

Azərbaycan Respublikası

Təhsil Nazirliyi



Azərbaycan Dövlət iqtisad Universiteti

UNEC SABAH

Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı və statistik təhlili

Ayxan Nağızadə

Bakı 2018

Mündəricat

Giriş

I fəsil. Müasir dövrdə turizmin inkişafının nəzəri - metodoloji məsələləri

1.1. Turizm anlayışına nəzəri yanaşma

1.2. Turizmin təsnifatı

1.3. Turizm sektorunun iqtisadiyyatın inkişafında rolü və xüsusiyyətləri

II fəsil. Azərbaycanda turizm sektorunun mövcud vəziyyəti və inkişafının statistik təhlili

2.1. Azərbaycanın turizm sektorunun səviyyə və dinamikasının statistik təhlili

2.2. Turizm sektorunun digər sosial – iqtisadi sahələrlə əlaqəsinin təhlili

Nəticə və təkliflər

Ədəbiyyat

Giriş

Turizm, istirahət və qənaətin necə istifadə edilməsi ilə bağlı iqtisadi bir qərarla başlayır və ölkənin iqtisadiyyatına pul və real təsir göstərə bilər. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm iqtisadiyyatın rentabelliği, məhsuldar formalaşma və inkişaf üçün lazım olan valyuta mövcudluğu kimi iqtisadi problemlərin həllində çıxış nöqtəsi kimi görünür. Bu məzmununda turizm, inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi kalkınmalarını reallaşdırma üçün lazımlı olan valyuta yığımından möhkəmə, yeni gəlir yaratma və məşğulluq imkanlarını artırmaq xüsusiyyəti ilə bir çox ölkədə prioritet sektor halına gəlmişdir¹. Turist, turizmin tanımındaki xüsusiyyətlərə uyğun olaraq, göstərilən səbəblərin təsiri ilə müəyyən bir müddət üçün səyahət edən, ziyarət etdiyi yerdə 24 saatdan çox qalan və ya ölkənin bir yerləşmə təsisində ən az bir gecələmək edən, maliyyə gücü, zamanı və fiziki tutumu məhdud olan, rahatına düşkün, ənənələri qorumaq, təmizlik və vasat təsəlli axtarır, qeyri-sərgüzəşt qurmaq². Dünyanın ən böyük kütləvi hərəkəti olan Turizm, tarixi və təbii gözəllikləri görmək, tanımaq, əylənmək və istirahət etmək üçün bir yerdir. Bununla birlikdə, nəqliyyat vasitələrini günümüzdə daha asan və ucuz hala gətirən kütləvi informasiya vasitələri vasitələrinin yayılması və insanların arxada qalanlarla asanlıqla ünsiyyət qurmasına imkan verdiyi üçün, turizm anlayışı əsl yaşadığı yerin xaricində başqa bir yerə əyləncə, tətillər, mədəniyyət, yoldaş və qohum ziyarəti, aktiv idman, yığıncaq, vəzifə, iş, təhsil, səhiyyə, tranzit və s. bu məqsədlə səyahət etməkdən yaranan hadisələrin bir hissəsi kimi göstərilə bilər. XX əsrin ikinci yarısında baş verən iqtisadi, sosial, mədəni, ekoloji və psixoloji dəyişikliklər vərdislərə və ehtiyaclara böyük təsir göstərmişdir; Nəticədə beynəlxalq səviyyədə geniş yayılmış turizm hərəkəti doğuldu. Beləliklə, bugünkü dünyada turizmin əldə etdiyi ölçülər sayəsində sənayeləşmə və ya beynəlxalq ticarət kimi mühüm və davamlı sektoral bir xarakter daşıyır. Turistik cazibə və turizm xidməti, turizm, sənət və ticarət; milli və beynəlxalq səviyyədə qazandığı nəhəng boyutlarla, sərmayələri və iş həcmi inkişaf etdirən, gəlir yaradan, valyuta təmin edən, məşğulluq sahələri açan, ictimai və mədəni həyatı təsir edən əhəmiyyətli ictimai və humanitar funksiyaları bacaran bir xüsusiyyət

qazanmışdır. Xüsusilə bu inkişaflara paralel olaraq, 1991-ci ildən sonra ölkələr arasında müxtəlif iqtisadi və siyasi vahidlərin yaranması, SSRİ-nin dağılması və soyuq müharibənin sona çatması bütün dünyada turizmin yayılmasına gətirib çıxardı. Bu keyfiyyət dünya turizminə milli maraqları artırdı; Turizmlə bağlı gözlənilən ölkələr bu sənayenin inkişafına gətirib çıxardı. Turizm yoluyla xarici valyuta əldə etməyi hədəfləyən bu sektor milli iqtisadiyyatda əhəmiyyət qazanmağa səbəb oldu. Turizm iqtisadiyyatın iqtisadi faydanın, xüsusən də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, ödənişlərin tarazlığını təmin edən ən mühüm göstəricidir. Turizm, ödəniş balansına əhəmiyyətli təsir göstərən bir ixrac maddəsidir. Xatırladaq ki, yerli pərakəndə satış qiymətləri üzrə mal və xidmətlərin ixracı kimi qəbul edilə bilər. Xarici maliyyə resurslarına ehtiyacı olan inkişaf yolunda ölkələrin turizm gəlirləri böyük bir perspektivə sahibdir. Bu sahədə edilən investisiyalar, nisbətən yüksək xarici valyuta gəlirlərini təmin edir. Turizm həmçinin yaratdıqları stimullaşdırıcı təsirlərə görə digər sektorlardakı məşğulluq və gəlir səviyyələrini də dolayısı ilə artırır. İqtisadiyyatda iqtisadiyyatın inkişafının rəşional səbəbləri və gözlənilən nəticələri nəzərdən keçirildikdə, bu sənayenin iqtisadiyyatda rolu və önəmi ortaya çıxır. Bu baxış turizm turizminin iqtisadi potensialını və turizm müəssisələrinin investisiya və əməliyyat mərhələlərində milli və regional iqtisadiyyata təmin edəcək birbaşa və dolaylı təsirlərini ortaya qoyacaq. Bir çox inkişaf etməkdə olan ölkə baxımından turizmin cazibədar istiqamətlərindən ən əhəmiyyətli, daha qısa müddətdə iqtisadi faydalılığı göstəribilmesidir. Turizmin investisiya gəlirləri əvvəlinde hazırlıq dövrü digər sənaye sahələrindəki investisiyalardan daha qısadır. Turizm, müvəffəqiyyətli bir təqdimat kampaniyasından bir ya da iki il sonra böyük ehtiyac duyulan valyuta gəlirini təmin edə bilən, gəlir və məşğulluq artımı yarada bilən bir sənayedir.

İstər ölkə üzrə inkişaf və iqtisadi böyüməyə, istərsə də global ölçüdə ictimai təsirinə bağlı olaraq dünyada əhəmiyyəti hər keçən gün artan turizm sektoru, son iyirmi ildə göstərdiyi% 6.8 nisbətindəki artım sürəti ilə 1990-cı illərin sonundan bu yana xidmət sektorunda birinci sırada yerləşir. Ölkə iqtisadiyyatlarının qarşılaşdığı milli və beynəlxalq iqtisadi problemlərin

həllində və darboğazları aşılmasında turizm, dinamik və iqtisadi olma xüsusiyyəti ilə sanki bir çıxış nöqtəsini təşkil edir. Bənzərsiz bir turizm potensialına sahib olan Azərbaycanda turizm gəlirlərinin iqtisadiyyata iştirak etməsi mübahisə müzakirə. Bununla birlikdə Azərbaycan hökuməti, turizmi yalnız iqtisadi inkişafa ciddi qatqılar təmin edən bir ünsür olaraq görməməlidir, eyni zamanda müasir dünyanın mənimsədiyi anlayışa paralel olaraq qloballaşma faktının ən əhəmiyyətli vasitələrindən biri olaraq ələ almalıdır. Bu yolla, ölkəmiz real mənada təqdim olunur. Bu məzmununda, Azərbaycan turizmi, son illərdə qeyd etdiyi böyük illər və mərhələlər paralelində inkişafa davam etməkdədir. Hələ nəzərə alınmayan Azərbaycan Respublikasının mədəniyyət və turizm potensialını ortaya çıxararaq təqdimatını etmək, ölkənin inkişaf prosesində təcilini yüksəltmək, məşğulluğu və investisiya imkanlarını artırmaq, turizmə daxili və xarici bazar tarazlığını təmin etmək, ölkə turizmini daha sağlam bir quruluşa qovuşdurmaq məqsədi ilə ictimai, xüsusi sektor və qeyri-hökumət təşkilatları əməkdaşlıq içində fəaliyyətlərini icra etməkdədir. İki hissədən ibarət olan işin birinci hissəsində, turizm və inkişaf faktı ələ alınmışdır. Əvvəl turizm və turizm sektoru təyin olunaraq, turizm bazarı ərz və tələb cəhətdən ələ alınmışdır, daha sonra inkişaf iqtisadiyyatının inkişafı və dəyişən inkişaf anlayışı qiymətləndirilmişdir. İşin ikinci hissəsində turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatındakı rolu və əhəmiyyəti ələ alınmışdır. Azərbaycanla əlaqəli ümumi məlumatlar və əsas iqtisadi məlumatlar verildikdən sonra, Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin əhəmiyyəti və ölkə turizminin inkişafı qiymətləndirilmişdir.

I fəsil. Müasir dövrdə turizmin inkişafının nəzəri metodoloji məsələləri.

1.1. Turizm anlayışına nəzəri yanaşma

Turizm fəaliyyəti həmişə qalıcı olduğu yer istisna olmaqla səyahət və müvəqqəti yaşayış yerlərinin ehtiyaclarını ödəmək üçün bir fəaliyyətdir.

Turizm fənninin inkişafı, genişləndirilməsi, milli və beynəlxalq əhəmiyyəti öz xüsusiyyətləri ilə ortaya çıxan bəzi xüsusiyyətlərə səbəb olmuşdur. Bu xüsusiyyətlər öz çərçivələrində müzakirə edilməsi və izah edilməsi üçün faydalıdır. Bu unikal xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

1. Turizm bir xidmət sahəsidir. Turizmdə hazırlanan mallar və xidmətlər onların istehsal etdiyi yerdə təqdim olunur. Turizm sektorunda mal və xidmətlərin istehsal olunduğu istehlakçılar istehlak olunur.
2. Turizm sektoru tərəfindən istehsal olunan malların və xidmətlərin istifadəsi sərbəst vaxtın yaradılması ilə mümkündür. Turizm sektorundakı turizm agentlikləri və turoperatorları təklif və təklifin balansında əhəmiyyətli rol oynayır.
3. Turizmdə tələbatın artmasına cavab verəcək tədarükün təqdimatı uzun vaxt tələb edir.
4. Qərar qəbul edilməsi çox vaxt aparır, çünki turizm tədbirində iştirak etmək qərarı bir çox nudistin təsiri ilə həyata keçiriləcəkdir.
5. Turizm hərəkətləri, ilin müəyyən aylarında sıxlıq qazanmaqda və turist qəbul edən ölkələrdə söz mövzusu aylarda hərəkətlilik artmaqdadır.
6. Ölkələrdə turistik xüsusiyyət kəsb edən yerlər, ərazi üzərində balanssız bir dağılıma səbəb olduğundan, turistik sıxlaşmadan turistik xüsusiyyət kəsb edən bu sahələrdə görülməkdədir. Bundan əlavə, ölkələrdəki turist trafiki yerli bir görünüşə sahibdir. Konseptual olaraq isə turizm hadisəsinin beş təməl xüsusiyyəti var:
 - a) Turizm bir sıra hadisələr və münasibətlərdir. Bu hadisə əlaqələrdən biri ilə müəyyən edilə bilməz.
 - b) Bu hadisələr və münasibətlər müxtəlif yerlərə səyahət edən insanların hərəkətləri və onların yerləşməsi ilə bağlıdır. Bu xüsusiyyət, mövzunun dinamik ölçüsünün "səyahət" olduğunu və statik ölçünün "yaşayış" olduğunu göstərir.

c) Gəzinti və yaşayış yerləri normal olaraq təcrübəli və işlədiyi yerlərdən kənarda yerləşdirilir. Beləliklə, fəaliyyətlər səyahət etdikləri yerlərdə yaşayan və işləyən insanların davranışlarından fərqlidir.

d) Transpozisiya müvəqqəti və qısamüddətli velosipeddir. Gəzinti edən şəxs bir neçə gün, həftə və ya ay ərzində qayıtmaq niyyətindədir.

e) ziyarət edilən yerlərdə mənfəət qazanmaq üçün heç bir iş yoxdur. Səfər, iş tapmaq və ya biznes qurmaq məqsədi ilə bağlı deyil. Turizm mövzusu mövzudur. Turizm əsasında, bir şəxsin "psixoloji məmnuniyyət" var. Turizm hadisəsinin mərkəz nöqtəsini idarə edən, idarə edən və təşkil edən insan turisti olaraq təyin olunur. Turistlərin müxtəlif tərifləri həm gündəlik, həm də hazırlanmışdır. Ümumi bir təyin turist, turizm tanımındakı xüsusiyyətlərə uyğun olaraq göstərilən səbəblərin təsiri ilə müəyyən bir müddət üçün səyahət edən, ziyarət etdiyi yerdə iyirmi dörd saatdan çox qalan ya da ölkənin bir yerləşmə təsisində ən az bir gecələmək edən, maliyyə gücü, zamanı və maddi tutumu məhdud olan, rahatına düşkün, ənənələrini qoruyan, təmizlik və rahatlıq axtaran, macərapərəst olan insandır. Turist konsepsiyasının yaxşı başa düşülməsi üçün, turistin xüsusiyyətləri ilk növbədə məlum olmalıdır. Turistin xüsusiyyətlərini verməzdən əvvəl bəzi anlayışları aydınlaşdırmaq faydalı olar.

- Xarici Turist: Davamlı yerləşmə yerinin yerləşdiyi ölkədən başqa bir ölkəyə, iş, ailə ziyarəti, maraq, din, mədəniyyət, təhsil və tədris, idman, istirahət, əyləncə, dost və qohum ziyarəti səbəbləri ilə səyahət edən, hər növ yığıncaqlara (dini, siyasi və b.) iştirak etmək üçün gedən, getdiyi ölkədə 24 saatdan çox müddət ilə qalan ya da ölkənin yerləşmə təsislərində ən az bir gecələmək edən adamdır.

- Xarici Ziyarətçi: Bir ölkəyə gələn və yerləşmə müddəti 24 saatı aşan ya da 24 saatdan az olan bütün xarici kəslər xarici ziyarətçi olaraq adlanır.

