tapa bilmədim. Bu baxımdan tədqiqatın informasiya bazasında və nəzəri-metodoloji hissədə çatışmazlıq ola bilər.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat işinin əsas nəticələri aşağıdakılardan ibarətdir:

❖ Turizmin iqtisadi mahiyyəti və dünya iqtisadiyyatında mövqeyi tədqiq olunur;

❖ Turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirlərinin qiymətləndirilməsi həyata keçirilir;

❖ Qloballaşmanın turizmin inkişafına təsirləri müəyyən edilir;

❖ Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsi öyrənilir;

❖ Turizmin inkişafında dövlət tənzimlənməsinin rolu: əlverişli təsərrüfatçılıq rejiminin formalaşması və investisiya baxımından dəstəklənmə siyasəti araşdırılır;

❖ Azərbaycanda yeni turizm marşrutları və potensialının formalaşdırılmasında özəl sektorun iştirakının qiymətləndirilməsi təhlil olunur;

❖ Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişaf etməsində turizmin rolu və perspektivləri müəyyən olunur;

❖ Dünya təcrübəsi baxımından milli turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması və tənzimlənməsi vəzifələri araşdırılır;

❖ Turizm sektorunun inkişafında mövcud problemlər və onların aradan qaldırılması yolları təhlil olunur.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi girişdən üç fəsildən, nəticə və təkliflərdən ibarətdir. Dissertasiya işinin sonunda tədqiqatın istinad edildiyi ədəbiyyat siyahısı təqdim edilmişdir. Dissertasiya işi ümumilikdə 78 səhifə həcmindədir.

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, işlənmə vəziyyəti, informasiya bazası, obyekt, predmeti, məqsədi və vəzifələri, elmi və praktiki əhəmiyyəti müəyyən edilir, tədqiqatın metodları xarakterizə olunur.

Dissertasiya işinin I fəslə "Müasir dünya iqtisadiyyatında turizmin iqtisadi fəaliyyət növü kimi mövqeyinin identifikasiyası" adlanır. Bu fəsildə turizmin iqtisadi mahiyyəti və dünya iqtisadiyyatında mövqeyi, turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirlərinin qiymətləndirilməsi və qloballaşmanın turizmin inkişafına təsirləri araşdırılmışdır.

Dissertasiya işinin II fəslə "Azərbaycanda turizm sektorunun formalaşması xüsusiyyətləri və inkişaf səviyyəsinin qiymətləndirilməsi" adlanır. Burada Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsi, turizmin inkişafında dövlət tənzimlənməsinin rolu və Azərbaycanda yeni turizm marşrutları və potensialının formalaşdırılmasında özəl sektorun iştirakının qiymətləndirilməsi tədqiq olunmuşdur.

Dissertasiya işinin III fəslı “Azərbaycanda turizm sektorunun problemləri və inkişaf perspektivləri” adlanır. Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişaf etməsində turizmin rolu və milli turizm sektoruna investisiyaların qoyuluşu araşdırılmışdır.

I FƏSİL. MÜASİR DÜNYA İQTİSADİYYATINDA TURİZMİN İQTİSADİ FƏALİYYƏT NÖVÜ KİMİ MÖVQEYİNİN İDENTİFİKASİYASI.

1.1. Turizmin iqtisadi mahiyyəti və dünya iqtisadiyyatında mövqeyi.

Qeyri-neft sektorunun inkişafı iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsinin prioritetidir. Qeyri-neft sektorunun inkişafı iqtisadiyyatın dayanıqlılığına təkan verərək onun inkişafını sürətləndirir və şaxələnməsi üçün şərait yaradır. Elə bu baxımdan da qeyri - neft sektorunun inkişafında dövlət büdcəsinə gəlirlərin rolu daim izlənilir. Qeyri-neft sektorundan birini turizm sahəsi təşkil edir.

Fransız sözü olan turizm anlayışının mənası gəzinti, səfər və motivdən asılı olaraq yerdəyişmə deməkdir. Turizm təlabatı məkan və zamandan asılı olaraq dəyişir. Turizmdə kəmiyyət və keyfiyyət amilləri olduqca zəruridir. Turizmin prioriteti zəngin və yoxsul ölkələrdə dəyişkəndir. Turizmin perspektivini islahatlar müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafında səyahət edəcək olan turistlərin dinamikası və onların maddi rifahı mühüm rol oynayır.

Fəaliyyət və xidmət sahəsi olan turizmin əsas məqsədi xidmət göstərən mənəfət əldə etməkdir. Bu mənəfət ilə də sosial və iqtisadi inkişafa təkan verir. ÜDM-nin artırılmasında turizmin inkişafı başlıca məsələlərdən biridir. Turizm qeyri-neft sektoru sahəsi kimi inkişaf edərək yeni iş yerlərinin açılmasına müvəffəq olur. Turizm məhz sosial və iqtisadi inkişafa imkan yaradır (Cabbarov Ə.X., 2015).

Turizm bir cəmiyyətdə restoran, əyləncə və daha yaxşı xidmətlərin yaradılmasına gətirib çıxarır. Turizm, xidmət sektorundakı ən böyük sektorlardan biridir.

Turizmin istehsal, təşkilatı və idarə quruluşu turizmin mahiyyət və önəmini formalaşdırır. Turizm qeyri-neft sektorunun əsas sahəsi kimi gəlirləri formalaşdırır. Tarixi və iqtisadi baxımdan turizmdə ayrı-ayrı dövrlərdə iqtisadi problemlər meydana çıxır. Turizmin coğrafi mövqeyi onun formalaşmasına təkan verir.

Turizmin müəyyən bir sistemi vardır ki, məhz bu sistem onu formalaşdırır. Bu sosial sistemi adlanır. Sosial sistem isə iqtisadi sistemini formalaşdırır.

Beləliklə, bir sistem başqa sistemi yaradır. Turistlər hər bir ölkədə turizm təşkilinin əsas meyarıdır. Hər bir turist müəssisəsi turistlərin arzu və istəklərini nəzərə alaraq fəaliyyət göstərirlər. Burada tələb və təklif çox önəmlidir. Çünki onlar turizm bazarını formalaşdırırlar. Turizm məhsullarının qiymətini də məhz tələb və təklif müəyyənləşdirir.

Turizmin sosial və iqtisadi önəmi onun genişspektrli bir sahə olması ilə izah oluna bilər. Turizmin başlıca məqsədi gəlir əldə edərək ölkə iqtisadiyyatını inkişaf etdirməkdir. Turizmin inkişafı məhz ölkənin inkişafı deməkdir. Turizmin inkişafı yönündə atılan hər bir addım ölkənin görməli yerlərinin, tarixi abidələrinin, kurort zonalarının inkişaf etməsi ilə nəticələnir. Turizm ölkənin infrastrukturunun yenidən qurulmasında böyük rol oynayır.

Müasir dövrdə biznesin və hər bir müəssisənin obyektinin əsasında məhz turizm durur. Sosial baxımdan yeni iş yerlərinin açılması turizmin inkişafına yönəlmiş addımdır. Məhz bu turizmin sosial əhəmiyyətli olması deməkdir. Yeni iş yerlərinin açılmasında başlıca məqsəd məşğulluğu təmin etməkdir. Deməli, turizm özü ilə bir neçə sosial funksiyanı da yerinə yetirir.

Dünyanın qabaqcıl ölkələrinə nəzər yetirsək görürük ki, turizm ölkə vətəndaşlarının həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına, demoqrafik inkişafa, artıma, iqtisadi sistemin yenidən qurulmasına köməklik göstərir. Ən əsası isə turizm ÜDM-nin inkişafına da böyük təsir göstərir (Bilalov B.Ə., 2006:s.57).

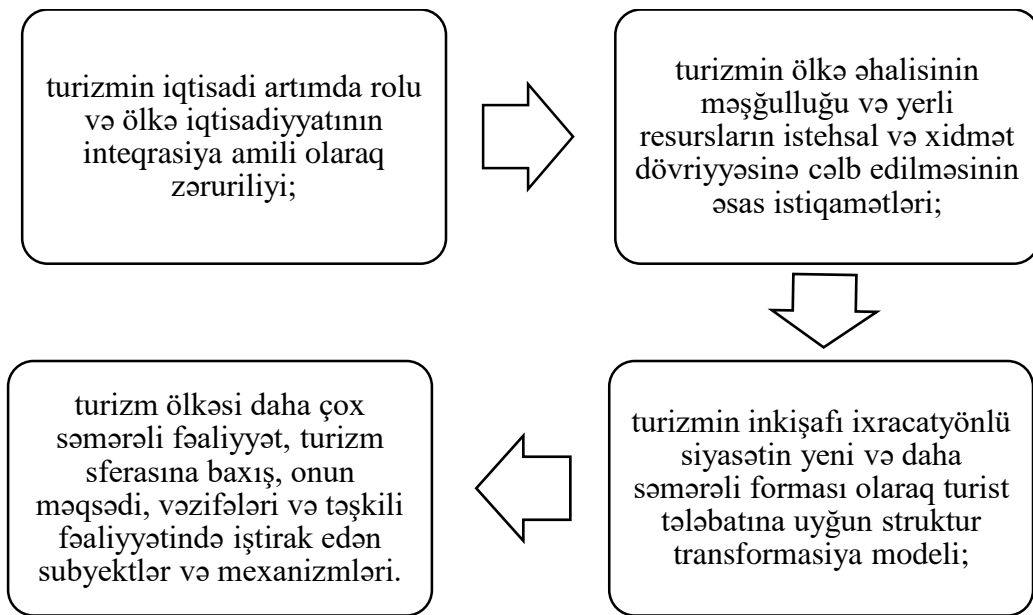
Turizm iqtisadiyyatın sahəvi sektoru kimi geniş potensiala malikdir. İqtisadi potensialda yeni bazar münasibətləri formalaşmağa başlayır. Bu formalaşma sosial inkişafın başlanğıcı hesab olunur.

Qeyri-neft sektorunun, xüsusilə isə turizmin öyrənilməsi müxtəlif meyarlar əsasında baş verir. Turizm iqtisadi və beynəlxalq əlaqələrin inkişafına güclü təsir göstərir. Turizmə ölkə iqtisadiyyatının mərkəzi mexanizmi kimi baxılır. Belə ki, o multiplikasiya səmərəsi adını qazanmışdır. Multiplikasiya səmərəsi deyilən zaman həm birbaşa, həm də dolayı yolla əldə olunan inteqral effekt başa düşülür.

Turizmdə bir faktor və bir kriteriya önəmli rol oynamır. O, resurs potensialını formalaşdırarkən bir sıra vəzifə və funksiyaları da yerinə yetirmiş olur. Resurs potensialı inkişaf baxımından coğrafi yer, məskunlaşma ilə birbaşa bağlıdır. Bu baxımdan turizmdə statistika, tədqiqat və proqnozlaşdırma önəmli yerlərdən birini tutur. Turizmin inkişaf etməsi ilə insan həyatının inkişaf səviyyəsi də getdikcə yüksəlir. İqtisadi artım və sosial problemlər məhz sektorun inkişafı üçün motiv rolunu oynayır (Bilalov B.Ə., 2006:s.35).

Aşağıdakı istiqamətlər turizmin yeri və rolunun nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdırır:

Şəkil 1: Turizmin nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdıran istiqamətlər



Mənbə: B.Ə.Bilalov “Turizmin Menecmenti” (2005).

Turizmin sosial rolunu qiymətləndirərək beynəlxalq sistemdə onun inkişafına nail oluna bilər. Sahibkarlıq, onun təşkili və iqtisadi sistemin balanslaşdırılması birinci yeri tutur.

Turizm sahibkarlığa, inkişaf texnikasına, idarəetmə funksiyasına müsbət təsir göstərir. Turizm müasir texnologiyalardan yararlanmağı zəruri

hesab edir. Dünyanın qabaqcıl ölkələrində turizmin inkişafı iqtisadiyyatın mühüm sahəsi kimi ön plandadır.

Mahiyət baxımında turizm bir sıra meyarlarla qiymətləndirilərək ölçülür. Bunlara aiddir:

- ❖ Coğrafi mövqe;
- ❖ Təbii şərait;
- ❖ İqtisadi mühit.

İstehsal prosesində oynadığı rola görə turizm təkrar istehsalın maddi əsasını təşkil edir. Turizmin başlıca xüsusiyyətləri müxtəlifdir. İqtisadçı alimlərin turizmə yanaşması müxtəlifdir. Məhz onların yanaşmaları turizmin əlamətlərini qiymətləndirməyə imkan verir. İqtisadçı alimlərdən rus tədqiqatçıları önəmli yerlərdən birini tutur. V.İ.Vernadskiy, A.V.Çayanov təbii sərvətlərin turizmin inkişafında rolunu yüksək qiymətləndirmişlər.

Müasir dövrdə turizm sahəsində müəyyən problemlər mövcuddur. Elə ki, turizmlə ölkələr arasında inteqrasiya yaranır. Lakin turizmdə başlıca problem maliyyə problemdir. Sosial yönümlü problemlər ərzaq bazarında və nəqliyyatda özünü göstərir (Cabbarov Ə.X., 2015:s.121).

Turizm iqtisadi artıma səbəb olur. Onun maraqları kommersiya maraqları ilə ölçülür. Turizmin fəaliyyət dairəsi əsasən resurs amilinə görə genişlənir.

Turizmdə idarəetmə, ərazi və funksional yeniliklərlə bağlı problemlər də mövcuddur. Turizm fəaliyyəti rəqabət qabiliyyətli, sosialyönlü və səmərəli təşkil olunmalıdır. Burada bir sıra mexanizmlərə fikir vermək lazımdır. Turizmin inkişafında özünü göstərən sosialyönlü problem məhz turistlərin ölkəyə səyahəti zamanı özünü göstərir. Turizmdəki sosial islahatlar rəqabət mexanizmini formalaşdırır. Rəqabət mexanizmi dünya ölkələri arasında inteqrasiyanı gücləndirir.

Tədqiqatçı alimlər hər bir sahədə olduğu kimi, turizm sahəsində də araşdırmalar aparmışlar. Onlar müxtəlif aspektlərdən yanaşaraq turizmin

inkişaf modellərini hazırlamışdılar. Turizmdə heç bir dövr ərzində vahid yanaşma olmamışdır. Daimi olaraq sınaqlar keçirilmiş, alternativ inkişaf modelləri hazırlanmağa cəhd edilmişdir. Əlbəttə ki, hər bir sınaq prosesində müəyyən dərəcədə nöqsanlar mövcud olmuşdur. Dövlətin əsas diqqəti və qayğısı məhz başqa ölkələrin təcrübəsindən bəhrələnmək və ya onu olduğu kimi tətbiq etmək deyildi. Sadəcə olaraq dövlət turizm sahəsinin stimullaşdırılmasında aparıcı qüvvə kimi çıxış edir. Əlbəttə ki, burada strategiyaların və perspektivlərin müəyyən edilməsi zəruridir.

İqtisadi inkişaf baş verdikcə turizm də inkişaf etməyə başlayır. Turizmin maddi əsasını bölgü sistemi təşkil edir. Turizm həm sosial, həm də iqtisadi həyatın bir hissəsidir. Turizmdə ÜDM və sosiallaşma qarşılıqlı vəhdət prinsipinə əsaslanır (Soltanov H.B., 2007:s.37).

Turizm, istirahət, iş və ya digər məqsədlər üçün ardıcıl olaraq bir ildən artıq olmamaq şərti ilə, adət-ənənələrdən kənar olan yerlərdə olan insanların fəaliyyətidir.

Turizm, müştərilərin məmnuniyyətini, təhlükəsizliyini və zövqünü xüsusilə turizm biznesinin mərkəzində olduğu üçün, müştərilərin dəyişən ehtiyacları və istəklərinə davamlı uyğunlaşma qabiliyyətini tələb edən dinamik və rəqabətli bir sənayedir.

Turizm inkişaf etmiş, həmçinin inkişaf etməkdə olan ölkələrdə böyük iqtisadi və sosial əhəmiyyət daşıyır. Turizm, normal iş yerlərindən və iqamət - gahından kənar yerlərə insanların müvəqqəti hərəkətidir. Müəssisələr tərəfindən bu istiqamətlərdə qalma zamanı həyata keçirilən tədbirlər istehlakçıların ehtiyaclarına cavab vermək deməkdir. Bu günə qədər yalnız məhdud sayda az adam səyahət etmək üçün vaxt və pula sahib idi.

Turizm dünya iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün məşhur bir sənayedir. İqtisadiyyatın inkişafından başqa turizm də yerli rəhbərliklərə və sakinlərə bir çox üstünlük gətirə bilər. Çox sayda hökumət bütün turizm maksimum faydalar əldə etmək üçün inkişaf etdirmək istəyir, hətta bəzi hökumətlər turizmin inkişafına daha çox enerji və pul sərf edirlər. Turizmin

inkişafı iqtisadi artım və işçi birliyinin artmasına səbəb ola bilər, belə ki, turizm iqtisadi artım və məşğulluq üçün əhəmiyyətli katalizatorudur. Turizmin ÜDM-də ümumi həcmi 2,8-3,9% -ni təşkil edir.

Bundan əlavə, turizm fəndreyzinqə kömək edə bilər, hökumət bəzi ictimai qurumları qurmaq və ya yoxsul uşaqlar üçün pul yığa bilər. Hökumətin etibarlılığı yaxşıdır və fəndreyzinq də yerli iqtisadiyyatı yaxşılaşdırmaq üçün faydalıdır. Bir turist fəndreyzinq üçün asan bir hədəf təmin edir. Turistlər düşərgə sahələrindən və park giriş haqlarından hər şeyə, balıq ovu və ovçuluq lisenziyalarına görə ödəniş edirlər.

Eyni zamanda, turizm inkişaf etdirilməsi də yerli sakinlər və ətraf mühit üçün çox mənfi təsirlər gətirir. Hər şeydən əvvəl, çirklənmə turizmlə bağlı ən böyük mənfi faktordur. Bundan əlavə, plastik çirklənmə turizmdən də çox ciddi problemdir. Bir çox insanlar hər yerdə, xüsusilə bir sıra içki və plastmas paketləri diqqətsiz olaraq ətrafa atırlar. Torpaq çirkliliyinə səbəb olur və ətraf mühitə zərər verir, bu faktor yerli sakinlərin həyatına təsir edə bilər.

Turizmin inkişafı hər bir ölkənin iqtisadi strategiyasının tərkib hissəsi olduğuna görə onun formalaşması, dinamikası, strukturu həmin ölkənin müvafiq strukturları ilə bağlıdır. Turizmin iqtisadi dünya iqtisadiyyatının tərkib hissəsidir. Bunun üçün də beynəlxalq turizm bölümü həm predmet olaraq, həm də ixtisas olaraq hazırlanır.

Beynəlxalq turizm sahəsi xarici ölkələrin turizm təcrübəsindən istifadə etmə yolu ilə ümumiləşmələr və qanunauyğunluqlar əldə etmək deməkdir. Dünya turizm təşkilatları mövcuddur. Bu təşkilatlar qabaqcıl turist ölkələrinin təcrübəsini və İEOÖ-in səviyyəsini nəzərə almaqla metodiki tövsiyələr və maliyyə yardımları edirlər. Bu təşkilatlara üzv olmaq könüllülük prinsipi əsasında həyata keçirilir (Nəbiyev N.Ə., 2000).

Hər bir turist təşkilatının nizamnaməsi, ona daxil olmanın şərtləri və ümumi təşkilatların imkanlarından istifadə etmə yolları göstərilir. ÜTT-larının maliyyə əsası ayrı-ayrı dövlətlərdə olan turist təşkilatının və dövlətlərin

keçirdikləri vəsait hesabına formalaşdırılır və ümumi formalaşmış resurlardan istifadə etmək üçün kvotalar tətbiq olunur.

Dünya ölkələrinin hər birində turizm üçün yararlı olan resursların həm daxili, həm də beynəlxalq turizmin inkişafı üçün istifadə edilməsi yolları hər ölkədə formalaşan, dərinləşən turist fəaliyyəti ilə bağlıdır. Real həyatda turizmin iqtisadi rolu bu ölkələrdə turizmin ümumi daxili məhsulda payı və ÜDM-istifadəsində dövlət büdcəsinin, qeyri-dövlət resurslarının, xarici ölkələrin resurslarının istifadə payı ilə ölçülür və dünya turizm fəallığı rəqabətlə idarə olunur.

Hər bir ölkə turizm bazarını genişləndirmək üçün turizm məkanının genişlənməsini digər ölkələrdə axtarır. Bu isə turizmin dünya ölkələrinə axını üçün mövcud coğrafi şəraitdən, nəqliyyat əlaqələrindən, yaxınlığından və çəkilən məsrəflərdən asılıdır. Hər bir ölkədə turizm şəraiti kompleks xidmətlərin vahidliyi ilə ölçülür. Belə ki, o ölkədə nəqliyyatın əlverişliliyi, otelçilik, ümumi ictimai xidmət, istirahət və mədəni servis yuxarıdırsa, həmin ölkələrə turist bazarında üstünlük verilir. Təbii ki, turizmin inkişafı dünya iqtisadiyyatının inkişafı ilə bağlı olaraq tarixi qanunauyğunluqlara malikdir.

Turizmə tələbat növü olaraq əlaqələrə bağlıdır. Müstəqillik şəraitində isə turizmin xarici iqtisadi əlaqələr kimi inkişafı və dinamikası gəlirlər və kommersiya maraqları üzərində qurulur. Turizmin inkişafı hər bir ölkədə milli mənəvi iqtisadi imkanlarla bağlıdır. O cümlədən sağlamlıq, səhiyyə sferasında iqtisadi xarici turizmdən istifadənin bir sahəsidir və sağlamlığı yuxarı ölkələrdən xarici ölkələrə gedən turistlərin sayı azdır. Məsələn, ərəb ölkələri Türkiyə İran ölkələrinə turizm səhayəti bizim respublikamız üçün xarakterikdir (Rəhimov S.H., 2004).

Turizmin inkişafında dövlətin investisiya siyasəti kredit resursları dövlətin gəlirlilik sahəsi kimi prioritet istiqamətlərini həmin ölkədə turizmin əks istiqamətlərini müəyyənləşdirir. İctimai əmək bölgüsündə xarici ölkələr turizmin ixtisaslaşmasına görə maraq kəsb edir və regionla xüsusiyyətlərə malik olur. Xarici turizmdən gələn gəlirlər ümumi daxili məhsulun

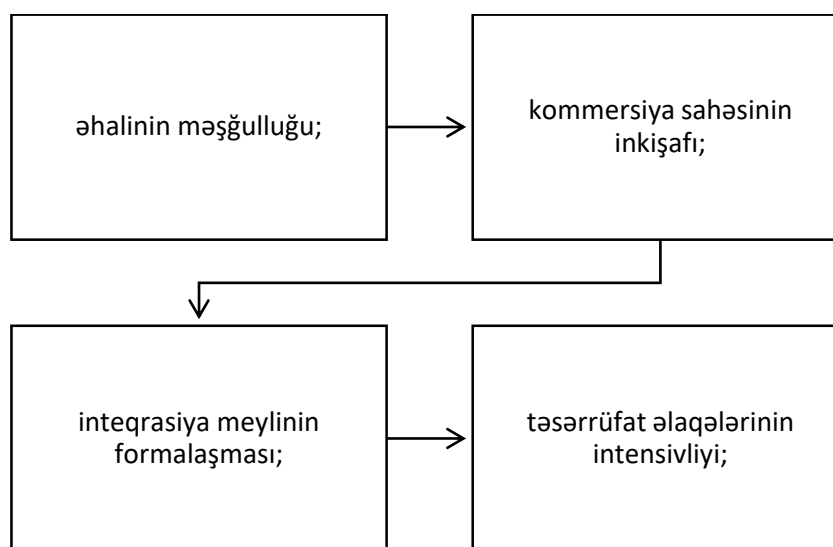
formalaşmasında və sosial inkişafın əsas istiqamətlərini perspektiv istiqamətlərində öz əksini tapır.

