

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

**“Türkiyənin turizm təcrübəsi və onun Azərbaycanda tətbiqi imkanları”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

Vəliyev Elnur Həsən

BAKI – 2019

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

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh

_____ **imza**

“ ___ ” _____ **2019-cu il**

“Türkiyənin turizm təcrübəsi və onun Azərbaycanda tətbiqi imkanları”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404 - İqtisadiyyat

İxtisaslaşma: Turizm İqtisadiyyatı

Qrup: 80

Magistrant
Vəliyev Elnur Həsən

_____ **imza**

Elmi rəhbər
coğ.f.d.,dos. Qadir Bayramlı Nəzir

_____ **imza**

Proqram rəhbəri
i.ü.f.d.,b.m. Hümbətova Suqra İnqilab

_____ **imza**

Kafedra müdiri
i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

BAKİ – 2019

Turkey's tourism economy and its application opportunities in Azerbaijan

Summary

Relevance of the research : The rapid development of countries in recent times has caused inter-country competition. Some countries see economic development as a way of extracting natural resources, exporting these resources as raw materials, or selling commodities from these resources to foreign markets for a higher price.

Purpose and Objectives of the Research: The subject of the dissertation is the analysis of Turkey's tourism resources assessment. On the basis of the object of the dissertation work is the study of application of Turkish experience in tourism development in Azerbaijan.

Methods of investigation: The analysis and synthesis of writing the dissertation work, as well as deduction methods with induction were used.

Research Restrictions: The analysis of the research finds that the main reason for the presence of gaps in this area is the lack of sufficient information base. In this case, the development of this area requires only study of international experience.

Result of research: The Law of the Republic of Azerbaijan "On Tourism", based on the information base of the research work, also includes other legislative acts on tourism activity, as well as local and economic literature on this area.

Scientific-practical significance of the results: The scientific novelty of the dissertation work consists of: Ecological problems in Azerbaijan's tourism economy are analyzed; Factors that hinder the development of hospitality and recommendations on hotel industry development are analyzed; The hotel farm is extensively studied in Azerbaijan as a leading tourism destination.

Key words: Turkey, Azerbaijan, tourism economy, tourism industry, international tourism

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

| | |
|--------------|--------------------------------------|
| ABŞ: | Amerika Birləşmiş Ştatları |
| WTO: | World Tourism Organization |
| ÜDM: | Ümumi Daxili Məhsul |
| TIES: | The International Ecotourism Society |

MÜNDƏRİCAT

| | |
|--|-----------|
| GİRİŞ | 8 |
| I Fəsil TÜRKİYƏNİN TURİZM SƏNAYESİ | 12 |
| 1.1. Türkiyənin turizm ehtiyatları | 13 |
| 1.1.1. Təbii rekreasiya ehtiyatları..... | 13 |
| 1.1.2. Tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları | 15 |
| 1.2. Türkiyədə turizmin mövcud vəziyyəti | 16 |
| 1.2.1. Turizm infrastrukturunu | 18 |
| 1.2.2. Beynəlxalq turizm | 18 |
| 1.3. Türkiyə turizminin əsas problemləri..... | 19 |
| 1.3.1. Ekoloji problemlər | 20 |
| 1.3.2. Sosial problemlər | 20 |
| 1.3.3. Siyasi problemlər | 20 |
| 1.3.4. Digər problemlər | 22 |
| II Fəsil AZƏRBAYCANIN TURİZM SƏNAYESİ | 23 |
| 2.1. Azərbaycanın turizm ehtiyatları..... | 23 |
| 2.1.1. Təbii rekreasiya ehtiyatları..... | 23 |
| 2.1.2. Tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları | 26 |
| 2.2. Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti..... | 26 |
| 2.2.1. Turizm infrastrukturunu | 32 |
| 2.2.2. Beynəlxalq turizm | 33 |
| 2.3. Azərbaycan turizminin əsas problemləri | 36 |
| 2.3.1. Ekoloji problemlər | 36 |
| 2.3.2. Sosial problemlər | 37 |
| 2.3.3. Siyasi problemlər | 38 |
| 2.3.4. Digər problemlər | 39 |

| | |
|--|-----------|
| III Fəsil TÜRKİYƏNİN TURİZM TƏCRÜBƏSİNİN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI | 41 |
| 3.1. Türkiyə təcrübəsinin Azərbaycanın Xəzərsahili ərazilərinə tətbiqi imkanları | 41 |
| 3.1.1. Çimərlik turizmi | 49 |
| 3.1.2. Kruvaziyer turizminin tətbiqi imkanları | 50 |
| 3.1.3. Balıqçılıq ənənəsinin turizm gəlirlərinə çevrilməsi | 51 |
| 3.2. Türkiyənin alternativ turizm növlərinin Azərbaycanda tətbiqi..... | 52 |
| 3.2.1. Səhiyyə və termal turizm | 52 |
| 3.2.2. Macəra turizmi | 54 |
| 3.2.3. Konqres turizmi..... | 55 |
| 3.2.4. Dini turizm | 56 |
| 3.2.5. Aqro turizm | 58 |
| 3.2.6. Eko turizm | 59 |
| 3.2.7. İdman turizmi | 60 |
| 3.2.8. Digər alternativ turizm növləri..... | 63 |
| NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR..... | 64 |
| İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI..... | 67 |
| Cədvəllər siyahısı | 70 |
| Şəkillər siyahısı | 70 |

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Son dövrlərdə fərqli ölkələrin davamlı inkişafı ölkələr arasında rəqabətə gətirib çıxarmışdır. Bir sıra ölkələr iqtisadi inkişaf dedikdə sırf təbii resursların çıxarılması, həmin resurslardan xammal şəklində ixrac edilməsi və yaxud da həmin resursdan əmtəə istehsal etməklə daha yüksək qiymətə digər ölkələrə satmaqla izah olunur. Amma bununla birlikdə, inkişaf etmiş ölkələrin hazırda mövcud praktikası onu söyləməyə əsas verir ki, sabit formada iqtisadi-inkişaf mühitini yaratmaq üçün heç də təbii resurs amillərindən istifadə daim gözlənilən nəticə verməyə bilir. Bunun başlıca səbəbi təbii resurs amilinin tükənən xarakter daşmasıdır. Buna görə bir müddət sonra isə həmin ölkələrin digər ölkələrdən asılılığı yarana bilir. Öz təbii resursuna güvənən ölkələr içərisində daha çox neft ixrac edən ölkələr mövcud iqtisadi vəziyyətdə də lap çox gəlir əldə etmək imkanına malikdirlər. Lakin dünya ölkələrinin çox saylı təcrübəsi göstərir ki, qeyri-neft sahələrinə investisiya qoyuluşu və bu sahələrin həmin investisiya nəticəsində inkişaf etdirilməsi daha böyük iqtisadi səmərə verə bilər.

Qeyri-neft sahələri içərisində xüsusi çəkiyə malik olan sahələrdən biri kimi turizm sahəsi göstərilir. Turizm dedikdə, insanların gəzmək, görmək və istirahət etmək məqsədilə bir yerdən digərinə hərəkəti prosesi başa düşülür. Turizm sözünün hərfi mənası da bunu deməyə imkan verir. Belə ki, fransız dilindən tərcümədə turizm “səyahət” və yaxud da “gəzinti” mənalarını ifadə edir. Başqa sözlə ifadə etsək, turizm fəal istirahətin ən kütləvi və ən geniş yayılmış növlərindən biridir. İnsanların yeni yerlər görmək istəməsi hər il minlərlə insanın səyahət etməsinə yol açır ki, bu da son nəticədə turizmin inkişafını bir xeyli sürətləndirmiş olur. İnsanların kommersiya məqsədi daşımadan sağlamlıq, yeni tanışlıq, istirahət etmək, təhsil almaq, idman yarışlarında iştirak və ya tamaşa etmək, dini ziyarətlər və iş məqsədi ilə daimi yaşadıkları ərazini bir ildən çox olmadan tərk edərək digər bölgəyə getmələri prosesi turizm adlanır.

Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin açıqlamasına görə 2017-ci ildə ölkəyə səfər edən xarici turistlərin sayı ötən illə müqayisədə 27.84% artaraq 32.4

milyona çatdı. 2016-cı ildə isə bu rəqəm 25.3 milyon nəfər idi. (Türkiyə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, 2018-ci il hesabatı)

Son statistik nəticələri göz önündə tutsaq, Türkiyənin yenidən öz mövqeyini möhkəmləndirib 2018-ci ili müsbət inkişaf tempi ilə başa vuracağını açıq şəkildə deyə bilərik.

Türkiyə dünya turizm bazarında 3.7%, Avropa bazarında isə 7.1% paya sahibdir. Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) açıqladığı statistikaya əsasən 2014-cü ildə Türkiyə ən çox ziyarət olunan 6-cı, ən çox turizm gəliri əldə edən ölkələr sırasında 11-ci yerdə qərarlaşmışdır. (Ümumdünya Turizm Təşkilatı, 2015-ci il açıqlaması)

Türkiyə turizminin üzləşdiyi problemlərə baxdıqda isə əsas problemlərin ekoloji, siyasi və qismən də sosial problemlər olduğunu deyə bilərik.

Ekoloji problemlər turizm sənayesinə dolaylı və yaxud da birbaşa yolla təsir edir ki, bura istehsal sənayesi, kömür mədənləri, əsasən böyük şəhərlərdə isə sıx nəqliyyatın, tıxacların olması ekoloji problemlərə gətirib çıxarır.

İki və ya daha çox ölkənin ortaq məxrəcə gələ bilmədiyi vəziyyətlərdə isə siyasi problemlər ortaya çıxır ki, bu da ən çox turizmə öz təsirini göstərir. Məsələn Türkiyə ilə Rusiya arasında olan siyasi məsələlər üzündən hər iki tərəf böyük itkilərlə məruz qalmışdır. Belə ki, Türkiyə məlum təyyarə hadisəsindən sonra 76% rus turistini, Rusiya isə 50% türk turistini itirmişdir.

Mövzunun öyrənilmə vəziyyəti. Azərbaycan müstəqillik əldə etdiyi dövrdən sonra uzun müddət turizm haqqında qanunvericilik sistemi demək olar ki, mövcud olmamışdır. Bu kimi səbəbdən də bu sektorun inkişaf tənzimlənməsində müəyyən bir hüquqi alət və mexanizm sistemi mövcud deyildir. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununun layihəsi 1996-cı ildən etibarən hazırlansa belə, bu qanunun icra olunması 1999-cu ildə gerçəkləşir. Ona görə də ölkəmizdə turizm, həmçinin eko-turizm sferası geniş və əhatəli şəkildə tədqiq olunmamışdır. Hazırda bu sektorda yetəri qədər boşluq da mövcuddur.

Dissertasiya işinin metodu. Bu dissertasiyanın yazılmasında analiz və sintez, eynilə də induksiya ilə deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir. Belə ki, analiz metodu kimi mövzu tam şəkildə olmaqla götürülmüş və daha sonra mövzu 3 fəslə bölünərək ayrılıqda araşdırılmışdır. Bundan sonra sintez metodunun vasitəsi ilə həmin fəsilər iqtisadi sistem şəklində birləşdirilmişdir. İnduksiya metodu vasitəsilə dissertasiya işi mövzusunda bir çox iqtisadi faktlar toplanılmış, sistemləşdirilərək araşdırılmışdır. Ardınca isə deduksiya metodunun köməyi ilə həmin toplanan faktlara uyğun olaraq bir sıra nəzəri nəticələr, həmçinin ümumi prinsip, qısaca əməli fəaliyyətlər üçün mühüm olan tövsiyələr müəyyən olunmuşdur.

Tədqiqat işinin məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi Türkiyənin turizm imkanlarının təhlili və respublikamıza tətbiq edilməsinin təhlil olunmasıdır. Bu məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı əsas vəzifələr seçilmişdir:

- ✓ Türkiyənin turizm ehtiyatları əhatəli təhlil olunur;
- ✓ Türkiyədə turizmin mövcud vəziyyəti əhatəli şəkildə araşdırılır;
- ✓ Türkiyədə turizmin inkişafına əngəl törədə biləcək problemlər tədqiq olunur;
- ✓ Azərbaycanda turizm potensial əhatəli tədqiq olunur;
- ✓ Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi təhlil olunur.

Tədqiqatın predmeti və obyekt. Dissertasiya işinin predmetinin Türkiyənin turizm ehtiyatlarının qiymətləndirilməsinin təhlili dayanır. Dissertasiya işinin obyektinin əsasında isə Azərbaycanda turizmin inkişafında Türkiyə təcrübəsinin tətbiqinin tədqiq olunması dayanır.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi və praktiki əhəmiyyəti. Dissertasiya işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan təşkil olunmuşdur:

- ✓ Azərbaycanın turizm iqtisadiyyatında ekoloji problemlər təhlil olunur;

- ✓ Otelçiliyin inkişafına mane olan amillər və Mehmanxana təsərrüfatının inkişafına dair tövsiyələr təhlil olunur;
- ✓ Otel təsərrüfatı Azərbaycanda turizmin aparıcı sahəsi kimi əhatəli şəkildə tədqiq olunur.

Tədqiqat işinin informasiya bazası. Tədqiqat işinin informasiya bazasının əsasında “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikası qanunu həmçinin turizm fəaliyyətinə dair digər qanunvericilik aktları, eləcə də bu sahəyə dair yerli və iqtisadi ədəbiyyatlar təşkil edir. Dissertasiya işinin yazılması vaxtı internet informasiya, məlumat ehtiyatlarının mövcud olan müəyyən resurslarından yetərinə istifadə olunmuşdur.

İşin strukturu və həcmi. Dissertasiya ümumilikdə üç fəsildən, girişdən, həmçinin nəticə və təkliflərdən ibarətdir. Dissertasiya yazı işində son olaraq tədqiqatın istinad olunduğu mənbələrdən ibarət ədəbiyyat siyahısı tərtib olunmuşdur.

I Fəsil TÜRKİYƏNİN TURİZM SƏNAYESİ

Həyatımızın müəyyən bir hissəsində bir çoxumuz sadəcə turist olmuş olsaq da turizm kənarından görsəndiyi kimi asan olmayan, müxtəlif fərqliliklərlə dolu, çoxşaxəli bir termindir.

Turizm – bir ildən artıq olmayan müddətdə istirahət, iş və ya digər məqsədlər üçün standart mühitdən kənarlaşaraq, başqa bir coğrafi əraziyə səyahət edən və orada qalan insanların fəaliyyətinə deyilir.

Başqa bir tərifdə Voase turizm üçün, “nə iş nə də ev; məkan və yaşam tərzini sıravilikdən çıxaran şeylərdir” deyə açıqlayır. (R.N.Voase, 1995).

Türkiyədə turizm iqtisadiyyatın ümumi inkişafı ilə paralel olaraq böyüməkdədir. Son illərdə bu ölkəyə gələn turist sayının artması ilə turizm gəlirlərinin iqtisadiyyata qatqısı da artmaqdadır.