- Xarici "Ekskürsiyonist" (Günübirlikçi - Tranzit sərnışin): Getdiyi ölkədə 24 saatdan az qalan ya da ölkənin bir yerləşmə təsisində bir gecələmək etmədən səyahət edən adamdır.
- Turist Olmayan Xaricilər: Bir ölkəyə bir-birindən fərqli səbəblərlə gələn (köçəri, qaçqın, konsulluq nümayəndəsi, xarici diplomatlar və b. Ancaq turist və günübirlikçi qəbul edilməyən Əcnəbilərin. Turistlər, Səyahətlərini və müvəqqəti konaklamalarını öz ölkələrində və xarici bir ölkədə gerçəkləşdirməyə baxılaraq yerli turist və xarici turist olaraq ikiye ayrılır. Ayrıca, kəsləri turizm hadisəsinə iştirak edə yönəldən səbəblər və təsir edici faktorlar baxımından da turistlərin iki ana qrupa ayrılmasında fayda var.

Birinci qrup müəyyən bir zamanda getməli olanlardır. İş adamları, ailələr və qohumlar bu yerə və ortaq maraq səbəbiylə səyahət edənlərə gedəcəklər. Gəzinti qərarları, ümumiyyətlə, özlərini kənarlaşdırır Harada və harada getmək də tez-tez başqalar tərəfindən müəyyən edilir. Bu insanlar məsafə və qiymətdən təsirlənmir. Xüsusilə biznes səyahət istəkləri üçün qiymət qiymətsizdir. Başqa sözlə, əgər bu səfərlər edilməlidirsə, məsafə və məsrəflərdən asılı olmayaraq həyata keçirilir. Tətil turistləri kimi təsvir olunan ikinci qrupdakı insanlar böyük seçim azadlığına malikdirlər. Onlar qənaət və boş vaxtlarını qənaət etmək barədə qərar qəbul edirlər. Həm də onlar harada və nə vaxt gedəcəyinə dair qərar verənlərdir. Tətil turizminə olan tələbat qiymət dəyişikliyinə çox həssasdır. Əgər yuxarıdakı şərtlərimizə görə turistlərin xüsusiyyətlərini qeyd edərdiksə:

- Turist iqtisadi cəhətdən şüurlu və normal maliyyə qüdrətinə malik olan, lakin mal və xidmətlərin istehsalı və satış yolu ilə səfər zamanı əsas məqsəd psixoloji məmnuniyyət əldə etməyi düşünməyən, məhdud bir müddətə malik olan bir şəxsdir.
- Turist öz yerini çox məmnuniyyətlə qayıtmaq istəyən şəxsdir.
- Çox sayda turist macərə etməyəcək. O, hər işin təsadüfi getməsinə gözləyir. Çətinliklər onu narahat edir.

- Turist üçün vaxt çox qiymətlidir. Ən azı ən çox yerləri görmək istədiyiniz zaman, ən çox fayda əldə edin, kifayət qədər əylənin və istirahət edin. Turistlər üçün nəzərdə tutulan bu xüsusiyyətləri nəzərə alaraq, "Turist, ölkəmiz, ölkəmiz, təşkilatımız və maraqlarımız biz tamamilə razı olmamalıyıq" ifadəsini də istifadə etmək mümkündür.

Turizm sözü, Latın rotasyon hərəkətinə aiddir. Tornus, mənada incə fərqi baxmayaraq, əsasən qərb dilinə daxil olmuşdur. İngilis dilində "tur" və "gəzinti" sözləri də bu sözdən gəlir. "Tour" bir dairə hərəkətinə, bəzi saytların və bölgələrin ziyarətinə, iş və əyləncə məqsədləri ilə hərəkətə aiddir¹¹. "Touring" termini (Tourin) zövqə əsaslanan, təhsil və mədəni səyahətlər üçün istifadə olunur. Turizm və turizm sözlərinin mənasını izah etməyə və müəyyən etməyə çalışarkən fərqlənən ilk element; hərəkət və dönüş hadisəsi. Türk dilində "səyyah" sözü "turist" və "səyahət" sözü "turizm" sözüdür. Fransız "Tour" və "Tourner" sözləri də latın sözü "Tornus" dan çıxdı. Ancaq OECD tərəfindən ən çox danışılan və qəbul edilən tərif, Prof. Dr. 1941-ci ildə Walter Hunzikerin tərifidir. Bu tanıma görə Turizm: "pul qazanma məqsədinə söykənməyən və davamlı qalma formasına dönüşmemək şərti ilə, xaricilərin bir yerdə konaklamalarından və bir yerə səyahətlərində doğan hadisə və əlaqələrin bütünüdür" . Turizm çoxölçülü bir fəaliyyət sahəsidir. Turizmin konsepsiyasını çox istiqamətli bir hadisə və sektor olaraq müəyyən etməyə çalışacağıq:

Turizm:

- İnsanlar daimi yaşayış yerləri istisna olmaqla, daimi yerləşməzlər. Yalnız pul qazanmaq və ya siyasi və hərbi məqsədi çəkmək deyil. Pulsuz bir mühitdə,
- İş, maraq, din, sağlamlıq, idman, istirahət, əyləncə, mədəniyyət, təcrübə, snobbish və ya dostları və yaxınları, kongres və seminarlar üçün istifadə edilə bilər,
- Şəxsi və ya kollektiv səyahət edərkən,
- Yaşayış üçün ən azı bir gecə (nuitee) müddətində baş verən biznes və əlaqəli xidmətlər daxildir,

- İstehlak hadisəsi,
- Sosial hadisə,
- Bu ağır və vahid xidmət və mədəniyyət sənayesi,

Turizmin və turistlərin konsepsiyalarını alimlər kimi qəbul edən ilk yazarlar; sənişin daşımalarının məqsədlərinə görə. Yuxarıda gördüyümüz turizm anlayışını nəzərdən keçirərkən, turizm anlayışı aşağıdakı xüsusiyyətləri də daxil olmaqla geniş mənə daşıyır .

3. Turizm, pul qazanmaq məqsədilə peşə fəaliyyəti aparmaq üçün səyahət və müvəqqəti yaşayış yerlərindən ibarətdir. Çünki turizm, pul qazanmağı düşünmür, amma istehlakçı vəziyyət yaradır.

4. Turizm, azad bir mühitdə edilən bir hərəkətdir. Turizmdə səyahət ediləcək yeri, səyahət vasitəsini, yaşayış yeri sərbəst təyin etmə imkanını verən azad bir iradə bəyanı, alternativ seçimi vardır.

5. Turizm insanların iş, maraq, din, səhiyyə, idman, istirahət, əyləncə, mədəniyyət, təcrübə qazanmaq, snobik (təqlid) və bənzəri məqsədlərlə, dost və qohum ziyarəti,

konqres və seminarlarda iştirak etmək kimi səbəblərlə etdikləri səyahətləri və konaklamaları əhatə edir. Bunlar insanları səyahətə yönəldən motiflərdir və hər çağda insanlar bu motivlərdən bir və ya bir neçəsinin təsiri ilə olduqları yer xaricində səyahət etmişlər.

6. Turizm, şəxsi və kollektiv yollarla insanların səyahətini və yerləşdirilməsini nəzərdə tutur. Ferdi turizm hər çağın bir turizm tipini, toplu səyahətlər və səfərlər xüsusilə ictimai və kütləvi turizmi şəklində XX əsrin turistik hərəkətlərinin xüsusiyyətini yaradır.

7. Turizm bir tərəfdən Səyahət meydana gətirdiyi dinamik işçisi, digər tərəfdən gedilən yerdə 24 saatı və ya bir gecələməni aşan səfərlər meydana gətirdiyi statik işçisi əhatə edir. Gecələmə bir meyar (meyar) turizm anlayışı ilə "tranzit" və "günübirlikçi" anlayışları arasında bir fərqi edilməsinə də imkan verir.

8. Turizm sosial münasibətdir

a - Turizm fəaliyyəti cəmiyyətdə sosial münasibətdir.

b- Turizm obyektivdir, çünki insanlar xaricində olur. Bunun mənası, turizm hadisəsinin hüquq, din, dil, iqtisadi hadisələr kimi cəmiyyətə qatıldığımız zaman var olması və bizdən sonra da var olmağa davam etməsidir.

c- Turizm fenomeni məcburi bir təbiətdir. Çünki, təqlid etmə və cəmiyyətin digər kişilərinə xəcalətli olmama istəyi bizi başqalarının etmiş olduğu Səyahətləri təqlid etməyə məcbur edər.

d- Turizm bir miqdar hadisəsidir. Eyni idxal, ixrac, doğum, ölüm, davamlı və ölçüləbilir ola bilər.

9. Turizm bir səyahət və yaşayış fəaliyyəti deyildir. Bütün qurumlar, müəssisələr, davranışlar, fəaliyyətlər anlayış içində yer alır. Bu təqdirdə turizmə bir sənaye gözü ilə baxmaq məcburiyyəti vardır. Bu sənaye texnikanın və istehsalat sənayesinin zərərli təsirləri kompensasiya etməkdə əhəmiyyətli rol oynayan bir panzehir sənayesinin. İnsanları istifadə edən turist cazibəsi turizm konsepsiyasının obyektiv elementidir.

a) Turizm hər şeydən əvvəl ağır sənayedir.

Turizm sektoru çox müxtəlif və geniş miqyaslı bir sərmayədir. Bu investisiyalar adətən aşağıdakı kateqoriyalarda qiymətləndirilə bilər.

1. Alt Struktur İnvestisiya; Turizm sektorunun inkişaf plan və proqramlarında açıqca görülməyən bir növ gizli investisiyaların. Bu səbəblə, sanki böyük adanın dənizdə qalan qisiminə bənzərlər. Çünki; necə bir ada dəniz səviyyəsinin altında qalan hissəyə oturmuşsa; alt quruluş sərmayələri də, turizm sektorunun olmaması vəziyyətində, ya heç edilməyəcək olan və ya daha az miqdarda edilməsi lazım olacaq investisiyalardan meydana gələcəkdi. Bu səbəblə, alt-quruluş sərmayələri sənayeni meydana gətirəcək digər turistik investisiyaların

reallaşması və funksiyalarını müvəffəq üçün lazımlı olan ümumi və spesifik alt-quruluş təsis sərmayələrini əhatə edir.

- Ümumi İnfrastruktur İnvestisiya İnvestisiya (Multi-Purpose Altyapı İnvestisiya)

Bunlar yalnız turistik ehtiyacların ödənilməsinə, digər bir deyişlə, turizmin inkişafı və ya bir bölgədə turistik kompleksin yaradılması məqsədini deyil, əvvəlcə bölgənin iqtisadi və ictimai həyatı üçün məcburi olan çox məqsədli investisiyaların. Su kommunal, rabitə, nəqliyyat, sistem, səhiyyə və təhlükəsizlik təşkilatları üçün edilən investisiyalar qrupda iştirak edir.

Şübhəsiz ki; turistlər də ehtiyaclarına cavab verə biləcək bu cür investisiyaların olmasını istəyərlər. İnfrastruktur müəssisələrinin turistlərin ehtiyaclarını qarşılayamıyacaq səviyyədə və keyfiyyətdə olması onlar üzərində mənfi təsir edər; xüsusilə, ətrafında gəzdikləri və ya yaxınlığında plajına girdikləri dənizə şəhər kanalizasyonlarının axdığını öyrəndikləri zaman böyük bir çaxnaşmaya qapılarlar.

- Xüsusi (Doğrudan-Doğrudan Turizm) Alt Tikinti İnvestisiyaları

Bunlar arasında turizm sektorunun inkişafı və sektorun dinamizmi üçün lazım olan obyektlərə investisiyalar daxildir. Məsələn; artan turizm tələbinə paralel olaraq yuxarıda xülasəylə sıraladığımız çox məqsədli ümumi infrastruktur obyektlərinin böyüdülməsi, hava limanlarının inşası, yat limanlarının qurulması, istirahət imkanları təmin edəcək şəkildə turizm bölgəsinin təşkil edilməsinə istiqamətli müxtəlif sərmayələr, xüsusilə turizm hadisəsinin ortaya çıxardığı infrastruktur sərmayələrinin.

2. Üst-Tikinti investisiyalar: Turizm sektorunun üst-quruluş sektorun nüvəsi mahiyyətində olan otelçilik və pul-otelçilik sahəsində sıxlaşan investisiyalardan meydana gəlir.
3. Tamamlayıcı Yan Turistik İnvestisiyaları: Bunlar turizm sektorunu tamamlayan əlavə sərmayələrdir və onların sərhədləri olduqca genişdir. Çünki turist istehlakı

xərclərinin təxminən 40% -i sektorun yan investisiyalarını təşkil edən obyektlərə axır. Prof. Krapf turist mallarının və xidmətlərinin tamamlayıcı xarakterini "Bir otel tək turizm edə bilməz" sözüylə vurğulayır.

Bu qrupdakı investisiyalar: yemək, içki təsislərindən, idman təsisi, dansing və gecə klublarından, turizmə əlaqədar mal və xidmətləri istehsal edən sənaye quruluşlarından, turizm maliyyələşdirilməsi və sığortası ilə məşğul olan işləməyə meydana gəlir.

b) Turizm - İnteqrasiyalı Sənaye.

Sektor eyni sahədə fəaliyyət göstərən bir firma qrupudur¹⁸. Turizm sektorundakı bütün investisiyaların ölçüləri sənayeyə ağır sənaye xüsusiyyəti verdiyi kimi, yuxarıda qısaca ifadə edilən alt-quruluş, üst-quruluş və yan xidmət sərmayələrinin həcmi, orta q hədəfi və bölünməz bir bütünü meydana gətirən turizm həm də sənayelə vahid sənaye qabiliyyətini verir. Bu inteqrasiya turizm sektorunda sərmayələrin çəkisi ilə əlaqədar çox vacibdir.

1. Hər şeydən əvvəl, sənayenin uğurları belə bir inteqrasiyanı tələb edir. Məsələn; bu, yaşayış evinin yol olmadan yetərli olmasını nəzərdə tutmur. Ən yaxşı aeroportların əksəriyyəti yaşayış yerləri olmadan yoxa çıxır.

2. Bunun yanında turizm sektoruna edilən bütün investisiyaların şansını turizm tələbinin elastik, həssas xüsusiyyətinə, turistik istehlakçının əvvəldən qətiliklə təyin davranışlarına tərk etməmək üçün, hər növ kömək arasında möhkəm bir əməkdaşlığa ehtiyac vardır. Digər bir deyişlə turizmə statik ünsürü meydana gətirən yaşayış, yemək, içki, əyləncə, istirahət, tamamlayıcı xidmət təqdim edənlərin kimi investor elementlərlə dinamik ünsürü meydana gətirən yəni ərz Təşkilatını meydana gətirən turizm vasitələri, nəqliyyat təşəbbüsləri kimi işçilər arasında bir-birlərinə dəstək və kömək olacaq şəkildə bir bağın qurulması məcburiyyəti vardır .

Bu bağın tək hədəfi: ağır sənaye yolu ilə kütləvi istehlakı yaradacaq və investisiya imkanlarını istifadə nisbətini artıracaq kütləvi bir hərəkəti meydana gətirmək və buna davamlılıq qazandırmaqdır.

c) Turizm bir xidmət sənayesidir.

Turizmdə satılan şey xidmətdir. Məsələn; təyyarədə kreslo, oteldə yataq, restoranda xidmət, nəqliyyatda daşıma, dənizdən və GUNES faydalanmaq, mənzərəyə baxmaq, təbiəti və tarixi abidələri seyr kimi.

d) Turizm mədəniyyət sənayesidir.