1.2. Turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirlərinin qiymətləndirilməsi.

Turizm dünya iqtisadiyyatının dinamik inkişaf edən sahələrindən biridir. İnkişafın yüksək sürəti böyük həcmdə valyuta kəsrləri, iqtisadiyyatın başqa sahələrinə də təsir göstərir. Elə bu baxımdan beynəlxalq miqyasda turizm sənayesi ildən - ilə genişlənir.

İqtisadi ədəbiyyatlarda turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsir amilləri müxtəlifdir. Bunlar aşağıdakılardır:

Şəkil 2: Turizmin iqtisadi inkişafa təsirinin amilləri



Mənbə: B.Ə.Bilalov "Turizmin Menecmenti" (2005).

Maddi nemətlər çərçivəsində iqtisadiyyat inkişaf edir. İqtisadiyyat sosial münasibətlər sistemindən ibarətdir. Belə ki, maddi nemətlər ilə resurs amilinin qiyməti formalaşır. Məhz bu iqtisadi münasibətlər sistemində turizmin rekreasiya və mənəvi zənginlik tələbatlarını ödəyən xidmətləri üzə çıxır.

Turizm Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən tənzimlənir. Turizm, insan həyatında bilinən bir işdir. Bu geniş ölçüdə bir sənayedədir və nəticədə

iqtisadi və sosial inkişafı dəstəkləyir. Dünya səviyyəsində turizmin inkişafı olduqca böyükdür. Turizm sektorunda hər il 600 milyondan çox adam səyahət edir, turizm dünyanın ən böyük sənayesidir, gəlirləri ildə təxminən yarım trilyon dollar, orta illik artım isə beş faiz təşkil edir (Əlrzayev Ə.Q., 2010).

Böyük və müxtəlif ölkələrdə həmişə bir şey təklif olunur və onun şərəfli ənənələri və zəngin mədəni irsi turizmin inkişafı ilə bağlı olur. Turizm, dünya ölkələrinin milli ÜDM-nin 5.68% -i və ümumi məşğulluğunun 8,78% -i ilə dünyanın ən böyük xidmət sektorudur. 13,72 milyondan çox illik xarici turist gəliri və 650 milyon yerli turist gəlirinin şahid oluruq. Turizm sənayesi 2018-ci ildə təxminən 100 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir və illik 9,4 faiz illik artım tempi ilə 275,5 milyard dollara qədər artmışdır.

İT sənayesi və xarici təchizat sənayesi turizmin artımına səbəb oldu. Dünyada turizm sənayesinin inkişafı digər sahələrdə bostançılıq, sənətkarlıq, kənd təsərrüfatı, tikinti və hətta quşçuluq kimi müxtəlif artımlara kömək etmişdir.

Turizmin birbaşa və dolaylı şəkildə artması müxtəlif sahələrdə müxtəlif iş yerləri yaratmışdır. turizm sənayesində təxminən 20 milyon insan çalışır.

Turizmdə otel sənayesi maraqlı bir mərhələdən keçir. Ölkədə otel otaqlarına olan tələbatın artmasının əsas səbəblərindən biri ümumi iqtisadiyyatın inkişafı və informasiya texnologiyaları, telekommunikasiya, pərakəndə və daşınmaz əmlak sektorlarında yüksək artımdır. Artan birja və yeni iş imkanları, ölkədə iş imkanları axtarmaq üçün xarici sərmayəçilərin və beynəlxalq korporativ səyyahların ordularını da cəlb edir.

Turizm sürətli inkişaf edən bir sənayedir və ölkə iqtisadiyyatının açarıdır. Turist sayı ildən-ilə artmaqdadır. Turizm bu gün dünyada sürətlə böyüyən sektorlardan biridir. Dünyanın müxtəlif ölkələrinə valyuta qazanır. Turizm sənayesi hökumətin, ictimai və qeyri-hökumət sektorunun müvəffəqiyyətini təmin etmək üçün iştirakını tələb edən yüksək rəqabətli bir işdir.

Turizm ölkə iqtisadiyyatının inkişafına təsir göstərən mühüm bir sektor halına gəldi. Turizmin əsas üstünlükləri gəlirlərin yaranması və iş yerlərinin yaradılmasıdır.

Bir çox bölgə və ölkə üçün rifahın ən vacib mənbəyidir. Milli iqtisadiyyatın turizmdən faydalanma qabiliyyəti zəruri infrastrukturunu inkişaf etdirmək və turistlərin ehtiyaclarını təmin etmək qabiliyyətinə malik olan investisiyaların mövcudluğundan asılıdır (Qafarov N.C., 2012).

Nəzərə çatdıraq ki, turizm sektorunda həm maliyyə, həm sosial-iqtisadi cəhətdən qazanılan mükafatlar böyükdür. İqtisadiyyata olan töhfəsi bir çox ölkənin digər sektorlarından daha çoxdur, beləliklə ticarət balansında ən yaxşı elementlərdən biridir. Turizm, nəqliyyat sənayesində, səyahət sənayesində və otel sektorunda bir çox insan üçün birbaşa məşğulluq qaynağıdır.

Turizmin əhəmiyyəti hər hansı bir ölkəyə gətirilən çoxsaylı faydalar və üstünlüklərdən yaranır. Turizmin real əhəmiyyəti təbiətindən və necə müəyyənləşdirilməsi və strukturlaşdırılmasından asılıdır.

Daha sonra açıqladığımız kimi turizm çox maraqlıdır. Turizm şübhəsiz ki, bir ölkə üçün böyük iqtisadi dəyər gətirir. Turizm, bir ölkənin istihdamı və xarici valyuta qazancının əhəmiyyətli qaynaqlarından biridir.

Turizm, geniş miqyaslı istehlakı təmin edən bir fəallıq halına gətirir. Turizmin tərfi, turizm sektorunun təməlini və geniş kontekstini yaradır, bu yolla bir çox avantaj və müavinət bütün ölkə tərəfindən qəbul edilir.

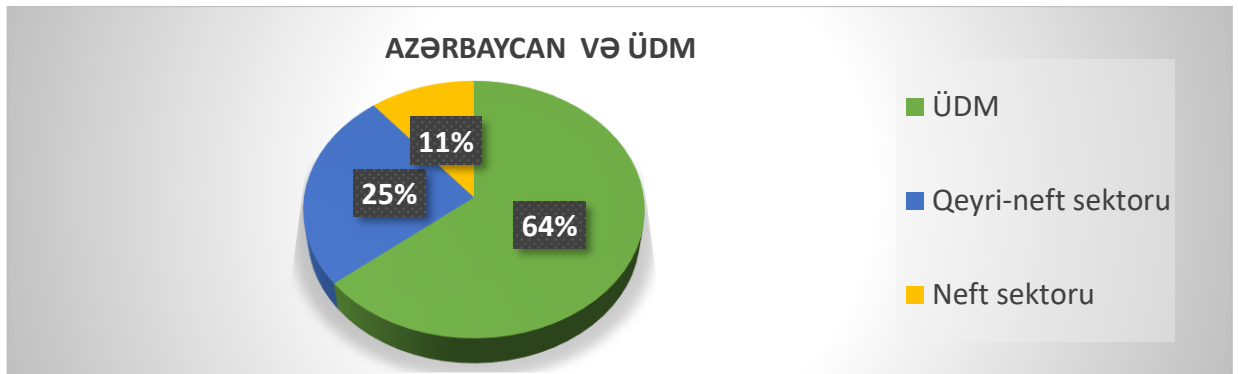
Turizm əsasən xidmət sektorudur. Maraqlıdır ki, turizm sənayesi kimi sənayesi kimi düzgün təsvirə malik deyildir. Bunun səbəbi turizmin bir sənaye kimi əvvəlcədən müəyyən edilmiş sərhədləri yoxdur. Turistlər tərəfindən istehlak edilən xidmətlərin əksəriyyəti yalnız səyahət, otel, yemək və yaşayış üçün nəzərdə tutulmayıb. Yəni, turizm sənayesi kimi müəyyən etmək və qurmaq üçün çalışırıqsa, bu məhdudiyyətləri nəzərə almalıyıq və ya daha çox turizmin müxtəlif sənaye sahələrində məhdudiyyətsiz olduğunu söyləmək lazımdır (Сороколов Н., 2002).

Turizmin fəaliyyət növü kimi iqtisadi inkişafa təsirləri onun iqtisadi artımda tarazlı iqtisadi siyasətdə və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdə xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. İqtisadi artım ÜDM artımı və bu artımda turizm sahəsinin rolu qiymətləndirilir.

ÜDM-un bölgüsündə isə turizmin inkişafına ayrılan vəsaitlər planlaşdırılır və idarə olunur. Dövlət büdcəsi, onun gəlirləri və xərcləri, bələdiyyə büdcələri, yerli büdcələri və ayrı-ayrı şirkətlərin, müəssisələrin, hüquqi və fiziki şəxslərin gəlir və xərclərinin formalaşması turizmin potensialı ilə ondan istifadə səmərəliliyi ilə formalaşır.

Turizmin rolu iqtisadiyyatın strukturu ilə bağlıdır. Daha çox kənd təsərrüfatının inkişafı, regional iqtisadiyyat və kənd əhalisinin sosial inkişafı, tərəqqisi turizmin bütövlükdə və ayrı-ayrı növləri ilə bağlıdır. ÜDM-nin strukturunda turizm sferası turizm sənayesi və xidməti formasında iştirak edir.

Şəkil 3: Turizmin (qeyri-neft sektorunun) inkişafında ÜDM-nin həcmi (2018-ci il)



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (23.11.2018).

Sənaye məhsulunun inkişaf etmiş turist ölkəsində strukturu turistlərin və turist infrastrukturasının tələbinə uyğun formalaşır. Xidmət sferasında isə turist təşkilatlarının müxtəlif mərhələlərdə təşkil etdiyi xidmət gəlirləri, işçilərin sayı və bu sahəyə qoyulan kapital qoyuluşu ilə ölçülür.

Turizm ölkə iqtisadiyyatının inkişafına təsir göstərən mühüm bir sektor halına gəlmişdir. Turizmin əsas üstünlükləri gəlirlərin əldə olunması və iş

yerlərinin yaradılmasıdır. Bir çox bölgə və ölkə üçün rifahın ən vacib mənbəyidir.

Turizmin gəlirləri dövlət gəlirlərinin, əhali və sahibkar gəlirlərinin tərkib hissəsidir, regional iqtisadi siyasətin formalaşma amilidir. Ona görə də hər bir ölkənin turizm sahəsi onun iqtisadi, sosial potensialının formalaşmasına və idarə olunmasına təsir edir. Təbii ki, ayrı-ayrı ölkələrdə turizmin xüsusiyyətləri mövcuddur. Turistlərin sosial iqtisadi xarakteri turizm fəaliyyətinin xarakteristikasını səciyyələndirir, yəni turizm sahəsində motivləşmə meydana çıxır.

Turizm çox geniş, canlı, dinamik və böyümə yönümlü bir sənayedir. Turizm sənayesi turizmə, turistik və ya səyahət yolu ilə fərqli yerləri ziyarət edərkən turist ehtiyaclarına xidmət edən bütün iş fəaliyyətlərinin dəstəsidir.

Turizm, həqiqətən, turizmə olan tələbatın yaranması və turizm üçün səyahət etməyi mümkün edən müxtəlif məhsul və xidmətləri istehsal edən və təqdim edən müxtəlif sektorlar və ya sənayelərdən ibarət olan çox geniş bir sənayedir.

Turizm sektoru bu səbəbdən infrastruktur və məhsul və xidmətlərin təmin edilməsi, müxtəlif məqsədlər üçün səyahət etmək imkanlarını asanlaşdıran bir sıra sənaye kimi müəyyən edilə bilər. Turizm sənayesi, səyahət etmək üçün turistlərə lazımi vasitələr təmin edir.

Turizmin tərifinə əsasən, məqsədi səyahət edən turistlərin və ya insanların fəaliyyətidir və onların səyahət zamanı etdikləri bütün işləri əhatə edir. Bu yolla, turizm kimi turistlərin istehlak etdiyi və ya istifadə etdiyi bütün məhsul və xidmətlərin cəmi birbaşa və dolayı olaraq turizm fəaliyyətini dəstəkləyən bir məhsul halına gətirir. Bu yolla, səyahət sifarişləri, nəqliyyat, oteldə qalma, yemək, təyinat səfərləri və sairə, bütün bunlar turizmin bir hissəsi olur.

Təchizat tərəfi bunun yalnız digər tərəfinə baxır. Beləliklə, təchizat tərəfinin turizm sənayesinin təsviri, turistləri öz səyahətlərində birbaşa və dolayı yollarla kömək edən və insanların səyahət etmək və turizm fəaliyyətini

həyata keçirmək imkanı verən bütün məhsul və xidmətləri təmin edən bütün sənaye sahələrinin bir hissəsidir.

Sənaye həmçinin səyahət və turizm sənayesi və sadəcə səyahət sənayesi kimi istinad edilir. Səyahət az fərqli olmasına baxmayaraq həmişə turizm demək deyil, turizm sənayesi tez-tez səyahət sənayesi kimi adlanır. Bu, biznesdə, pul və iqtisadiyyatın şərtlərində səyahətin, adətən, turizm kimi qiymətləndirilməsindən ibarətdir.

Turizm sənayesi, turistlərə və insanların səyahətdə müxtəlif məqsədlər üçün xidmət etməyi hədəfləyən, bir-biri ilə əlaqəli və əlaqəli sənayələrin yanaşı, digər yardımçı sənaye şəbəkələrində fəaliyyət göstərir. Bunun əsasında turizmin iki vacib xüsusiyyətləri ortaya çıxır. Birincisi, turizmin turistlərə xidmət edən və bu sənayenin qurulacağı sənayelərdən ibarət böyük bir dəyər zənciri var. İkincisi, fərqli turistlərin turizmin növündən asılı olaraq fərqli ehtiyacları olduğu üçün sənayenin məhsul və xidmətlərin hər birinin müxtəlif nisbətləri ilə onlara az fərqli xidmət göstərir.

Turizmin geniş dəyər zənciri sifariş və rezervasyon kimi səyahət və tur xidmətlərindən ibarətdir: nəqliyyat sənayesi (beynəlxalq və milli səyahət və nəqliyyat); yaşayış yeri; qonaqlıq sənayesi; qida və içkilər; turizm məhsulları və istiqamətləri və əlaqədar məhsul və xidmətləri; yerli səyahət və nəqliyyat.

Turizm, iki yolla, birinə məsafə və ya bölgəyə, ikincisi isə turizm növünə görə təsnif edilə bilər. İlk təsnifata əsasən, turizm beynəlxalq turizm ola bilər. Bu növ turizm bir ölkədən digərinə səyahət edir, turistlərə beynəlxalq turistlər adlanır. İkinci təsnifat daxili turizmdir. Bu, öz ölkənizdə bir şəhərdən və ya dövlətdən digərinə səyahət etmək deməkdir və turist yerli turistlər və səyyahlardır. Beynəlxalq turistlərin istehlak etdiyi turizm sənayesi xidmətlərinin kvant və dəyəri yerli turistlər tərəfindən istifadə olunanlardan daha yüksəkdir.

İkincisi, turizmin növü. Burada turizm iki növdən ibarətdir, yəni istirahət turizmi və biznes turizmi. Bunların hər biri daha fərqli turizm növlərinə malikdir. Leisure turizm bütün növ əyləncə, istirahət, idman və digər turistik

növləri əhatə edir. Biznes turizmi biznes məqsədləri üçün səyahət etmək deməkdir.

Turizmin bu tip təsnifatında turizm sənayesinin göstərdiyi turizm xidmətlərinin təbiəti, kvant və dəyərləri əsasən turizmin növündən asılı olaraq fərqlənir. Bütün bunlar, bütün hədəf auditoriyası ilə bütün turizm bazarının bazar peyzajını və hədəf bazarını yaradır. Turizmin təsnifatı müxtəlif bazar seqmentləri və müştəri seqmentləri yaradır. Bütün bunlar da geniş turizm zənciridir. Bu dəyər zənciri turizmin bu bazar seqmentlərinə görə müxtəlif nisbətdə fəaliyyət göstərir və xidmət göstərir.

Turizm, hər il milyonlarla dollar qazanması səbəbiylə dünyadakı bir çox ölkənin maliyyə mərkəzlərində bel bağır. Digər amil mədəniyyətinizi və həyat tərzinizi dünyadakı digər xalqlara göstərmək və yaxşı şeyləri təbliğ etməkdir. London hər il bir çox səyahətçiləri cəlb edən dünyanın ən yaxşı şəhəri və ən çox səyahət edən dünyanın ən qabaqcıl şəhərlərindən biridir.

Turizm, ehtimal ki, dünyanın ən böyük inkişaf meyarlarından biridir. Bu gün dünya iqtisadiyyatında, eləcə də ən yüksək gəlir verən xidmət sahələrində turizmin özünəməxsus mövqeyi vardır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə, 2019-cu ildə yalnız 880 milyon beynəlxalq turist gəliri qeydə alınıb. Əlavə olaraq Amerika Birləşmiş Ştatları 90 milyard dollardan çox beynəlxalq turist daxilolmaları barədə məlumat verib. Böyüklük, qlobal iştirakı və turizm sənayesinin davamlı inkişafı əsasında turizm araşdırmalarının əhəmiyyəti çoxaldılıb. Bu cür tədqiqat, turizmlə əlaqədar mənfi cəhətləri aradan qaldırmaqla faydaları necə istifadə etmək lazım olduğunu anlamaq üçün tələb olunur. İnkişaf etmiş ölkələr bu tədqiqatlarla, bu sektorun gücləndirilməsində maraqlı tərəf kimi çıxış edirlər.

1.3. Qloballaşmanın turizmin inkişafına təsirləri.

Qloballaşma müxtəlif yollarla müəyyən edilə bilər.

1. Ümumdünya iqtisadi, mədəni, siyasi və texnoloji mübadilə və əlaqələri genişləndirən sosial proseslər kompleksi qloballaşma adlanır.

Qloballaşma da sadəcə olaraq dünyanın mal, fikir, dəyər və insan hərəkəti kimi təsvir edilə bilər. Bu dövr ilk növbədə 1950-ci illərin əvvəllərində dünyanın iqtisadiyyatı və cəmiyyətlərinin artan qarşılıqlı əlaqəsini tanımaq üçün istifadə edilmişdir. Qloballaşma, kölə ticarəti, müstəmləkəçilik və immiqrasiya daxil olmaqla, inkişaf edən ticarət yolları ilə əsrlər boyu mövcud olmuşdur.

Bu gün biz ayrı-ayrı ölkələrə bölünürük, hər biri öz milli maraqlarına baxır. Eyni zamanda, çoxmillətli şirkətlər kimi digər təşkilatlar da sərhədlərdən keçərək qlobal iqtisadi və siyasi inteqrasiyaya səbəb olur. Bir çox faydalar qlobal inteqrasiya və qarşılıqlı asılılıqdan yarana bilər, lakin biz də onun mənfi təsirlərinə diqqət yetirməliyik.

Biz qloballaşma mövzusunun və turizmlə necə əlaqəli olduğunu araşdırmalı və nəticədə ortaya çıxan meylləri təhlil etməliyik.

Müasir dünyada gedən qloballaşma prosesi sülh və beynəlxalq təhlükəsizlik sisteminin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi turizm sahəsində əməkdaşlığı daha da aktual edir.

Qloballaşma ümumdünya iqtisadi, siyasi və mədəni inteqrasiya və unifikasiya prosesidir. Qloballaşma müasir dövrdə inteqrasiyanı sürətləndirir və yeni baxışlar sistemini formalaşdırır. İctimai əmək bölgüsü, texnoloji inkişaf qloballaşma prosesini meydana çıxarır. Çünki bütün bunlar qloballaşmanın göstəriciləridir.

Hər bir insan istirahətə yollanmaq, səyahət etmək istəyir. Təbii ki, turizmdə yaş, cins, milliyyət, din və irq önəmli deyildir. Turizm nəticəsində insanların dünyagörüşləri zənginləşir, təsəvvürləri genişlənir. Qədim dövrlərdən başlayaraq indiyə kimi olan dövrdə turizm keşməkeşli inkişaf yoluna malik olmuşdur.

Qloballaşma prosesi ilə turizm 1950-ci ildən bəri addım-addım inkişaf etməyə başlamışdır. Turizm əlaqələri ilə bütün ölkələr arasında iqtisadi və sosial münasibətləri formalaşdırır. Turizm ölkədə valyuta və işçi qüvvəsini inkişaf etdirdiyindən iqtisadiyyatın beynəlmilləşməsinə səbəb olur. Turizm,

turizm məhsulları və turizm xidmətləri iqtisadiyyatda görünməz idxal kimi özünü göstərir. Turizm vasitəsilə ölkələr arasındakı inteqrasiya prosesi güclənir. Turizm xidmətlərinin bir sıra xarakterik xüsusiyyətləri vardır. Turizm xidmətlərinin böyük hissəsi az məsrəflərə səbəb olur, yəni xarici valyutadan istifadəyə ehtiyac qalmır.

Qloballaşma prosesinin turizmə təsiri böyükdür. Qloballaşmanın turizmə təsirini bir sıra perspektivlərdən qiymətləndirə bilərik. Burada beş nümunəni müzakirə edə bilərik: qlobal hərəkətlilik və səyahət rahatlığı; əhali və demografik tendensiyalar; terror, təhlükəsizlik və təhlükəsizlik; yeni istiqamətlərin şüurlandırılması və yoxsulluq.

Qlobal hərəkətliliyi təmin edən nəqliyyatda əldə edilən irəliləyişlər xüsusilə əhəmiyyətlidir. Müasir təyyarələr, kruiz gəmiləri, qatarlar və nəqliyyatın digər növləri insanlar üçün tez və nisbətən ucuz hərəkət etməyə imkan verir.

Səyahət rahatlığı da qorxu, məyusluq və xərclərin aradan qaldırılmasına kömək etdi. Məsələn, beynəlxalq bir bank sistemi dünyada demək olar ki, hər hansı bir yerə pul əldə etməyə imkan verir. Uçuşlar, yerli nəqliyyat, yaşayış və ərzaq təmin edən çoxmillətli şirkətlər, səyahət sifarişləri üçün “birdəfəlik alış-veriş” icazə verdilər. Daşıma vasitələri, səyahət edənlərin nə dərəcədə bir yerə gəldikləri və necə bir yerlə qarşılıqlı olduqları üçün, məsələn, bir restoran seçmək, böyük bir şəhərə getmək və ya xarici dili tərcümə etmək üçün səyahətin təbiətini dəyişdi.