Türkiyə coğrafi olaraq mülayim iqlim qurşağında yerləşdiyi üçün dəniz turizminə maraq daha böyükdür. Müxtəlif bölgələrdə yerləşən orta və yüksək dağlıq ərazilər isə Türkiyənin qış turizmindən də pay almasına zəmin yaradır. Türkiyə tarixi özəllikləri ilə də dünyanın diqqətini özünə çəkən bir ölkədir. Bunlarla yanaşı yeni və keyfiyyətli ticari obyektləri, işini bilən səyahət agentlikləri, xidmət sahəsində çalışanların böyük qisminin ixtisaslaşmış olması və çox sayda hava limanları ilə bir turizm mərkəzinə çevrilmişdir.

Ümumdünya turizm təşkilatının açıqladığı məlumatlara görə hal-hazırda turizm xidməti üzrə ixtisaslaşmış ölkələrin sayı 15-dir. Hansı ki, bu ölkələrdə turizm sənayesindən gələn gəlir əmtəə ixracından gələn gəlirdən daha böyükdür. Burada isə əsasən ada dövlətləri fərqlənirlər. 45 ölkədə isə turizm sektorundan gələn gəlirlər ümumi ixracatın 25%-dən çoxdur. Bu göstəricilər isə əsasən inkişaf etməkdə olan ölkələrə uyğundur. (Ümumdünya Turizm Təşkilatı, 2017-ci il hesabatı)

1.1. Türkiyənin turizm ehtiyatları

Turizm sektorunun payı dünyada və eləcə də Türkiyədə hər keçən gün artmaqdadır. Buna səbəb olan başlıca amillər isə insanların standart mühitdən uzaqlaşma istəyi, fərqlilik, həyəcan və yenilik axtarışında olmasıdır. Türkiyənin sahib olduğu əlverişli təbiət əsas turizm ehtiyatı olmaqla klassik turizmlə yanaşı ekstrimal turizm, aqroturizm, ekoturizm və bir çox başqa alternativ turizm növlərinin inkişafına da gətirib çıxarmışdır.

“Turizm çox istiqamətli əlaqələrin tamamıdır. Sosial, siyasi, psixoloji, ətraf mühit və iqtisadi təsirlərə sahibdir. Bununla yanaşı Türkiyədə turizmin xüsusilə mühüm iqtisadi təsirləri üzərinə böyük önəm verilmişdir.” (Doğanay-Zaman, 2013:34).

Sonradan yaradılan və ya mövcud vəziyyəti ilə yerli və xarici turist cəlb edə bilən qaynaqlara isə turistik qaynaqlar deyilir.

Türkiyə iqlimi, təbii gözəllikləri və mövcud tarixi ilə zəngin bir turizm potensialına sahibdir. Əsas turizm ehtiyatlarını – Təbii ehtiyatlar və Tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları olmaqla iki qrupa ayırmaq olar.

1.1.1. Təbii rekreasiya ehtiyatları

Təbiətdə öz-özlüyündən yaranan gözəlliklərə təbii ehtiyatlar və ya təbii dəyərlər deyilir. Təbii ehtiyatları müxtəlifliyinə görə qruplara ayıra bilərik.

Təbii möcüzələr: Görünüşləri və özəllikləri ilə insanlarda heyranlıq hissi oyandıran, bənzəri olmayan gözəlliklərdir. Pambıqqala (Pamukkale) – şəfalı suları, tarixi əsərləri ilə dünyada bənzəri olmayan turistik bir bölgədir. Özəlliklərin zərər görməməsi üçün dövlət tərəfindən mühafizə olunan bu ərazi çox saylı turistlərin marağını özünə çəkməkdədir. Pəribacaları – təbiət hadisələrinin zaman keçdikcə qayaları erroziyaya uğradaraq əmələ gətirdiyi bacaya oxşar fiqurlara pəri bacası deyilir. Pəribacaları dünyada bənzəri tapılmayan ofsunlayıcı gözəlliyi səbəbi ilə bir təbiət möcüzəsidir.

Turizmə əlverişli mağaralar: Mağara qayalıqlarda təbii hadisələrlə açılan, insanların və ya heyvanların sığınacaq kimi istifadə edə biləcəyi çuxur və boşluqlardır. Türkiyədə bəzi mühüm mağaralar: Antalyada yerləşən Damladaş mağarası, Burdurda yerləşən İnsuyu mağarası. Bundan əlavə daşların olduğu yerdə onların əriməsi ilə meydana gələn oyuqlar vardır ki, bu da kifayət qədər turist cəlb etməkdədir. Ən məşhur oyuq isə Mərsindəki Cənnət-Cəhənnəm oyuğudur.

Şəlalələr: Yüksəklikdən düşən axarsu kütləsidir və Türkiyədə ən çox turist cəlb edən şəlalələr, Ərzurumda Tortum, Antalyada Manavqat və Düdən şəlalələridir.

Şəfalı sular: Müxtəlif növ xəstəliklərin müalicəsində istifadə olunan sulara deyilir. Türkiyəyə gələn turistlər müalicə məqsədi ilə şəfalı suların olduğu ərazilərə üz tutur. Müalicəvi vannalar şəklində istifadə olunan termal sular Çəkirgə, Yalova, Hamamözü, Qazlıgöl və s.dir Bundan əlavə İzmirdə Urla, Ankarada Ayaş kimi termal olmayan digər yeraltı sular da vardır ki, onların bir qismi vanna qəbulu ilə bir qismi isə içilərək müalicə üçün istifadə olunur.

Qış turizminə əlverişli dağlar: Türkiyəyə hər il dünyanın müxtəlif ölkələrindən çox sayda turist dağadırmaşma və dağ yürüşü məqsədi ilə ziyarət edir. Fərqli yüksəkliklərdə geomorfoloji və tektonik quruluşa sahib, flora və faunası olan meşələrə sahib, zəngin ov çöl həyatı olan dağlarıyla həm qış turizmi həm də dağadırmaşma və yürüşü üçün dağçılıq idmanını sevənlərə xüsusi imkanlar təqdim edir. Ən çox turist cəlb edən dağ destinasiyaları: Uludağ (Bursa), Palandökən (Ərzurum), Ərciyəs (Kayseri).

Milli parklar: Hər hansı bir ölkədə və dünyada təbii və tarixi dəyərlərin qorunduğu yerdir. Əsas özəllikləri isə bunlardır: insanlar tərəfindən yaradılması mümkün olmayan təbii ehtiyatlar qorunur; vəhşi və çöl heyvanları, quşlar, ağaclar, bitki örtüyü qorunur və müntəzəm olaraq çoxaldılır; tarixi əsərlər mühafizə edilir; insanlar istirahət və əylənmə imkanları ilə təmin olunur. Türkiyədəki Olimpos Bəydağları Milli Parkı, Nəmrud Dağı Milli Parkı, Körpülü Kanyon Milli Parkı və digərləri demək olar ki, bütün turistlərin diqqətini çəkməkdədir.

1.1.2. Tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları

Türkiyənin tarixi turistik ehtiyatları əsasən tarixi yaşayış məntəqələri, tarixi abidələr və muzeylərdən ibarətdir. Tarixi yerləşmələr baxımından Anadolu demək olar ki bir açıq hava muzeyidir. İstər günümüzdən 100-200 min il öncə mağara yerləşmələri istərsə də 15-20 min il öncəyə aid məskunlaşma əraziləri çox sayda turist cəlb etməkdədir. Mağara tipli yerləşmələrin ən tanınmışı Antalyada Karain, İstanbulda Yarımburqaz mağaralarıdır. Bundan əlavə ölkə miqyasında 70-dən artıq tarixi məskunlaşma əraziləri mövcuddur ki, ən tanınmışları Çanaqqalada Truva, İzmirdə Efes, Antalyada Demre, Perge və s.-dir.