- Birincisi, turizm müxtəlif mədəniyyətlər arasında dialoq qurur və mədəniyyətləri bir araya gətirən funksiyanı görür.

- Turizm, mənəvi və mədəni bir dəyişiklik təmin edir və səyahət edən insanlar üçün fayda təmin edir.

- Turizm bir ölkənin mədəni irsini təbliğ etmək vasitəsi. Çünki turistlər öz ölkələrinin mədəniyyəti üçün sakit və səmimi səfir, digər mədəniyyətlərin tanınması vasitəsi.

1.2. Turizmin təsnifatı

Turizm növləri

Turizmə, növləri fərqli baxımdan hərəkət edərək ayırmaq bir fenomendir. Burada əsas turizm növlərini qısaca izah edəcəyik.

a) Sağlamlıq Turizmi; Turizm məqsədi; əyləncə, yeni yerlər və insanları görmək deyil, həm də dərman vasitələrindən və iqlim müalicəsindən faydalanmaqdır. Sağlamlıqdan ötəri turizmə iştirak aşağıdakı formalara səbəb oldu:

- Climatizm - təmiz və təmiz havanın şəfa effektindən faydalanmaq üçün dağlıq stansiyalarda və dənizdə tətbiq olunan müalicə metodu. Bu da "təmiz hava müalicəsi" adlanır.
- Termalizm sağlamlıq qaydalarına uyğun olaraq müalicə vasitəsi kimi isti bulaqlar, isti bulaqlar və içki kimi terapevtik təbii su ehtiyatlarının istifadəsidir. Məlum olan ən qədim müalicə və gözəllik üsullarından biridir.
- Uvalizm - bəzi bölgələrin əsas məhsulu olan meyvə və tərəvəzin müalicəsi (müalicə) üsulu və ya bu məhsullardan istifadəni sevənlərə təklif olunur. İsti bulaqlar və içməli su mənbələrindən faydalanmaq üçün turizm və spa turizmi uzun müddət tələb olunur. İsti yaz turizminin bu xüsusiyyəti müəssisənin və ölkənin iqtisadi qatqısının artmasına gətirib çıxardı²⁶.

b) Sosial Turizm; Sosial və kütləvi turizm turizm qrupları və xüsusi tədbirlər və təşviqlərlə az və ya heç bir satın alma gücü olmayan kiçik qrupların iştirakıdır. Başqa sözlə, sosial turizm - aşağı gəlir səviyyəsində olan insanların qruplarına və turizm fəaliyyətindən faydalanmaq üçün satınalma gücünə imkan verən işlərin cəmidir. 1950-ci illərdən bəri sosial turizm sürətlə inkişaf edir. İlk növbədə İngiltərədə sosial turizm üçün qarşılaşıldı. 1840-cı ildə Tomas Kuk tərəfindən qurulan ilk turizm agentliyi və təşkilatçısı sosial turizm hadisəsinin başlanğıcı hesab olunur. 1936-cı ildə Belçika və Fransada ödənişli tətillin qanuniləşdirilməsi sosial turizm təşkil etmişdir. Bu gün sosial turizmə istiqamətli işlər iki nöqtədə toplanır. Birincisi, turizm fəaliyyətində iştirak etmək üçün maliyyə imkanlarını artırmaq və ya imkan yaratmaq üçün təşviqatların tətbiqi. İkincisi, tələbələr üçün turizm səviyyəsini müvafiq səviyyədə saxlamaqdır. İqlim şəraiti və bölgələrə görə təbii quruluş fərqləri sosial turizmin inkişafı baxımından uyğun gəlir. Bununla belə, sosial turizmin iqtisadiyyata lazımi töhfəsini təmin etməsi üçün bəzi stimullaşdırıcı tədbirlər görülməlidir²⁷.

c) Dağ və qış turizmi; Sənayeləşmə və sürətlə inkişafın nəticəsində insanların darıxdırıcı və qeyri-sağlam mühitdən xilas olmaq üçün dəniz sahillərinə getməsi lazımdır; qarlı, dağlıq və meşəlik bölgələr. Beləliklə dağ-qış turizmi anadan olub inkişaf etmişdir. Dünya, xüsusilə Mərkəzi və Şimali Avropa ölkələrinə dağ-qış turizminə aparan tədqiqatları Amerika, Kanada və Yaponiya kimi ölkələr izlədi.

d) Gənclik Turizmi; Gənclər turizmi ümumi turizmin öz xüsusiyyətlərinə malik turizmin bir növüdür. Belə turizmin xüsusiyyətləri və əlaqəli birləşmələr dörd qrupda toplanı bilər: i) Səyahət edən gənclər ii) Təhsil və mədəniyyət proqramları iii) Tələbə və gənclər üçün turizm fəaliyyəti iv) Tələbə və gənclər üçün turizm təşkilatları. Gənc turizm, ümumi turizmdən fərqli olaraq, bahalı və inkişaf etmiş bir üst quruluş tələb edir. Gənclər, gənclərin qarşılınması üçün xüsusi, endirimli, sadə, evsiz yaşayış imkanlarını istəyirlər. Bundan əlavə, gənclər psixoloji quruluşlarına görə fəaliyyət, macəra və dəyişikliyə daha açıqdırlar və turistik hərəkətlərdə iştirak səviyyələri digər yaşlardan daha yüksəkdir.

e) Yaxta Turizmi; Dünya turizmində yaxta turizminin son illərdə sürətlə inkişaf göstərdiyini nəzərə çarpır.

f) Dini Turizm; Müsəlman, xristian və yəhudi dünyaları. Türkiyədə Efes yaxınlığındakı Məryəm Ana başda olmaq üzrə, bir çox yer, xüsusilə "Saint Paulun addımları" adı verilən bir tur, dindar xristianlar tərəfindən maraq görür.

"Konsili" yığıncaqları səbəbiylə, Xristian camaat arasında müqəddəs mərkəz olaraq qəbul edilən İznik (bu xüsusiyyəti 1962-ci ildə Vatikanda edilən 19. məclisdən onanmışdır.) Hz. İsanın 2000. doğum ildönümü qeyd etmələri çərçivəsində və Səməvi dinlər və inanc turizmi "adı altında, 1995-ci ildə digər müqəddəs sayılan yerlərlə birlikdə Turizm Nazirliyi tərəfindən tədbirlər proqramına alınmışdır³¹. Digər tərəfdən, müsəlmanların da Həccə və Umre'ye getməsi Səudiyyəlilər üçün inanc turizmi olaraq qiymətləndirilməkdədir .

h) Çamadan Turizmi; 1990-cı illərdə Şərqlə blok ölkələrinin dağılmasıyla birlikdə gündəmə gələn çamadan turizmi, öz ölkələrindəki gömrük divarlarını aşma bilmək və malı ilk əldən ala bilmək üçün ziyarətçilərin getdikləri ölkədən yüklüce miqdarda kommersiya mal alaraq, çamadanlar ilə gömrükdən keçirmələri yolu ilə edilən turizm şəklidir. Baqaj turist ölkəsi üçün valyuta bəyannaməsini düzəldən əsas gəlir mənbələrindən biridir. Bunun səbəbi həm gələn insanların ölkədə turizm xərcləməsindən olması həm də görünməz ixracat dediyimiz malları alıb öz ölkələrinə götürmələridir.

i) Turizmin digər növləri; Bu gün turistin görünüşü köhnə ilə müqayisədə çox dəyişməsə də, anlayış çox dəyişdi. "Gidelim də filan ölkəni görək" dövrü keçmiş, turizmə ixtisaslaşma dövrünə girilmişdir. Marketing texnikaları və inkişafı sayəsində, indiki vaxtda turist artıq, maraq sahəsinə görə tətillər proqramı etməkdə və vasitəçilərin özü üçün təşkil etdiyi turizm növlərinə qatılmaqdadır. Bu turizmi ayrı-ayrı açıqlayaq və izah edək.

- Ov Turizmi; Ovlanma hadisəsi; insana həm təbiətin ən dərin köklərində yatan instinktlərindən birini təmin və həm də təbiətdən, təmiz havadan istifadə etmək, nadir təbiət növləri görmə və bütün bunlardan mənəvi bir həzz eşitmə ehtiyacını aradan qaldırma imkanı verir. Turizm yalnız günəş, dəniz və dağ deyildir. Dünyada ovçuluq turizmində də əhəmiyyətli bir bazar var. Ovçuluğun turizm baxımından ifadə etdiyi bu əhəmiyyət nəzərə alınaraq, bir çox ölkədə ov sahələrinin qorunması, ov heyvanı çıxarma yerlərinin və milli parkların yaradılması ilə qanuni tənzimləmələr edilmişdir. bunlardan; Ovçuluq sahələri, ovçuluq sahələri, milli parklar və b32.

- Eko Turizm; Açıq adıyla ekoloji turizm olan bu növ, təbii qalmış, ekoloji quruluşu pozulmamış yerlərə edilən turları ehtiva etməkdədir.

- "Rafting" Turizmi; Rafting axarsuda, çayda baş tutan təbiət idmanıdır. Bir sözlə, "Axarsu Krosu" Şimali Amerikada, xüsusilə də Kanadada çox yayılmış bir idman növüdür. İlk dəfə 1869-cu ildə Kolorado çayı üzərində Böyük Kanyonda keçirilmişdir. 1939-cü ildə Colorado çayı üzərində təşkil edilən ikinci rafting böyük maraq çəkmiş və o tarixdən etibarən nizamlı

təşkilatlar edilməyə başlanmışdır. Rafting, istənilən bacarıq və fiziki kondisionerdən istifadə etmək istəyən hər kəs üçün tələb olunmur. Xüsusilə adrenalini, həyəcanı və suyu sevənlər bu idmana üstünlük verirlər.

- Əyləncə Turizm; Bu gün bütün dünya küləyin sürətlə dəyişməsinin yeni bir keyfiyyət anlayışı ilə təsiri altındadır. Əyləncə turizmi, global səviyyədə sürətlə dəyişən bazar və rəqabət şərtləri səbəbi ilə dinamik bir inkişaf içindədir, xüsusilə sürətlə küreselleşməkdə olan turizm sektorunda rəqabət böyük sıxlıq qazanmaqda və rəqabət gücünün inkişaf etdirilməsi üçün əyləncə turizmində də xüsusi tətbiqlər inkişaf etdirilməkdədir.

1.3. Turizm sektorunun iqtisadiyyatın inkişafında rolü və xüsusiyyətləri

İnsanların səyahət etməsinə səbəb olan şəraitin formalaşması səyahətin çörək, su və hava kimi məcburi ehtiyacların cərgəsinə düşməsinə gətirib çıxardı. Zəruri ehtiyac halına gələn səyahət etmə arzusunun təmini problemi isə bir tərəfdən işə götürənləri digər tərəfdən hökumətləri ehtiyacın təmini ilə əlaqədar tədbirləri almağa və onları gündəlik həyata keçirməyə yönəlmişdir. Turizmə səbəb olan və inkişaf edən amillər; boş zamanların artması, texnologiyada, xüsusilə nəqliyyat və rabitə texnologiyasındakı inkişaf, təhsil və mədəniyyət səviyyəsinin yüksəlməsi, reklam və təqdimat xidmətlərinin inkişafı, şəhirləşmənin ortaya çıxardığı problemlər, əhali artımı ilə ictimai hərəkətililiyin artımı, rifah səviyyəsinin yüksəlməsi, siyasi quruluşdakı dəyişikliklər və digər bəzi təsirlərdir. Əsaslar aşağıda müzakirə olunur:

i. Asudə vaxtın artımı

Əslində turizm asudə vaxtların dəyərləndirilməsi şəklində ortaya çıxdı. Asudə vaxt – işdən əlavə qalan vaxtdır. Buna gündəlik işdən əlavə saatlar, həftə sonu tətili, illik ödənişli məzuniyyət və pensiya müddəti aiddir. Çağımız turizmində günlük iş saatının səkkiz saata endirilməsi, həftə sonu tatillərinin iki günə çıxardılması, pensiya yaşının aşağı çəkilməsi, səhiyyə tətbiqləri ilə həyat müddətinin uzadılması kimi səbəblər həmişə boş zamanın

artmasına səbəb olmuşdur. Bununla yanaşı, millətlərin dini və milli bayramları üçün tətillər də boş zaman deməkdir və bu həftə sonu bayram günləri ilə birlikdə ətraf turizminə çağırdığımız gündəlik turizm hərəkətlərinin əhəmiyyətinə səbəb olacaq.

Əhali artımı, texnoloji yeniliklər və artan məhsuldarlıq mal və xidmətlərin istehsalına lazım olan müddətləri çox azaldadı. Necə ki A.B.D.-də 1860-lı illərdə yetmiş saat olan ortalama həftəlik iş müddəti 1970-ci illərdə yarı yarıya qısalmış, bir çox ölkədə eyni istiqamətdə irəliləyişlər müşahidə edilmişdir. Görülən boş vaxtın, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan cəmiyyətlərdə səfərlərə qoşulmasına müsbət təsir göstərdiyi aydındır. 20-ci əsrdə boş zamanı və tətili ictimai bir haqq olaraq qəbul edən ölkələr, illik ödənişli icazə haqqını qüvvəyə qoyaraq, turizm hərəkətlərinin müsbət inkişafını hızlandırmışlardır. 2000 ilədək yaxınlaşarkən iş saatları 30 saata qədər qalması fikrini düşünsək; bəzi seqmentlərdə həftədə daha az saat GSMH-da daha sürətli böyüməyə səbəb ola bilər ki, bu da xidmətlərin kəsilməsinə tələbatın artmasına səbəb olacaq⁴⁶.

ii. Nəqliyyat Texnologiyasında İnkişaf

Turizm hadisəsində, insanların davamlı məskənlərindən çıxıb, başqa yerlərə səyahət etmələri və yenə eyni yerə dönmələri söz mövzusu olduğundan, nəqliyyat vasitələri və yollar olmadan turizmin inkişaf göstəremeyeceğini söyləyə bilərik. Nəqliyyat texnologiyasından danışarkən; quru, dəniz, dəmir və hava yolu marşrutlarının inkişafı, fərdi nəqliyyat vasitələrinin, dəmiryolu vasitələrinin, avtobusların, gəmilərin hər keçən gün həm sürət, həm təhlükəsizlik və rahatlıq, həm də tutum olaraq inkişafı aydın olmaqdadır.