Bu əsrin sonuna qədər dünya əhalisinin təxminən 40% -nin Afrika olacağı gözlənilir. Doğum səviyyəsi dünya səviyyəsinə düşməsinə baxmayaraq, dünyanın əksər bölgələrindən daha Afrikada daha yüksəkdir. Bu, gənclərin dividendləri və ya Afrika qitəsində problemlərin daha da dərinləşməsinə səbəb ola bilər.

Daha çox insan 2000-ci ildə 175 milyonluq ilə müqayisədə 232 milyon yeni immiqrantla əvvəlcədən daha çox miqrasiya edir. Ən yaxşı beş istiqamət

ABŞ, Rusiya Federasiyası, Almaniya, Səudiyyə Ərəbistanı və Birləşmiş Ərəb Əmirlikləridir.

Demografik dəyişikliyin bütün hissələrinə riayət etmək üçün, destinasiyalar, köhnə, mədəni cəhətdən müxtəlif, çoxsaylı nəsil səyahətçilərə və macəralı gənclərə uyğun məhsullar və xidmətlər təqdim etməlidir. Əlavə olaraq, işə götürmə və saxlama işçiləri kadr dəyişən əhali üçün insan resursları siyasətinin və prosedurlarının, kompensasiyanın və digər aspektlərin yenidən qiymətləndirilməsini tələb edəcəkdir.

Terrorist hücumlar və siyasi iğtişələr qlobal səviyyədə qətiliklə turizmə mane olub, amma bunu dayandırmadı. Ən çox təsirlənən sahələr, əlbəttə ki, iğtişələr baş verənlərdir və geniş kütləvi diqqətin diqqət mərkəzindədir. Qlobal terrorizm indeksi, 11 sentyabrdan etibarən terror hadisələri nəticəsində beş dəfə artım göstərir. İslam Dövləti, Boko Haram, Taliban və Əl-Qaidə, 2017-ci ildə 18 min terrorla əlaqəli bir çox ölümlə məsul olan qruplardır və bu bir əvvəlki ilə görə yüzdə 60 artım göstərdi.

Qloballaşmanın turizmə təsirinin başqa bir istiqaməti, dünyanın hər yerində ziyarət etmək üçün əyləncələr və istirahət fəaliyyəti, saytlar və mədəniyyətlər daxilində daha çox məlumatlandırmaqdır. Bir təyinat haqqında bilik yaratmaq, əlbəttə, bir təyinatın marketinqində ilk addımdır və bu, səyahət şouları, filmlər, bloglar və digər ünsiyyət üsulları ilə əldə edilir. Ziyarətçiləri cəlb etmək üçün müsabiqə, səyahət üçün mümkün olan yerlərin sayını şiddətli hesab edir; qlobal rəqabət səs-küyündə itirməsi asan ola bilər.

Qloballaşma qlobal yoxsulluğun son illər ərzində azalması nəticəsində mal və xidmətlərə tələbatın artmasına və ümumi iqtisadi artımın artmasına səbəb olmuşdur. Lakin, eyni zamanda, ən zəngin və yoxsullarla olan boşluq genişlənməmişdir. Dünya əhalisinin əhəmiyyətli bir hissəsi sadəcə turizmə qatılmaq və ya faydalana bilmir. Honduras kimi inkişaf etməkdə olan bir ölkədə, Kanada kimi inkişaf etmiş bir ölkəyə qarşı iqtisadi iqtisadiyyatdan əldə edilən iqtisadi gəlirlər qeyri-bərabərdir. Sadəcə, hər kəs üçün eyni imkanlara malik deyildir. Ətraf mühitə xərclər dünya səviyyəsində qeyri-

bərabər paylanmışdır. Zəif ölkələr çirklərə uyğunlaşmaq üçün resurslardan məhrumdur (quraqlıq, artan xəstəlik, torpaq eroziyası kimi) və qlobal istiləşmə kimi hadisələrin əksəriyyətini əks etdirir.

Yoxsulluq qloballaşma, qlobal yoxsulluğun illər içində azalması ilə birlikdə, mal və xidmətlərə və ümumi iqtisadi böyüməyə istiqamətli artan tələbə iştirak etmişdir. Bununla birlikdə, eyni zamanda ən zəngin və ən kasıb arasındakı uçurum genişləndi. Dünya əhalisinin əhəmiyyətli bir qismi, turizmə qatılmır ya da fayda təmin edə bilmir. Honduras kimi inkişaf etməkdə olan bir ölkədəki turizm iqtisadiyyatından Kanada kimi inkişaf etmiş bir ölkəyə qarşı iqtisadi qazanclar bərabər deyil. Sadəcə söyləmək lazım olsa, hər kəsin qazanc əldə etmək üçün eyni fürsətləri yoxdur. Ekoloji xərclər eyni zamanda dünyada nizamsız bir şəkildə dağılmışdır; yoxsul ölkələr, təsirlərə (quraqlıq, artan xəstəlik, torpaq eroziyası kimi) uyğunlaşmaq üçün qaynaqlardan məhrumdur.

Turizmlə qloballaşma arasındakı qarşılıqlı münasibətin təhlilinin başqa bir yolu isə, əksinə, turizmin qloballaşmaya olan təsirini nəzərə almaqdır.

1980-ci illərdə məşhur bir hipotez, turizmin digər mədəniyyətlər haqqında öyrənməyə və digər xalqlardan insanlarla tanış olmasına, habelə beynəlxalq biznesdən əldə edilmiş fayda təklif etməyə imkan verərək qlobal sülhü dəstəkləmişdir. Sülh sabit və davamlı olması üçün sülh turizm üçün açıq bir tələbdir. Lakin, bu günə qədər turizmin sülhü təşviq etmək iddiasını dəstəkləmək üçün az ampirik sübutlar mövcuddur.

Bununla belə, turizm digər mədəniyyətlərə hörmətlə yanaşmağı öyrətmək imkanı verir. Bəziləri, qloballaşmanın mədəniyyətlərə homogenləşdirici təsir göstərdiyini iddia edirlər, buna görə Qərb dəyərləri musiqi, moda, film və qida vasitəsilə yayılır və növbəti mədəniyyətdən fərqlənən bir mədəniyyət göstərmir.

Bərabərlik və müxtəlifliyi əhatə edən və ya uşaqları zərərdən qoruyan bəzi inanclar və dəyərlər bütün dünyada paylaşılmalıdır. Turizm və səyahət baxımından bu iki mövzu əhəmiyyətli. Məsələn, şirkətlər insan resursları

praktikalarının dünya miqyasında ardıcıl və ədalətli olmasını təmin etməlidirlər. Uşaqları cinsi istismar etmək qanunsuzdur, ziyarət edilən ölkədə və turist ölkəsinin cəzalandırılır; bəzi aviaşirkətlər və mehmanxana fəal iştirak edirlər.

Turizmin qloballaşma üzərində mümkün təsirləri mədəniyyətin hər tərəfinə pul dəyərinin qoyulması, qədim bir məbəddən oğurlanmış heykəl alması və fil sümüyü və mercan kimi təhlükə altında olan obyektin satın alınmasına yönəldilən mədəni əmtəələşmə prosesidir. Bu tendensiya mədəni dəyərlərin və inancların dəyərsizləşməsinə və ya dəyərsizləşməsinə gətirib çıxarır.

Dünyanın ən böyük sənayesindən biri olan turizm yerli, regional və global iqtisadiyyata təsir göstərir. Resorts dünyanın nöqtələrində nöqtələrdir və tropik bir çimərliyin, habelə yerli mədəniyyətin və təbiətin yaşamasını istəyən hər kəsə soyuq iqlimlərdən xoş təəccüb təklif edir. Fayda icma şəklində cəmiyyətə gəlir, baxmayaraq ki, zənginliyin böyük hissəsi offshore sızan deyil. Buna cavab olaraq, yerli sahibkarlar və yardımçı təşkilatlar turizmdən yaranan zənginliyin ölkədə qalması üçün yerli sahibkarlığı əhatə edən təşəbbüslərlə kömək ediblər. İcma əsaslı turizm, məsul turizm və sosial sahibkarlıq bütün yerli icmalara daha çox fayda gətirməkdir.

Dövlətlər arasında olan nifaq, müharibə və s. kimi hadisələr turist axınına mənfi təsir göstərir. Buna misal olaraq İraqda baş verən müharibəni göstərmək olar. Müharibə həm iqtisadi, həm də sosial-psixoloji baxımdan mənfi təsir göstərərək zərbə vurur. Bu zərbə bir çox ölkələrə də yayılır. Bu da həmin ölkənin iqtisadi nüfuzunu zədələyir.

Qafqazda olan Gürcüstan-Rusiya müharibəsinin baş verməsi regiondakı təhlükəsizliyə inamı azaldaraq turistlərin axınına mənfi təsir göstərdi. Turistlərin sayı getdikcə kəskin şəkildə azaldı. Bu da o demək idi ki, iqtisadi baxımdan itki baş vermişdir.

Ölkələr vətəndaşları qorumaq üçün hərəkət etdikcə səyyahlar üçün təhlükəsizlik daha da əhəmiyyət daşıyır. Dünyanın dörd bir tərəfindəki dövlət

təşkilatları, vətəndaşlarının təhlükəli bölgələrdən və “qırmızı nöqtələrdən” uzaq dayanmaları üçün tövsiyə və xəbərdarlıqlar edir.

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə önəmli yerlərdən birini tutan turizmin başqa sahəsi beynəlxalq turizmdir. Elmi, mədəni, idman və başqa sahələrdə baş verən inkişaf məhz dünyanın qabaqcıl ölkələrinə əsaslanaraq həyata keçirilir. İEÖ-lər İEOÖ-lərə kömək edirlər, turizm vasitəsilə ölkələrə səyahət baş tutur və millətlər bir-birini tanıyır. Bu da ölkələr arası, millətlər arası nifaqı, konfliktləri azaldır.

Ölkə daxilində olan turizm daxili turizm adlanır. Daxili turizm ölkənin daxilində iqtisadi və siyasi sabitliyi təmin edir. Siyasi sabitlik olduqca zəruri amildir. Bu amil ona görə möhkəmlənir ki, turizmdən toplana gəlirlər ölkə vətəndaşları arasında ədalətli şəkildə bərabər bölüşdürülür. Turizm qeyri-neft sektorunun əl sahəsidir ki, yeni-yeni iş yerləri yaratmaq qabiliyyətinə malikdir. Belə ki, turizm məhsulunu yaratmaq üçün çoxlu sayda insan birlikdə fəaliyyət göstərir. Bu da bir nəfər xarici turistdən gələn gəlir 1 ton xam neftin satışından əldə olunan gəlirdən çoxdur.

Dünyanın qabaqcıl ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, turizm hər bir ölkənin iqtisadiyyatına təsir göstərən mühüm amildir. Turizmin rolu bununla bitmir. İşsizlik kimi ağır bir problemin həll olunmasında turizm zəruri yerə malikdir. Ölkə iqtisadiyyatının bütün sektorlarının inkişafında katalizator rolunu oynayır (Nəbiyev N.Ə. 2000).

Ümumi şəkildə desək, iqtisadi və sosial münasibətlər baxımından xüsusi yerə malik olan turizm qarşılıqlı anlaşma formasında özünü göstərir. Ona görə də turizmin inkişaf etməsi müasir dövrümüzün mühüm problemlərindəndir.

ÜTT tərəfindən turizmə nəzarət olunur. Təşkilatın əsas məqsədi ondan ibarətdir ki, iqtisadi artımı turizm vasitəsilə həyata keçirsin. 1980-ci ilə kimi turizm gəlir mənbəyi, vasitəsi hesab olunurdu. Amma müasir dövrdə

bir sıra ölkələr və təşkilatlar turizmi mənəvi, iqtisadi, tərbiyəvi münasibətlərin özəyi hesab edirlər.

Sosial amil turizmin inkişafına təkan verir. Sosial baxımdan turizm, regionların da inkişafına böyük təsir göstərir. Regionlarda minlərlə iş yerləri açılır, əhalinin savadlılıq dərəcəsi yüksəlir. Regionlarda turizmin inkişaf etməsi işsizlər ordusunun paytaxta axınının qarşısını alır (Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Əlbəttə ki, ölkə üzrə turizmin inkişafı bərabər göstəricilərə malik deyildir. Bunun səbəbi ondan ibarətdir ki, regionların iqtisadi və sosial inkişafı qeyri-bərabər formada baş verir. Misal üçün, Asiya-Sakit okean regionuna nəzər yetirək, görürük ki, ölkələrin çoxu müstəmləkə ölkəsidir. İqtisadiyyatları zəif olduğundan turizm də zəif inkişaf etmişdir. Bəs indi turizmin inkişafı necədir? Səbəb nədir?

Başlıca səbəb, ölkələrin müstəqil şəkildə siyasət yürütməsi, iqtisadiyyatın inkişafının təmin olunması, ölkələrin beynəlxalq sferada tanınması, adambaşına düşən gəlirin artması və s.-dir. Bu sadalananlar birinci səbəbi təşkil edir. İkinci səbəb isə turizmin müxtəlif dinamik modellərə sahib olmasıdır. Turizm sferasında arasıkəsilməyən investisiya qoyulmuşdur. Üçüncü səbəb isə beynəlxalq münasibətlərdə gərginliyin azalması və ölkənin sosial təhlükəsizliyə malik olmasıdır.

Ümumi şəkildə qeyd etsək, regionlar turist axınının getdikcə artmasına nail olaraq iqtisadi inkişafı sürətləndirirlər. Müasir turizm yeni inkişaf yolunda irəliləyir. Siyasi, sosial və iqtisadi amillər turizmin yeni inkişaf modelini yaradırlar. Təbii ki, burada reklam mühüm faktordur. Bildiyimiz kimi, reklam məhsula tələbatlılığı artıran başlıca göstəricidir (Qafarov N.C., 2012).

Ümumdünya Turizm Şurasının gəldiyi qərar belədir ki, qlobal istiləşmənin yaratdığı ekoloji problemlər turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir. Əsas məsələ elə bundadır ki, çox sayda turistlər yer üzündə yaşamını tamamlayan nadir heyvan və bitki növlərini görməyə can atırlar. Əvvəllər

ekoloji turizmlə məşğul olan turizm şirkətləri məhz bu işlə məşğul olurdu. Onlar nadir bitki və heyvan növlərini turistlərə göstərərək müəyyən məvacib alırdılar. Daha sonra isə turizmin bu sahəsi çox yaxşı gəlir gətirdiyindən alicənab niyyətlər geri planda qaldı. Gəlirlərin artmasına baxmayaraq bu sahəyə ayrılan vəsait də geridə qalırdı. Buna görə də bu proses ləğv edildi.

Turizm üzrə mütəxəssislərin fikrinə görə, qlobal ərzaq və bahalaşma problemləri turizmin dinamik inkişaf tempini ləngitdi. Əsas məsələ bundadır ki, ABŞ və Avropada istehlak qiymətlərinin artımı fərdi istehlakçı fəallığının aşağı düşməsinə səbəb oldu. 2001-ci ildə bu günə kimi olan 18 illik bir dövrdə turizmdə qiymətlərin artmasına baxmayaraq xərclər 0,1% hər il artmağa davam edir.

Turizmin inkişafına mənfi təsir göstərən amillərdən ən təhlükəli və birinci olanı terrorudur. Bunun da ən bariz nümunəsi ABŞ-dır. ABŞ-da terror aktlarının baş verməsi turizmə bütövlükdə mənfi təsir göstərdi. Belə ki, turizm ciddi böhranla qarşılaşmalı oldu. Turist səfərləri 11% aşağı düşmüşdü. Bunun səbəbi turistlərin təyyarə uçuşlarından imtina etmələri idi. Hətta öncədən bron edilən və ya alınan biletlər belə geri qaytarılırdı. Bu halda da turistlər avtomobil və qatarlarla səfər etməyə başladılar. Buna misal olaraq, Fransada təyyarə ilə səfər edənlər 15% azaldı, qatarla gedənlər isə 9% artdı. Türkiyədə də tez-tez terror aktları, partlayışlar baş verir. Mehmanxanaların qiymətlərində düşmə, kurort yerlərin qiymətinin azalması baş verdi (Rəhimov S.H., 2004).

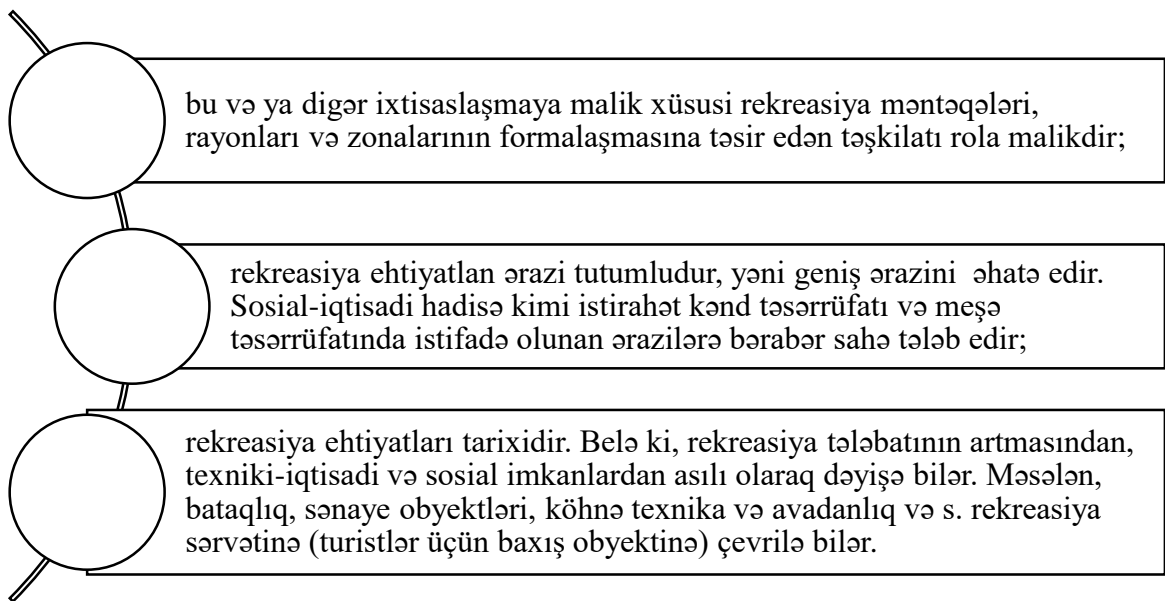
Turizmdə özünü göstərən neqativ halların qarşısını almaq üçün dövlətlər birlik nümayiş etdirirlər. Buraya müqavilələrin imzalanmasını, hüquqi-normativ aktların qəbul olunması aiddir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZM SEKTORUNUN FORMALAŞMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ İNKİŞAF SƏVİYYƏSİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.

2.1. Azərbaycanca turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsi.

Turizmə aid iqtisadi mənbələrdə “rekreasiya” anlayışı çox işlədilir. Rus coğrafiyaşünas alimi N.S.Mironenko yazır: “Rekreasiya ehtiyatları – təbiətin obyekt və hadisələri, insan fəaliyyətinin nəticəsi olub, istirahət, turizm və müalicə məqsədilə istifadə olunur”. O da məlumdur ki, rekreasiya ehtiyatları bir neçə xüsusiyyətə malikdir. Bu xüsusiyyətlərə aşağıdakılar daxildir:

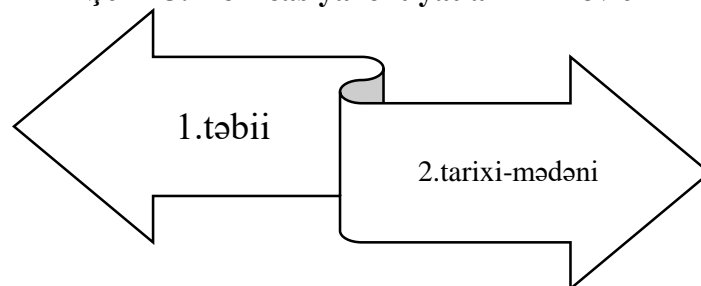
Şəkil 4: Rekreasiya ehtiyatlarının xüsusiyyətləri



Mənbə: B.Ə.Bilalov “Turizmin Menecmenti” (2005).

Rekreasiya ehtiyatları iki yerə bölünür:

Şəkil 5: Rekreasiya ehtiyatlarının növləri

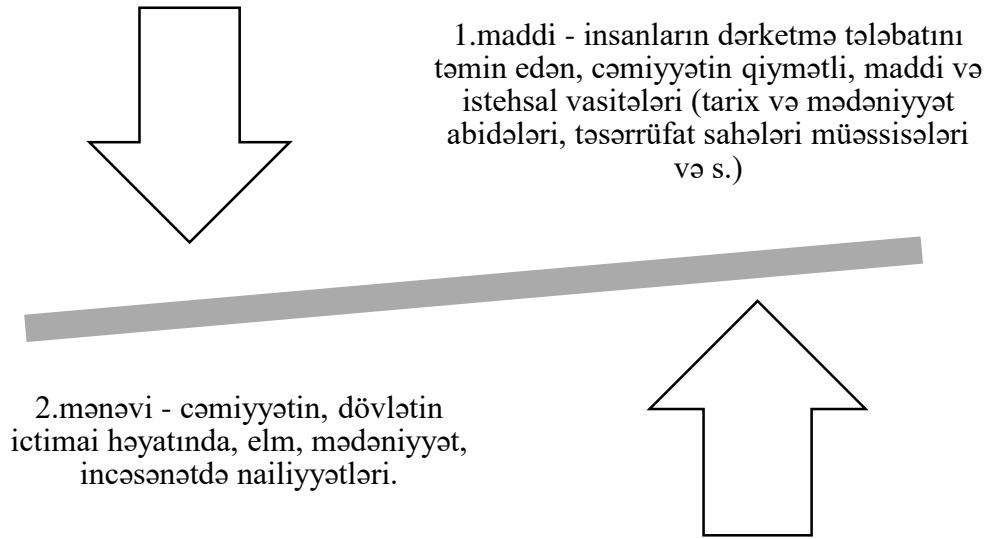


Mənbə: Ə.X. Cabbarov “Turizmin iqtisadi əsasları” (2015).

Təbii rekreasiya ehtiyatları dedikdə, təbii ərazi kompleksləri, onların komponentləri və xüsusiyyətləri (landşaftın cəlbediciliyi, növbələşməsi və tarazlılığı, ekzotikliyi, nadirliyi, obyektlərin ölçüsü və forması, onların görünüş imkanı) başa düşülür.

Tarixi-mədəni abidələrə aid edilir:

Şəkil 6: Tarixi-mədəni abidələr



Mənbə: B.Ə.Bilalov “Turizmin Menecmenti” (2005).