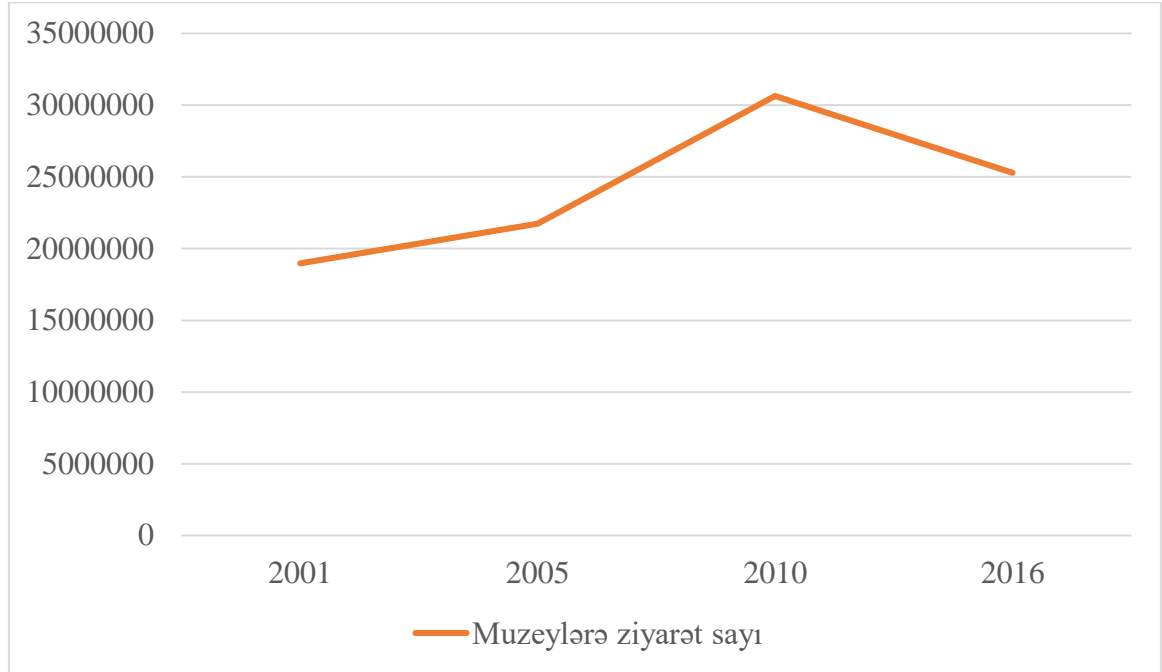
Tarixi əsərlər baxımından Anadolu bir xəzinədir. Bunun başlıca səbəbi isə bu ərazilərdə tarix boyu Roma, Osmanlı kimi böyük imperatorluqların mövcud olmasıdır. Anadolu yarımadası tarixi əsərlər baxımından böyük sivilizasiyaları əks etdirir. Karvansaray, hamam, bulaq, gümbəz, türbə, heykəl, türbə, məscid, kilsə, manastr kimi əsərlər Anadolu yarımadasının demək olar ki hər yerində mövcuddur. Bütün bu əsərlər başlıca tarixi-mədəni turizm qaynaqlarını əmələ gətirir.

“Türkiyənin yeddi coğrafi bölgəsinin hər biri, təbii gözəllikləri, tarixi və müasir məhsulları, tarixləri, fərqli yerləşmə formaları, şəhər və kənd əraziləri, qısaca mədəniyyəti ilə fərqli bir dəyərə sahibdir.” (Doğanay, 1992:26)

Roma dövrünə aid olan kilsə və monastrları, Səlcuqlu və Osmanlıya aid Camiaları və hər üç dönəmə aid saraylar, qalalar, körpülər və bulaqlar hər biri ayrı-ayrılıqda şah əsər olan tarixi əsərlərdir. Xüsusilə bu əsərlər, İstanbul, Konya, Sivas, Ərzurum, Malatya, Van, Şanlıurfa, Diyarbəkirkimi şəhərlərdə daha çoxdur. İstanbul şəhərindəki Topqapı, Dolmabağça, Bəylərbəyi, Ulduz sarayları, çox saylı köşk və dənizkənarı evlər (yalılar), Sultanəhməd, Süleymaniyyə, Ayasofya, Fatih camieləri, Qalata kimi tarixi əsərləri hər il minlərlə turist ziyarət etməkdədir.

Turistlərin marağını çəkən digər bəşəri turizm qaynaqları isə muzeylərdir.

Şəkil 1. Muzeylərə ziyarət sayı 2001-2016



Mənbə: <http://www.turob.com/tr/istatistikler>

Turistlərin marağını çəkən digər bəşəri turizm qaynaqları isə muzeylərdir. Qədim yaşayış məskənlərindəki qazıntılar zamanı ortaya çıxan tapıntıların sərgiləndiyi arxeoloji muzeylər, Keçmiş dövrlərə aid geyimlər, istifadə olunan əşyalar, bəzək və ziynət əşyası, kitab kimi dəyərləri özündə birləşdirən əsərlərin sərgiləndiyi entoqrafik muzeylər və bunun xaricində hər cür sənət nümunələrini (arxeoloji və etnoqrafik) özündə birləşdirən və tarixi dəyər daşıyan əsərlərin sərgiləndiyi qarışıq muzeylər vardır. Muzeylər turistlərin ən sıx ziyarət etdiyi məkanlardır.

1.2. Türkiyədə turizmin mövcud vəziyyəti

Müəssisələr və ölkələr baxımından informasiya və texnologiyanın vacibliyi sənaye dövrü ilə birlikdə meydana gəlmişdir. Qlobal dünya olaraq çox sürətli bir inkişaf içərisindəyik. Bu mənada turizm sektorunun da digər sahələr kimi yenilik və inkişafdan təsirlənməsi qaçınılmaz oldu.

Turizm sektorunun canlanma dövrü 1950-ci illərə təsadüf edir. 1950-ci ildə turizm fəaliyyətlərinə 25 milyon turist qatılarkən bu rəqəm 2000-ci ildə 683 milyona, 2011-ci ildə isə 980 milyona qədər qalxmışdır. Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) açıqladığı iki fərqli statistikanı bir araya gətirərək Cədvəl 1-də əks olunduğu kimi dünyada və xüsusən də Türkiyə də turist sayını və turizm gəlirlərini göstərdik.

Cədvəl 1. Dünya və Türkiyə turist sayı və turizm gəlirləri

| İl | Dünyada turist sayı (milyon nəfər) | Dünya üzrə turizm gəlirləri (milyon \$) | Türkiyədə turist sayı (milyon nəfər) | Türkiyə üzrə turizm gəlirləri (milyon \$) |
|------|------------------------------------|---|--------------------------------------|---|
| 2010 | 940 | 919 | 27 | 20.8 |
| 2011 | 980 | 1 200 | 30 | 23 |
| 2012 | 1 000 | 1 300 | 32 | 23.4 |
| 2013 | 1 087 | 1 400 | 39 | 32.3 |
| 2014 | 1 120 | 1 400 | 41 | 34.4 |
| 2015 | 1 186 | 1 500 | 42 | 31.4 |
| 2016 | 1 235 | 1 400 | 31 | 22.1 |
| 2017 | 1 300 | 1 500 | 39 | 26.3 |

Mənbə: Ümumdünya Turizm Təşkilatı və Türkiyə Turizm Nazirliyinin statistik göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Turizm sosial, iqtisadi, ekoloji və siyasi hadisələr kimi daxili və xarici təsirlərə qarşı olduqca həssas bir sektordur. Bu infrastrukturun səbəbi ilə müharibə, terror, ekoloji və iqtisadi böhran kimi hadisələrdən ən sürətli və daha çox təsir alan sektorların başında gəlir.