Xüsusilə kütləvi nəqliyyat vasitələrinin inkişafı və nəqliyyat xərclərinin azaldılması, vaxt və maliyyə səlahiyyətləri məhduddur və daha böyük kütlələr turizmə maraq yaradır. Sürətli, rahat, rahat, təhlükəsiz və yüksək tutumlu nəqliyyat vasitələrindən istifadə etməklə turizm daha da sürətlə yayılmağa imkan verdi. Çünki söz mövzusu etdiyimiz imkanların yaradılması, bir tərəfdən xərclərin düşməsinə, digər tərəfdən gedilən yerdə daha çox qalma imkanlarının yaradılmasına gətirib çıxarmaqdadır. Bundan əlavə, nəqliyyat vasitələrinin

inkişafı və buna görə turizmə səyahətlərin zərurətdən, zəiflikdən azad olunmasına və kütləvi hərəkətə çevrilməsinə imkan yaradır⁴⁷.

iii. Rabitə Texnologiyaları İnkişafı

Rabitə texnologiyasının elementləri kütləvi informasiya vasitələridir. Qəzetlər, radio, televiziya, kino və s. Kimi kütləvi informasiya vasitələri. vasitələrdir. Sözü gedən bu vasitələrin texnoloji inkişafı turizmin inkişafında lokomotiv rolunu oynayır. Əlaqə vasitələri, insanların içində yaşadıkları dünya və cəmiyyət haqqında ən qısa müddətlərdə ən çox məlumatı toplamalarına və hər hansı bir mövzuda qərar vermələrinə ən təsirli rolunu oynayır. İnsanlar bir malın bəyənilməsi və satın alınmasına qərar verə biləcəkləri kimi, turizm hadisəsinə qatılaraq səyahət etməyə və gediləcək yerlərin seçiminə, gediləcək yerdə qalma müddətinə də qərar verə bilməkdədir. Bu ünsiyyət vasitəsi ilə qazandıqları məlumatlar sayəsində mümkündür.

Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı turizm sahəsində davamlı və etibarlı ünsiyyətə imkan verdi. Bu ünsiyyətin xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi izah edə bilərik:

- Uzaq məsafələrlə ünsiyyət asanlaşdı və beynəlxalq ünsiyyət sürətli keçdi.
- Qəzetlər, radio, televiziya və s. kommunikasiya vasitələri ilə iş sahələrinə, evlərin içərisinə qədər girə bilmiş, təsir dairələri genişlənmişdir.
- Təsir sahələrinin genişləndirilməsi sayəsində, kəslərdə tətillə çıxma istəyi yaradılmış, belə ki, turizm davamlı təşviq edilmişdir.

Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı və çox geniş kütlələrə xitab edilə bilməsi ilə, təbii gözəlliklər, tarixi əsərlər, təqdim edilən turistik xidmətlər, turistik təşkilatlar haqqında geniş məlumatlar verilir olmuş, buralara necə gediləcəyi mövzusunda ətraflı

məlumatlar təmin edilməyə başlanmışdır. Reklam məqsədli edilən bu işlər sayəsində insanların turizmə qatılmaq arzusu artır.

iv. Təhsil və Mədəniyyət İnkişafı

Kişilərin və cəmiyyətlərin təhsil səviyyələrinin yüksəlməsi ümumi mədəniyyət səviyyəsinin də yüksəldir. Təhsil vəziyyəti artdıqca səyahət sıxlığının da artmaqdadır. Kişilərin təhsil səviyyəsi; gəlir və sənətlə yaxından əlaqədardır. Təhsil, bu səbəbdən mədəniyyət səviyyəsi yüksəldikcə, insanların içində yaşadıkları dünya mövzusunda məlumatları da yüksəlməkdədir. Məlumat və ədəb artması üçün səyahət etmə istəyi artmaqdadır. Cəmiyyətlərin və insanların təhsil səviyyəsinin və buna bağlı olaraq mədəniyyət səviyyəsinin artması ilə səyahət sıxlığı arasında doğru nisbət vardır. Almaniyada edilən bir araşdırmada, ibtidai təhsil alanların yüzdə 22'si, orta təhsili olanların yüzdə 52-i və yüksək təhsili almış olanların yüzdə 62'si tapıldı.

v. Rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi

19-cu əsrdə sənayenin inkişafı işçi kütlələri və koloniyaların istifadəsi ilə mümkün olmuşdur. Sənaye sərmayəsi sahəsindəki təcrübə yeni investisiyaların yaradılmasına yol açmış, bu da məşğulluq sahələrinin genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Hər keçən gün sənaye seqmentində işçilərin ədədləri artmış və zamanla iş şəraiti son dərəcə əlverişsiz və ağır bir çalışanlar sinfi ortaya çıxarmışdır. Əvvəllər səhiyyə səbəblərinə söykənən olaraq ortaya çıxan etiraz, sonralar iş şəraitinin yaxşılaşdırılması, ödənişlərin artması, ödənişli məzuniyyət haqqının verilməsi, ictimai təhlükəsizlik hüquqlarının təşkil edilməsi və s. şəkillərdə davam etmişdir. Bütün bu inkişaf bir tərəfdən iqtisadi quruluşun düzəlməsinə, digər tərəfdən ictimai quruluşun dəyişməsinə səbəb olmuşdur. Bu sahədəki ən əhəmiyyətli inkişaf, işçi və işəgötürən əlaqələrindəki problemlərin müəyyən qəliblərə soxularaq qanuni istiqamətdən təşkil.

Turizmin inkişafında ən təsirli rol oynayan bu hüquqlardan ilki, ödənişlərin artırılması; digəri ictimai təhlükəsizlik hüquqlarının qazanılmasının. Çünki cəmiyyətin əhəmiyyətli bir hissəsini təşkil ödənişli çalışanlar, ödənişləri artdıqca rifah səviyyəsi yüksəlmiş, rifah səviyyəsi yüksələn kəslərin satın alma gücləri də yüksələcəyindən turizm hadisəsinə

qoşulma şansları artmışdır. Fərdlərin gəlirindəki davamlı yüksəlmə, xüsusilə içində yaşadığımız illərdə ümumi gəlirin daha ədalətli şəkildə dağılımına səbəb olmuş və daha geniş kütlələrin səyahət etmələrinə imkan vermişdir.

Turizm, texnoloji inkişaflarla daha ucuza ucuzdur, əsasən insanların sərf etməsini tələb edən bir fəaliyyətdir. Məcburi ehtiyacların qarşılınmasında sonra qalan pul, boş zamanların qiymətləndirilməsində xərclənəcəkdir. Beləcə turizm, rifah səviyyəsi yüksəlmiş ölkələrdə daha geniş bir iştirak təmin etmişdir.

Xülasə olaraq milli gəlirin yüksək olduğu və nisbətən ədalətli olaraq paylaşıldığı ölkələrdə, ictimai rifah səviyyəsi də yüksək olacaq və bu səbəbdən pul xərcləməyi tələb edən turizm fəaliyyətlərinə iştirakda hər keçən gün artacaq.

vi. Sosial hərəkətliliyin artması

Sanayiləşmə, əhəlinin böyüməsi, urbanizasiya, nəqliyyat və kommunikasiya texnologiyasının artması insanların yer dəyişdirməsinə səbəb olan amillərdir. Xüsusilə əhəli dərəcələrində, artımlar ilə nəqliyyat vasitələrindəki inkişaf insanları daha çox səyahət etməyə, daha doğrusu olduqları yerdən gərək müvəqqəti, istərsə də davamlı olaraq başqa yerlərə getməyə təşviq edir.

Müasir cəmiyyətin ən vacib xüsusiyyəti odur ki, insanlar həmişə eyni yerdə yaşamırlar, onlar daimi yaşadığı yerləri dəyişirlər. Turizmin ən əhəmiyyətli xüsusiyyəti, hərəkət etmə olduğundan; hərəkət edərək müasir cəmiyyətin davamlı yer dəyişdirmə xüsusiyyətinin, turistik hərəkətliliyi canlandırıcı bir təsir yaratdığını deyilə bilər. Cəmiyyətlərin hərəkətliliyini artırıcı digər faktorlar arasında ailə bağlarının gedərək zəifləməsini və ətraf çirkliliyinin artmasını sayə bilərik. Bütün bu faktorlar, turizm hərəkətlərinin inkişaf, güclənməsinə səbəb olan amillərdir.

İqtisadi tədqiqatlarda, iqtisadçılar bazarı bir malın alıcı və satıcıları arasında paylaşılan və müəyyən bir mal və ya xidməti ərz edən satıcılarla, o malı tələb edən alıcıların bir yerə

gəldiyi mahal, təşkilat olaraq qəbul edilir. Bu baxımdan baxdığımızda turizm bazarı müxtəlif turistik mal və xidmətlərə aid bir bazar sayılır və turizm mallarını və xidmətlərini təmin edənlərlə görüşən bir yer hesab olunur.

Turizm bazarını təşkil edən iki element var. Bunlar turizm təklifi və turizmə olan tələbatdır. Turizm məhsulu və ya turizm bazarında mövzu məhsul yerin bir hissəsidir. Bu daşınmaz və saxlanıla bilməz. Turizmin təmin edilməməsi bu qeyri-münasib vəziyyət vaxt baxımından (turizm mövsümü kimi) müəyyən məhdudiyyətlərə malikdir. Digər tərəfdən, turizm tələbi yüksək elastikliklə, sosial-iqtisadi və siyasi dəyişikliklərə çox həssas olan bir əmlakla turizm tədarükünə qarşı böyük bir maneə təşkil edir. Elastik tələb və elastik olmayan təklif arasında turizm məhsulunun satışını həyata keçirmək turizm bazarının marketinqində xüsusi nizam-intizam tələb edir.

Turist bazarı bütün turistik dövrlərdən meydana gəlmişdir ki, bəzi yerlər müəyyən şərtlər altında turistlərə, səyahət etmək istəyənlərə və bunun baş verməsinə kifayət qədər maliyyə qüdrətinə malik olanlara cavab verən kanallar və təşkilatlarla turistlər təklif edə bilər.

Turizm bazarı iki şəkildə nəzərdən keçirilə bilər: yaxud bütövlükdə ya da bütöv bir sosial turizm bazarı olaraq, makro tədqiqatlar aparılır və ya biznes baxımından turizm bazarı biznesin xüsusi bazarları hesab edilir və mikro tədqiqat həyata keçirilir. Sosial turizm bazarının ələ alındığı zaman, makro tədqiqat, turizm təchizatı və tələbatın dünya, ölkə, region, stansiya səviyyəsində olduğu bir yer kimi aparılır.

Mikro yanaşmada, qlobal bazarda tələbatın bir hissəsi turizm sektorunun müəssisələri tərəfindən qarşılır, çünki xüsusi bazar qlobal bazarda müəssisə müəyyən bir payı təmsil edir.

Turizm bazarının konsepsiyası mücərrəddir, çünki turizmə tələbat və turizm tələbatları tez-tez bir-birindən uzaqdır.

II fəsil. Azərbaycanca turizm sektorunun mövcud vəziyyəti və inkişafının statistik təhlili

2.1. Azərbaycanın turizm sektorunun səviyyə və dinamikasının statistik təhlili

Dünyanın 11 iqlim tipindən 9-unun Azərbaycanda olması turizm fəaliyyətinin müxtəlif olmasını təmin edir. Azərbaycan, Qafqaz Dağları, 825 km-lik Xəzər dənizi sahil xətti, çayları, gölləri, zəngin mineral suları və zəngin tarix xəzinəsi ilə turizm potensialı olduqca yüksək olan bir ölkədir. Bu vəziyyətdə istirahətə əsaslanan daxili turizm üstünlük təşkil edir və sahil-dəniz turizmi və kurort turizmi geniş yayılır. Azərbaycanda çoxlu sayda şəfali su mənbələri, palçıq vulkanları, müalicə palçıqları olması ölkənin səhiyyə turizmi baxımından əlverişli şərtlərə sahib olduğunu göstərir. Digər tərəfdən, Azərbaycan Böyük Qafqaz, Kiçik Qafqaz və Talış dağları kimi yüksək relyef sahələrinə sahib olduğu üçün ovçuluq və dağ turizmi baxımından yüksək potensiala sahibdir.

Müxtəlif relyef formaları sayəsində Azərbaycan turizm baxımından müxtəlif təbii ehtiyatlara sahibdir. Bunlara nümunə olaraq, paleontoloji baxımdan əhəmiyyətli fosillə qayaları, nadir ağac növlərini, endemik bitki növlərini, yüksək dağ şlalələrini və s. göstərmək olar. Bununla yanaşı, Azərbaycanda 1000-ə qədər mineral su ehtiyatları vardır. Bu şəfali sular ilə birlikdə palçıq vulkanları, duzlu göl müalicə palçıqları, müalicə əhəmiyyətli neft (Naftalan), müalicə olmaq, sağlamlığını qorumaq və ya dincəlmək istəyənlərə bu imkanları sunar.

Gördüyümüz kimi, Azərbaycanda turizm fəaliyyəti olduqca müxtəlifdir. Amma bu müxtəlifliyi ölkənin iqtisadiyyatına səmərəli şəkildə kömək edə biləcək bir sektor halına gətirmək vacibdir.

Azərbaycanın turizm potensialı, tarixi əsərləri, bənzərsiz sənət strukturları ilə turizmin inkişafı üçün böyük imkanlara malikdir. Bakı və Abşeron sahillərində yay uzun və günəşlidir. Dəniz suyunun temperaturu 5-6 ay ərzində təxminən 20 dərəcə olur. Bu sahillər, xüsusilə Avropanın soyuq, sisli və yağışlı yerlərində yaşayan əhali üçün ideal bir tətildir. Xaçmaz bölgəsinin çimərliklərindən fərqli olaraq, Nabran, Yalama, yeraltı su ehtiyatları və zəngin meşə turistləri cəlb edir.

Həmçinin Azərbaycan tarixi şəhər qalıqları, çox qiymətli əsərlərin sərgiləndiyi muzeylər, qədim memarlıq abidələri və dünyaca məşhur yeməkləri ilə bənzərsiz bir ölkədir. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına yönəldilmiş əhəmiyyətli Dövlət qərarlarından biri də Prezident İlham Əliyevin 27 avqust 2002-ci il 1029 sayılı qərarı ilə "2002-2005-ci illər üçün turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"dır. Bütün bu işlərdə turizm xərcləri və gəlirləri aşağıdakı cədvəllərə daxil edilir.

2018-ci ilin yanvar-fevral ayları ərzində Azərbaycana dünyanın 139 ölkəsindən 352,5 min və ya ötən illin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 12,1 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir. Gələnlərin 29,3 faizi Rusiya Federasiyası, 24,9 faizi Gürcüstan, 13,8 faizi Türkiyə, 8,0 faizi İran, 3,7 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, 2,1 faizi Ukrayna, 2,0 faizi İraq, 16,1 faizi digər ölkələrin vətəndaşları, 0,1 faizi isə vətəndaşlığı olmayan şəxslər olmuşdur. Gələnlərin 71,0 faizini kişilər, 29,0 faizini isə qadınlar təşkil etmişdir. Əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 52,8 faizi yanvar, 47,2 faizi fevral ayında ölkəyə gəlmişdir.

İran istisna olunmaqla, Körfəz ölkələrindən gələnlərin sayında daha çox artım müşahidə edilmişdir. Ötən ilin yanvar-fevral ayları ilə müqayisədə ölkəmizə gələn Küveyt vətəndaşlarının sayı 6,0 dəfə, Qətər vətəndaşlarının sayı 2,6 dəfə, Bəhreyn vətəndaşlarının sayı 2,5 dəfə, Səudiyyə Ərəbistanı vətəndaşlarının sayı 2,5 dəfə, Oman vətəndaşlarının sayı 1,8 dəfə, İraq vətəndaşlarının sayı 1,7 dəfə, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri vətəndaşlarının sayı 1,3 dəfə artmışdır. İrandan gələnlərin sayında 26,7 faiz azalma müşahidə edilmişdir.