Təbii resurs potensialı üçün sosial-mədəni məkan və zaman, nisbilik, insanı əhatə edən mühitin təzadlılığı, müxtəlif təbii və mədəni mühitin uyğunluğu səciyyəvidir. İki mühüm meyara cavab verən hər hansı bir ərazi rekreasiya ehtiyatı sayıla bilər: insanı əhatə edən adi mühitdən fərqli yer və təbii cəhətdən iki və çox müxtəlif uyğunluğu olan yer.

Müxtəlif mühitin qovuşduğu yer daha cəlbedici sayılır. Məsələn, suquru, meşə-çöl, təpə-düzənlik və s. Ən mükəmməl nümunə daha çox cəlbedici olan təzadlı mühitin həmahəng təşkil etməsidir (dağlar - düzənliklər, müxtəlif mədəni mühit).

Ərazinin sosial-mədəni cəhətdən mənimsənilməsinə tələbat onun bu və ya digər xüsusiyyətlərinin məcmusunun təbii resurs potensiallarına çevrilməsinin əsas səbəbi və amilidir.

Ümumiyyətlə, resurs (fransızca köməkçi vəsaitlər) – hər hansı prosesdə, hər hansı sahənin inkişafı üçün qərar qəbulu məqsədilə istifadə olunan zəruri məlumatlar, mövcud imkanlar, şərait və obyektlərdir.

Ehtiyat dedikdə, müsbət nailiyyət qazanılmasında müəssisənin malik olduğu maliyyə, intellektual və maddi vəsaitlərin məcmusu başa düşülür.(personal, işin texnoloji və təşkilati-idarəçilik səviyyəsi, informasiya, maliyyə, maddi-texniki baza və avadanlıq).

Turizm ehtiyatları təbii, sosial-mədəni, sağlamlıq resurslarının məcmusudur. Turizm resursları insanın istirahəti zamanı müxtəlif rekreasiya tələbatlarının öyrənilməsinə xidmət etməlidir.

“Turizm fəaliyyətinin əsasları haqqında” Qanunda göstərilir: Turizm ehtiyatları təbii, tarixi, sosial-mədəni obyektlərdir. Buraya turistlərə göstərmək üçün obyektlər, həmçinin turistlərin mənəvi tələbatını ödəyən, fiziki qüvvənin bərpası və inkişafına təsir edən obyektlər aid edilir (Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanunu, maddə 2).

Turizm ehtiyatları – turizm sahəsində istifadə üçün yararlı tarixi-mədəni, sosial-iqtisadi və təbii obyektlərin məcmusudur. Turizm ehtiyatları bilavasitə və vasitəli olmaqla iki qrupa ayrılır. Birinciyə turistlərin özləri tərəfindən istifadə edilən tarixi-mədəni və təbii ehtiyatlar (cəlbedici landşaft, müalicəvi xüsusiyyətlərə malik rekreasiya yeri, tarixi-mədəni diqqətəlayiq yerlər və s.) aid edilir. İkinciyə (sosial-iqtisadi ehtiyatlar) maddi-texniki baza, maliyyə vəsaiti, əmək ehtiyatları və s. aid edilir.

Turizm ehtiyatlarını üç qrupa bölürlər: kurortologiya, ümumi sağlamlıq və rekreasiya obyektləri, mədəni-mənəvi obyektlər. Turizm ehtiyatlarının tərkibinə təbiətin bu və ya digər elementinin daxil edilməsi meyarları onlardan istifadənin texniki mümkünlüyü və iqtisadi məqsədəuyğunluğuna, həmçinin onların öyrənilmə səviyyəsinə əsaslanır. Funksional cəhətdən turizm ehtiyatları sağlamlıq, dərketmə və idman növlərinə ayrılır.

Turizm ehtiyatları sayca məhdud, keyfiyyətcə fərqlidir. İqtisadi planda turizm ehtiyatları turizm məhsulu istehsalı amili kimi çıxış edir, belə ki, onların differensiasiyası təsərrüfat cəhətdən istifadədə müxtəliflik yaradır.

Turizm ehtiyatlarının nəzəri və təcrübi əsaslarının öyrənilməsi onların təsnif olunmasını tələb edir və aşağıdakı xüsusiyyətlərini önə çıxarır. Turizm ehtiyatlarının təsnifat prinsipində aşağıdakılar əks olunur:

1. Ehtiyatın yayıldığı ərazinin coğrafi şəraiti;

2. Ehtiyatın turizm sənayesində istifadə olunması;

3. Ehtiyatdan istifadənin iqtisadi səmərəsinin müəyyən olunması. (Soltanova H.B., 2007:s.28)

Rekreasiya ehtiyatları tutuma malikdir, yəni, müəyyən miqdar rekreant qəbul etmək və təbii tarazlığı, ekoloji vəziyyəti pozmayan müəyyən antropogen yükə dözmək qabiliyyətinə malikdir. Təbii ehtiyatların tutumu ilə “təbii resurs potensialı” anlayışı sıx bağlıdır.

Təbii resurs potensialı – turistlərin mövcud rekreasiya ehtiyatları ilə müəyyən edilən faktiki və son dərəcə mümkün sayı arasında əlaqədir. “Potensial” (latınca “qüvvə”) haqda yazılmışdır:

❖ potensial – hər hansı məsələnin həlli, müəyyən məqsədə nail olmaq üçün istifadə oluna bilən imkanlar, mənbələrdir;

❖ potensial – müəyyən sahədə (məsələn, iqtisadi) ayrı-ayrı şəxslər, ictimaiyyət, dövlətin imkanlarıdır.

“Təbii resurs potensialı” – turizm sənayesində istifadə olunan və ya istifadə oluna bilən (onların inkişaf tendensiyası nəzərə alınmaqla) ehtiyatların məcmusudur. Ərazinin rekreasiya-ehtiyat potensialı müxtəlif rekreasiya fəaliyyətinin təşkili üçün konkret rayonda formalaşmış tarixi-mədəni və sosial-iqtisadi amillər nəzərə alınmaqla təbii imkanların məcmusudur.

Turizm-resurs ehtiyat sistemi coğrafi problemlərin formalaşması, idarə olunması və elmi əhəmiyyətinə görə bəşəri məzmununa malik olmaqla iqtisadi,

sosial, ekoloji və digər elmi istiqamətləri əhatə edir. Bu problem üzrə dünyanın aparıcı elmi mərkəzlərində tədqiqatlar aparılır.

Turizm - resurs fəaliyyəti ərazi rekreasiya sistemləri və ərazi rekreasiya komplekslərinin ixtisaslaşmasına, strukturuna və s. təsir göstərir. Deməli, turizm- resurs fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi bir tərəfdən təbii mühitə müəyyən dərəcədə neqativ təsir göstərsə, digər tərəfdən, landşaftın cəlbediciliyinin və digər rekreasiya sərvətlərinin qorunması ətraf mühitin təbii halda saxlanılması üçün müvafiq işləri görməyi tələb edir (Bilalov B.Ə., 2006:s.39).

Ərazi potensial sistemlərinin daxil olduğu rekreasiya ərazilərinin mühafizəsi və yenidən bərpası dedikdə, təbii kompleksə olan yükün, yəni təsirin normasını müəyyən etmək nəzərdə tutulur. Yaşıl zonaların ayrılması, kurort meşələri zonasının müəyyənləşdirilməsi, meşəsalma tədbirləri, mineral suların və bulaqların mühafizəsi və s. belə normalardandır.

Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən təbii resurs potensialının qiymətləndirilməsində aşağıdakı meyarlar müəyyən olunmuşdur:

- ❖ relyef;
- ❖ iqlim;
- ❖ hidroqrafiya;
- ❖ flora və fauna;
- ❖ milli park.

Məlumdur ki, dağlıq relyef üstünlük təşkil edən ölkələrdə rekreasiya obyektlərinin çoxu dağətəyi və orta dağlıq ərazilərdə yerləşir. Belə rayonların taleyi hündür yamaclarda və ondan da yüksəkdə baş verən hadisələrdən çox asılıdır.

Relyefin təbii rekreasiya kimi əhəmiyyəti danılmazdır. Ərazinin səth quruluşunun komponentləri (dağlar, çökəkliklər və s.) turizmdə bu və ya digər dərəcədə cəlbediciliyi ilə qiymətləndirilir. Bu baxımdan, Azərbaycanın təbiəti zənginliyi və füsunkarlığı ilə seçilir.

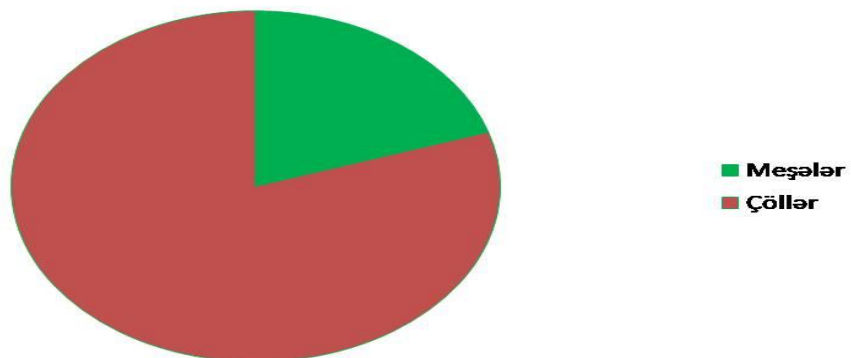
Ümumiyyətlə, Azərbaycan ərazisinin 2/3 hissəsini dağlar tutur. Hesablanmışdır ki, respublika ərazisinin 31 %-i 200-1000 metr, 19,5 %-i 1000-2000 metr, 6,5 %-i 2000-3000 metr yüksəkliklər arasında, 1%-i isə 3000 metrdən yüksəklikdə yerləşir (möhtəşəm və əzəmətli Böyük Qafqaz silsiləsi, Kiçik Qafqaz dağları, Talış dağları və b.).

Respublika ərazisinin 11%-ni meşələr əhatə edir. Bu meşələr əsasən dağlarda yayılmışdır. Böyük və Kiçik Qafqaz dağlarının yamacları 500-600 metrdən 1800-2000 metrədək meşələrlə, xüsusilə enliyarpaqlı meşələrlə örtülüdür. Bundan başqa meşə massivləri Talış dağlarının yamaclarında 500-1000 metrdən 1600-1800 metrədək yüksəkliklərdədir. Turizm məqsədləri üçün landşaftın cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi həm nəzəri, həm də təcrübi əhəmiyyətə malikdir. Təbii ərazilərin vizual keyfiyyəti və təbiətin elementlərinin insanın psixo-emosional vəziyyətinə təsirinin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi, istirahətin komfortluğu coğrafi elmlər sahəsində aparılan tədqiqatların yeni aspektlərini təşkil edir.

Şəkil 7: Meşələrin azalması

İndi.

Yaşadığımız ərazidə meşələrin azalması.



Mənbə: <http://gencəkoloqlar.blogspot.com/p/arasdrmalarmz.html> (21.09.2018)

Məlumdur ki, landşaftşünaslıq baxımından mənzərə şaquli və üfüqi struktura malikdir. Üfüqi struktur elementləri təbii sərhədlərlə bir-birindən

fərqlənən təbii komplekslərin ranqıdır. Təbii sərhəd müəyyən məsafədə vəhdət kimi qəbul edilir. Ətraf mühətdən fərqlənən ayrı-ayrı sahələrin uyğun xüsusiyyətləri ərazinin məkanca müxtəlifliyini və ya “xarici görünüşün müxtəlifliyini” təmin edir. Bu göstəricilər “mənzərənin ümumi təsirliliyi” kimi səciyyələnir və ərazinin landşaftının strukturunda xüsusi formada qarışıqlıq (mozaik), kiçik konturluq, tipoloji müxtəliflik və s. yaranır.

Mənzərənin strukturunun şaquli elementləri dedikdə, geosistemin komponentlərinin yerli təzahürü başa düşülür. Bunlar təbii komplekslər çərçivəsində qəbul edilir və “daxili mənzərə müxtəlifliyi” yaradır. Bu baxımdan mənzərənin formalaşmasında relyef və bitki örtüyü daha çox əhəmiyyətlidir. Həm də bu relyef mənzərənin bütün görünüşünü müəyyən edən mühüm komponentdir. Su obyektlərinin lokal (yerli) yayılması nadir sayılır və mənzərənin estetik xüsusiyyətlərini birmənalı olaraq yüksəldir (Соколов Н., 2002).

Beləliklə, mənzərənin estetik əhəmiyyətinin qiymətləndirilməsində nəzərə alınan göstəricilər ümumi formada ərazinin landşaft strukturunun bütövlükdə səciyyəsinə təkrar edir.

Relyefin qiymətləndirilməsində ən çox üfüqi və şaquli parçalanma dərəcəsini müəyyən edən xüsusiyyətlərə böyük əhəmiyyət verilir. Bu nisbi hündürlük, dərinlik, erozion parçalanmanın sıxlığıdır. Müstəqil mənzərə əmələgətirmə əhəmiyyətindən başqa, bu amillər xarici mənzərə müxtəlifliyi dərəcəsini mənzərənin horizontal strukturu xüsusiyyətlərini formalaşdırır.

Ərazinin xarici görünüşünün formalaşmasında geomorfoloji elementlərin müxtəlifliyi də mühüm rol oynayır. Bu elementlər relyefin ekzotik və nadir formalarını yaradır. Bunlar arasında nival və parlaq formalar, alp tipli yüksəkliklər, dərələrdə müxtəlif formalar daha çox cəlbedici olur. Bunlardan başqa, mağaralar da sərbəst rekreasiya ehtiyatı olub, təbii obyektlər kimi cəlbedicidir.

Bitki örtüyünün estetik keyfiyyət göstəricilərini qiymətləndirən bütün göstəricilərə onların cins tərkibinin müəyyən edilməsi, mərtəbənin ayrılması

və s. aid edilir. Müəyyən edilmişdir ki, daha çox cəlbedici yetkin qarışıq meşələr (üç illik) nadir sayılır (Nəbiyev N.Ə., 2000:s.56).

Dağlıq rayonlarda göllərə ənənəvi olaraq cəlbedici təbii obyekt kimi baxılır. Xətti obyektlərin qiymətləndirilməsində yatağın profili, axımın sürəti, meyillilik, şəlalələr, aşırım və s. nəzərə alınır, Su obyeklərinin mənzərənin digər komponentləri ilə həmahəng xüsusiyyətlərini xarakterizə edən göstəricilərin əhəmiyyəti danılmazdır. Ərazi və akvatoriyaların uyğunluğu ətraf zonalar adlanan müxtəlif vasitələrin sərhəddini formalaşdırır.

Estetikliyin qiymətləndirilməsi üsulunun işlənilməsi və tətbiq edilməsində çətinliklərlə qarşılaşmaq da olur. Landşaftın estetik qiymətləndirilməsi həmin ərazidə təbiətdən istifadənin müxtəlif formaları üçün, xüsusilə turizm fəaliyyətinin genişləndirilməsində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Kənd turizm fəaliyyətinin səmərəli təşkilində təbii ərazi komplekslərinin estetikliyinin, cəlbediciliyinin əhəmiyyəti insanlar tərəfindən onun necə qavranılmasından çox asılıdır.

Məlumdur ki, iqlim hər hansı yer üçün havanın çoxillik rejimidir. Onun insan orqanizminə təsiri meteoroloji şəraitin kompleks qarşılıqlı əlaqəsi kimi başa düşülən konkret hava vasitəsilə baş verir. Troposferin aşağı təbəqəsində müəyyən ərazi və müəyyən vaxt ərzində dəyişikliklərə insanlar, xüsusilə meteohəssas olanlar daha tez reaksiya verir. Hava şəraitinin insan orqanizminə təsiri kompleks qiymətləndirilərkən effektiv temperaturdan istifadə edilir.

İqlim ehtiyatlarının tibbi-bioloji cəhətdən qiymətləndirilməsində kompleks meteoroloji şəraitin insan orqanizminə təsirinin öyrənilməsi də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Havam müxtəlifliyinə görə siniflərə ayırırlar. Bunlar şaxtasız, keçid temperaturu hava və şaxtalı havalardır. Havanın kəskin dəyişməsinə görə çox davamlı (25%-dək) davamlı (25-34%), dəyişkən (35-50%), çox dəyişkən (50%-dən çox) hava rejimi ayrılır. Meteoroloji elementlərin dəyişməsilə orqanizmdə gedən istilik mübadiləsi dəyişir. İnsan

fəaliyyətində onun ətraf mühətdən qəbul etdiyi və ona qaytardığı hərarətin nisbətindən asılı olaraq müəyyən dəyişikliklər baş verir.

Mütəxəssislər 9 hava nöövünü 5 kateqoriyaya bölürlər:

- ❖ komfort;
- ❖ isti diskomfort;
- ❖ isti subkomfort;
- ❖ sərin subkomfort;
- ❖ soyuq diskomfort.

İnsan orqanizminin komfort vəziyyəti dərinin temperaturu 31-33° olduqda yaranır və normal havaya uyğun gəlir. Daha çox isti və soyuq havada dərinin temperaturu yüksəlir və ya azalır, istilik tənziimi norması artır. İsti və soyuq hava tiplərində insan orqanizminə havanın əlverişsiz təsiri artır. Komfort havalarda yay istirahəti və turizmin bütün imkanları mümkündür. Subkomfort havalarda rekreasiya və kurort-turizm fəaliyyəti məhdudiyətlərlə həyata keçirilə bilər. Diskomfort havalarda rekreasiya fəaliyyətinin yay formalarının keçirilməsi imkan -larının qeyri mümkün edir. Komfort və subkomfort havalarda ümumi halda qəbul edilir. Belə havalarda yay istirahəti və mövsümi turizm üçün əlverişlidir.

“Respublikamızın müxtəlif rayonlarında aparılan tədqiqatlar göstərir ki, mülayim isti və rütubətin həddi, yəni komfort zonasının sərhəddi haqqında vahid fikir yoxdur. Məsələn, şimal rayonlarının sakinləri mülayim rütubətli və küləksiz havada 14-15°C temperaturda özlərini komfort şəraitdə hiss edirlər. Eyni meteoroloji şəraitdə orta en dairələrində yaşayanlar sərin, cənublular isə bir qədər soyuq hiss edirlər. Deməli, komfort zonası coğrafi enliklərdən, yaşayış məntəqə -sinin hündürlüyündən, insanın həyat tərzindən, yaşından, orqanizmin isti və soyuğa davamlılığından və s. asılıdır” (Rəhimov S.H., 2004:s.71).

Azərbaycan ərazisində komfort zonası nəinki fəsillər, hətta gün ərzində saatlardan asılı olaraq dəyişir. Azərbaycanın iqlim xüsusiyyətləri bütün il boyu yay və qış mövsümündə turizm ehtiyatlarından istifadə etməyə imkan

verir. Turizmin inkişafı üçün radiasiya və istilik balansı, havanın temperaturu, qar örtüyü və s. böyük əhəmiyyətə malikdir. Azərbaycanın xeyli hissəsində mülayim iqlim hakimdir. Bu iqlim ehtiyatları turizmin inkişafında, xüsusilə sağlamlıq və müalicə istiqamətində istifadəyə imkan yaradır.

Bəzi tədqiqatlarda Azərbaycanın kurortlarını (İlisu, Şuşa, Hacıkənd və s.) dünyanın məşhur kurortları – Nalçik, Kislovodsk, Karlovi-Vari ilə müqayisə edir və onlara bərabər tuturlar. Dağlıq və dağətəyi rayonlarda (Şamaxı, Şəki, Zaqatala, Goranboy) komfort iqlim ehtiyatlarından kurort istirahət məqsədləri üçün daha çox istifadə etmək zəruri hesab oluna bilər. Düzənlik ərazilərdə komfort şərait aprel, may və qismən iyunda gündüzlər, iyul-sentyabr aylarında səhər, axşam və gecələr olur.

Azərbaycanın Xəzər sahilləri gözəl qumlu çimərliklərə malikdir. Sahil şimaldan cənuba 825 km məsafədə uzanır. Bu sahilləri yay aylarında günəş şüaları sutkada 14 saat işıqlandırır və qızdırır. Bu isə kurort turizmi üçün çox yararlıdır. Çimərlik mövsümü bu sahillərdə 100-120 gün davam edir. Yay mövsümlərində dəniz sahillərində suyun temperaturu 23-25°C olur. Dağlıq ərazilərdə alçaq dağlıq (400-1000 m), orta dağlıq (1000-2000 m), yüksək dağlıq (2000 m-dən yuxarı) zonalarda komfort şərait olur. Yüksək dağlıq zonada komfort şərait iyulavqust aylarında gündüzlər olur. Lakin yüksəklik qurşaqlarından asılı olaraq dağlıq, orta dağlıq və yüksək dağlıq zonalarda kurort istirahət turizminin təşkili ürəkəçən səviyyədə deyildir. Böyük Qafqaz, Talış zonalarında dağ iqlim kurortlarından istifadə olunsa da, Kiçik Qafqazın Şuşa-Gədəbəy zonasında komfort iqlim amilinə əsaslanan kurortların müasir vəziyyəti onların erməni işğalı altında olduğundan məlum deyildir.

Respublikamızın iqlim ehtiyatları, onların komfortluluq səviyyəsi müəyyən dərəcədə öyrənilmişdir, lakin həm düzənlik, həm də dağlıq zonalarda iqlimin kurort-istirahət turizmində imkanlarının daha da dərinlən öyrənilməsinə ehtiyac vardır.

Azərbaycan Respublikası daxili sularla zəngindir. Lakin yerüstü (çaylar, göllər, kanallar, su anbarları və s.) və yeraltı sularla təminat səviyyəsinə görə

regional fərqlər mövcuddur. Respublikamızda 250-dək göl vardır. Bu göllər düzənliklərdə və yüksək dağlıq qurşaqlarda yerləşir. Əsasən Abşeron yarımadası, Kür boyu zolağı, Kiçik Qafqazın yüksək, qismən də ortadağlıq qurşaqları və Böyük Qafqaz dağlarındadır.

Azərbaycanda rekreasiya əhəmiyyətli göl azdır və bu göllər kiçikdir. Lakin Kiçik Qafqaz dağlarında ayrı-ayrı göllər gözəlliyinə görə nəinki Avropranın, həm də dünyanın füsunkar göllərindən sayılır. Bunlar Göy-göl, Maralgöl, Zəligöl və digərləridir.

Respublikada Mingəçevir su anbarından da idman məqsədilə və turizmdə tətbiq olunur. Məlumdur ki, 2015-ci il iyun ayında Bakıda keçirilən I Avropa idman oyunlarında avarçəkmə üzrə yarışlar Mingəçevir su anbarında təşkil edilmişdi. Burada avarçəkmə, balıqçılıq turistlər üçün bir növ əyləncə kimi geniş miqyasda təşkil oluna bilər. Respublikada çaylar çoxdur və onların əksəriyyəti dağ çaylarıdır. Çox da uzun olmayan bu çayların bir neçəsi dağlıq relyeflə əlaqədar gözəl şlalələr əmələ gətirir ki, bu da ərazidə xüsusi mənzərə yaradır (məsələn, İlisu, Katex, Afurca və başqaları).