Ümumdünya turizm təşkilatının məlumatına görə son 60 ildə turizm dünyanın ən böyük və ən sürətli böyüyən iqtisadi sektorlarından biri olmaq üçün davamlı olaraq inkişaf etmişdir. Hər ictimai hadisə kimi turizm də tarix boyu bəzən yavaş bəzən isə sürətli inkişaf yolunu keçmişdir. Lakin hər bir halda turizm inkişaf etmişdir.

Turizmin ölkə iqtisadiyyatına qatqısı:

- Ölkəyə xarici valyuta axınını təmin edir;
- Turizm yatırılan investisiyalar ölkə iqtisadiyyatını canlandırır;
- Ölkədə işsizliyin azalmasına səbəb olur;

- Ölkə vətəndaşlarının gəlir səviyyəsinin artmasına səbəb olur.

Turizm iqtisadiyyatdan başqa həm fərqli yerlərdə yaşayan insanlar arasında həm də ölkə miqyasında müsbət münasibətlərin qurulmasını təmin edir.

1.2.1. Turizm infrastrukturu

Turizm, dünyada ən önəmli paya sahib ikinci bir sektordur. Bu səbəblə ümumi sektordan böyük paylar almaq önəmlidir. Türkiyə onsuz da infrastrukturu, müəssisələri, təmsilçiləri və öz markaları ilə bu işə ən çox layiq olan ölkələrdən biridir. Hər ölkədə və hər sektorda olduğu kimi Türkiyədə də eniş və yoxuşlar baş verdi. Amma Türkiyənin infrastrukturu sağlam qurulduğundan bu enişlər digər turizm sənayesinin inkişaf etdiyi ölkələrlə müqayisədə daha az təsirlə nəticələndi.

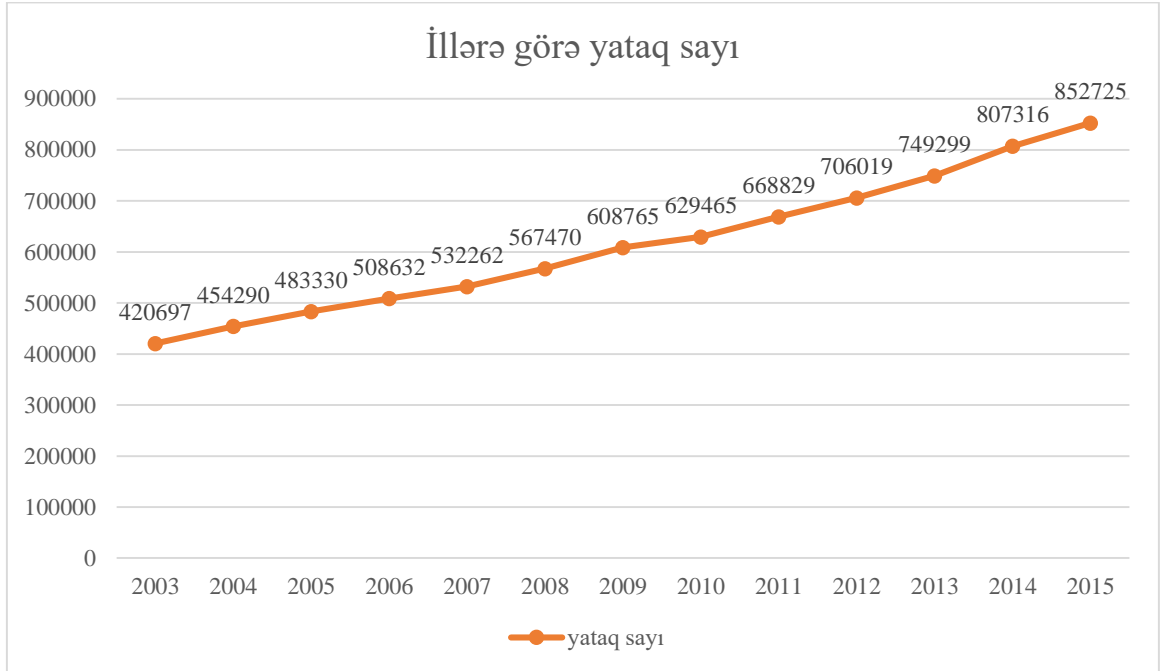
1.2.2. Beynəlxalq turizm

“2018-ci ildə 40 milyondan çox turistin ziyarəti və bir öncəki ilə görə təxminən 25% artımın baş verməsi turizmlə məşğul olanlar arasında yeni ümidlərin meydana gəlməsinə səbəb olmuşdur.” (Yeniçağ xəbər agentliyi: Cüney Ergün: <https://www.yenicaggazetesi.com.tr>)

Türkiyənin turist tipli otelləri hər keçən il artmaqda davam edir. Buraya gələn Rusiya, MDB ölkələri və Avropadan olan turistlərin hesabına turist tipli otellərə tələbat artmışdır. Bunun nəticəsində yerli və xarici investorlar otelçilik, ümumilikdə turizm sənayesinə maraq göstərmişdir. 1990-cı ildə 27 mln. ABŞ dolları investisiya qoyulan turizm sektoruna 2015-ci ildə 90 mln. ABŞ dolları sərmayə qoyulmuşdur. Bu da o deməkdir ki, ötən illərlə müqayisədə Türkiyə turizminə qoyulan sərmayə 3 dəfə artmışdır.

Araşdırmalara görə Türkiyədə 2003-2006-cı illərdə ümumi turist sayı dinamik olaraq yüksəlişə doğru getmişdir. 2006-cı ildə Türkiyəyə də təsir edən iqtisadi və siyasi böhran turistlərin axınına əhəmiyyətli şəkildə təsir göstərmişdir.

Şəkil 2. 2003-2015-ci illər üzrə yataq sayı.



Mənbə: Türkiyə Statistika Komitəsi 2016 (<http://tuik.gov.tr/Start.do>)

1.3. Türkiyə turizminin əsas problemləri

Türkiyə turizminin turizm sektorunda üzləşdiyi başlıca problemlər aşağıdakılar hesab olunur:

- Ekoloji problemlər;
- Siyasi problemlər;
- Sosial problemlər.

Turizm həssas bir sektordür. Bu sahədə irəliyə doğru məsafə getmək əziyyət və xərc tələb edir. Tutduğun mövqeni əldən vermək isə bir o qədər asan və yüksək dərəcədə ziyanlıdır. Türkiyənin gəlib çatdığı turizm potensialına uyğun yeni sahələrin kəşf edilməsi mütləqdir.

1.3.1. Ekoloji problemlər

Türkiyədə ekoloji çirklənməyə səbəb olan nüfuzun artımı, onların enerji istifadəsi ilə paralel olaraq kənd əraziləri üzərinə təziq göstərməkdədir və bununla bağlı olaraq su istifadəsi və çirkab suların miqdarının artması, havanı kirlədən mənbələrin çoxalması və s. əsas ekoloji problemlərdir. Bundan əlavə sıx nəqliyyatın olduğu iri şəhərlər də yanacaqdan ayrılan zərərli qazların nəticəsində çirklənməyə məruz qalır.

Ekoloji problemlər turizm sənayesinə dolayı və yaxud da birbaşa yolla təsir edir ki, bura istehsal sənayesi, kömür mədənləri, əsasən böyük şəhərlərdə isə sıx nəqliyyatın, tıxacların olması ekoloji problemlərə gətirib çıxarır.