2018-ci ilin yanvar-fevral aylarında Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı ötən ilin yanvar-fevral aylarında gələnlərin sayına bərabər olmaqla 11,3 min nəfər, MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 4,6 faiz artaraq 123,0 min nəfər olmuşdur.

Bu dövrdə ölkəmizə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 62,8 faizi dəmir yolu və avtomobil, 36,3 faizi hava, 0,9 faizi isə su nəqliyyatından istifadə etmişdir.

2018-ci ilin yanvar-fevral aylarında xarici ölkələrə gedən Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının sayı əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 3,6 faiz azalaraq 583,0 min nəfər olmuşdur. Ölkə vətəndaşlarının 32,0 faizi Gürcüstana, 26,0 faizi İrana, 22,4 faizi Rusiya Federasiyasına, 12,6 faizi Türkiyəyə, 1,9 faizi Ukraynaya, 1,4 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinə, 3,7 faizi isə digər ölkələrə səfər etmişdir. Səfər edənlərin 71,1 faizi kişilər, 28,9 faizi isə qadınlar olmuşdur.

Cari ilin yanvar-fevral aylarında xarici ölkələrə səfər etmiş Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının 79,2 faizi dəmir yolu və avtomobil, 19,8 faizi hava, 1,0 faizi isə su nəqliyyatından istifadə etmişdir.

Tarixi dövrdə Azərbaycanda turizm fəaliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Xüsusən Ermənistanın işğalı və müstəqilliyimizin ilk illərində iqtisadi çətinliklər və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turist sayında bəzi dəyişikliklər baş vermişdir. Beləliklə, bu dövrdə ölkədə turist sayının dəyişməsi turizm sənayesinə böyük təsir göstərmişdir.

Cədvəl 2. Nəqliyyat növlərinə görə xidmət göstərilmiş turistlərin Azərbaycan və xarici vətəndaşlar üzrə sayı

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Xidmət göstərilmiş vətəndaşların	69923	83620	101431	91961	92.305	61.965	53.999

sayı							
o cümlədən:							
Azərbaycan vətəndaşları	57777	69555	82808	81638	81.858	59.956	45.050
digər ölkə vətəndaşları	12146	14065	18623	10323	10.447	2.009	8.949
Avtobus	10665	22073	30240	14868	13.529	12.248	8.979
ondan:							
Azərbaycan vətəndaşları	10553	19470	18206	14868	13.434	12.238	8.979
digər ölkə vətəndaşları	112	2603	12034	-	95	10	-
Dəmir yolu	102	184	244	340	57	-	430
ondan:							
Azərbaycan vətəndaşları	102	184	214	22	-	-	430
digər ölkə vətəndaşları	-	-	30	318	57	-	-
Hava nəqliyyatı	49594	48669	61991	68046	70.272	41.495	35.753
ondan:							
Azərbaycan vətəndaşları	37593	37207	59432	58041	59.977	39.519	27.079
digər ölkə vətəndaşları	12 001	11462	2559	10005	10.295	1.976	8.674
Su nəqliyyatı	16	16	-	-	58	20	-
ondan:							
Azərbaycan vətəndaşları	16	16	-	-	58	-	-
Minik avtomobilləri	4357	5934	4956	8707	7.782	8.202	8.596
ondan:							
Azərbaycan vətəndaşları	4357	5934	4956	8707	7.782	8.199	8.501
digər ölkə vətəndaşları	-	-	-	-	-	3	95
Bir neçə nəqliyyat növləri, digər nəqliyyat növü	5189	6744	4000	-	-	-	166
ondan:			-				
Azərbaycan vətəndaşları	5156	6744	-	-	-	-	31
digər ölkə vətəndaşları	33	-	4000	-	-	-	135
Digər nəqliyyat növləri	-	-	-	-	607	-	75
ondan:							

Azərbaycan vətəndaşları	-	-	-	-	607	-	75
-------------------------	---	---	---	---	-----	---	----

	Cəmi		o cümlədən:			
			qəbul edilmiş		göndərilmiş	
	turistlərin sayı, nəfər	tur- günlərin sayı, adam-gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam-gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün
Cəmi	69923	458568	17641	111232	52282	347336
o cümlədən:						
Azərbaycan Respublikası	13056	89076	5495	44175	7561	44901
Rusiya Federasiyası	22448	120934	7926	23927	14522	97007
Gürcüstan	734	4085	47	303	687	3782
Qazaxıstan	51	282	21	120	30	162
Ukrayna	488	2913	31	122	457	2791
Türkiyə	11528	72422	410	1575	11118	70847
Birləşmiş Krallıq	462	2772	92	549	370	2223
Almaniya	897	5171	42	148	855	5023
İspaniya	333	1563	31	111	302	1452
İtaliya	515	3667	32	564	483	3103
Fransa	458	2474	24	83	434	2391
Finlandiya	554	2885	22	66	532	2819
BƏƏ	7716	43134	4	20	7712	43114
Misir	570	3544	-	-	570	3544
İran	4208	51315	1942	32237	2266	19078
ABŞ	243	1053	117	392	126	661
Çexiya Respublikası	843	8576	30	142	813	8434
Avstraliya	69	429	11	62	58	367
Çin	606	3237	30	90	576	3147
Digər ölkələr	4144	39036	1334	6546	2810	32490

2010-cu ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin ölkələr üzrə sayı

2014-cü ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin ölkələr üzrə sayı

	Cəmi		o cümlədən:			
			qəbul edilmiş		göndərilmiş	
	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün
Cəmi	92.305	614.009	10.657	57.931	81.648	499.070
o cümlədən:						
Azərbaycan Respublikası	13.410	70.460	210	675	13.200	67.000
Rusiya Federasiyası	15.373	96.754	4.192	24.937	11.181	71.816
Gürcüstan	1.341	8.518	154	720	1.187	7.798
Qazaxıstan	488	2.024	26	119	462	1.905
Ukrayna	708	6.015	37	156	671	5.859
Türkiyə	35.405	234.258	4.174	19.601	31.231	214.657
Birləşmiş Krallıq	844	4.190	40	209	804	3.981
Almaniya	1.358	7.782	91	396	1.267	7.386
İspaniya	1.103	8.549	491	4.946	612	5.434
İtaliya	927	5.104	125	594	802	4.510
Fransa	722	3.286	105	420	617	2.866
Finlandiya	26	89	16	44	10	75
BƏƏ	6.388	42.565	12	46	6.376	42.519
Misir	73	463	2	6	71	457
İran	2.527	24.788	14	98	2.513	24.690
ABŞ	187	987	37	173	150	814
Çexiya Respublikası	709	4.654	4	16	705	4.638
Avstraliya	46	315	-	-	46	315
Çin	303	2.324	9	36	294	2.288
Digər ölkələr	10.367	90.884	918	4.739	9.449	86.116

2015-ci ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin ölkələr üzrə sayı

	Cəmi		o cümlədən:			
			qəbul edilmiş		göndərilmiş	
	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün
Cəmi	61.965	428.557	2009	8102	59.956	375.601
o cümlədən:						
Azərbaycan Respublikası	11.751	75.495	-	-	11.751	75.495
Rusiya Federasiyası	6.937	59.949	1.052	3.177	5.885	56.772
Gürcüstan	1.130	6.368	11	61	1.119	6.307
Qazaxıstan	176	758	11	75	165	783
Ukrayna	563	4.497	20	95	543	4.402
Türkiyə	19.673	121.809	129	453	19.544	121.356
Birləşmiş Krallıq	587	2.751	35	150	552	2.601
Almaniya	1.281	8.145	45	175	1.236	7.970
İspaniya	729	3.765	213	1.185	516	2.580
İtaliya	876	5.171	94	356	782	4.815
Fransa	575	3.061	94	525	481	2.536
Finlandiya	9	45	-	-	9	45
BƏƏ	4.540	30.007	55	203	4.485	29.804
Misir	314	1.778	-	-	314	1.778
İran	3.743	33.095	-	-	3.743	33.095
ABŞ	250	1.058	12	46	238	1.012
Çexiya Respublikası	606	4.490	14	83	592	4.407
Avstraliya	8	58	-	-	8	58
Çin	84	423	9	27	75	396

Digər ölkələr	8.133	65.834	215	1.491	7.918
---------------	-------	--------	-----	-------	-------

2016-cı ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin ölkələr üzrə sayı

	Cəmi		o cümlədən:			
			qəbul edilmiş		göndərilmiş	
	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam- gün
Cəmi	53.999	349.496	8.949	33.054	45.050	150.800
o cümlədən:						
Azərbaycan Respublikası	9.546	55.305	-	-	9.546	55.305
Rusiya Federasiyası	8.719	50.255	4.321	13.243	4.398	23.800
Gürcüstan	694	4.684	10	58	684	4.684
Qazaxıstan	41	195	9	54	32	160
Ukrayna	553	5.394	35	167	518	5.394
Türkiyə	14.921	104.159	50	266	14.871	104.159
Birləşmiş Krallıq	707	3.277	61	221	646	3.277
Almaniya	1498	6973	83	217	1415	6973
İspaniya	415	1965	86	429	329	1965
İtaliya	621	2982	144	603	477	2982
Fransa	431	1871	133	494	298	1871
Finlandiya	222	657	16	48	206	657
BƏƏ	5569	28836	1262	6510	4307	28836
Misir	389	1758	5	15	384	1758
İran	3992	31271	1338	5855	2654	31271
ABŞ	132	608	28	143	104	608
Çexiya Respublikası	692	4700	14	55	678	4700
Avstraliya	26	116	26	116	-	116

Çin	390	1533	352	1300	38
Digər ölkələr	4441	42957	976	3260	3465

Sosial-iqtisadi fəaliyyətlər cəmiyyətlərin mədəni xüsusiyyətlərinə birbaşa aid olsa belə, ekosistemin dəyişməsi turizm fəaliyyətinin dəyişməsinə səbəb olur. Azərbaycanın təbii ehtiyatlarına əsaslanan rekreasiya əhəmiyyətli müalicə və istirahət üçün bir çox yerli mərkəz var. Ölkədə yerləşən Qafqaz dağları, Kür-Araz ovalıqları, Lənkəran və Naxçıvan müalicə və istirahət turizmi baxımından zəngindir. Məsələn, Şuşa şəfalı su ilə balneologiji, sağlamlıq verən dağ iqlimi ilə istirahət mərkəzi olmuşdur. Ölkəyə gələn xarici turist baxımından nəticələrə baxsaq, gələn turistlərin sayı təqdirəlayiq dərəcədə deyil. Tətil turizmini təmin etmək üçün bir neçə obyektin olması ilə yanaşı, xidmətin aşağı keyfiyyəti də təsirlidir. Bundan əlavə, Azərbaycanda yerli və xarici turistlərin istirahət, istirahət, təbiət, dəniz və günəşdən istifadə edə biləcəyi çox az müasir qurğu var. Ancaq son illərdə inşa edilən müasir düşərgələr və qurğuların sayəsində turist sayının artması başlamışdır.

Azərbaycanın təbii sərvətlərinin coğrafi və geoloji xüsusiyyətlərinin qiymətləndirilməsi, turizm baxımından bir çox cəlbədicə sahələrinə malikdir. Azərbaycanda bir çox tarixi əsər və təbii qoruq sahələri var. Müxtəlif rayonlarda 6-dan çox memarlıq və mədəni abidələr var. "İçərişəhər", "Qız Qalası", "Şəki Xan Sarayı", "Möminə Xatun Turbəsi" və UNESCO tərəfindən qeydə alınmış digər mədəniyyət abidələri bütün dünyada tanınır. Qız Qalası, Şirvanşahlar sarayı, Qobustan, Şəki Xan sarayı, Göy gölü, mənzərəli dağlar, meşələr və s. Azərbaycanla bağlı olan müxtəlif iqlim növləri və onun imkanları onun turizm baxımından unikal təbii sərvət təşkil edir. Kür-Araz ovaları və Xəzər dənizi sahib olduğu iqlim tipi ilə, günəş və dəniz vannasının müalicəsinə, yay idmanları və qış idmanları üçün geniş imkanlar təmin edən yerlərdir.

Azərbaycanda eyni zamanda dörd mövsümü yaşamaq və hər mövsümün gözəlliyini ayrı-ayrılıqda görmək mümkündür. Azərbaycanın qarlı təpələri, meşələri, gölləri, çayları və

Xəzər dənizi ilə dağları ilə eyni zamanda qış və yay idmanını da həyata keçirmək üçün imkanları var.

Hər bir ölkə tərəfindən dəstəklənməyən iqlim tipləri Azərbaycanda turizm baxımından mühüm və cəlbedici mövqeyə malikdir. Ölkənin xaricindən gələn turistlər üçün ölkəmiz may və ya oktyabr ayları arasında günəş və mövsümlərə malikdir. Yeraltı və minerallarda isti və soyuq suların, neftin (Naphtalen) və müxtəlif bulaqların müalicəsi xüsusilə sağlamlıq məqsədləri üçün turistləri cəlb edən təbii cazibə növlərindəndir. Qədim dövrlərdən etibarən insanlar xəstəliyini yaxşılaşdırmaq üçün təbii resursları olduğu yerlərə səyahət etmişlər. Bu mənbələrdə qurulan müxtəlif istilik obyektləri sayəsində təbii tibb sahəsində istifadə edilir və eyni zamanda sağlamlıq turizmində iqtisadi mənfəət təmin edilir. Azərbaycan nefti (Naftalan) və digər isti bulaqlar dərman suları baxımından son dərəcə mühüm ehtiyatlara malikdir. Azərbaycanın coğrafi forma və geoloji quruluşu əlverişli iqlimlə birlikdə istilik resursları baxımından zəngin potensialı aşkar edir. Ölkəyə gəlməsi məqsədi ilə gələn əcnəbilərin dağılımını göstərir. Buna görə, ilk növbədə iş məqsədilə gəlir və xüsusi məqsədlə həyata keçirilir.

Tarixi abidələrin qiymətləndirilməsi İpək yolunda Asiya və Avropa arasında bir körpüdür. Bu vəziyyətdən ötəri köçmələrin bir çox dalğası tarix boyunca formalaşmış və köçən qəbilələr bu torpaqlardan keçərkən maddi və mənəvi olaraq zəngin bir mədəniyyət mübadiləsi etmişlər. Biz açıq hava muzeyləri adlandırdığımız bölgələr, bu sivilizasiyaların zaman-zaman olan şəhər qalıqlarıdır. Turistik baxımdan əhəmiyyətli mədəni və bədii varlıqları baxımından, sənət şəhəri, köhnə mimari forma və xüsusiyyətləri qoruyan tarixi əsərlər və əsərlər, abidələr, muzeylər var. Arxeoloji qazıntılardan əldə edilən əsərlərin qorunması və nümayiş etdirilməsi üçün Azərbaycanın müxtəlif yerlərində müxtəlif muzeylər mövcuddur.