Dağ çaylarının bəzilərində turizmin ekstremal növünü təşkil etmək olar. Lakin respublikada ekstremal turizm maraq demək olar ki, çox zəifdir. Bunun da səbəbi var. Ekstremal turizm üçün tək-cə təbii obyektin olması kifayət deyildir. Bunun üçün müvafiq təchizatın, avadanlıqların, xüsusi hazırlıqlı peşəkar təlimatçıların olması da vacibdir.

Respublikada ən iri çay olan Kür və onun qolu Araz su rekreasiya turizminin inkişafı üçün perspektivlidir. Turizmin inkişafında təbii-coğrafi amil kimi mineral mənbələr mühüm rol oynayır. Mineral sular əsasən Naxçıvan MR, Gədəbəy, Kəlbəcər, Şuşa, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Lənkəran, Astara, Masallı bölgələrində yayılmışdır. Termal sular isə Lənkəran, Astara, Masallı rayonlarında və Abşeronda yayılmışdır.

Təbii turizm-rekreasiyaəhtiyatları kimi mineral su mənbələrinin əhəmiyyəti böyükdür. Mineral və termal sular müalicəvi xüsusiyyəti, kimyəvi tərkibinə və süfrə suyu kimi istifadə olunmasına görə qruplaşdırılır. Mineral

sular qruplara bölünərkən onların müalicəvi xüsusiyyətləri ilə yanaşı süfrə suyu kimi istifadə olunması da nəzərə alınır. Naxçıvanda Sirab, Badamlı, Vayxır, Qaxda eyni adlı su, Gədəbəydə Slavyanka mineral suları süfrə suyu kimi qablaşdırılır. Bu baxımdan mineral sulardan hidrokarbonatlı və xlor tərkibi olan karbonlu suların süfrə suyu kimi istifadə olunması geniş yayılmışdır.

Mineral və termal sular turizm ehtiyatı baxımından qiymətləndirilərkən nəzərə alman əsas amillərə onun debiti, müalicəvi xüsusiyyətləri və digər təbii komplekslərlə birgə istifadə imkanları daxildir. Mineral suların ümumi sutkalıq debiti min litrdən çox olarsa, istifadə üçün yararlı sayılır. Mineral və termal suların ətrafında digər turizm ehtiyatları mövcuddursa, onların kurort-turizm baxımından mənimsənilməsi daha çox səmərəli sayılır. Azərbaycanda əhəmiyyətli müalicə palçığı, alternativ olmayan naftalan nefti kimi rekreasiya sərvətləri də vardır.

Azərbaycanın flora və fauna aləmi keçid xarakterə malikdir. Bu, özündə Şimali Avropa, Aralıq dənizi sahili, Orta Şərq və Mərkəzi Asiyanın fauna və flora elementlərini əks etdirir. Azərbaycanın flora aləmində Qafqaz və digər ölkələrdə yayılmış 4000 növdən artıq bitki yayılmışdır ki, bunların əksəriyyəti endemik növlərdir və yalnız respublikamızda rast gəlinir. Dünyada yalnız bir yerdə, Elyaroglu dağlarında Eldar çölündə vəhşi reliktdə eldar şamı, Lənkəranda Talış dağlarında dəmir ağacı, Kür çayının aşağı axarında Xəzər şanagülləsi, süsən və s. bitir.

Respublikanın mərkəzində sipər rolunu oynayan Kürqırağı tuğay meşələrinin 75-80%-i məhv olmuşdur. Hal-hazırda dağ və dağətəyi meşələr sistemsiz qırılaraq sıradan çıxır. Təbii bərpa edilməsi imkanları isə çox məhduddur.

Respublikanın meşə sərvəti rekreasiya ehtiyatı kimi yüksək qiymətləndirilir. Meşələrdə olan endemik və reliktdə bitkilər, “qocaman” palıd və çinar ağacları cəlbedicidir.

Düzənlik sahələrində kiçik areallarda, Lənkəranda Qanıx-Əyriçay vadisində, Kür-Araz ovalığında, Kür və Araz çayları vadisinin bəzi yerlərində Tuqay meşələri yayılmışdır. Respublikanın meşələrinin cəmi 3%-i qarışıq meşələrdir (şam, ardıc). Azərbaycan meşələrinin kurort və istirahət turizmi üçün əhəmiyyəti xüsusi qeyd olunmalıdır. Meşələr turist axını formalaşdıran təbii amillərdən biridir. Turistləri və istirahət edənləri meşəyə cəlb edən səbəblər müxtəlifdir. Bu səbəblərdən ən mühümü təmiz havada, təbiətlə təmasda olmaqdır.

Azərbaycanda dəniz sahili ilə meşə massivlərinin həmahəng təşkil etməsi turist axınının artmasına təsir edir. Məsələn, Xəzər sahillərinin şimalında Yalama-Nabran, cənubunda Astaranın meşə massivləri ərazinin turizm-rekreasiya cəhətdən

mənimsənilməsinə imkan yaradır. Azərbaycanda bir sıra kurortlar və istirahət mərkəzləri dağlıq meşə qurşağında (Şuşa, Şəki, Zaqatala, Hacıkənd) yaradılmışdır və bu zona kənd turizminin inkişafı məqsədilə də prioritet ərazilər sayılır. Bunlardan başqa Azərbaycanda gözəlliyi və kurort-müalicə imkanlarına görə əhəmiyyətli olan meşəli sahələr çoxdur, bu ərazilərdə də istirahət evləri, turist bazaları yaratmaq üçün perspektiv imkanlar var. Belə yerlərə Quba, Qusar, Altıağac, Zaqatala, Lerik, Füzuli, Zəngilan, Kəlbəcər və başqalarını aid etmək olar. Bu rayonlarda turizmin müxtəlif, o cümlədən kurort-istirahət, ekoturizm növlərini (həmçinin kənd turizmi) inkişaf etdirmək olar. Lakin turizm obyektini kimi meşələrdən istifadə edərkən meşə massivlərində ekosistemin qorunması təmin olunmalıdır.

Azərbaycanda 12 qoruq, 24 yasaqlıq, 9 Milli park vardır ki, bunlarda qiymətli təbii landşaft və tükənməkdə olan fauna növləri, nadir flora nümunələri cəmlənmişdir. Bir sıra yeni qoruq və Milli parkların yaradılması haqda da təkliflər

hazırlanır. Ümumiyyətlə, qoruq və Milli parklara səfər etməyə qadağa qoyulmur. Lakin bunlarda turizm-rekreasiya fəaliyyətinə məhdudiyyətlər

qoyulur. Bunlardan başqa Azərbaycanda təbiətin çox müxtəlif təbii obyektləri mövcuddur.

Mövcud təbiət komplekslərini qorumaq, təbiət proseslərinin təbii hərəkətlərini öyrənmək üçün qorunan təbiət əraziləri yaradılmış və fəaliyyət göstərməkdədir. Qorunan təbiət əraziləri və obyektləri Azərbaycan Respublikasının milli sərvətidir və xüsusi ekoloji, elmi, mədəni və estetik dəyəərə malikdir.

2.2. Turizmin inkişafında Dövlət tənzimlənməsinin rolu: əlverişli təsərrüfatçılıq rejiminin formalaşması və investisiya baxımından dəstəklənmə siyasəti.

Dövlətin turizm inkişafında əsas vəzifəsi, onun ilkin fəaliyyət şəraitini yaratmaq və sonrakı illərdə turist fəaliyyətinin maliyyə və maddi dayaqlarını dövlət və yerli vəsaitlərin stimullaşdırılması hesabını təşkil etməkdir. Dövlətin əsas iqtisadi və təşkilatı rolu, turizmin ərazi və sahə strukturunun təkmilləşdirilməsində büdcə, investisiya, kredit ödəmələri və həmçinin qeyri dövlət resurslarının təşkili yolu yüksək artım əldə etmək deməkdir. Beləliklə, dövlətin rolu konseptual inkişaf istiqamətlərin, onun fəallaşmasının kompleks proqramını və ayrı-ayrı mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi vasitəsi ilə yüksək artım əldə etməkdir. İnvestisiya siyasəti bütün mənbələr hesabına təşviq olunmaqla regionlara ayırmaqla, prioritet sahə kimi turizmin inkişafına yönəlməlidir (Bilalov B.Ə., 2005).

Turizm məhsulunun çox hissəsi məhz kənd təsərrüfatı məhsulları, kənd təsərrüfatı potensialı ilə əlaqəsi olduğu üçün onun vergidən azad olunması vacibdir. Ancaq turizmin istehlakçıları xarici vətəndaşlar olduğu üçün onun məhsuluna əlavə dəyər vergisi tətbiq olunmalıdır. Turizmin inkişafı üçün kapitalla və istehsala

vergi tutulmaması bu sahəyə kapitalı artırır.

Dövlətin turizm sahəsinə himayəçiliyinin iqtisadi mexanizmləri səmərəli təşkil olunmaqla, stimullaşdırıcı olmaqlı və dövlət resursları üzərində nəzarət

ilə sahə olaraq turizmin xərclərini aşağı salmaq üçün yerli resurslardan istifadəyə görə verilən haqqın maya dəyərinə daxil edilməsi metodikası tətbiq etməklə, məhsulun mənfəətini artırmaq və həmin turizm müəssisə ilə yerli tələbat arasında bölgüsünü

təmin etməklə inkişafa stimül yaradılır.

Dövlətin büdcə-maliyyə siyasəti, onun mərkəzləşdirilmiş vəsaitlər hesabına, yaradıcı maddi təminat sistemi regionların inkişafında mühüm rol oynayır. Belə ki, kredit mühiti, faiz siyasəti və sahibkarların maliyyə imkanlarını hesabına turizm layihələrinin həyata keçirilməsi, davamlı inkişaf siyasətinə əsas verir. Müasir şəraitində region azad iqtisadi zonaların yaradılması, infrastruktur layihələri bütövlükdə kompleks region şəraiti yaradır. Kreditlərin maliyyə mənbəyi daxili və xarici maliyyə resursları hesabına baş verdiyi üçün sərbəst bazar şəraitində kredit riskinin azaldılması və təminatında dövlətin rolu mühüm amil olaraq formalaşır və dərinləşir.

Turizm müddətinə görə kredit təminatı daxili resurslar hesabına cari müddətə verilə bilər. Cari kreditə təminat dövlət büdcəsindən təminat verilməklə reallaşır. Dövlət məhz turizm üçün verilən kredit sahibkarlığa kömək və hər hansı konkret layihə üzrə ayrılmaqla sahələr və ərazilərə verə bilər. Belə ki turizm məqsədi ilə böyük sanatoriya və kurort potensialının əsaslı təmiri yaxıd yenisinin tikilməsi turizm layihələri ilə baş verir. Hər bir layihənin maliyyə resursları, tender keçirməklə rəqabət mühiti yaratmaqla dövlətin qvarantiyası ilə reallaşdırılır.

2016-cı ildə investisiya layihələri üçün dövlət zəmanəti ilə alınan xarici kreditlər üzrə nəzərdə tutulan xərclərin həcmi 1282016,8 min manat təşkil edir. Azərbaycan Respublikasının 2016-cı ildə daxili dövlət borclanma limitinin yuxarı həddi daxil olan manat, xarici dövlət borclanma limitinin yuxarı həddi 540 min manat təsdiq edilir. Beləliklə dövlət büdcəsinin xarici borclara limit qoyulması, onun ehtiyat resurslarının məbləğini müəyyən edir. Turizmin inkişafının daha səmərəli yolu, kredit resursların olan tələbatını ödəməklə borc verə biləcəklərini güman etmək üçün qiymətli kağızlar

bazarında turizm sahibkarlıq ilə məşğul olmaq üçün səhmlər buraxılması vacibdir.

Yuxarıdakı diaqramdan görüldüyü kimi, respublikamıza səyahət edənlərin sayı ildən-ilə artır. Bu dinamik artım iqtisadi və sosial inkişaf ilə əlaqəlidir.

Bir çox iqtisadiyyat turizm sektorunun təsirindən qurulmuşdur və bu, kütləvi bir gəlir və iş yerlərinin qlobal istehsalçısıdır. Amma bəzən iqtisadi mühərrik kimi ciddi qəbul edilməyə çalışılır.

Sağlam iqtisadiyyatlar çox çeşitlənmişdir və heç bir ölkə turistik müraciətə baxmayaraq, yalnız və ya hətta bir turizm mənbəyinə güvənməlidirsə, turizm sektoru bütün iqtisadi böhran ölkələri üçün güclü bir artım dərəcəsi kimi xidmət edə bilər. Digər sahələrə tikinti, nəqliyyat, infrastruktur, ərzaq və içkilər, ümumi xidmətlər, eləcə də texnologiya və start-uplar ətraf mühitə təsirləri təbiəti ilə turizm deməkdir düzgün istifadə edildikdə diversifikasiya səylərinə kömək edir. Son illərdə turist sayının artması ilə qonaqpərvərliyin və turizmin iqtisadi potensialını istifadə etmək üçün heç bir zaman böyük imkanlar yaranmırdı.

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına görə, 2016-cı ildən 2017-ci ilə qədər beynəlxalq turistlərin gəlməsi 7% artaraq 1,3 mlrd. 2013-cü ildə bu rəqəm 1 milyarddan çoxdur. İqtisadiyyatın inkişafı ölkələr inkişaf etməkdə olan ölkələrdən daha çox turistləri cəlb edir (55% -ə qarşı 45%). 2017-ci ildə 672 milyondan çox gələnlərin, dünyanın ən populyar bölgəsindən iki dəfə, Asiya-Sakit okean və Afrika və ya Yaxın Şərqi 10 qatından çoxu Avropada dünyanın qabaqcıl turizm məqnatı olaraq qalır.

Bu ölkələrə beynəlxalq turizm gəlirləri 2013-cü ildə 507 milyondan 2017-ci ildə 597 milyona yüksəlib. Bu tendensiyanın davamı artan turizm sektoru dəstəkləmək üçün daha çox daxilolmalar və gəlirlər, daha çox iş yerləri və daha çox daxili investisiyalar deməkdir.

FDI layihələri və otel və turizm sahələrində sərmayə həcmi 2013-cü ildən 2017-ci ilədək faktiki olaraq azaldılıb. 2013-cü ildən 2014-cü ilədək

əsas dip 2013-cü ildə baş verib. Turizmdə DYY tərəfindən yaradılan işlərin təxmin edilən sayı da keçən il 60,306'ya bərpa edildi.

Dünyanın hər yerində turistlərin davamlı gedişini davam etdirmək və bu sürətlə inkişaf edən sektorun təqdim etdiyi iqtisadi imkanları maksimum dərəcədə artırmaq üçün daha çox investisiya lazımdır. Hükümetlər, ölkələrin investisiya ortamlarını mümkün olduğunca turizm yatırımlarına katkıda bulunmaq və daha geniş turizm stratejilerine hizmet edecek gerekli yatırımları etkinləşdirmək və aynı zamanda endüstrinin doqal varlıqların korunması ile ilgili ihtiyaçlarını dengelemek için bir sorumluluqə sahiptir. Diqqətli bir iş tələb etsə də, bayramlar işi həm şirkətlər, həm də ölkələr üçün böyük dividendlər ödəyir.

Turizm sənayesinə investisiyalar özəl sektorda yüksək mənfəət qazanmaq və ya ictimai məqsədlər üçün iqtisadi artımın artırılması üçün turizm sənayesində digər mal və xidmətlər istehsal edə biləcək sərmayə və ya malların yaradılması deməkdir.

Turizm investorlarına strateji investorları (SI), tikinti investorları (CI) və maliyyə investorlar (FI) daxildir.

Strateji investorlar (SI)

Bir şirkətin idarə olunması üçün məsuliyyət daşımaq və idarə etmək hüququ əldə etmək məqsədi ilə turizm inkişaf layihələrinə investisiya edən fərdi və ya firma

məsələn, turizm müəssisələri, planlaşdırma, maliyyələşdirmə və ya marka sahibləri ilə məşğul olan əmlakın inkişaf etdiriciləri daxildir.

Tikinti İvestorları (CI)

İnkişaf etmək üçün fərdi və ya firma turizm inkişaf layihələrinə sərmayə qoymağı məqsəd qoyur.

Maliyyə investorları (FI)

Dividend almaq məqsədilə turizm inkişaf layihələrinə sərmayə qoyan fərdi və ya firma məsələn, banklar, sığorta şirkətləri, fərdi aktivlərin idarə

olunması şirkətləri, REİTLər (emlak investisiya investisiyaları), PEF (özəl kapital fondları) daxildir.

Azərbaycanın turizm sektoru, Azərbaycan iqtisadiyyatının ən aktiv sektorlarından biridir və investisiyalar üçün imkanlar təklif edir.

Azərbaycan günəş və çimərlik tətili üçün ən global turistik yerlərdən biridir və il boyu temalı bayramlar üçün cəlbedici təkliflər verir. Azərbaycanın zəngin mədəni irs, təbii gözəllik və coğrafi müxtəliflik kimi rəqabət üstünlükləri son illərdə əhəmiyyətli turizm sərmayələrini cəlb edərək, Azərbaycan tətillə və turizmlə bağlı sərmayələr üçün ideal bir yer kimi gücləndirdi.

Son böhran dövründə belə Azərbaycanda turizm sənayesi iqtisadi artım və məşğulluğun təməl nöqtələrindən biri olmuşdur .

Turist sənayesi hazırda turist dövrünün genişlənməsinə, yüksək dəyərli turizm segmentlərinin cəlb edilməsinə (yüksək xalis dəyərli, zəngin), orta gündəlik xərclərin artmasına və yeni turistlərin açılmasına yönəldilmiş böyük bir strateji yaxşılaşdırma təşəbbüsüdür. turizm bazarları.

Azərbaycan ənənəvi “günəş və çimərlik” turizm məhsulunu bir sıra yüksək dəyərli, daha çox diqqət mərkəzli məhsullara çevirməyə yönəlmiş turist sənayesinə əhəmiyyətli investisiyalar qoymağa hazırdır:

- 1.Çimərliklərə;
- 2.Yelkənli qayıqlara;
- 3.Tarixi, irsi abidələrə;
4. Daşınmaz əmlaka.

Çox istehlakçı səyahət və turizm sənayesi ilə ailə və müvafiq məzuniyyətlər zamanı bəzi lazımı istirahət və istirahət üçün xidmətlərindən istifadə edir. Bununla belə, eyni fəaliyyətlər əsas iştirakçı səhmdarlarının kapitalının artırılması üçün son nəticəyə görə səyahət fəaliyyəti təklif edən bir çox ictimai şirkətlər ilə sərmayə edilə bilər. Aşağıda, səyahət və turizm bazarının investisiya sahəsindən gəlirli olduğunu sübut edə biləcək beş sahə

vardır. Həmçinin, təyyarəçilər daha yaxşı landşaftları anlamaq və bəzi səyahət təkliflərini ovlamaq üçün kömək edə bilər.

Bir çox sənayelərdə olduğu kimi, turizm və turizm xidmətləri göstərməklə gəlirin internetə keçməsinə davam edir. Ənənəvi səyahət agentləri istehlakçıların aşağı qiymətlərlə və rahat cədvəllər üçün alış-veriş etmələrinə imkan verən online saytlar ilə rəqabət aparmaqla yanaşı, birja brokerləri online ticarət platformaları ilə böyük hissəyə çevrilmişdir.

Onlayn aparıcı provayderlər arasında Orbitz, Priceline və Expedia kimi ictimai oyunçular iştirak edir. Xüsusilə, Priceline, veb saytına təyyarə uçuşlarını sifariş etmək və ucuz, son dəqiqəlik səyahət təklifləri təklif etmək üçün çox uğur qazanmışdır. Son beş il ərzində satış və gəlirlər hər il təxminən 20% artıb. Bu artım son beş ildə təxminən 1000% -ə qədər olan fond qiyməti ilə tam şəkildə göstərilib.

Kruvaziyer xətti sənayesi bir əsrdən artıqdır mövcuddur, lakin hələ də bir çox istehlakçılar üçün səyahət seçimi kimi geniş deyil. Dünyadakı ən böyük kruiz xətti operatoru olan Carnival, Şimali Amerikada əhalinin yalnız 3.4% -i bir səfərdə olmuşdur. Dünyanın qalan hissəsi yüzdə daha aşağıdadır.

Otel sənayesində bir neçə aparıcı beynəlxalq şirkət hakimdir. Bu, ictimaiyyətə satılan Marriott və Starwood Hotels şirkətlərinin, habelə özəl Hilton-in sahibi. Bu şirkətlər, əsasən, öz evlərini Amerika Birləşmiş Ştatları bazarına qarışdırdılar və artıq beynəlxalq səviyyədə böyüyürlər.

Böyük kurort operatorları otellərin inkişafı digər əyləncəli və əlaqəli obyektlərlə birləşdirir. Bu məkanda ictimaiyyətə satılan operatorlar Neytvikdə Opryland kurortuna və Texas, Florida və Merilendə digər əmlaklara malik olan Gaylord Entertainment-a daxildir. Böyük səyahət qruplarına konvensiyalar və digər nəhəng yığıncaqlara ev sahibliyi etməyə imkan verən kütləvi istirahət mərkəzlərində ixtisaslaşır.

Vail Resorts Kolorado və ətraf ərazilərdə ən tanınmış xizək mərkəzlərindən birinə sahibdir. Buna Vail Mountain, Breckenridge və Beaver Creek Resort daxildir. Əlbəttə ki, Walt Disney Florida-da Disney World və

Kaliforniyada Disneyland kimi uşaq dostu mövzu parkları, mehmanxanaları və əyləncə kompleksləri üzrə ixtisaslaşır.

Las-Vegas üslubunda qumar Asiyada sürətlə böyüyür. Macao, dünyanın ən böyük qumar bazarına çevrildi və Wynn Resorts və Las Vegas Sands kimi Las Vegas mərkəzli firmalardan kütləvi casino kurortları binasını gördü. Hər ikisi də ictimaiyyətə satılan şirkətlərdir. Bu artım Sinqapur, o cümlədən Asiyanın digər bölgələrinə və potensial olaraq Vyetnam və Yaponiyaya genişlənir.

Bunlar dünyanın səyahət və turizm sənayələrinə investisiya etmək üçün bir çox imkanlardır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan bazar iqtisadiyyatlarında xarici artım, Şimali Amerikada və Avropada daha inkişaf etmiş bazarlarda getməlidir.

2.3. Azərbaycanda yeni turizm marşrutları və potensialının formalaşdırılmasında özəl sektorun iştirakının qiymətləndirilməsi.

Turizm marşrutlarının müxtəlif növləri vardır. Turistlərin səyahət motivləri, turların müddəti, nəqliyyat vasitələrinin növlərinə əsasən turist marşrutları qruplara ayrılır. Turistin səyahət motivləri burada geniş yer tutur. Bu motivlərə aiddir:

- ❖ istirahət;
- ❖ sağlamlıq;
- ❖ safari, raftinq, macəra, foto ovçuluq, təbii və texnogen fəlakət yerlərinə səyahət etmək.

Çoxgünlük (14-30 günlük), bir neçə günlük (1-3 günlük) və bir neçə saatlıq ekskursiyalar vardır. Bunlar müəyyən vaxt kəsiminə görə bölünürlər.