Bu göstəricilər həm lokal həm də beynəlxalq miqyasda təhlil edilir və ətraf aləmin problemlərinin bərpası tədricən həyata keçirilir.

Türkiyədə bu məqsədə uyğun olaraq 1999-cü ildən bəri ətraf mühit problemləri və ətraf mühit problemlərinin tədricən aradan qaldırılması işləri davam etdirilir və vaxtaşırı bu məlumatlar ictimayətə təqdim olunur.

1.3.2. Sosial problemlər

Aparılan araşdırmalara görə yerli vətəndaşlar sosial gedişatın heç də qənaətbəxş olmadığını vurğulayırlar. Kütlənin əksər hissəsi iqtisadi baxımdan çətin vəziyyətdə olduğunu və ölkədə iqtisadi böhran yaşandığını qeyd edirlər.

“Turizm müəssisələrinin fəaliyyət göstərməsi sadəcə krizi necə idarə etmək olar? məlumatları ilə deyil, müasir idarə etmə həllərinin təşkil olunması ilə birbaşa əlaqəlidir.” (Kahya, Seçilmiş və Sarı, 2010. s.501)

1.3.3. Siyasi problemlər

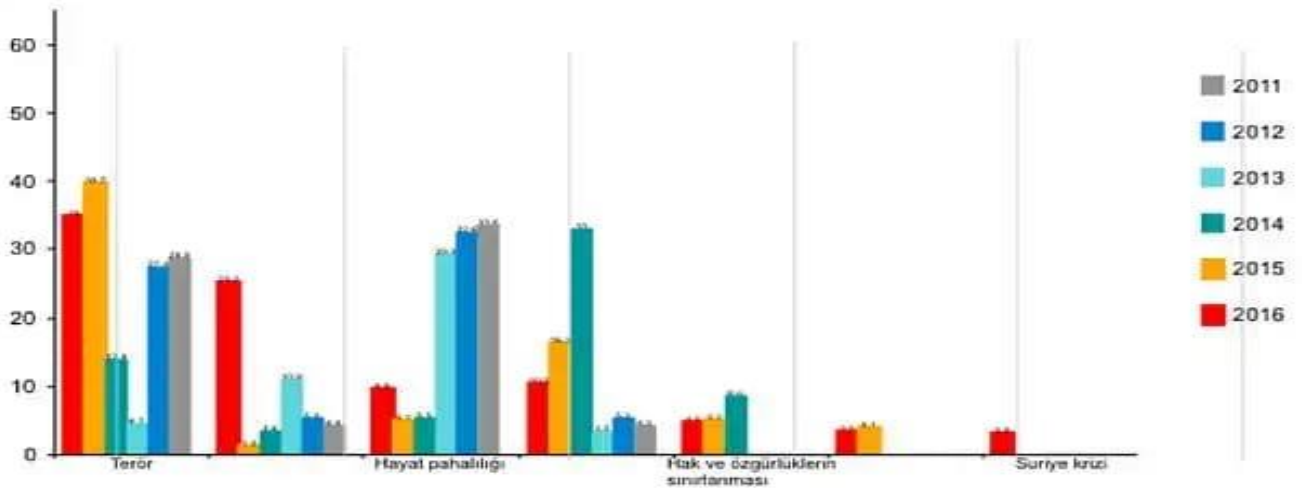
Türkiyənin bir sıra siyasi problemlərinin olduğu hər kəsə məlumdur. Keçirilən sorğulara əsasən Türkiyədə 2015-ci ildə insanların 37%-i, 2016-cı ildə isə 35%-i Türkiyənin ən böyük probleminin siyasi əsasən də terror probleminin olmasını vurğuladı.

Məhz Türkiyədə yaşanan üzücü terror hadisələri səbəbi ilə ölkə iqtisadiyyatı gözlənilməz çöküş yaşadı. Təbii ki, bu böhranın Turizm sektoruna da böyük təsiri oldu.

Terror hadisələrinin əsasən turist sayı çox olan ərazilərdə gerçəkləşməsi ölkəyə gələcək olan turistlərin haqlı olaraq seçimini dəyişməsinə gətirib çıxartdı.

“Turizm sektorundakı hadisələr, hər hansı bir destinasiya və ya turizm şirkətlərinin inkişafına zərər verən bütün hadisələrin bütününi əhatə edir.” (Beirman, Valbeek, 2011. s.11)

Şəkil 3. Əsas turizm problemlərinin sorğusu qrafiki, 2016



Mənbə: <https://oned.io/h/752097>

Yaşanan terror hadisələrindən sonra turizm müəssisələrinin, otellərin, istirahət mərkəzlərinin, bir sözlə turizmlə bağlı olan bütün sahələri durğunluqla üzləşdi. Buraya gələcək olan turistlər öncədən etdikləri rezervasiyaları geri çəkdi. Böyük turizm müəssisələri ziyanla işləməyə başladı. Bu kimi halları görən investorlar ya ölkədən getməyə ya yeni yatırımlarını başqa ölkələrə etməyə başladı.

Lakin öncə də qeyd etdiyimiz kimi, Türkiyənin iqtisadi o cümlədən turizm infrastrukturunu sağlam olduğu üçün tədricən öz qüdrətini bərpa etməyə başladı. Son 2 ilə qədər ziyanla çalışan müəssisələr artıq kar etməyə başladı. Bu hall davam edərsə önümüzdəki illərdə Türkiyə gücünü tam olaraq bərpa edəcəkdir.

1.3.4. Digər problemlər

Turizm sahəsində görüləcək işlərdən biri infrastruktur problemlərinin sürətli şəkildə həll olunmasıdır.

Bundan əlavə turizm bölgələrindəki mümkün potensialların mövsümi xarakter daşımaqdan azad edib bütün il boyu fəaliyyət göstərməsini təşkil etmək lazımdır.

Alternativ turizm növləri də inkişaf etdirilərək bütün Türkiyə ərazisinə yayılmalıdır.

II Fəsil AZƏRBAYCANIN TURİZM SƏNAYESİ

Azərbaycanda aparılan çoxsaylı tədqiqatlardan sonra bu nəticəyə gəlmək olar ki, turizm qeyri-neft sektorunda əhəmiyyətli paya sahibdir. Ümumiyyətlə isə turizm dünyada sürətlə inkişaf edən kommersiya sahəsidir. Dünya üzrə göstəricilərə baxsaq görürük ki, ÜMM-nin 10%-i, ixracatın isə 8%-i turizmin payına düşür [M. Oğuzhan Önen; 2018].

Dünyada baş verən proseslər Azərbaycana da öz təsirini göstərmişdir. Azərbaycan turizmi müstəqillik illərini nəzərə alınaraq gənc hesab edilməsinə baxmayaraq, Ölkədə turizm ənənəsinin tarixi çox qədimdir.

Turizmin inkişafı üçün ölkəmiz yetərli əlverişli coğrafi yerləşməyə, tarixi-memarlıq abidələrinə və zəngin mədəniyyətə, özünə xas adət-ənənələri olsa da 1950-60-cı illərdə Azərbaycan SSRİ tərkibində turizmin ən aşağı sürətlə inkişaf dinamikası göstərən ərazilərdən idi.

2.1. Azərbaycanın turizm ehtiyatları

Azərbaycan ərazisinin əksər hissəsi turizm ehtiyatları ilə zəngindir. Dağlıq ərazilər, çaylar, göllər, Xəzərsahili ərazilər, meşələr, milli parklar və s. turizm üçün əlverişli ərazilər hesab olunur.