Turizm, ölkənin iqtisadiyyatına, turistlərin bir ölkədə etdiyi xərclər, sektorda əmək haqqı və digər iqtisadi sahələrdəki gəlirlərdir. Turizm sektoru bir çox fəaliyyət sahəsinə yaxından

bağlı olduğundan, turizm gəlirləri bir çox digər mal və xidmətlərin ixracından daha müsbət nəticə verir. Turizm, məsələn, turistlərə, yerlilərə, qəhvə mağazalarına, səyahət agentliklərinə, nəqliyyata, festivallara, rahat idman və fəaliyyətlərə, özəl və ya ictimai satış yerlərinə, qısaca hər yerə turistlərə xüsusi gəlirləri təmin edir. Azərbaycanda turizm sektorunda son illər gözləməsək də, müəyyən bir turizm siyasəti yaranmayıb. Son illərdə Gənclər və Turizm Nazirliyi, Azərbaycan Səyahət Agentlikləri, Hotellər Birliyi, Turizm İnkişafı Vəqfləri, Təşəbbüs Təşkilatları kimi planlı və məqsədli qurulan təşkilatlar əhəmiyyətli vəzifələr daşıyıblar.

2018-ci ilin yanvar-fevral ayları ərzində Azərbaycana dünyanın 139 ölkəsindən 352,5 min və ya ötən illin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 12,1 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir. Gələnlərin 29,3 faizi Rusiya Federasiyası, 24,9 faizi Gürcüstan, 13,8 faizi Türkiyə, 8,0 faizi İran, 3,7 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, 2,1 faizi Ukrayna, 2,0 faizi İraq, 16,1 faizi digər ölkələrin vətəndaşları, 0,1 faizi isə vətəndaşlığı olmayan şəxslər olmuşdur. Gələnlərin 71,0 faizini kişilər, 29,0 faizini isə qadınlar təşkil etmişdir. Əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 52,8 faizi yanvar, 47,2 faizi fevral ayında ölkəyə gəlmişdir.

İran istisna olunmaqla, Körfəz ölkələrindən gələnlərin sayında daha çox artım müşahidə edilmişdir. Ötən ilin yanvar-fevral ayları ilə müqayisədə ölkəmizə gələn Küveyt vətəndaşlarının sayı 6,0 dəfə, Qətər vətəndaşlarının sayı 2,6 dəfə, Bəhreyn vətəndaşlarının sayı 2,5 dəfə, Səudiyyə Ərəbistanı vətəndaşlarının sayı 2,5 dəfə, Oman vətəndaşlarının sayı 1,8 dəfə, İraq vətəndaşlarının sayı 1,7 dəfə, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri vətəndaşlarının sayı 1,3 dəfə artmışdır. İrandan gələnlərin sayında 26,7 faiz azalma müşahidə edilmişdir.

2018-ci ilin yanvar-fevral aylarında Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı ötən ilin yanvar-fevral aylarında gələnlərin sayına bərabər olmaqla 11,3 min nəfər, MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 4,6 faiz artaraq 123,0 min nəfər olmuşdur.

Bu dövrdə ölkəmizə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 62,8 faizi dəmir yolu və avtomobil, 36,3 faizi hava, 0,9 faizi isə su nəqliyyatından istifadə etmişdir.

Cədvəl 1. Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlər

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər	69923	83620	101431	91 961	92.305	61.965	53.999
o cümlədən:							
qəbul edilmiş	17641	18840	23440	10 605	10.657	2.009	8.949
göndərilmiş	52282	64780	77991	81 356	81.648	59.956	45.050
Qəbul edilmiş və göndərilmiş tur-günlərin sayı, adam-gün	458568	544778	674435	670 367	614.009	428.557	349.496
o cümlədən:							
qəbul edilmiş	111232	126975	135838	58 173	57.931	8.102	33.054
göndərilmiş	347336	417803	538597	612 194	556.078	420.455	316.442

Azərbaycana gələn turistlərin ölkələrinə görə paylanmasını nəzərdən keçirərkən;

Gələn və Gedən Turistlərin Ölkə üzrə Paylanması

	Topl am gelenler (kişi)	Topl am gidenler (kişi)
Toplam	1.898.939	1.883.143
Rusya	630.860	631.849
Gürcistan	607.875	603.352
İran	308.650	300.555
Türkiyə	157.827	153.819
Ukrayna	28.420	28.523
Kazakistan	15.335	15.322
ABD	13314	13.500

Almanya	8.740	8.873
Özbekistan	8.107	7.902
Çin	7.138	7.141
İsrail	6.233	6.195
Türkmenistan	5.155	4.821
Beyaz rusya	4.660	4.683
Hindistan	4.236	4.272
Fransa	3.833	3.834
İtalya	3.762	3.802
Pakistan	2.738	2.430
Kore	2.446	2.426
Diğer	50.248	49.914

Kaynak: State Statistical Committee of Azerbaijan; (<http://www.azstat.org>)

MDB çərçivəsində olan ölkələrlə, qonşu ölkələr olan Rusiya, Gürcüstan, İran, Türkiyədən gələnlər böyük əksəriyyəti təşkil edir. Önümüzdəki illərdə digər ölkələrdən gələn bu yeni və gələn turistlər sayəsində turistlərin ümumi sayı artacaq. 2008-ci ilin son dövründə başlayan və bütün dünyaya meydan oxuyan qlobal maliyyə böhranına baxmayaraq, Azərbaycan daxili və xarici turistlərin diqqətini inkişaf etməkdə olan və çətin bir ölkə kimi cəlb etməyə davam edir. Son turizmin diversifikasiyası sayəsində Rusiya (33,9%), gürcülər (33,1%), İran (16,2%), Azərbaycan, Türkiyə (% 8.3) və Ukrayna (% 1.5) iştirak etməkdədir Cədvəl 25.

Cədvəl 26: Turizm firmalarında işləyənlərin sayı

Yıllar	Kişi Sayısı
2001	127

2002	319
2003	356
2004	475
2005	646
2006	779
2007	1.115
2008	1.174
2009	1.393

Turizm Potensialının Zəngin Məkanı

Azərbaycan torpaqlarının bir çox regionları və bölgələri turizm potensialı baxımından çox vacibdir. Xüsusilə Abşeron yarımadasının şimal qismi və Xəzər dənizi sahillərində, həmçinin Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzənliyi, Mərkəz və Qərb Bölgəsi turizm potensialı baxımından daha yüksək potensiala malikdir. Bunların əsas xüsusiyyətləri aşağıda qeyd olunur.

Abşeron yarımadası: Təbii şərtləri, istirahət etməyə uyğun iqlimi, ilıq və aydın dənizi, incə qumlu çimərliklər, müalicə məqsədli istifadə palçığı və şəfalı suları, nəqliyyat və infrastruktur baxımından sophistication göz önünə alınsa, ölkədə istirahət istirahət komplekslərinin yaratılabileceği ən əhəmiyyətli bölgələrdən biridir. Onsuz da Azərbaycandakı müalicə xüsusiyyətli sanatoriyalar çoxu buradadır. Belə ki, ürək- damar, sinir sistemi, mədə-bağırsaq xəstəlikləri üzərinə, bir çox böyük istirahət mərkəzi var. Digər tərəfdən bu yarımada, Azərbaycanın uşaq-gənclər parklarının ən sıx olduğu bir kempinq mərkəzidir. Son illərdə buradakı səhiyyə yurdlarının yaxşılaşdırılması və yenilərinin edilməsi mövzusunda cəhdlər başlatılmışdır. Apseron yarımadasının istilik turizmində; Suraxanı,

Siqh, Bilgəh, Buzovna, Pirşaha və Merdekan'da hidrogen sülfürlü su qaynaqları böyük əhəmiyyət daşımaqdadır.

Quba-Xaçmaz: Azərbaycanın Şimal-şərq segmentində olan Guba- Xaçmaz, böyük inkişaf perspektivi olan istirahət-turizm bölgələrindən biridir. Bu bölgənin əlverişli nəqliyyat mövqeyi, mənzərə gözəllikləri və dağlıq sahələri, Xəzər dənizinin Yalama-Nabran, Giləzi-Zarat sahillərindəki balneoloji mərkəzləri, Çənlibel, Kaçreş, Kalealtı, halta, Afruca (şəlalə) və s., Mineral su qaynaqları, istirahət əhəmiyyəti artırان xüsusiyyətlərdir .

Xüsusilə 1970-ci illərdən bəri Dəvəçi rayonunda yerləşən 350 nəfərlik Kalealtı mineral suyu Qərb Ukraynadakı Naftusiya suyuyla eyni müalicə edici xüsusiyyətə malikdir. Ayrıca Xəzər dənizinə və dəmiryolu xəttinə yaxınlığı, dəniz səviyyəsindən 500 m yüksəklikdə olması, son dərəcə gözəl və yaşıl landşaft, tərəvəzçilik, bağçılıq və heyvandarlığın inkişaf ilçelerle daxili- içə olması, təmiz və səhiyyə verici havası,

Kalealtı tezliklə səhiyyə və istirahət mərkəzi kimi tanındı. Yaz aylarında həftə sonları, yalnız Bakı, Sumqayıt ətrafından gələnlərin sayı 2000 aşmaqdadır. Köhnə Sovetlər Birliyi ölkələri tərəfindən də tez-tez ziyarət edilən və çox yaxşı tanınan Nabran istirahət düşərgəsi, Xəzər dənizi ilə iç-içə olması bu düşərgəyə fərqli gözəllik qatır.

Lənkəran Ovası: Xəzər dənizi sahilindəki Lənkəran Ovası da gələcək üçün dəyər daşıyan istirahət istifadə sahələrindən biridir. Ovan cənubu; subtropik iqlimi, qumlu çimərliklər və gözəl mənzərəli saytları, inkişaf etmiş infrastrukturu, bütün il sebze- meyvə yetişdirən əkinçilik sektoru, bol əmək, mineral su qaynaqları, istirahət-turizm komplekslərinin yaradılmasına imkan verir. Lənkəran rayonunda Meşesu və İbadı mineral su mənbəyi var. Birləşməsində azot və metan olan bu sulardan vanna alınaraq, oynaq, qadın xəstəlikləri, dəri, kalpdamar xəstəlikləri müalicə edilməkdədir. Oazis mənbəyində 150 yataqlı bir qurğu var.

Mərkəz və Qərb Bölgəsi: Azərbaycanın şərq yarısına görə, mərkəzi və qərb bölgələrində istirahət-turizm sektoru az inkişaf etmişdir. Bu geniş ərazilərdə bəzi mövsümi müalicə və istirahət imkanları mövcuddur. Kiçik Qafqaz Dağları ətəklərində iştirak edən Naftalan şəhərində dünyada tək olan müalicə məqsədli palçıq nefti vardır. Ayrıca bu şəhərdə 1500 yataqlı və bütün il xidmət verən səhiyyə ocağı var.

Naftalan müalicə nefti, Strabon'dan alınan məlumatlara görə çox köhnə dövrlərdə belə yara müalicəsində istifadə edilirdi. Bu səbəblə bəhs edilən dövrlərdə Anadoludan, Qafqaz bölgəsindən, İrandan və Hindistandan müalicə üçün gələn bir çox adam dönüşlərində bu nefti palçıq halında yanlarında aparırdılar. 19'cu əsrin ikinci yarısında Naftalan qərb ölkələrinin diqqətini çəkdi və 1887-ci ildə bir Alman mühəndisin neft qazma quyusundan aldığı nümunədən Almaniyada məlhəm çıxarılmışdı. Bu gün müxtəlif xəstəliklərin (bel, omirilik, oynaq, əzələ, sinir sistemi, damar, qaraciyər və ginekoloji xəstəliklər) həkim idarəsində müalicəsi üçün Naftalan'daki təsislərə minlərlə Azeri və digər ölkələrdən çox sayda turist gəlir. Azərbaycanda bu cür imkanların gündəlik qonaqlığı 30.000 nəfər olduğu bildirilir və buralarda 120.000 adama məşğulluq təmin edildiyi açıqlanır.

Şuşa Azərbaycanda balneoloji-iqlim müalicəsi mərkəzi kimi çox məşhurdur. Şəhərin, quru və təmiz havasına, ultrabənövşəyi şüaların müalicə edici xüsusiyyətinə bağlı olaraq İsveçrənin Davos səhiyyə mərkəzindən daha üstün olduğu bilinməkdədir. Digər tərəfdən, Şuşada Turşsu və sirrlə karbon-hidrogenli mineral sular, bənzərsiz dağ mənzərələri istirahət potensialını artıran faktor olmuşdur.

Ermənistanın işğalı sayəsində fəaliyyət müvəqqəti olaraq dayanıb. Tərtər çayı vadisində 2100-2200 metr yüksəkliklərdəki İstisu mineral su qaynaqları, tərkibi və müalicə edici xüsusiyyəti etibarilə dünya tərəfindən tanınmış Çex Respublikasının Karlovary termal suları eyni xüsusiyyətləri paylaşmaqdadır. Mədə, bağırsaq, sinir sistemi, ginekoloji və ürək xəstəlikləri xüsusi sağlamlıq klinikasında müalicə edilir. Azərbaycanda turistlər üçün

qurulmuş düşərgə və obyektlər müxtəlif bölgələrdə dağılmış olub ölkəyə gələn turistlərə yerləşmə imkanı təmin edilmişdir. Turist Kampları: Azərbaycanda turistlər üçün qurulan düşərgələr müxtəlif bölgələrdə yayılır. Bunlara; Bakı-Qaradağ, Mingəçevir, Hacıkent, Şuşa, Naftalan, Qəbələ, Zaqatala, Lənkəran Quba və Yalama'dakilər böyük əhəmiyyət daşıyır. Ancaq Yalama'daki düşərgələr yalnız 1000 yataqdan çoxdur. Digər düşərgələr 1000 yataqda qalır. Azərbaycanda əsas turizm mövsümü maydan oktyabr ayına qədər ən çox 6 ay davam edir. Digər tərəfdən, Yalama, Zaqatala, Şuşa və Bakı şəhəri turistləri bütün il boyu xidmətə açılacaqlar. İstirahət müəssisələri: Azərbaycanda 98 istirahət müəssisəsi var və 1998-ci ildən etibarən 18 224 yataq tutumu var. Azərbaycanın istirahət potensialı göz önünə alındığında, ölkənin ildə 1 milyon adama istirahət imkanı tanıya biləcəyi, ancaq mövcud obyektlərin yaxşılaşdırılması və yenilərinin edilməsinin şərt olduğu bildirilməkdədir. Digər tərəfdən, Azərbaycanda turizm və səyahət fəaliyyətinin təşkili yerli və xarici turizm təşkilatları tərəfindən həyata keçirilir. Bu məqsədlə Bakı, Mərdəkan, Sumqayıt, Gəncə, Mingəçevir, Naftalan, Naxçıvan, Beyləqan, Əli Bayramlı, Quba, Şamaxı və s. yerlərdə turizm məsləhət büroları yaradıldı.