İki və daha çox nəqliyyat növü istifadə olunmaqla təşkil olunan turist marşrutları çoxgünlük olurlar. İdman, əyləncə və macəra tipli çoxgünlük marşrutlar da vardır. Ov ovlamaq, alpinizm, raftinq, dəniz, çay sahili gəzintiləri, həftəsonu turizmi (“weekend tourism”) bir neçə günlük marşrutlar

ola bilər. Şəhər və kənd yerlərinin, bulaqların, muzeylərin, abidələrin görülməsi, səyahət olunması bir neçə saatlıq təşkil olunan marşrutlardır.

Ekskursiya marşrutları ilə tanışlıq piyada (az məsafəyə maksimum 20 km), heyvanlarla (at, dəvə və s.), qoşqu heyvanları ilə, dəmiryolu, havayolu, gəmi ilə təşkil oluna bilər (Bilalov B.Ə., 2005).

Turizm ehtiyatlarının olması turizmin inkişafında mühüm yerə malikdir. Bunun səbəbi turizmin baza məhsullarının var olmasıdır. Bu məhsulların başlıca hissəsini turizm marşrutları, ekskursiya proqramları təşkil edir.

Ölkəyə səyahət üçün gələn turist öz səlahiyyətləri çərçivəsində müəyyən dərəcədə turizm marşrutlarından istifadə edirlər. Onların burada maraqlı olduğu amil səyahətlərin bir marşrut üzrə düzgün təşkil olunmasıdır. Turizm şirkətlərinin bunu düzgün təşkil etməsi zəruri məsələdir. Müasir dövrdə bu turizmin başlıca tələbidir. Turizm destinasiyalarının daxilində turizm marşrutları yaradılır. Bunun əsas üstün cəhətləri bunlardır: təhlükəsizliyi, gözəlliyi və iqtisadi baxımdan inkişafa güclü təsiri.

Turizm marşrutunun mənası nədir? Turizm marşrutu əsasən coğrafi ərazi baxımından öncədən müəyyən olunan bir ərazidir. Ümumi halda, turizm marşrutu desək, öncədən müəyyən olunaraq hazırlanmış istiqamət üzrə, müəyyən zaman və müəyyən məqsəd intervalında xidmətlər kompleksi başa düşülür. Bu xidmətləri isə müəyyən edən cəhət turistin ölkəyə nə məqsədlə səyahət etməsidir. Bu məqsədlə də turizm marşrutları turizm xidmətlərinin təşkili mexanizmini inkişaf etdirir.

Müəyyən xüsusiyyətlərinə görə turizm marşrutları tematik və sağlamlıq baxımından aşağıdakı kimi təsnif edilir:

- ❖ Tematik marşrutlar tanışlıq, ekskursiya məqsədi daşıyır.
- ❖ Sağlamlıq marşrutları idman, sağlamlığın qorunması ilə əlaqədar olur.

Hər bir turist marşrutunun kombinasiyaları da mövcuddur. Bu turistlərin şəxsi seçimindən asılı olaraq dəyişir. Qarışıq formada özünü göstərən turizm marşrutları nəqliyyat növünə və quruluşuna görə

fərqlənir. Nəqliyyat növünə görə avtobus, teploxod, təyyarə, qatar növləri olur. Quruluşuna görə isə xətti, radial və dairəvi olurlar.

❖ Xətti marşrut deyəndə, planlaşdırılan xətt üzrə bir və ya bir neçə yerə eyni gündə səyahət edilməsi nəzərdə tutulur.

❖ Radial marşrut yalnız bir yerin səyahəti ilə yekunlaşır.

❖ Dairəvi marşrut isə başlanğıc və son nöqtələrin eyni olduğu turizm marşrutudur.

Nəqliyyatın istifadəsinə növünə görə turizm marşrutları aşağıdakılardır:

❖ turizm müəssisəsinin şəxsi nəqliyyat vasitəsi (məsələn, avtobus);

❖ dəmiryolu turizm marşrutları.

Bu cür marşrutlar qədim zamanlardan mövcud olmuşdur. Belə ki, XIX əsrin sonlarında və XX əsrin əvvəllərində məşhur “Şərq Ekspresi” adı ilə məşhurlaşan və İstanbuldan Kale boğazına qədər olmuş bu marşrutda o dövrün ən zəngin adamları səyahət etmişlər.

❖ Dəmiryolu vasitəsilə səyahət edən turistlər vaqonlarda qalır, vaqon-restoranlarda qidalanırlar. Burada hərəkət gecələr həyata keçirilir və gündüz isə turistlər müəyyən olunmuş proqrama əsasən müxtəlif yerlərə gedirlər.

❖ Su yolu vasitəsilə səyahət edən turistlər qayıqlarda, yaxta və balaca gəmilərdə olurlar. Onlar kiçik çay və göllərdə avarlı və motorlu qayıqlar ilə səyahət edirlər. Burada turistlərin istəyinə görə komfortlu və adi qayıqlarda həyata keçirilə bilər.

❖ Hava yolu vasitəsilə səyahət edən turistlər bu növ daşınmanın uzaq məsafələr üçün sərfəli olmasını yüksək qiymətləndirirlər. İndiki zamanda hava nəqliyyatının turistik imkanları genişdir. Hava nəqliyyatı ölkələrarası məsafəni azaldan yeganə vasitədir.

Beləliklə, turizm marşrutları çox məqsədli turun həyata keçirilmə obyektinə olub müəyyən coğrafi məkanda və müəyyən dövrdə yaranıb inkişaf edən və öz həyat dövriyyəsinə tamamlayan bir turizm anlayışıdır.

Azərbaycanda yeni turizm marşrutları gün keçdikcə istifadəyə verilir. Bu baxımdan Bakı Turizm İnformasiya Mərkəzi, Azərbaycan Mədəniyyət və

Turizm Nazirliyi və Qala Arxeoloji-Etnoqrafik Muzey Kompleksi ilə birlikdə 8 aprel 2009-cu il tarixində yeni turizm marşrutunu istifadəyə vermişdir. İçərişəhər-Şərqi Abşeron-Qala adlanan marşrutun yaradılmasında əsas məqsəd Azərbaycanın turizm potensialının xarici ölkələrə nümayiş etdirilməsi, tanıtılmasıdır.

Abşeron yarımadasında yerləşən Qala Arxeoloji-Etnoqrafik Muzey Kompleksində xalqın mədəni irsi, tarixi abidələri vardır. Bütün bunlar gələn turistlər üçün çox cəlbedici görünür. E.ə. III minillikdən başlayaraq XX əsrin əvvəllərinə kimi Abşeron tarixinə aid eksponatlar burada toplanmışdır. Qədim və orta əsrin vəhdəti burada qabarıq şəkildə diqqəti cəlb edir.

Muzeyin yaradılmasında başlıca məqsəd turizmin inkişafının interaktiv təşkil olunmasını təmin etməkdir. Turizmin bu cür inkişafı dünyanın qabaqcıl ölkələrində özünü göstərir. Burada turistlərin saxsı qab düzəltmələri, xalça toxumaları, çörək bişirmələri üçün də hər bir şərait vardır. Bir sözlə, hər bir turist istədiyi işlə məşğul ola bilər.

Azərbaycanın başqa yeni turizm marşrutu 7 sentyabr, 2010-cu ildə istifadəyə verilmişdir. Bu Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin və Bakı Professional Off-Roaderlər Klubunun (club 4x4) təşkilatçılığı ilə “Azərbaycanın yeni turist marşrutlarını kəşf edək” layihəsi çərçivəsində Qubadan Şamaxı rayonuna dağ yolları ilə “Avto safari” turizm marşrutu idi.

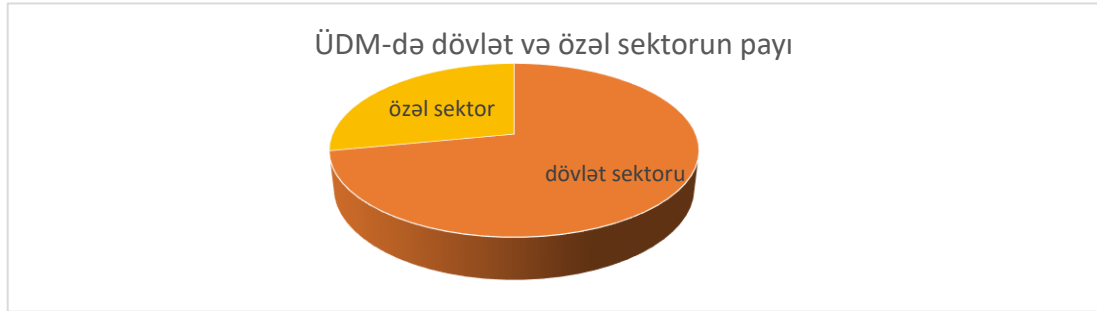
Marşrutda dağ yolları ilə hərəkət də mövcuddur. Qubadan Şamaxıya 13 saat müddətində 200 km yol qət edə bilmək imkanı vardır. Yeni turist marşrutunun kəşf edilməsinə “Club 4x4” ün üzvlərinin idarə etdiyi 11 maşın və 44 iştirakçı cəlb edilmişdir (Bilalov B.Ə., 2006).

Bu layihənin yaradılmasının əsas məqsədi respublikamızın turizmin potensialının inkişafını təmin etmək, geniş formada imkanlarının inkişafına nail olmaq və tanıtmaqdan ibarətdir.

AZAL ilə AZTA arasında 19 oktyabr 2017-ci ildə saziş imzalanmışdır. Bu məhz ilk dəfə həyata keçirilirdi. Bəs nə üçün ilk dəfə

keçirilirdi? Çünki özəl və dövlət sektorunun turizm sektoru üçün əməkdaşlığı ölkədə ilk dəfə baş tuturdu. Saziş məhz “Azərbaycan Hava Yolları” QSC-nin vitse-prezidenti, AZAL sərnişindəşmə şirkətinin icraçı direktoru Eldar Hacıyev və AZTA-nın sədri Nahid Bağirov arasında imzalanmışdır.

Şəkil 9: Turizmin inkişafı ilə əldə olunan ÜDM-də dövlət və özəl sektorun payı

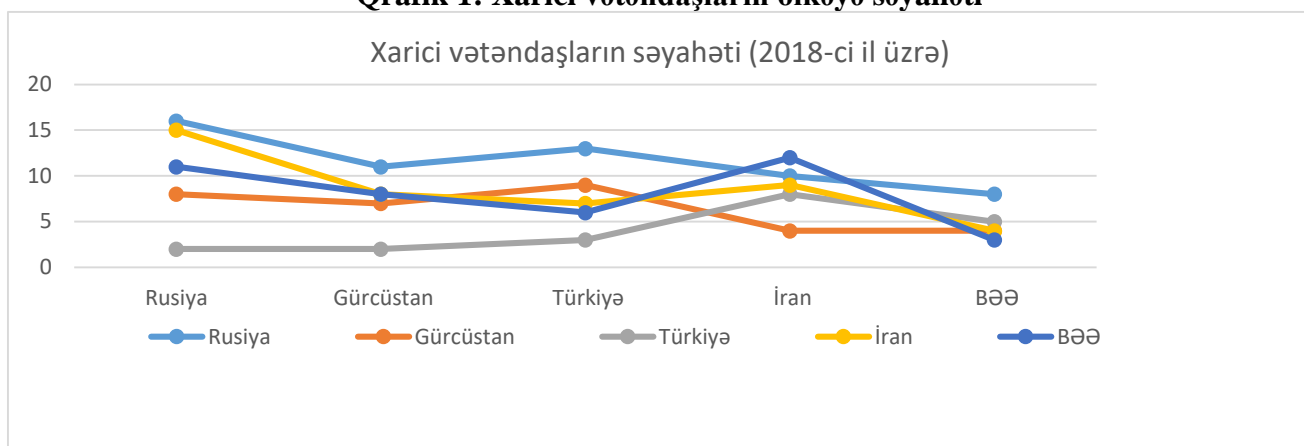


Mənbə: Ə.X. Cabbarov “Turizmin iqtisadi əsasları” (2015).

AZAL AZTA-nın idarə heyətinə qoşulmuşdur. AZAL ilə AZTA-nın turizm münasibətlərində turizm şirkətləri, otellər və s. xüsusi rol oynayır. AZAL ilə AZTA-nın əlaqələrində turizm şirkətləri, otellər və aviasiya sahəsinin iştirakı olmadan lazımi keyfiyyəti təmin etmək mümkün deyil. Bu münasibətlərinin əsasında turizm sektorunun inkişafı və beynəlxalq səviyyədə inkişafı baş verir.

Turizm sahəsinə ayrılan dövlətin diqqətinin aşkar təzahürüdür ki, bu ilin yanvarında ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 185 mini keçib ki, bu da ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 17 faiz artım deməkdir. Rəsmi statistikaya əsasən, Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayına görə beş ölkə - Rusiya (59 990 nəfər), İran İslam Respublikası (45 679 nəfər), Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (24 276), Gürcüstan (13 437 nəfər) və Türkiyə (8 265 nəfər) üstünlük təşkil edib.

Qrafik 1: Xarici vətəndaşların ölkəyə səyahəti

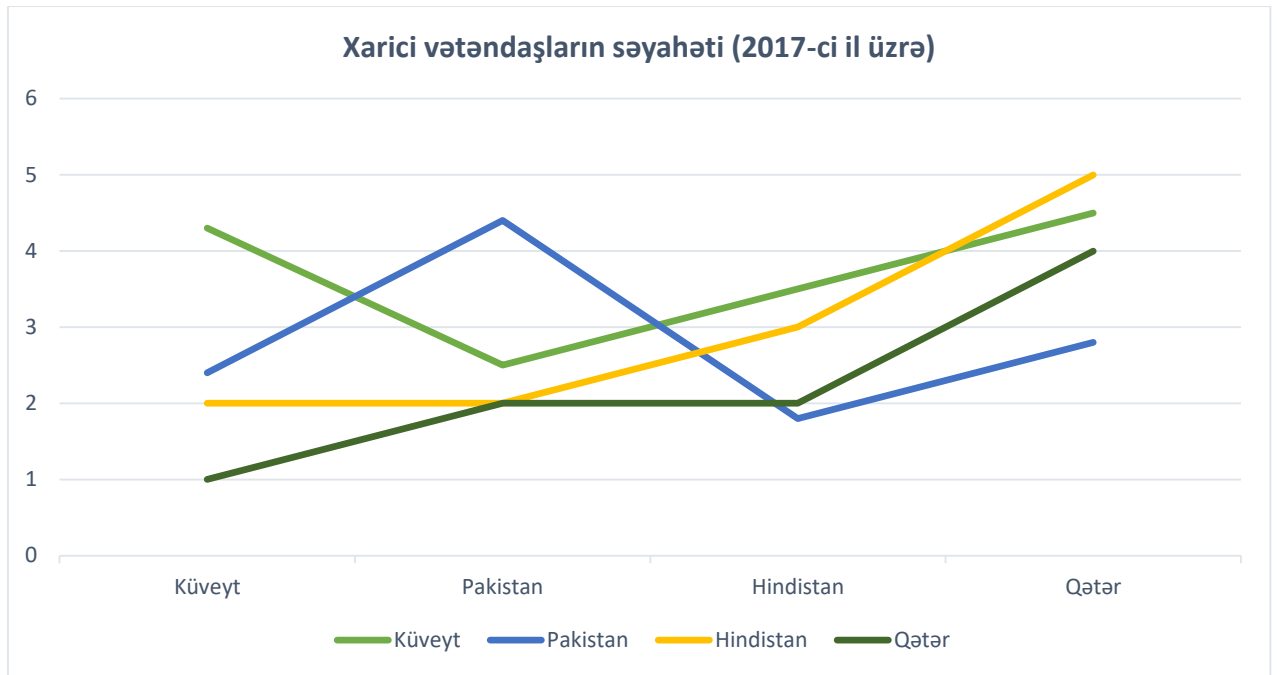


Mənbə: Ə.X. Cabbarov “Turizmin iqtisadi əsasları” (2015).

Yuxarıda qeyd olunan ölkələrdən səyahət edən xarici vətəndaşların sayı 2019-cu ilin yanvar ayında ölkəmizə gələn xarici turistlərin 90%-ni təşkil edir. Ötən ilin (2018-ci il) yanvar ayı ilə müqayisə etsək görürük ki, say baxımından yüksək artım müşahidə olunur. Yüksək artımın olduğu ölkələrə Türkiyə (400 nəfər), Gürcüstan (5000 nəfər), Rusiya Federasiyası (5000 nəfər) və BƏƏ (3000 nəfər), İran İslam Respublikası (2000 nəfər) aiddir. Bu sadalanan ölkələrdən gələnlərin sayında olan artım cəmi olaraq 18 min 604 nəfərdir. Bu isə 65% artım deməkdir.

Başqa bir misal ötən il yanvar ayı ilə 2017-ci ilin yanvar ayını müqayisə etsək görürük ki, artımın yüksək olduğu ölkələrə Küveyt, Pakistan, Hindistan və Qətər aiddir.

Qrafik 2: Xarici vətəndaşların ölkəyə səyahəti



Mənbə: Ə.X. Cabbarov “Turizmin iqtisadi əsasları” (2015).

Keçən ilin yanvar ayı ilə müqayisədə, faiz etibarilə daha yüksək artımın müşahidə edildiyi ölkələr isə Küveyt (620%), Pakistan (350%), Hindistan (240%) və Qətər (180%) olub. Bu ölkələrdən Azərbaycana gələnlərin sayında artım cəmi 6000 nəfər təşkil etmişdir. Bu isə ümumi artımın 25%-idir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZM SEKTORUNUN PROBLEMLƏRİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.

3.1. Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişafında turizmin rolu və perspektivləri.

Son bir neçə ildə dünyada hökm sürən qlobal maliyyə böhranı, eləcə də neftin qiymətinin kəskin ucuzlaşması qeyri-neft sektorunun inkişafını daha da sürətləndirilməsini olduqca zəruri edirdi. Bu baxımdan son 16 ildə neft gəlirlərindən istifadə etməklə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər böyük nikbinlik doğurur (Heydərrov Ş.Ə., 2011). Sənayedə və turizmdə mövcud olan geniş potensial, ölkənin coğrafi mövqeyi, tranzit-nəqliyyat imkanlarının genişlənməsi qeyri-neft sektorunu, dolayısı ilə turizmin inkişafı üçün yaxşı imkan yaradır.

Ötən illərdə ölkədə qeyri-neft sektorunun inkişafının dəstəklənməsi tədbirləri çərçivəsində infrastruktur quruculuğuna böyük diqqət göstərilib. Hazırda Azərbaycan infrastruktur təminatı baxımından dünyanın ən qabaqcıl ölkələri sırasında yer alır. Azərbaycanda iqtisadi sahədə həyata keçirilən bu və ya digər məqsədyönlü tədbirlər nəticəsində qeyri-neft sektoru inkişaf edib, ölkənin ixrac potensialı artıb. Əgər bir vaxtlar ölkə iqtisadiyyatında neft sektorunun çəkisi təxminən 80 faiz civarında idisə, hazırda bu nisbət qeyri-neft sektorunun xeyrinə dəyişib. Prezident İlham Əliyevin vurğuladığı kimi, biz bu gün inamla deyə bilərik ki, Azərbaycan öz iqtisadi potensialını şaxələndirə bilib.

İndi qeyri-neft sektoru iqtisadiyyatın təxmini olaraq 75 %-ini təmin edə bilir. O ki qaldı konkret olaraq turizmin inkişafı məsələsinə, bu ilin aprelində ölkə Prezidentinin Sədrliyi ilə Polşada keçirilən qeyri-neft ixracatçılarının müşavirə -sində də səsləndirildiyi kimi, artıq Azərbaycan dünyada öz ekskursiya imkanları ilə tanınıb şöhrət tapmaqdadır. Ən əsası isə ekskursiya marşrutlarının inkişafı yönündə atılan addımlar təqdirəlayiqdir. Bu gün ölkəmizdə məhz turizmin inkişafına dəstəkdə dövlətin qayğı və diqqəti ön plandadır. Əminəm ki, yaxın gələcəkdə turizmin inkişafı istiqamətində atılan

addımlar öz real nəticələrini ortaya qoyacaq və turizmin qeyri-neft sektorundakı payı daha da artacaq.

Cədvəl 1: Ölkədə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin sayı, ədədlə

Turizm müəssisələrinin sayı (cəmi)	2014	2015	2016	2017	2018
Bakı	68	91	97	125	135
Abşeron iqtisadi rayonu	-	-	84	110	112
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	-	-	5	5	2
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	-	-	4	3	1
Lənkəran iqtisadi rayonu	-	-	-	-	-
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	-	-	4	4	8
Aran iqtisadi rayonu	-	-	1	1	1
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	-	-	1	-	-
Naxçıvan iqtisadi rayonu	-	-	2	2	1

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (23.08.2018).

Turizm biznes və zövq üçün qeyri-neft sektorunun inkişafına təkan verir. Hal-hazırda bir çox ölkənin iqtisadiyyatına kömək edə biləcək dinamik bir sənayedir. Bəzi ölkələr hətta bütün mühitini inkişaf etdirmək və turistik yerləri yaratmaq üçün əlavə islahatlara getməkdədirlər. Turizm bütün dünyada insanları və sənaye sahələrini təsir edir; həm də biznes məqsədləri üçün böyük bir sektordür.

Turizm aşağıdakı səbəblərdən vacibdir:

- ❖ Bir ölkənin inkişafına kömək edir;
- ❖ Turizm iqtisadiyyata təsir göstərir;
- ❖ İxrac sənayesini artırır;
- ❖ Mədəniyyətlərin, malların və öyrənmənin xarici valyutasını artırır;

- ❖ İqtisadi artımın sürətini artırır;
- ❖ Gəlirləri yaradır və iqtisadiyyatı stimullaşdırır.

Yuxarıda yer alan altı punkt turizmin bəzi önəmli ünsürlərini özətləmək -
dədir.

Çində keçirilən Olimpiya Oyunları ən yaxşı nümunədir. Çinin Olimpiya Oyunlarına sərf etdiyi məbləği nəzərə alın. Bu pul sərf edilən iş çox iş təklif edərək iqtisadiyyata stimulaş verdi. Oyunlar turistlərin mehmanxanalarda, aeroportlarda, avtomobil icarəsində və oyun yerlərində qayğıya ehtiyacı olduğu üçün iş yerlərində də artım təmin etdi. Həmçinin insanlar yeməkdən sonra restoranların stimullaşdırılmasına kömək etdi.

Xarici valyuta mədəniyyətinə, mallara və öyrənməyə baxdığınız zaman o da ziyarət edilən bir ölkənin dünyaya mədəniyyətlə əlaqədar olanları göstərə bilər; bu da ölkəni daha da inkişaf etdirməyə kömək edir. Xarici mənbələrdən daha çox köməyi ilə mübarizə aparan və ya inkişaf edən ölkə daha az inkişaf edə bilər.

İxracat sənayesi turizmdən də artmaqdadır ki, geri qayıda bilməyən evlər geri qayıtdıqları xeyirləri görəcek və ya eyni malları İnternet vasitəsilə tapmaq üçün ya da ziyarət edə bilərlər. Turizm hər şeydən əvvəl hər hansı bir iqtisadiyyat üçün stimulatordur.