2.1.1. Təbii rekreasiya ehtiyatları

Azərbaycan öz təbiəti və füsunkarlığı ilə seçilir. Ümumiyyətlə isə ölkəmizin ərazisinin 2/3 hissəsini dağ əraziləri təşkil edir. 11% ərazi meşələrdən ibarətdir ki, bu ərazilər də dağlıq hissələrdə üstünlük təşkil edir. Turizm baxımından landşaftın qiymətləndirilməsi nəzəri əhəmiyyətlə yanaşı təcrübi əhəmiyyətə də malikdir.

Ölkəmizin fərqli ərazilərində aparılan tədqiqat işləri onu göstərir ki, mülayim isti və rütubət həddi, bir sözlə komfort zonanın sərhəddi haqqında vahid bir fikir yoxdur. Amma respublikanın iqlim göstəriciləri onu deməyə əsas verir ki, ilin istənilən

dövründə turizm resurslarından istifadə etmək mümkündür. Bundan əlavə yerləşdiyimiz siyasi-coğrafi mövqe də turizmin inkişafına müsbət təsirini göstərir. Azərbaycan Transqafqaz nəqliyyat dəhlizinin ortasında yerləşdiyi üçün Qafqaz və Mərkəzi Asiyanı Avropa ilə birləşdirən hava və dəniz daşımaları, mühüm magistral yollar və dəmir yolları məhz buradan keçir.

Dağ turizmi: Ölkə ərazisinin 60%-dən artıq hissəsi dağlıq ərazilərdən ibarət olduğuna görə qış turizmi potensial turizm sahəsidir. Dağlıq ərazilər qış kurort ərazilərinin inşası üçün olduqca əlverişlidir. Xizək həvəskarları üçün xüsusi imkanlar mövcuddur. Dağ turizmi üçün ən əlverişli yerlərə Tufandağ və Şahdağı misal göstərə bilərik. Burada son dövrlərdə yaradılan infrastruktur bir çox avropa və ərəb ölkələrindən çoxlu sayda turistə buraya axın etməsinə imkan yaradıb. 4 və 5 ulduzlu otellər, istirahət və əyləncə mərkəzləri, buz meydançaları, xizəksürmə əraziləri, kanat və s. xidmət növləri qış turizmini daha da rəngarəng edir.

Çaylar: Respublika ərazisində çox sayda dağ çayları vardır ki, onların da böyük bir qismi yağış və qar sularından qidalanır. Böyük Qafqaz çaylarına Katexçay, Balakənçay, Talaçay və s., Kiçik Qafqaz çaylarına isə Ağstafaçay, Əsriqçay, Tovuzçay və s. misal göstərmək olar.

Turizmin ekstrimal növü üçün yararlı olan az sayda dağ çaylarımız mövcuddur. Lakin ölkədə ekstrimal turizmə göstərilən maraq çox aşağıdır. Bunun isə danılmaz bir neçə səbəbləri də vardır. Nəzərə alsaq ki təbii obyektin var olması turist çəkmək üçün kifayət etmir bu zaman ortaya digər köməkçi vasitələr gəlir. Ən əsası isə texniki avadanlıqların, təchizatların, peşəkar ixtisaslı təlimçilərin olması mütləqdir.

Ölkə ərazisindən keçən ən iri çaylara misal Kür və Arazı göstərmək olar. Məhz bu çaylar rekreasiya turizminin inkişafında böyük paya sahibdirlər.

Göllər: “Azərbaycan ərazisində əmələ gəlmə və qidalanma mənbəyinə görə 250-yə yaxın şorsulu və təbii şirin göllər vardır.” (Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi) Tufangölü buzlaq mənşəli göllərə əlavə edə bilərik. Sürüşmə və uçqun nəticəsində əmələ gələn göllərə isə Göygöl və Maralgölü misal göstərə bilərik. Göygölün son

illərdə bütün xalqa açıq olması ilə turistik əhəmiyyəti nəyinki Azərbaycana hətta əcnəbi turistlərə də məlum oldu. Bu səbəbdəndir ki, hər ötən dövr buraya gələn turist sayında artım müşahidə olunur.

Çay vadiləri: Əsrarəngiz mənzərəyə sahib olmaqla çox sayda istirahət sevrələri və turistləri buraya cəlb edir. Daha geniş çay vadiləri qayıqsürmə və digər su idman növləri üçün, dağ çayları isə əsasən raftinq üçün olduqca əlverişlidir.

Milli Park və Qoruqlar: Ölkə ərazisində 13 Dövlət Təbiət Qoruğu və 8 Milli Park fəaliyyət göstərir. Milli Park və Qoruqlar müalicə-sağlamlıq mərkəzinin, ekoturizmin inkişaf etdirilməsi, ekoloji marşrut və cığırın yaradılması üçün mühüm ehtiyatlar sayılır.

Apardığımız tədqiqatlarda ölkəmizin Şuşa, İlisu, Hacıkənd və s. kurortlarını dünyada məşhur olan Ksilovodsk, Nalçik, Karlovi-Vari və s. kurortları ilə müqayisə olunduğunu gördük. Dağətəyi və Dağlıq rayonlarda komfortlu iqlim resurslarından kurort əhəmiyyətli istifadə edilməsi vacib hesab oluna bilər.

Ölkəmizin Xəzərsahili əraziləri qumlu çimərliklə zəngindir. Xəzərin sahili 825 km-lik məsafədə uzanır. Azərbaycanda çimərlik dövrünün 100-120 gün olduğunu nəzərə almaqla turizmin inkişafı üçün əlverişli olduğunu vurğulaya bilərik. Yay aylarında sahil ərazilərdə dəniz suyunun orta temperaturu 23-25°C olur.

Azərbaycanın ən böyük su anbarı sayılan Mingəçevir SES-dən də idman və turizm məqsədli istifadə olunur. Buna nümunə olaraq Azərbaycanda keçirilən I Avropa Oyunlarında Avarçəkmə idman növü üzrə keçirilən bütün yarışlar məhz burada, Mingəçevir su anbarında təşkil olunmuşdur. Bu ərazidə avarçəkmə ilə yanaşı balıqçılıq da turistlərin əyləncəsi məqsədi ilə geniş miqyasda istifadə oluna bilər.

Mineral və termal sular:

Gədəbəydə, Şuşa və Kəlbəcərdə, Quba-Xaçmaz ərazilərində, Naxçıvan, Şəki-Zaqatala, cənub bölgələrində mineral sular; Abşeronda, Masallı-Lənkəran-Astara bölgələrində termal su mənbələrinə nisbətən daha çox rast gəlinir. Bu sular təbii

rekreasiya ehtiyatı kimi böyük əhəmiyyətə malikdir. Termal və mineral sular müalicəvi məqsədlə yanaşı süfrə suyu olaraq istifadə olunur.

Azərbaycanın müalicəvi palçığı – naftalan nefti kimi tanınan və dünyada alternativ olmayan rekreasiya sərvətinin sağlıq turizmində böyük payı vardır.