Turizm fəaliyyətlərinin sürət effekti gəlir və kənd təsərrüfatı və sənaye kimi digər yerli iqtisadi fəaliyyətlərin istifadəsi üzrə katalizator təsirini yaradır. Bu səbəbdən turizm, bir çox ölkədə / bölgədə / bölgədə siyasi, iqtisadi və sosial inkişafı təmin edən mühüm bir inkişaf vasitəsidir. Turizmdən gözlənilən davamlı iqtisadi mənfəət bu fayda sosial və ətraf mühit məqsədlərinə inteqrasiya etməkdən asılıdır. Bu, davamlı turizmin inkişafı, mədəniyyət bütövlüyü, əsas ekoloji proses, bioloji həyat qabiliyyəti və həyatın qorunması ehtiyacını ödəməklə bütün resursların idarə edilməsinə əhəmiyyət verir. Bu məqsədlə, Dünya Turizm Təşkilatı, turizmin davamlılığını və yoxlamasını təmin edə bilmək üçün, turizmin təsirlərinin ölçülməsinə istiqamətli, ekoloji, sosial və iqtisadi olmaqla ümumi 140 göstərici təyin etmişdir. Uzun müddətdir turizmin iqtisadi davamlılığını təmin etmək üçün ətraf mühit,

sosial və iqtisadi göstəricilər və onların təsiri mütəmadi olaraq müəyyən edilməli və monitoring edilməlidir. Beləliklə, resurslar davamlılıq prinsiplərinə əsasən effektiv şəkildə idarə olunacaqdır.

Ölkənin iqtisadiyyatlarında pul və kütləvi bir hadisə halına gələn turizmin pul və real xarakterli təsiri günümüzdə daha da vacibləşir. İyirminci əsrin ikinci yarısında, ölkə iqtisadiyyatlarının qarşılaşdığı milli və beynəlxalq iqtisadi problemlərin həllində və darboğazları aşılmasında turizm, dinamik iqtisadi xüsusiyyətləri ilə sanki bir çıxış nöqtəsi olmaqdadır.

Turistik ehtiyacların qarşılınması məqsədiylə turistlərin etdikləri xərclər, iqtisadiyyata dalğa-dalğa yayılaraq bir canlılıq gətirməkdə və ehtiyacların ödənilməsinə istiqamətli istehsal spesifik bir xüsusiyyət qazanmaqdadır.

Turizm, istirahət və qənaətin necə istifadə edilməsi ilə bağlı iqtisadi bir qərarla başlayır və ölkənin iqtisadiyyatına pul və real təsir göstərə bilər. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm, iqtisadi yararlılığı, məhsuldar olması, inkişaf üçün ehtiyac duyulan valyuta yığımından təmin etməsi kimi səbəblərlə iqtisadi problemlərin həll edilməsində bir çıxış nöqtəsi olaraq görülməkdədir.

Turizm, ilk növbədə, ödəniş balansına əhəmiyyətli təsiri olan bir ixrac maddəsidir. Xatırladaq ki, yerli pərakəndə satış qiymətləri üzrə mal və xidmətlərin ixracı kimi qəbul edilə bilər. Xarici maliyyə resurslarına ehtiyacı olan inkişaf yolunda ölkələrin turizm gəlirləri böyük bir perspektivə sahibdir. Bu sahədə edilən investisiyalar, nisbətən yüksək xarici valyuta gəlirlərini təmin edir. Avtomatlaşdırma və mexanizasiyanın məhdud imkanları olan turizm sənayesində məşğulluq / investisiya nisbəti ümumiyyətlə yüksəkdir. Turizm həmçinin yaratdıqları stimullaşdırıcı təsirlərə görə digər sektorlardakı məşğulluq və gəlir səviyyələrini də dolayısı ilə artırır.

3.1.1. İqtisadiyyat Turizm

Turizm yalnız iqtisadi sahə deyil; eyni zamanda dünyadakı bir çox insana təsir edən universal, dinamik, ictimai bir faktdır və fərqli mədəni cəmiyyətlərdən insanları bir araya gətirdilər üçün beynəlxalq sülhə də xidmət edir. Bu da yerli əhalinin ətraf mühitə, təbii ehtiyatlara, ənənəvi və mədəni dəyərlərə təsir edir. Turizmin səbəb olduğu müsbət və mənfi təsirlərə görə, dövlət idarəsinə turizm turizm siyasəti aiddir²¹¹.

Bir iqtisadiyyatda turizmin inkişaf etdirilməsinin ağıllı səbəbləri və gözlənilən nəticələri araşdırıldığında bu sənayenin iqtisadiyyatdakı rolu və əhəmiyyəti də ortaya çıxmaqdadır. Bu baxış turizm turizminin iqtisadi potensialını və turizm müəssisələrinin investisiya və əməliyyat mərhələlərində milli və regional iqtisadiyyata təmin edəcək birbaşa və dolaylı təsirlərini ortaya qoyacaqdır. Bununla bərabər, turizmin iqtisadi səmərəliliyinin həyata keçirilməsinin hökumətlərin turizm siyasətinə və onların turizm inkişafı layihələrini həyata keçirmək və monitorinqə aparmaq qabiliyyətinə əməl etməsi nəzərə alınmalıdır.

- Turizmin iqtisadi funksiyaları aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər:

Ən çox inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün, turizmin cəlb edilməsinin ən vacib cəhəti onun daha az müddətdə iqtisadi faydalılığını göstərə bilər. Bu turizm investisiyalarından əvvəl hazırlıq dövrü digər sənaye sahələrindəki investisiyalardan daha qısadır. Turizm, müvəffəqiyyətli bir təşviq kampaniyasından bir-iki il sonra lazımi xarici gəlir gəliri təmin edə biləcək gəlir və məşğulluq artımını yarada biləcək bir sənayedir.

Digər sənayelərlə müqayisədə turizm daha məhsuldardır. Digər investisiya variantları ilə müqayisədə, turizm investisiyalarına yatırılan investisiyanın yaradılmış gəlir axınına nisbəti daha azdır. Başqa sözlə, turizmin marjinal kapital / çıxış nisbəti azdır və bu nisbət nə qədər aşağı olarsa, yeni investisiya effektivliyi daha yüksəkdir.

Turizmə olan təsir vacibdir. Turizm investisiyalarının artması və turizm təsirləri, əvvəlcə bölgənin xalqına birbaşa faydalanacaq.

Bundan sonra bu mənfəət milli iqtisadiyyatın digər hissələrinə yayılacaq və müxtəlif insan və qurumların gəlirlərini və dövləti müəyyən bir çarpan katsayısı ilə artır. Turizm sənayesi öyrənməyi asan olan yeni, müxtəlif iş yerləri təmin edərək, vərdişsiz əməklə məşğul olmaq üçün geniş imkanlar yaradır. Çöl ərazilərində miqrasiya və işsizlik ən çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə mühüm problemlərdir və bu problemlərin həlli ilə turizm sənayesinin həm investisiya, həm də biznes mərhələlərində yaradılan yeni iş imkanları ilə həll olunur. Turizm sənayesində məşğulluq / investisiya nisbəti digər sənaye sahələrinə nisbətən daha yüksəkdir. Daha aydın bir mənada turizmdə iş etmək üçün lazım olan investisiya digər sənaye sahələrinə nisbətən daha azdır. Turizmin inkişafı halında infrastrukturun istifadəsi üçün səmərəlilik təmin edilir. Mövcud infrastrukturun inkişafının iqtisadi məqsədəuyğunluğu artır. Əslində, müəyyən infrastruktur səviyyəsinin turizm sənayesi kimi doğrulmasının bir şərtidir. Bu nöqtədən başlayaraq, turizm və infrastrukturun inkişafı qarşılıqlı olaraq birlərini dəstəkləyir və sürətləndirir. Turizm gəlirləri xarici ölkələrdən olan iqtisadi yardımlardan çox mühüm üstünlüklərə malikdir. Bu, siyasi və iqtisadi məhdudiyyətlərdən uzaqdır və zülm vasitəsi kimi istifadə edilə bilməz. Digər tərəfdən, turizm kənd təsərrüfatı məhsullarının və xammalın ixracına nisbətən daha böyük üstünlük təşkil edir. Birincisi, turizm mallarının və xidmətlərinin qiymətləri inkişaf etməkdə olan ölkənin ənənəvi ixrac məhsullarının qiymətindən daha çoxdur. Bununla yanaşı, inkişaf etməkdə olan ölkənin ixracı üçün şaxələndirmə imkanları yaradır və xarici valyuta gəlirlərindən irəli gələn böyük dalğalanmaları aradan qaldırır. Bu ölkələrin idxalından irəli gələn ödənişlər balanslaşdırma çatışmazlığını daha da asanlaşdırır. Ümumiyyətlə, turizm digər sənaye ilə müqayisədə yaradılan hər bir valyuta üçün daha az xarici gəlir tələb edir. Buna görə, turizm valyutalarının daha böyük bir hissəsi istehsal sənayesinin inkişafında və ya xarici borcların bağlanması üçün istifadə edilə bilər. Turizm gəlir və sərvətin yenidən paylanmasını təmin edir. Beynəlxalq turizm hərəkətlərinin inkişafı inkişaf etmiş və az inkişaf etmiş ölkələrdən inkişaf etmiş ölkələrə gəlir axını yaradır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə və bölgələrdə xüsusi turizm turistik konsentrasiyası, həmçinin turizmə işgüzar fəaliyyətlərin əhəmiyyətli

dərəcədə işğalı, gəlirlərin və sərvətlərin bölgələr və icmalar arasında balanslaşdırılmasına yönəldilməsinə imkan yaradır. Turizm təbii ehtiyatların qorunması və inkişafına maraq göstərir. Milli iş turist baxımından ölkə cəlbediciliyinin artırılması üçün təbii ehtiyatların mühafizəsi və zənginləşdirilməsinə yönəlib. Turizm inkişaf etməkdə olan ölkənin sosial və mədəni sərvətlərinə diqqət yetirərkən, ənənəvi mərasimlər, ənənələr və ənənələr, regional geyim və əl sənətləri yenidən əhəmiyyət verilir. Bu inkişaf, ciddi qəbul edildikdə etnik mədəniyyətin mənafeyini yenidən canlandırır və özünə inam və hörmətə hörmətini artırır, eyni zamanda əhəmiyyətli gəlir gətirir.

Nəticə və təkliflər

Turizm bioloji bir varlıq kimi davamlı nəhənginim içində olub insan davranış və verdişlərinin birbaşa olaraq əks olunduğu bir sektordur. Son illərdə turizm tələb əhəmiyyətli dəyişmə və çevrilmələr yaşanmaqdadır. Bir tərəfdən təhsil, mədəniyyət kimi turistik kütlənin demoqrafik quruluşunda müsbət istiqamətdə bir dəyişmə yaşanarkən, digər tərəfdən ekoloji dəyərlər, ekoloji həssaslıq və ətraf şüuru kimi anlayışların əhəmiyyət qazandığı və turistik fəaliyyətlərin müəyyən təsirli olduğu görülməkdədir. Beynəlxalq turizm, həm yeni iş imkanları təmin etməsi həm də valyuta qazandırıcı təsirindən ötürü çox sayda ölkənin mərkəzi halına gəlmişdir. Bu səbəblə də araşdırma sahəsi olan Azərbaycan turizm potensialı, Azərbaycanın inkişafı məqsədli qiymətləndirilmişdir. Azərbaycan turizmi tarix boyunca çox çox dəyişməyə uğramışdır. Azərbaycanda müstəqilliyinin ilk illərindən etibarən qarşılaşdığı iqtisadi darboğazlar və Ermənistanın Qarabağı işğalı səbəbindən yaşanan döyüş və sosial-iqtisadi problemlər nəticəsində, ölkəyə gələn turist ədədlərində və turizm fəaliyyətində bəzi dalğalanmalar görülmüşdür. Ancaq son illərdə turizm sektorunda görülən canlanma Azərbaycan turizminə müsbət əks olunmuşdur. Bu mövzuda Prezident İlham Əliyev tərəfindən alınan və 2002-2005, 2004-2008 və 2010-2014 illəri əhatə edən qərarların turizmin inkişafında rolu çox böyükdür. Bu çərçivədə, turizm sahəsində beynəlxalq standartlara uyğun mehmanxana edilmiş, turizmə istiqamətli investisiyalar reallaşdırılmış, turizm potensialı qiymətləndirilmiş və ölkədə turizm təhsilinin inkişafı məqsədiylə 2006-cı ildə Turizm Enstitüsü qurulmuşdur. Alınan bu qərarların nəticəsində 1996-cı ildə ölkədə xidmət göstərən otel və bənzəri təşkilatların sayı 94 ikən, iki il içində dörd dəfə artaraq 370'i çıxmış və bu sayı 2009-cı ildə 452'ye çatmışdır. Otel və yataq sayındakı artım və yerli-xarici turistlərin istirahət, tətillərdə biləcəyi, təbiət, dəniz və günəşdən faydalana biləcəyi müasir düşərgə və obyektlər sayəsində, gələn turist sayı 2009 məlumatları etibarilə 1.830.400 nəfərə çatmışdır. Eyni

dövrə yataq sayı isə beş qat artım göstərmişdir. Azərbaycan ölkəsi dünyanın ən böyük gölü olan 400.000 km² böyüklüyündəki Xəzər dənizinin 1.170 km-lik sahilləri və spa ilə turizm gözəlliyi və fərqliliyi qazanmaqdadır. Bu nəticə ilə ölkədə rekreasyona söykənən daxili turizmin üstünlük daşdığı və sahil-dəniz turizmi ilə kurort turizminin məşhurluq qazandığı görülməkdədir. Ayrıca, fərqli sahələrə sahib olan Azərbaycan yüksək rəlyefində iştirak edən dağlıq sahələr və müxtəlif ov heyvanları saxlamaqdadır olub, ov turizmi cəhətdən yüksək potensiala malikdir. Turizm sektorunun iqtisadiyyatın digər sektorlarının inkişafına qatqısı və digər sektorların inkişafından təsirlənməsi arasındakı əlaqənin böyüklüyü və dərəcəsi olduqca yüksəkdir. Bu əlaqədə turizm sektorunun iqtisadiyyatın digər sektorları ilə birbaşa var olan irəli və geri əlaqələri bu əlaqənin artmasına gətirib çıxarmaqdadır. Bununla bərabər iqtisadiyyatın inkişafının yeni ehtiyacları ortaya çıxarmasına bağlı olaraq turizm sektorunda da yeni xidmət anlayışı və fəaliyyətləri ortaya çıxarmaqdadır. Azərbaycan iqtisadiyyatının sahib olduğu neft və digər təbii ehtiyatların dünya bazarlarındakı qiymətlərinin artmasına bağlı iqtisadiyyatda əhəmiyyətli bir böyümə potensialı ortaya çıxmış və daxili bazarın böyüməsinə bağlı olaraq xarici sərmayə girişləri artmışdır. Bu baxımdan baxıldığında Azərbaycanda iş əlaqəsinə söykənən bir turizm anlayışı inkişaf etmişdir. Yeni iş əlaqələri böyük miqyaslı yüksək keyfiyyəti təqdim edən otel sərmayələrinin artmasına gətirib çıxarmışdır. Söz mövzusu otel sərmayələri iqtisadiyyatda inşaat sektorunda əhəmiyyətli bir istehsal artımını ortaya çıxarmışdır. Bu inkişafın iqtisadiyyatın bütünü üzərindəki təsirləri isə 2003-ci ildən sonra görülməyə başlamışdır. Turizm sektorunun böyüməyə struktur olaraq əhəmiyyətli bir yerlərinə çevrilməsi isə 2006-cı ildən etibarən gerçəkləşmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizm sektorunun inkişafa təsiri bu işdə, turizm sektorunun böyüməyə qatqısı kontekstində ortaya qoyulmaqdadır. Bunun səbəbi Azərbaycanın sosialist dövrədən gələn təsirlə, inkişafın göstəricisini təmsil edən dəyişənlər baxımından yaxşı bir görünüşə sahib olmasıdır. Bu baxımdan

Azərbaycanda turizm sektorunun iqtisadiyyatın içindəki payının və ÜDM qatqısının artmış olması da əhəmiyyətli bir inkişafa təsir olaraq qəbul edilməkdədir. Bu işdə tətbiq olunan ekonometrik modellərə görə yuxarıda açıqlanan nəticələr təsdiqlənmişdir. Empirik tətbiqlər Azərbaycan iqtisadiyyatına aid məlumatların kisiti altında təxmin edilmişdir. Bu təxminlər yeni üsul və texnikalar çərçivəsində və yeni məlumatlar nəticəsində fərqliləşə bilər. Bu baxımdan əldə edilən parametrlərin böyüklüyünü və təsir şiddətini göstərən katsayılar statistik olaraq da dəyişə bilər. Ancaq bu iş baxımından əmsalları zaman içindəki dəyişməsi ilə işarələri daha əhəmiyyətli qəbul edildiyindən təxmin üsulları da buna görə seçilmişdir.