Bir iqtisadiyyata rifah gətirməklə yanaşı, iqtisadiyyat yeni bir gəlir formasını da inkişaf etdirməyə imkan verir. Bu çətin dövrlərdə sığorta siyasəti kimi çıxış edir, çünki gələn əlavə dollarlar maliyyə təzyiqinə məruz qalan hallarda ənənəvi sənayelərin dəstəklənməsinə kömək edə bilər. Bu, tək sənayelə əsaslanan və ya madencilik və ya istehsal kimi ətraf mühitə zərər verən sənayenin konsentrasiyası olduğu icmalar üçün xüsusilə vacibdir. Kənd təsərrüfatı şəraitinə və global əmtəə qiymətlərinə əsasən əhəmiyyətli risklərin olduğu kənd icmaları üçün də vacibdir. Turizm bir cəmiyyətə öz gəlir mənbələrini diversifikasiya etməyə imkan verir və tək sənayelərə güvənir.

İndiki vaxtda daha çox adam səyahət xərcləri azaldığını bilir və bununla da turizm inkişaf edir. Çoxları bunu müsbət bir fenomen olaraq görsələr də, bu, bir mənfi cəhətsiz bir tendensiya deyil.

Turizmin müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatında mühüm rol oynadığına inanır və eyni zamanda həm qonaqların, həm də yerli əhalinin ağıllarını açmağa kömək edir. Birincisi, qonaq ölkəyə pul ziyarətçilərinin bu ölkəyə gətirilməsi şəklində böyük miqdarda xarici pul alacağı gözlənilir. Əslində, bu günki cəmiyyətlərin bir çoxu, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr, inkişaf etmək üçün turizmdən asılı olmalıdır. İkincisi, beynəlxalq səyahət müxtəlif ölkələr arasında mədəniyyətlərin mübadiləsi və çox yerlərə xəbər gətirmək üçün bir yoldur. Misal üçün, Kambocanın çöl və dağlıq bölgələrində, indiyə qədər indiyə qədər insanlar öz-özünə qane olmadılar və həyatlarını əkinçiliklə bağlı idilər. Əgər düyü yaxşı böyüyərsə, yemək və saxlamaq üçün kifayət qədər qidalar var; pis hava pis hava səbəbindən yaxşı böyüməsə, insanlar aclıqdan ölürlər.

İnsanlar turizmdən gəlir əldə edə biləcək başqa mənbələrə malik ola bildikləri üçün indi də istifadə edilən şey çox çətin deyil. Yerli əhali suvenirlər etməyə başladı və onları ziyarətçilərə satırdılar və onlar istehsal edə bilməyən qida və digər zəruri məhsullar almaq üçün pul qazanırlar. Həm də, yerli xalq gündəlik həyatda fəaliyyət göstərən turistlər turizmdən ən böyük fayda olan mədəniyyətlər haqqında çox şey öyrənə bilər.

Ancaq bir çox insanlar ətraf mühitə və yerlərin təbiətinə mənfi təsirləri səbəbindən turizmini tənqid edirlər. Misal üçün, məmləkətimi götürün, onun gözəl və geniş çimərlikləri və dənizdə üzmə getmək və çimərliklər yaxınlığında bəzi restoranlarda dəniz məhsulları zövq kimi insanlar üçün tanınırdı. Ancaq çox sayda turist diqqətsiz dənizə plastik yastıqlar kimi çölə atırlar, çünki bir çox dəniz və digər dəniz canlıları öldü və yer olduğu kimi təmiz deyil. Biz gözəl sahillərimizi itirdik və hər il daha az sayda turistə sahibik. Bu, turizmin ətraf mühitə və yerlərin dəyərinə çox pis təsir göstərə biləcəyini göstərir.

Bir çox ölkələrin inkişafı üçün turizm çox əhəmiyyətli ola bilər, lakin artan turizm fəaliyyəti ətraf mühitə zərər verə bilər və fərqli yerlərin dəyərini və ya xarakterini itirməyəcəkdir.

Günümüzdəki sürətlə dəyişən biznes mühitində, hər bir təyinat üçün turizm sahəsində narahatlığın qarşısını almaq üçün mühüm bir fəaliyyətdir. Müəllif deyir ki, bir təyinat turizmin geniş diametrlili təsirlərindən çox təsirlənir, buna görə də hər hansı inkişafı planlaşdırmaq vacibdir.

J. C. Hendersona (2005) görə, bir çox tədqiqatçı müxtəlif perspektivlər vasitəsilə turizm planlaşdırma və siyasət məsələsinə müraciət etmişdir; İnkişaf hədəfləri, hökumətin böyüməsi siyasəti, planlaşdırma vacibləri, marketing məsələləri və tədqiq olunan mövzulardakı müvəqqəti və məkan təkamülüdür.

Səlahiyyətli hətəti rol oynayır və dövlət investisiyaları və turizm siyasətinin həyata keçirilməsi bu cür şəraitlərin təmin olunmasına kömək edə bilər. Hökumət siyasəti insanların öz resurslarını və yollarını onlar bir-birinə aiddir (dövlət və milli sərhədlər daxilində və onların ətrafında).

Son olaraq, Clare A. Gunn, Turqut Var, 2002-ci ilədək hökumətlərin turizm potensialı deyil, eyni zamanda turizm planlaşdırma siyasətinin yaradılması, həyata keçirilməsi və nəzərdən keçirilməsi məsuliyyəti var. Eyni müəlliflərə görə, turizm planlaşdırıcıları müəyyən istiqamətlər üzrə turizm layihələrini planlaşdırarkən üç əsas aspekti, yəni iqtisadi, sosial-mədəni və ətraf mühitə baxmalıdırlar. Hərtərəfli planlaşdırma prosesi və siyasətlərin nəzərəçarpan formulyasiyası hər bir turizm obyektinin turizm planlaşdırmasına maneələr yaradan və davamlı inkişafa səbəb olacaqdır.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı, davamlı turizmin turizm, mədəni bütövlüyün qorunması, ekoloji proseslərin, bioloji müxtəlifliyin və həyatın dəstək sisteminin təmin edilməsində iqtisadi, sosial və estetik ehtiyacların doldurulmasına imkan verən bütün resursların idarə edilməsinə gətirib çıxaran turizm kimi təyin edir.

Turizm bütün əlaqədarlara həqiqətən xeyirli olsaydı və uzunmüddətli davamlı olsaydı, resursların çox istehlak edilməməsi, təbii və insan mühitinin

qorunması, turizmin digər fəaliyyətlərlə inteqrasiya olunması təmin edilməlidir" Yerli əhalinin turizm planlaşdırma və icrasına daxil olması və mədəniyyətlərin və insanlara hörmət edilməsinin yerli cəmiyyətlərə real faydası təmin edir.

Bu günə qədər davamlı turizmin göstəricilərini inkişaf etdirmək üçün ən əhəmiyyətli cəhdi Dünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) tərəfindən Ətraf Mühitin Qərargahı vasitəsilə həyata keçirilmişdir. ÜTT-nin əsas məqsədi on bir beynəlxalq qəbul edilən davamlı turizmin əsas göstəricilərinin müəyyən edilməsində planlaşdırıcılara və qərar verənlərə öz vəzifələrində kömək etməkdir.

Ümumiyyətlə, turizmin əhəmiyyəti gələcəkdə də artacaq. Bunun səbəbi, istehsal sektorundan xidmət sektoruna davam edən bir iqtisadi dəyişmədir. Terrorizm səbəbiylə hökumətlər turizm sektorunda və turizm sektorunda daha çox diqqət çəkirlər, çünki onlar terror sektoruna görə turizm sektorunda gəlir itkisindən qorxurlar. Bir ölkənin valyuta ehtiyatlarının artırılmasında turizm sənayesi də əhəmiyyətli bir rol oynayır. Turizm, gələcəkdə göstərdikləri performansları artıracaq bir neçə sənayenin biri olaraq nəzərdə tutulmuşdur.

3.2. Dünya təcrübəsi baxımından milli turizm sektoruna investisiya qoyuluşlarının stimullaşdırılması və tənzimlənməsi vəzifələri.

Turizm, səyahət və investisiya bir-birilə sıx bağlıdır. Turizm sahəsinə investisiyaların əksəriyyəti işgüzar səfərlərdən sonra daxil olur. İşgüzar səfərlərdən sonra ölkə iqtisadiyyatına cəlb edilən xarici birbaşa investisiyalar kapital, texnologiya, iş imkanları, know-how, yerli təchizatçılara tələbi də özü ilə birlikdə gətirir. Nəticədə ticarət balansına artım yaranır.

Xarici ölkələr və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən 2018-ci ilin dekabr ayında əsas əmlaka qoyulan xarici investisiyanın 3632,2 milyon manatı (87,2 faizi) Böyük Britaniya, ABŞ, Norveç, Yaponiya, Çexiya, Türkiyə və Fransa investorlarına məxsusdur.

Azərbaycanın son dövərdə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirdiyi tədbirlər beynəlxalq təşkilatların tərəfindən xüsusi qeyd olunmuşdur.

Son on il ərzində şirkətlərin ətraf mühit və sosial göstəricilərinin yaxşılaşması turizmin inkişafına təsir etdiyini sübuta yetirmişdir. Bu vəziyyət, hər iki riskin mənşəyi (reputasiya və investisiya gəlirləri baxımından) və fürsət kimi ekoloji və sosial məsələləri getdikcə daha çox görən maliyyə sektorunun diqqətindən qaçmadı (ticarət üçün bazarlar kimi yeni müəssisələrə xidmət edə bilər) .

Hazırda neft, qaz, aqreqat, mədəncilik və digər sahələrdə maliyyə qurumları müştərilərin investisiya və ya digər maliyyə məhsulları təklif etmədən əvvəl ətraf mühit və sosial fəaliyyətlərini qiymətləndirirlər. Bu, əksər banklar üçün nisbətən yeni bir tendensiya, lakin sürətlə böyüyən və turizm sənayesini daha uzun müddət formalaşdırma biləcək bir ehtimaldır (Qurbanov F.İ., 2007).

Bu tendensiya qismən sosial məsuliyyətli investisiya artımından, amma daha da önəmlisi, bankların əsas investisiyalarında şahid olduqları dəyişən risk profillərindən meydana gəldi. Bu, xüsusən də daxilolmaların qoyulması üçün istifadə olunan məhsullar tam olaraq təyin edilmiş və xüsusi investisiyalarla əlaqəli ola biləcəyi halda, layihə maliyyələşməsi ilə bağlı olmuşdur. Maliyyələşdirmə aydın şəkildə izah edildiyi üçün, ətraf mühitə və ya cəmiyyətə zərər verə biləcək layihələrə sərmayə qoyan banklar QHT-lər, təzyiq qrupları və digər maraqlı və zərər çəkmiş tərəflər üçün hədəf halına gəlmişlər.

2016-cı ildə Dünya Bankının xüsusi kapital qolu olan Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyasının köməyi ilə bir sıra kommərsiya bankları tərəfindən hazırlanmış “Ekvator prinsiplərinin” ortaya çıxması ilə irəli gedən böyük bir addım oldu. Prinsiplər maliyyə qurumlarının maliyyə vəsaitlərinin ətraf mühit və sosial məsələlərin idarə edilməsində köməklik göstərməsinə yönəlmiş bir sıra qaydadır. Başlanğıcda Ekvator Prinsipləri yalnız 50 milyon ABŞ dolları

üzərində olan layihələrlə bağlıdır, lakin onlar 50 milyon ABŞ dolları altında olan layihələri qiymətləndirmək üçün daha çox istifadə olunur.

Ekvator prinsiplərinə imza atanlar, borcalanın ekoloji və sosial siyasətimizə və proseslərimizə uyğun gəlmədikləri və ya edə bilmədiyi layihələrə birbaşa kredit verməyəcəklər. Layihələr riskə görə təsnif edilir və ən yüksək riskə sahib olanlar ətraf mühitə təsir planının həyata keçirilməsini tələb edir ki, bu da ekoloji idarəetmə planının əsasını təşkil edəcəkdir. Hal-hazırda 36 maliyyə institutu HSBC Group, Barclays, Bank of America və Citigroup kimi prinsiplərə imza atdı. Birlikdə "EP" bankları 2005-ci ildə 49,9 milyard ABŞ dolları məbləğində kredit (ümumi bazar həcminin 84 faizi) təşkil etmişdir.

EP-lərin yaranmasına paralel olaraq, HSBC, Goldman Sachs, JP Morgan, Citibank və Barclays kimi bir sıra banklar öz ekoloji və sosial siyasətlərini inkişaf etdirməyə başladılar. Bunlar meşə təsərrüfatı, təmiz suya çıxış, infrastrukturun inkişafı və bioloji müxtəlifliyin qorunması kimi bir sıra ətraf mühit və sosial-iqtisadi narahatlıqlara diqqət yetirir və bütün bankın məhsul və xidmətləri üzrə getdikcə daha çox tətbiq olunur. Goldman Sachs'ın ətraf mühit siyasəti, ormanların hava və su keyfiyyətinə, bioloji müxtəlifliyə və iqlim tənzimləməsinə kritik önəm verdiyini vurğulayaraq, bu mövzuda investisiya sektorlarına xüsusilə güclü bir mesaj göndərir.

Cəmiyyət üçün əsas problemi mühüm ekosistem funksiyalarını pozmadan torpaq, torpaq və bitki örtüyünə rəqabət edən insan tələbatlarını idarə etmək" və iqlimi aradan qaldırmaq üçün effektiv bazar əsaslı həllər tapmağa kömək etmək üçün öz xalqını, kapitalını və ideyalarını istifadə etməyə borcludur. Həm də iqtisadi artımın yoxsulluğun azaldılmasına yardım etməkdə əhəmiyyətini tanıyır.

Qlobal turizm dünyada ümumilikdə dünyanın ən böyük sənayesindən biri və ən əhəmiyyətli məşğulluq mənbələrindən və Qeyri-Hökumət Təşkilatı kimi tanınır. Turizm, xüsusilə sektorun turizm işlərinin və müəssisələrin

əksəriyyətinin yaradıldığı inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatlarından faydalanır.

Solimar yerli əhali, yerli biznes və turistlərin özləri üçün müsbət təcrübə yaradan turizm inkişafına sadıqdır. Biz insanların və ya planetin gələcək rifahını ödəmədən yerli sakinlər üçün həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilmiş hərtərəfli proqramları həyata keçiririk. Solimar, davamlı turizm inkişafı sahəsində lider olaraq beynəlxalq səviyyədə güclü bir nüfuz qazandı. 2006-cı ildən etibarən, Solimar dünyanın 40-dan çox ölkəsində 80 layihəni başlamış və ya tamamlamışdır.

Solimar'ın inkişaf qrupu, turist müəssisələri və məkan və sosial cəhətdən davamlı və planet üçün yaxşı olan destinasyonlar yaratmaqda kömək etmək üçün bütün sahələrdə məşhurdur. Müştərilərimiz kiçik, kəndli kəndlərdən və ictimaiyyətə əsaslanan turizm müəssisələrindən, milli otel zəncirlərindən və beynəlxalq turizm təşkilatlarından ibarətdir.

Turizm bir çox səbəblər üçün son yüzilyda kütləvi şəkildə sənaye kimi inkişaf etdi:

Səyahət texnologiyasında irəliləyişlər – bir turist kimi səyahət etmək üçün daha geniş bir yol var və bu üsullar geniş yayılmışdır. Bir avtomobil, bir qayıq və ən əsası bir təyyarə istifadə edərək turist ola bilərsiniz. Easyjet və Ryanair kimi büdcə aviaşirkətləri qiymətləri aşağı saldı və trafik həcmi artırdı.

Bir çox zəngin xalqlarda bayram tətili keçmiş əsrdə artmışdır. Bu, insanların il ərzində daha çox tətil edə biləcəyini və turist sayını şişirtmək deməkdir.

İnsanlar indi daha çox gəlir əldə edirlər – bu insanların özləri üçün sərf etdiyi gəlirdir. Bu qismən əmək haqqının yüksəlməsi və qismən qida və geyim kimi əhəmiyyətli mal qiymətlərinin düşməsi səbəbiylə. Bir çox ailənin artıq birdən çox gəlirli gəlir sahibi var; daha az uşaq var və tez-tez bir avtomobil var. Bütün bu amillər insanların turist olma ehtimalını artırır.

Bayramın mövcudluğu və növü artmışdır – kütləvi turizm və bayram təilləri çox sayda insana bazarlar açmışdır. Ekstremal və ekoloji turizm də populyarlaşır, seçimi daha da şişirir.

Media – tətil növlərinin əhatə dairəsi səyahətə tələbatın artdığını göstərir.

Turizm sektorunun fəaliyyətinin ən vacib iqtisadi xüsusiyyəti inkişaf etməkdə olan ölkələrin üç əsas prioritet hədəfinə: gəlir, məşğulluq və xarici gəlir mənbələrinə yardım etməkdir. Bu baxımdan, turizm sektoru iqtisadi inkişafın hərəkətverici qüvvəsi kimi mühüm rol oynaya bilər. Bu sənayenin iqtisadi inkişafın müxtəlif mərhələlərində ola biləcəyi təsir hər bir ölkənin xüsusi xüsusiyyətlərindən asılıdır. Turizm istehlakının mürəkkəbliyini nəzərə alaraq, onun iqtisadi təsiri digər istehsal sahələrində geniş yayılmışdır və hər bir halda sürətli inkişafın məqsədlərinə nail olmaq üçün kömək edir.

Əlavə dəyərli konsepsiya, Caribbean bölgəsində turizmin təsirini nəzərə alaraq xüsusilə vacibdir. Məhsul, istehsal olunduğu xammal, xidmət və komponentlərin qiymətindən daha yüksək qiymətə satılmasına imkan verən bir məhsul inkişaf etdirildikdə, emal edildikdə, zərif və ya bazarda satıldığında əlavə edilir. Turist istehlakını təmin edən böyük yerli kənd təsərrüfatı sektoru olan ölkələr yaxşı yerləşdiriliblər.

Bir ölkənin təbii qaynaqları xarici tur operatorları tərəfindən paketləndikdə və inkişaf etmiş marketinq üsulları ilə satıldığında əlavə dəyərin əhəmiyyətli bir hissəsi bu tur operatorları tərəfindən yaradılıb və tutulub və bu səbəbdən ölkəyə qaytarılmır. Turizmin əlavə dəyərini artırmaq üçün ev sahibi ölkə və sakinlər, paketli turlar (torpaq xidmətləri) kimi yerli xidmətlərdən istifadə edərək, təbii əraziləri ziyarət etmək üçün lazımı vasitələrlə təmin etməlidirlər.

Məkan səviyyəsində turistlər az sənaye inkişafı olan bölgələrdə səyahət etməyi üstün tuturlar. Onlar da az kənd təsərrüfatı dəyəri sahələrinə meyl edirlər. Bu səbəblərə görə turizm regional iqtisadiyyatda dinamik bir güc ola bilər. Bir ölkə daxilində, turizm tələbi ən yüksək gəlirlərin olduğu şəhər konsentrasiyalarında baş verir. Bu gəlirlərin bir hissəsi, normal olaraq, daxili

gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsi prosesini gücləndirən, ziyarətçilərin ev bazasından coğrafi cəhətdən fərqli olan sahələrdə turizm üçün ayrılır. Beynəlxalq səviyyədə inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən turizm istehlakının bir hissəsi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə baş verir və beynəlxalq gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsi prosesini dəstəkləyir.

Funksional səviyyədə, əldə edilmiş gəlir, məşğulluğa üstünlük verir, bu, sənayenin ümumi dəyərinə əlavə təsir göstərə biləcək digər amillərdən daha çoxdur, çünki turizm çoxdur ki, şəxsi xidmətlər daxildir. Dünya miqyaslı turizmin birbaşa və ya dolayısı ilə otel rəhbərləri və personalı, taksi sürücüsü, tur operatorları və mağaza işçiləri də daxil olmaqla, altmış beş milyon iş yerini dəstəklədiyi təxmin edilmişdir. İkincil məşğulluq kənd təsərrüfatı, sənaye, əl sənətləri və xidmət sahələrində yaranır.

Turizm, istərsə də istər iqtisadi, istərsə də gəlirli iqtisadiyyatın digər iqtisadiyyatı ilə müqayisədə, həm iqtisadiyyatla, həm də birbaşa yayılmışdır. Karayadakı yeni otel inkişafı üzrə OAS-nın tədqiqatı hesab edir ki, regionda turizm sənayesində 80 min ABŞ dolları olan hər bir investisiya qırx bir işlə təmin olunur⁷. Eyni investisiya neft sənayesində yalnız on altı yeni iş yerini və on beşini metallurgiyada yaradır. CTO-nun məlumatına görə, on beş Karib ölkəsində olan 77,319 otel otaqları 88,697 işə bərabər olub və ya otaq başına təxminən 1,15 idi.

Otellərin turizm məşğulluğunun təxminən 75% -i (dağılım, nəqliyyat, maliyyə və sığorta, əyləncə isə digər 25% təşkil edir). Venesuelada üç və ya dördulduzlu bir oteldə hər bir otaq bir iş meydana gətirir; beşulduzlu otellər üçün hər bir otaq 1.3 iş yerini yaradır (Qafarov N.C., 2012).

Turizm sektoru, xüsusilə mehmanxana, xarici sərmayələrin cəlb edilməsində və vətəndaşlar üçün təhsillərdə əhəmiyyətli rol oynaya bilər. Bir çox turizm müəssisəsi xarici kapital iştirakını və mehmanxana tikintisi və istismarı ilə bağlı texniki bilikləri əhatə edir. Köhnə xarici borc üçün arzu olunan bir əvəz kimi qəbul edilə bilən beynəlxalq maliyyə resurslarının səfərbərliyini təmsil edir. Təcrübədən kənar idarəetmə başqa cür təhsil almaq

imkanına malik olmayan çox sayda vətəndaşa təlim keçmək üçün istifadə edilə bilər. Bundan əlavə, turizm turistlərə xidmət edən digər yardımçı müəssisələrin inkişafı üçün stimül verir.

Bunun bir nümunəsi, məsələn, istehsal kimi ticarət müqavilələrindən daha az həssas olduğu qəbul edilən xarici şirkətlər turizm sektorunda investisiya imkanları axtarır olduğu Meksikada tapıla bilər.

3.3. Turizm sektorunun inkişafında mövcud problemlər və onların aradan qaldırılması yolları.

Gün keçdikcə nə qədər yeni-yeni turizm imkanları yaransa da məhz Azərbaycanda turizm bir xətt üzrə inkişaf edir. Ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün geniş potensial mövcuddur. Həm şəhər, həm də rayon və kənd turizmi yaxşı inkişaf etmişdir. Təbii ki, burada coğrafi faktorun da rolu böyükdür. Şəhərdənkənar yerlərdə təbiətin gözəl mənzərələri, görməli yerləri ekoloji turizmin növlərindən olan dağ və su turizminin inkişafına şərait yaradır. Təbiətin gözəllikləri yerli, həmçinin xarici turistlər üçün məftunedicidir.