Qiymətləndirmə metodlarından əldə edilən nəticələrə görə 2003 və 2006-cı illərdən sonra turizmin gəlirini (LTG) təmsil edən dəyişən struktur pozulmasına malikdir. Eyni cür münasibətlər GNP seriyasına aiddir. Bu seriya arasında əlaqələr 2006-cı ildən fərqlənmiş və turizm sektorunun artımına təsir göstərmişdir. Bu səbəbdən, turizm sektorunun Azərbaycan iqtisadiyyatının artmasına təsiri 2006-cı ildən bəri artmışdır. Turizm sektorundakı bu artım da keyfiyyətli inkişaf üçün təsir göstərə bilər. Birincisi, sənayenin inkişafından asılı olaraq, bu sahədə tələb olunan sənətlərin sayı artmışdır və bu istehsalçıların gəlir səviyyəsi artmışdır. Sahəyə yönəlmiş kadrların hazırlanması sayəsində insan kapitalı qoyuluşu artmışdır. Ancaq inşaat sektoru, müasir memarlıq və onların təsiri Azərbaycanın kəndləşməsinə müsbət təsir göstərməyə başlamışdır. Sözügedən təsirlər 2003-cü ildən sonra Azərbaycan iqtisadiyyatında başlamışdır və 2006-cı ildən sonra struktur xüsusiyyətə çevrilmişdir. Bu, iqtisadiyyatdakı dəyişikliyə təhlilin tərkibinə daxil olmayan sosial və iqtisadi dəyişikliklərə aiddir. Azərbaycan iqtisadiyyatının artım potensialı nəzərə alındıqda, turizm sektorunun iqtisadiyyatdakı payı digər sektorların inkişafından asılı olaraq artacaqdır. Azərbaycanın turizm potensialının artırılması və turizm gəlirlərinin təklifləri aşağıda verilmişdir: - Azərbaycanın mövcud hoteli müxtəlif turizm məhsulları

üçün kifayət deyil. Konqres və idman turizminə aid imkanlar qurulmalıdır. Bundan əlavə, 2 və 3 ulduzlu otel standartları təkmilləşdirilməlidir. - Turizm marketinqində qlobal inkişafə uyğun olaraq, "qlobal düşüncə-regional yanaşma" prinsipi qəbul edilməlidir. - Azərbaycan dövləti dünyanın 11 iqliminin 9-u var və turizm sahələrində diversifikasiya edilməlidir, çünki iqlim şəraiti 12 aylıq turizmə uyğundur, belə ki turizm 12 aya yayılmalıdır. Bu baxımdan istilik, konqres, sağlamlıq və inanc turizminin güclü potensialına diqqət yetirmək lazımdır. - Azərbaycanın xüsusilə Abşeron yarımadası şimal qismi və Xəzər dənizi sahillərində, həmçinin Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzənliyi, Mərkəz və Qərb Bölgəsi turizm potensialı baxımından daha yüksək potensiala sahib olduğu üçün son dərəcə əhəmiyyətli bir çöl turizm layihəsi tələb etməkdədir. Termal turizm obyektlərinin beynəlxalq standartlarına uyğunlaşdırılması vacib məsələdir. Bu baxımdan, sağlamlıq və istilik turizminin böyük əhəmiyyətə malik olan hidrogen sulfid su ehtiyatları Apseron yarımadasında yerləşir; Suraxanı, Siqih, Bilgəh, Buzovna, Pirşaha və Mərdəkan bölgələrində inkişaf etdirib, daha keyfiyyətli və müasir obyektlər qurulmalıdır. - Qış turizmini inkişaf etdirmək üçün Böyük və Kiçik Qafqaz dağlarının bölgəsi üçün layihənin həyata keçirilməsi vacibdir. - Regionda turizm müəssisələrində işləyən kadrların təhsil alması və sertifikatlandırılması lazımdır. Bu kontekstdə keyfiyyətin yaxşılaşdırılması və ümumi keyfiyyətin idarə olunması üçün faydalı ola bilər. - Qədim dövrlərdə, xüsusən də Azərbaycanda "Naftalan" adlanan və yalnız Azərbaycanda qarışıq çamur, xüsusilə də sinir sistemi, dəri, dəri, qadın xəstəlikləri və bir çox digər xəstəliklər yaxşıdır. Yara müalicəsində də istifadə Naftalan müalicə nefti turist cazibədarlığına sahib olan və investisiya proqramına alınacaq ən əhəmiyyətli addımlardan biridir. - Azərbaycanda beynəlxalq təşkilatlara ev sahibliyi edəcək bir konqres mərkəzi qurulmalıdır. - Azərbaycanın turizm hərəkətində mühüm yer tutan torpaq və dəniz ovu da vacibdir. - İrəli texnologiya yaratmaq, xarici asılılıqdan xilas olmaq və qlobal marka sahibi olmaq şərtlərindən biri texnoparklardır. Azərbaycanda

texnoparkların yaradılması üçün Göygöl və Şuşanın şəfalı suları və balinologiya və sağlamlıq verən dağ iqlimi nümunələridir. - Regional turizm inventarının çıxarılması, regionun mövqeyi, strateji bazar tədqiqatları, turistik profil və s. bütün qurumların və təşkilatların biliklərindən istifadə edərək, mövzuları əlaqəli qaydada saxlamaq üçün turizm inkişaf etdirilməlidir. - Səyahət agentlikləri alternativ tətillərin hazırlanmasında ixtisaslaşmalıdırlar. - Xəzər dənizi turizmini inkişaf etdirmək üçün turizm məhsulları, yat turizmi, mavi yolculuk və kruiz turizmi şəklində vurğulanmalıdır. - Azərbaycan, gərək MDB gərəksə AB ölkələri ilə və xüsusilə də Türkiyə və Rusiya ilə davam etdirdiyi turizm əlaqələrini inkişaf etdirməlidir. Bu məzmununda Azərbaycan, turizm potensialı baxımından xüsusilə Türkiyə və Rusiya kimi alış gücü və xarici səyahət nisbəti yüksək əhəmiyyətli bazarlara daha yaxşı çatmanın yollarını axtarmalıdır.

- Azərbaycanın prioritet verməsi lazım olan mövzulardan biri, Avropa Birliyi ilə həyata keçirilən görüşlər turizmin kommersiya iş birliyi daxilində ələ alınmasının və AB-nin turizmə dönük birbaşa və ya bilvasitə proqramlarından istifadə imkanlarının təmin edilməsidir. - Azərbaycanda beynəlxalq ixtisas Sərgilər və konqreslərin təşkil edilməsi təşviq edilməli, bu məzmununda gərək Paytaxt Bakıda ixtisas səyahət acentələrinin vəzifə etməsi, istərsə də Azərbaycanın turizm potensialına sahib fərqli ellərində konqres planlaşdırma ofislərinin vəzifə etməsi təmin edilməlidir. - Mədəni və təbii varlıqların qorunması məqsədilə hər səviyyədə təhsil proqramları hazırlanmalı, qoruma lövhələr çalışmasındakı bürokratik əngəllər yox edilməlidir. Mədəniyyət və təbii ehtiyatlar qorunma-istifadəsi tarazlığında bir bütün olaraq nəzərdən keçirilməlidir. - Alternativ turizm növləri sayəsində Azərbaycan ərazisində yerləşdirilən yaşayış yerləri artırıla bilər. Bakı-Quba-Yalama, Samur-Dəvəçi düzənliyi və Böyük Qafqazın şimal-şərq ətəklərini təqib edən bu yol boyunca, həm yarı çöl landşaft, həm də yaşıl çəmənlikləri idmanlar turizmi, trekking, eko turizm, kənd turizm və idman turizm sahələri mövcuddur. Bu turistik yol Qubaa

bir xəttlə və Yalamaya digər xəttlə çıxış imkanı verir. Xəzər dənizi sahilində yerləşən Yalama isə, əhəmiyyətli çimərlikləri, meşələri ilə tanınmış olub, termal turizmin bu bölgədə inkişaf etdirilərək xarici geceleme sayı artırıla bilər. - Bakının tarixi əsərlərindən; Şirvanşahlar Sarayı, "İçəri, Şəki Xan Sarayı, Naxçıvan Möminə Xatun Türbəsi və UNESCO tərəfindən dünya səviyyəsində əhəmiyyətli sayılan Karabağlar Türbələri, Əshabi qəhvə kimi abidələr üçün uyğun bir turizm infrastrukturu vardır. Bu məkanların təşkil edilərək, əlaqələrinin qurulması və bir intizam çərçivəsində modernləşdirilmiş edilməsinə istiqamətli işlərlə birlikdə dünyaya tanındılması müsbət faydalar verə bilər. - Xəzər dənizi sahillərində Astara, Lənkəran, Cəlilabad, Elibayramlı, Bakı, Sumqayıt, Siyəzən, Dəvəçi, Xaçmaz illərində körpü və sürətli nəqliyyat imkan təmin edəcək müasir dəniz nəqliyyat vasitələri ilə dəniz trafiki canlandırılmalıdır. - Dəmir yolu və denizyolu kütləvi nəqliyyat vasitələri arasında ən etibarlı və ən iqtisadi nəqliyyat növüdür. Dəmiryolları, Azərbaycan turizm sektoruna canlılıq gətirəcəyi və hücumu qaldıracağı şüuruyla davamlı və qərarlı şəkildə dəstəklənməlidir və lazım olan qaynaqlar yaratılmalıdır. Xüsusilə Azərbaycanın paytaxtı olan Bakının dəniz nəqliyyatı baxımından müxtəlif Xəzər dənizi sahillərində nəqliyyat məqsədli körpüdə yaradılması daxili turizm baxımından çox əhəmiyyətlidir. - Azərbaycan illərində lazım olan yerlərdə havalimanlarının edilməsi mövcud havalimanlarının inkişafı, daxili və xarici turizm baxımından əhəmiyyət daşımaqdadır. Naxçıvan hava limanını nizamnamə təyyarələrinə açmaq lazımdır. - Dəmiryolları, denizyolları və hava yollarının aralarında əlaqələndirilməsi təmin edəcək nəqliyyat üçün, vətəndaşların gəlir səviyyəsinə uyğun tariflər təşkil edilməlidir. - Şəki ili ətrafında olan qiymətli tarixi və mədəni qaynaqlara sahib, və klimatik baxımdan istirahət potensialı yüksək sayılan, iki turistik oteli, istirahət düşərgəsi, idmançıların istirahət təsisi və tarixi əsəri sayılan "Şəki Xan Sarayı", Şəki ilə ətrafında olan təbii mənzərələri eko-turizm bünyəsində pazarlanmalıdır. - Azərbaycan turizm potensialının yenidən canlanabilmesi üçün turistlərin

qarşılanması, turistə yaxınlıq, dostluq, xidmət arzusu, sənət dəyərləri, arxitekturası, tarixi, musiqisi, teatr xüsusiyyətləri, mədəni qaynaqlara əlaqəli olaraq idman hadisələri, Aktüalite, ənənəvi və ya milli festivallar, oyunlar və cazibə mərkəzlərinin yaradılması kimi turist çəkiliş qüvvəsinə sahib fəaliyyətlərə bağlıdır. Bu səbəblə məlumat qaynaqlarından effektiv bir şəkildə yararlanılmalı, yerli, milli və qlobal informasiya resurslarına bölgənin turistik qaynaqları və ekoloji fəaliyyətləri mövzusunda lazımlı informasiya turistlərə çatdırılmalıdır. - Turizm fəaliyyəti bütöv bir quruluş göstərdiyi üçün turizmə bağlı olaraq ortaya çıxan tələbin qiymətləndirilməsi və bu sahələrdə də aşağı qiymət-keyfiyyət anlayışının yayılması turizm fəaliyyətlərinin iqtisadi qazanclarını qatlayaraq artırmaqdadır. Buna görə iqtisadiyyatın keyfiyyəti və qiymət üstünlüyü qurulmalıdır. Bütün bu təkliflər çərçivəsində meydana gələcək inkişaf, Azərbaycanın iqtisadiyyatına böyük qatqı təmin edəcək və bunun nəticəsində ölkədə turizm əhəmiyyətli bir sektor halına gələcəkdir.

Ədəbiyyat

- BURKART, J., MEDLİK, S. (1981) Tourism: Past, Present and Future, William Heinemann Ltd, London. s.42-43.
- OLALI, H. (1990) Turizm Politikası və Planlaması. İşletmə Fakültesi Yayını, İstanbul
- ÜRGER, S. (1992) Genel Turizm Bilgisi. Akd. Üniv, Antalya s. 13
- LATİN, W. (1998) Introduction to the Hospitality Industry. Michigan: American and Motel Association (AH&MA)
- OLALI, H. (1990) Turizm Politikası və Planlaması. İşletmə Fakültesi Yayını, İstanbul
- OLALI, H. ve TİMUR A. (1988) a.g.e. s.30
- YEGANLI, S., HACIYEV, E. (2006) Turizm. “Təhsil”, Bakı.
- AXUNDOV, Ş. (2001) Marketinqin Əsasları. Abilov, Zeynalov və oğulları, Bakı, s.30.
- HÜSEYNOV, İ. ƏFƏNDİYEVA, N. (2007) Turizmin Əsasları. Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti. Dərslik. Bakı. s.3-6.
- <https://www.stat.gov.az/>