Turizm sektorunun inkişafında mövcud problemlər daxili turizmde özünü göstərir. Daxili turizm tam olaraq inkişaf etməmişdir. Daxili turizm tariximizin öyrənilməsi, regionlarımızın hər bir qarışının gəzilib görülməsi baxımından zəruridir. Təəssüf hissi ilə qeyd etməliyik ki, daxili turizmin inkişaf etməməsi iqtisadiyyata, xüsusilə isə səhiyyə və təhsilin inkişafına mənfi təsir göstərir.

Dünya ölkələrində, xüsusilə isə Avropa ölkələrində daxili turizmə xarici turizmi tamamlayan bir amil kimi baxılır. Respublikamızda isə daxili turizm xarici turizmin alternativini kimi başa düşülür. Bu baxımdan da problem özünü göstərir. Problemin həll olunması üçün təhsilin səviyyəsi yüksəldilməli, turizm bazarı daha da formalaşdırılmalıdır.

Avropada olduğu kimi, “hamı üçün turizm” prinsipi Azərbaycanda da tətbiq olunmalıdır. Misal üçün, fransızların 91%-i istirahət etmək üçün öz

ölkələrini seçirlər. Fransada turizm sektorunun 67%-ni, Almaniyada isə 50%-ni, İtaliyada isə 67%-ni daxili bazar formalaşdırır.

Yaz turizm mövsümünün başlanğıcından bəri turistlərin Azərbaycana gəldiyi sayı artıb. Ötən il qonaqların əksəriyyəti Fars körfəzi ölkələrinin vətəndaşları olublarsa, bu il Avropa və Asiya vətəndaşları sıralarına qoşulmuşlar. Bəzi ölkələr üçün Azərbaycan artıq ənənəvi turizm bazarına çevrilmişdir.

Fars Körfəzi ölkələrindən olan qonaqlar, bütün turistlərin beşdə birinə sahibdir. Cənub-Şərqi Asiya ölkələrindən gələn turistləri cəlb etmək üçün sıx şəkildə çalışırıq. Bu ilin altı ayı ərzində Avropa İttifaqından gələn vətəndaşların sayı 10 faiz artıb (Qafarov N.C., 2012:s.21).

Bu gün Azərbaycanda turizm sənayesi yeni formatda formalaşır. Dövlət bu sahədə inkişafı dəstəkləyir. Turizm sektoru bütün il boyunca sərfəli olmasını təmin etmək üçün tədbirlər görür. Bu baxımdan sahibkarlar tərəfindən imtiyazların verilməsi nəzərdə tutulur, həmçinin nəqliyyat və infrastruktur sahəsində islahatlar aparılır. Dövlət Turizm Agentliyinin sahibkarlar üçün əsas tövsiyəsi keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsidir.

Səyahət agentlikləri də faydalı təkliflər verməkdə maraqlı olmalıdır. Ekspertlər hesab edirlər ki, təklif olunan tur paketləri xüsusi xidmətlərin dəyərini göstərməlidir. Yerli turizm şirkətləri müxtəlif paketləri təklif edir.

Turizm üzrə Dövlət Agentliyi Azərbaycanda xarici turistlərin üzləşdiyi problemlərin sosioloji tədqiqatını həyata keçirmişdir. Turizm üçün ən həyəcən verici amillər fərqli qiymət siyasəti, bu sahədə kadr çatışmazlığı və bir dil probleimidir. Dövlət Agentliyi bu məsələləri həll etmək üçün addımlar atır.

Turizm – bir iqtisadi və sosial fenomendir. Onilliklər ərzində dinamik edən turizm iqtisadiyyat sahələrindən biri olmaq üçün davamlı inkişaf etmiş və diversifikasiyanı dərinləşdirmişdir. Müasir turizmin inkişafı ilə sıx bağlıdır və yeni istiqamətlərə gedən sayını əhatə edir. Bu dinamika turizmin sosial-iqtisadi irəliləyişi üçün əsas meyara çevrilmişdir.

Bu gün turizmin həcmi neft ixracına, ərzaq məhsullarına və ya avtomobillərə bərabərdir və ya hətta üstündür. İnkişaf etmiş ölkələrdə turizmin bu global yayılması bir çox sahələrdə – kənd təsərrüfatından telekommunikasiya sahələrinə qədər iqtisadi və məşğulluq faydaları yaratmışdır. Turizmin iqtisadi rifaha olan töhfəsi turizm təklifinin keyfiyyətindən və gəlirlərindən asılıdır.

Azərbaycan – zəngin təbii sərvətləri olan, qədim mədəniyyət, tarix ilə möcüzəvi olan bir ölkədir. Azərbaycan insan sivilizasiyasının ən qədim yerlərindən biridir. Burada insanlar tarixi inkişafın hər mərhələsində iştirak edirlər.

Vaxtımız nəslimiz üçün bir sıra qədim arxeoloji və memarlıq abidələri qoruyub saxlamışdır. Qədim əsrlərdən günümüze qədər qorunub saxlanılan qədim daş tonqalar, əlyazmalar və xalçalar nümunələri onları oxumaq istəyən və oxumaq istəyənlər üçün çox təfsilatlı məlumat verə bilər. Azərbaycanı anlamaq və onun maraqlı tarixi və mədəniyyətini bilmək istəyirsinizsə, bu ölkəyə və onun xalqına köhnə bir dostun gözü ilə baxmaq lazımdır.

Azərbaycan hökumətinin həyata keçirdiyi “Açıq qapılar” və respublikada həyata keçirilən ictimai və iqtisadi islahat və cəmiyyətin demokratikləşdirilməsi siyasəti müstəqil Azərbaycan vətəndaşlarının daha çox dünyagörüşünün genişlənməsinə imkan verdi. Xarici ölkələrə səfər etmək üçün gözəl imkanlar əldə edirlər. Xaricilərin Azərbaycana səfərləri də gündən-günə artmaqdadır (Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Azərbaycan turizm sənayesinin inkişafı üçün böyük potensiala malikdir –qədim şəhərlər, saraylar, qalalar, türbələr və məscidlər kimi maraqlı yerləri ilə.

Turizm sektorunun fəaliyyətinin ən vacib iqtisadi xüsusiyyəti inkişaf etməkdə olan ölkələrin üç əsas prioritet hədəfinə: gəlir, məşğulluq və xarici gəlir mənbələrinə yardım etməkdir. Bu baxımdan, turizm sektoru iqtisadi inkişafın dinamik qüvvəsi kimi önəmli yer tutur. Bu sənayenin iqtisadi inkişafın müxtəlif mərhələlərində ola biləcəyi təsir hər bir ölkənin xüsusi

xüsusiyyətlərindən asılıdır. Turizm istehlakının mürəkkəbliyini nəzərə alaraq, onun iqtisadi təsiri digər istehsal sahələrində geniş yayılmışdır və hər bir halda sürətli inkişafın məqsədlərinə nail olmaq üçün kömək edir.

Turizm sektorunun sərhədlərini müəyyənləşdirməkdə əsas çətinlik turizmin inkişafına hansı investisiya xərcləri ilə bağlı olduğunu müəyyən etməkdir. Beynəlxalq qurumlar tərəfindən milli mühasibat uçotu sahəsində “sektor” olaraq müalicə edilməməsinə baxmayaraq, turizm xüsusilə ziyarətçilər üçün nəzərdə tutulmuş və əksinə təmin edilməmiş mal və xidmətlərin toplanmasını nəzərdə tutur.

Təbiət turizminin inkişafı, müəyyən hallarda ənənəvi turizm mehmanxanasının inkişafından fərqli olan investisiya ehtiyaclarına malikdir. Cazibə sahəsinə və ya təsisinə və həssas bir yaşayış mühitinə və ya tarixi sahəyə müdaxilə etməyən inkişaf metoduna giriş imkanlarını artırmaq üçün daha çox ehtiyac ola bilər.

Üç əsas amil təbiət səviyyəsinə və irs turizm tələbatına təsir göstərir: ümumi turizmin inkişafı, xüsusi səyahət artımı, ətraf mühitə dair məlumatlılıq və narahatlıq artması. Bu amillərin hər biri öz növbəsində bir sıra elementlərdən təsirlənir. Məsələn, ümumiyyətlə turizmin inkişafı dünya iqtisadiyyatına nisbətən əhalinin artımı, gəlirlərin artırılması və istihdamı, dünyanın bir çox yerlərində daha qısa iş həftəsi və dünya səviyyəsində artan inteqrasiyası nəticəsində artmaqda davam edəcəkdir (Qurbanov F.İ., 2007).

Latın Amerikasını və Karib ölkələrindəki turizm sektoru, ölkənin gəlirlərinin və məhsulların əksər ölkələrin hesablarında əks olunmamasına baxmayaraq, ÜDM-in gəlirlərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bahamalardakı turizm, ÜDM-in təxminən üçdə bir hissəsini təşkil edir və iqtisadi fəaliyyət sahəsinin bir çox hissəsi birbaşa və ya dolaylı yolla bağlıdır. Barbadosda turizmin inkişafı iqtisadiyyatın qabaqcıl sektorudur və 2017-ci ildə ÜDM-in 30 faizini təşkil edir. Yamayka şəhərində, 2017-ci ildə ÜDM-in turizmə qoyuluşu 20 faiz, Meksika isə 10 faiz təşkil etmişdir.

Bütün turizmə daxilolmalar iqtisadiyyatda saxlanmır. Əslində, bəzi qonaqların istehlak etdiyi mal və xidmətlərin, eləcə də turizmə qoyulan sərmayə mallarının və xaricdə ödənişlərin həyata keçirilməsi üçün xarici valyutanın xaric edilməsi mövcuddur. İdxal ehtiyacları inkişaf səviyyəsindən və bir ölkənin iqtisadiyyatının şaxələndirilməsindən asılıdır. Bu ehtiyaclar həm də idxal olunan məhsulların əvəzedicilərinin mövcudluğundan və hər bir ölkədə turistlərin təchizatının keyfiyyət səviyyəsindən asılıdır.

Turizm gəliri sürətləndiricisi turizm xərclərinin bir hissəsi tərəfindən yaranan gəlir məbləğini ifadə edən bir əmsaldır. Yamayka şəhərində bir dollar sərf edən qonaq yerli iqtisadiyyatda 1,60 ABŞ dolları güclü təsirə səbəb olur, bir kruiz gəmisi tərəfindən 1.20 ABŞ dolları təşkil edir. Dominikan Respublikasında, 1.70 ABŞ dolları dəyərində qiymətləndirilir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Hər bir ölkənin iqtisadiyyatının dinamik inkişafı məhz neft və qeyri-neft sektorunun payı üzrə baş verir. Artıq dünya ölkələri qeyri-neft sektorunun inkişafına nail olmaq məqsədilə çox saylı islahatlar aparırlar və ya artıq buna nail olmuşlardır. Qeyri-neft sektorunun əsas inkişaf sahəsindən biri turizmdir.

Bildiyimiz kimi, turizmin inkişafı yeni iş yerləri yaradaraq sosial funksiyanı yerinə yetirir, digər tərəfdən isə turistlərin ölkəyə gəlməsini təmin etməsi isə iqtisadi funksiyanı yerinə yetirir.

Turizmdə rəqabətqabilliliyin və dinamik inkişafın təmin edilməsi məqsədilə zəruri addımlar atılır. Strateji layihələr, pilot layihələr həyata keçirilir. Müxtəlif dünya əhəmiyyətli idman və musiqi yarışlarını təşkil etməklə ölkəyə turistlərin gəlməsinin artırılması təmin olunur. Təbii ki, bu da öz növbəsində turizmin inkişafına səbəb olur.

Azərbaycanda turizm sektoru və inkişaf perspektivlərinin araşdırılması nəticəsində aşağıdakılar müəyyən olunmuşdur:

1. turizmin qeyri-neft sektoru kimi dinamik inkişafının təmin olunması üçün islahatların getdikcə gücləndirilməsi;
2. turizm sektorunun rəqabətqabilliliyinin formalaşdırılması;
3. turistlərin ölkəyə tam təhlükəsiz axınının təmin olunması;
4. turizm marşrutlarının öncədən planlaşdırılmasının həyata keçirilməsi;

Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı üçün aşağıdakı təkliflərin verilməsini zəruri hesab edirik:

1. Turizmin inkişafında turizm xidmətlərinin qiymətlərinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsinə xüsusi ehtiyac vardır. Belə ki, turistlər çox da baha olmayan istənilən vaxt başqa ölkələrə səyahət etmək istəyirlər.

2. Turizm marşrutlarının təhlükəsiz və zəruri nöqtələr üzrə təşkil olunması zəruridir. Çünki turistlər gəldiyi ölkənin tam təhlükəsiz olmasına əmin olmaq istəyirlər. Turizm marşrutlarının lazımi səviyyədə olması turistlərin ölkədə qalma müddətini artırmağa bilər.

3. Turizmdə ekskursiya imkanlarının genişləndirilməsi, ölkəyə gəlmək istəyən turistin gedəcəyi yerlərin plan-qrafikinə hazırlanması mühümdür. Ona görə ki, turist hər dəfə yeni qrafik üzrə yeni-yeni yerlər “kəşf” etmək istəyir.

4. Ekskursiya zamanı turistlərin müxtəlif turizm marşrutları ilə səyahətinin təmin olunması məhz onun ölkə turizmini qiymətləndirməsi baxımından önəmlidir.

5. Yeni turizm marşrutlarının istifadəyə verilməsi ilə, xarici yarışların (Formula1, Avropa oyunları və s.) keçirilməsinin təmin olunması da ölkə turizminin inkişaf potensialını və dünya ölkələrindən gələn turistlərin turizmin ölkəmizdə dinamik inkişafının şahidi olurlar.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin illik məcmuəsi - 2018.
2. “Azərbaycan Respublikasında 2014-2018-ci illərdə turizmin inkişafına dair” Dövlət Proqramı.
3. Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanunu. №674 IQ, 4 iyun, 1999-cu il.
4. B.Ə.Bilalov, Ç.G. Güllalıyev (2015) “Turizmin Əsasları”, Bakı, “Mütərcim”. - 452 səh.
5. B.Ə.Bilalov (2005) “Turizmin Menecmenti”(monoqrafiya), Bakı, “Mütərcim”. -280 səh.
6. B.Ə. Bilalov (2006) “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi” (monoqrafiya), Bakı, “Mütərcim”. - 280 səh.
7. Ə.X. Cabbarov (2015) “Turizmin iqtisadi əsasları” (monoqrafiya), Bakı, “ADPU nəşriyyatı”. -267 səh.
8. Ə.Q. Əlirzayev (2010) “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” (monoqrafiya), Bakı, “İqtisad Universiteti”.- 529 səh.
9. Ə. Əlirzayev, S. Aslanova (2006) “Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri” Bakı, “Adiloğlu”.-360 səh.
10. F.İ. Qurbanov (2007) “Azərbaycanda Turizmin inkişaf problemləri” (monoqrafiya) , Bakı, “Adiloğlu”.-350 səh.
11. H.B. Soltanova (2007) “Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı” (monoqrafiya), Bakı, “Adiloğlu”.-238 səh.
12. H.B. Soltanova, Ş.H. Hüseynova (2007) “Turizmin Əsasları” Bakı, “Mütərcim”.-242 səh.
13. H.B. Soltanova (2008) “Turist marşrutlarının təkmilləşdirilməsi”// H.Əliyevin 85 illik yubileyinə həsr olunmuş Beynəlxalq elmi konfransın materialları. Bakı, “Elm”.- 331-335 səh.

14. Ş.Ə. Heydərov (2011) “Turizmdə nəqliyyat xidmətlərinin təşkili” (*monoqrafiya*), Mingəçevir, “MMC”. -148 səh.
15. İ. Hüseynov, N. Əfəndiyeva (2007) “Turizmin Əsasları” Bakı, “Səda”. - 152 səh.
16. Ç.N. İsmayılov, K.Z. Zeynalova (2013) “Klaster konsepsiyası və onun regional inkişafda əhəmiyyəti” Bakı, “Təhsil”.-245 səh.
17. N.C. Qafarov (2012) “Turizmin iqtisadiyyatı” Bakı, “Kooperasiya” nəşriyyatı. -440 səh.
18. N.Ə. Nəbiyev (2000) “İqtisadiyyat, cəmiyyət və ekoloji mühit” (*monoqrafiya*), Bakı, “Maarif”. -248 səh.
19. S.H. Rəhimov (2004) “Turizm -ekskursiya işinin təşkili” (*monoqrafiya*), Bakı, “Mütərcim”. -298 səh.
20. Y.Q.Zeynallı (1999) “Azərbaycanda turizm sistemi fəaliyyətinin və idarə olunmasının iqtisadi-coğrafi problemləri” Bakı, Tuna. -288 səh.

Xarici dildə

1. А. Александрова (2002) “Международный туризм”. М.: Сколково. - 250 стр.
2. И. Балабанов, А. Балабанов (1999) “Экономика туризма”. М.: Прогресс. -321 стр.
3. К.Г. Борисов (1999) “Международный туризм и право”. Учебное пособие. М.: Ичд-во «НИМГЪ». -360 стр.
4. Н. Соколов (2002) “Международный туризм и его правовое регулирование”. М.: “Ичд-во УДН”. -158 стр.
5. А. Дурович, Н. “Кабушкин Организация туризма”, М.: “Минск”. - 162 стр.
6. М. Х. Монтанер (2007) “Структура туристического рынка”. Учеб. пособие. Перевод с испан. М.: “Смоленск, Пчд-во СГ'У”. -355 стр.
7. Н. Кабушкин (2012) “Менеджмент туризма”. М.: СГ'У. -380 стр.
8. В. Квартальнов (2004) “Туризм”, М.: “Минск”. -255 стр.

9. A. Botton (2010) "The art of Travel", Paperback. -166 p.

1. C. R. Goeldner (2012) "Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Hardcover. -35 p.

2. C.A. Gunn (2014) "Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases" Paperback. 14th edition. -141 p.

3. P. T. Kotler (2013) "Marketing for Hospitality and Tourism" 7th Edition. -162 p.

4. L. Pender (1999) "Marketing Management for Travel and Tourism". -134 p.

5. R. Shapley (2016) "Sources of finance and investment option in tourism". 12nd Edition. Paperback. -210 p.

6. S. Tarr (2011) "Tourism Investment and Finance". 6th Edition. Paperback. -250 p.

İnternet resurslari

1. <http://www.oas.org/Dsd/Publications/Unit/Oea78e/Ch10.Htm>

2. https://unctad.org/Sections/dite_asit/docs/dite_asit_0011_en.pdf

3. <http://www.azpromo.az/uploads/files/pages/afbbd8343a5f0cddf2ddc60ba40bca09.pdf>

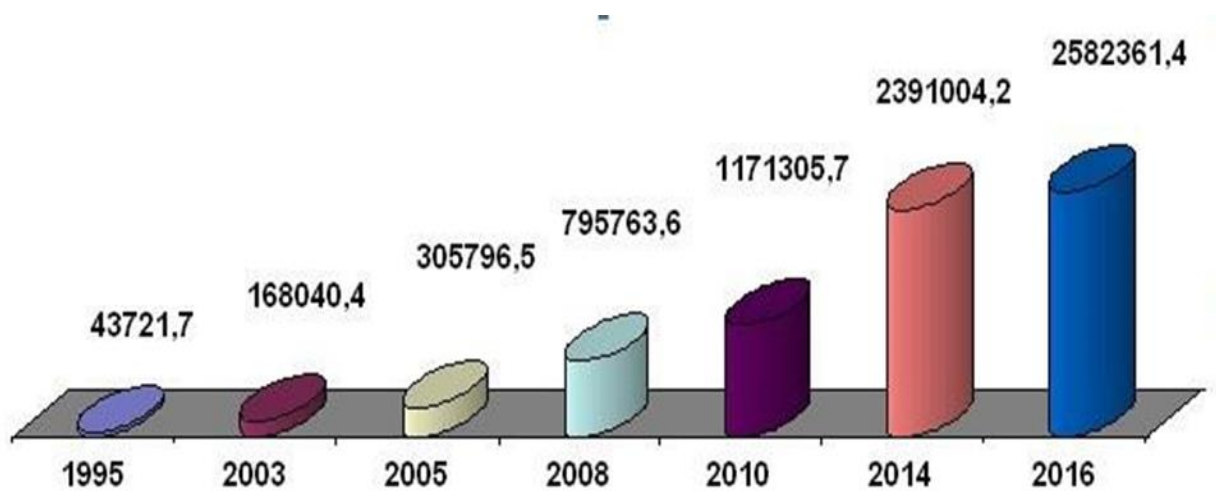
4. https://unctad.org/en/Docs/iteiia20075_en.pdf

5. <https://blogs.worldbank.org/psd/should-we-be-promoting-tourism-sector-investment>

6. <https://freit.org/WorkingPapers/Papers/ForeignInvestment/FREIT416.pdf>

ƏLAVƏ 1

Şəkil 8: Respublikaya səyahət edənlərin göstəricisi (illər üzrə)



Mənbə: <https://economy.gov.az> (18.10.2018)

ƏLAVƏ 2

Cədvəl 2: Dünyanın aparıcı turist dövlətlərində və Azərbaycanda bir turistə çəkilən xərclər, dollar (2018-ci il üzrə)

Ölkələrin adları	Səyahət edən turistlərin sayı, mln. nəfər	Turizmə çəkilən xərclər, mlrd. dollar	Hər turistə düşən xərclər (dollarla)
Fransa	26,5	27,0	7415,1
İspaniya	49,5	48,4	4717,2
ABŞ	45,5	68,9	22945,1
İtaliya	40,1	15,3	3732,2
ÇİN	33,2	23,1	3945,8
Böyük Britaniya	32,9	37,0	1700,6
Rusiya Federasiyası	31,9	15,7	7712,3
Kanada	20,7	13,6	5988,3
Avstriya	19,2	8,9	4990,1
Almaniya	19,9	46,2	26810,1
Macarıstan	14,3	3,1	2026,1
Polşa	14,0	9,0	6100,0
Azərbaycan (mln. dollar)	4,5	18,9	10,1

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az (21.09.2018)

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. Ölkədə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin sayı, ədədlə.....	57
Cədvəl 2. Dünyanın aparıcı turist dövlətlərində və Azərbaycanda bir turistə çəkilən xərclər, dollar (2018-ci il üzrə).....	77

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1. Turizmin nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdıran istiqamətlər.....	11
Şəkil 2. Turizmin iqtisadi inkişafa təsirinin amilləri.....	16
Şəkil 3. Turizmin (qeyri-neft sektorunun) inkişafında ÜDM-nin həcmi (2018-ci il).....	19
Şəkil 4. Rekreasiya ehtiyatlarının xüsusiyyətləri.....	31
Şəkil 5. Rekreasiya ehtiyatlarının növləri.....	31
Şəkil 6. Tarixi-mədəni abidələr.....	32
Şəkil 7. Meşələrin azalması.....	36
Şəkil 8. Respublikaya səyahət edənlərin göstəricisi (illər üzrə).....	76
Şəkil 9. Turizmin inkişafı ilə əldə olunan ÜDM-də dövlət və özəl sektorun payı.....	53

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Xarici vətəndaşların ölkəyə səyahəti.....	54
Qrafik 2. Xarici vətəndaşların ölkəyə səyahəti.....	55