2.1.2. Tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları

Tarixi memarlıq abidələrinin tanındılması, turizmdə istifadə edilməsi həmin memarlıq abidələrinin yaranması və insanların yerləşməsindən asılı olur. Azərbaycanda isə tarixi memarlıq ərazilərinin yaranma xüsusiyyətlərinə baxsaq aşağıdakıları görə bilərik:

1. İslamaqədər dövrdə yaranan tarixi-memarlıq abidələri, Əsasən Alban mədəniyyətini özündə əks etdirir;
2. İslam mədəniyyətinə xas və bu dövrdə yaranan tarixi-memarlıq abidələri;
3. Azərbaycanın milli memarlıq abidə və digər tikililərə əsasən tarixi şəhərlərdə, karvansaraylarda rast gəlinir;
4. Qalalar və müxtəlif məqsədli müdafiə istehkamları əsasən iri yaşayış ərazilərində yayılıb və bu günümüzdə qədər gəlib çatıb;

2.2. Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti

Azərbaycanın yeni iqtisadi sistemə keçid etməsi və milli iqtisadiyyatın formalaşma mərhələsi məhz keçən əsrin 90-cı illərinə təsadüf edir. Bu illərdə Azərbaycanda əsaslı islahatlar və struktur dəyişiklikləri nəticəsində iqtisadi tənəzzülün qarşısı alınaraq 1995-ci ildən ölkədə nisbətən sabitlik hökm sürmüşdür.

Bunun nəticəsində də əcnəbi investorların ölkəyə marağı artmış və davamlı olaraq bütün iqtisadi sahələrlə yanaşı turizm sahəsinə də investisiyalar qoyulmuşdur. Bu prosesi tək əcnəbi investorlar deyil, həmçinin yerli investorlar və birbaşa dövlət tərəfindən investisiya qoyulmuşdur. Son illərdə neftin getdikcə azalması və qiymətinin

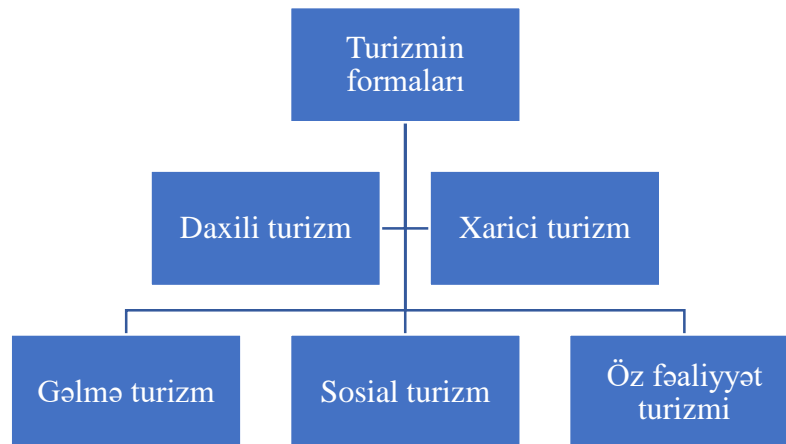
kəskin enişlərə məruz qalması iqtisadiyyatda digər alternativ sahələrə keçid etməyə zəmin yaratmışdır. Həmçinin son illərdə Ərəb ölkələrinin Azərbaycanı yenidən kəşf etməsi ilə həm şəhər həm də regionlarda əcnəbi turistlərin sayında kəskin artımlar olmuşdur.

Son illər ölkədə baş verən devalvasiyalar, əsas büdcəmizi formalaşdıran neftin qiymətindəki enişlər onu deməyə əsas verir ki, iqtisadiyyatımızı möhkəmləndirmək üçün dövlət qeyri-neft sektoruna əsasən də böyük potensiala malik turizm sektoruna investisiya qoymağa maraqlıdır. Son illərin statistik göstəricilərinə baxsaq görürük ki, turizm sektoru daima inkişaf edən sektorlardan biridir.

“Son 5 ilin göstəricilərinə baxsaq ölkə ərazisinə gələn xarici turistlərin sayında orta illik 8.5% sabit artım müşahidə olunmuşdur. Əlavə olaraq hər il turizm sahəsində xidmət göstərən sahibkarlıq subyektlərində 4.5%-lik artım müşahidə olunub” (www.stat.gov.az).

Bu da turizmə olan marağı artırmışdır. Türkiyənin turizm sənayesinin ÜDM-dakı payına baxsaq Azərbaycanla müqayisədə qat-qat artıq olduğunu görürük. Türkiyənin turizm təcrübəsinin öyrənilərək ölkəmizdəki uyğun sahələrdə tətbiqi imkanlarının digər ölkələrlə müqayisədə daha real olduğunu nəzərə alaraq bu mövzunun kifayət qədər aktual olduğunu qeyd edə bilərik.

Səkil 4. Azərbaycanda turizmin formalaşması mexanizmi



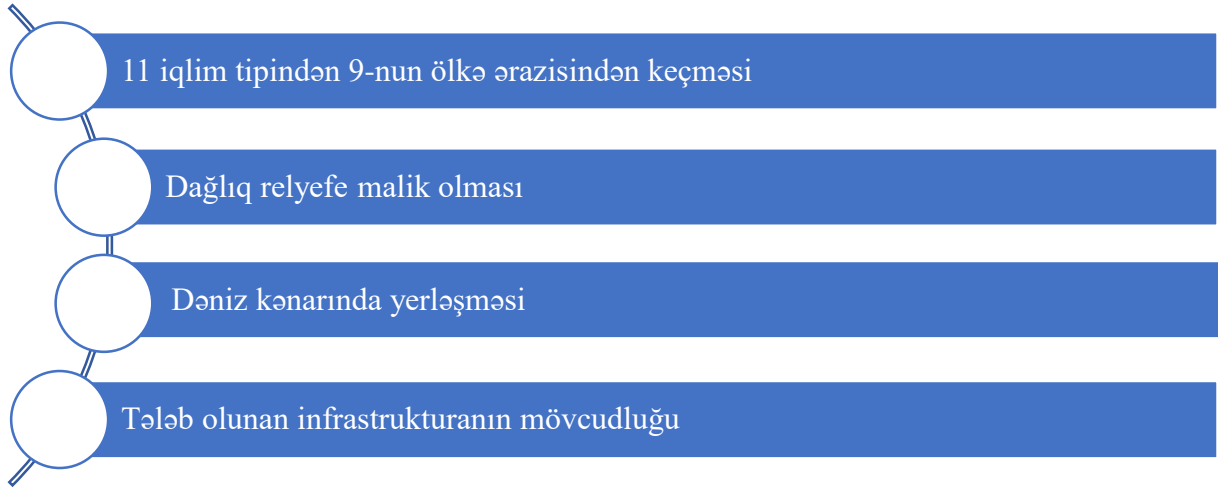
Mənbə: “Turizm haqqında.” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 4 iyun 1999-cu il. №674-IQ

Azərbaycanda turizm son dövrlərdə özünün inkişaf dövrünü yaşamaqdadır. Artıq müxtəlif bölgələrdə turizmin inkişaf göstəriciləri yetərinə hiss edilir. Bunun isə əsas səbəbi kimi artıq ölkəmizə qarşı digər ölkələrin maraqlarının formalaşmasını təmin etmək olmuşdur. Azərbaycanda mövcud olan turizm şəbəkəsi aşağıdakı şəkil vasitəsilə verilmişdir.

Şəkil 4-ə əsasən, turizmin əsas formaları daxili turizm həmçinin xarici turizm, gəlmə turizmi, sosial turizm və öz fəaliyyət turizmidir.

Coğrafi yerləşmə və təbii şəraitinin əlverişli olması səbəbindən Ölkəmizdə eko turizmin inkişafı etdirilməsi üçün hər bir şərait mövcuddur. Respublikamızda mövcud olan təbii resursların zənginliyini nəzərə alaraq ekoloji turizmin inkişafına şərait yaradan əsas amilləri təhlil edək. Həmin amillər qrupu aşağıdakı şəkil vasitəsilə öz əksini tapmışdır.

Şəkil 5. Azərbaycanda ekoloji turizmin formalaşmasını şərtləndirən amillər



Mənbə: Ward N.K. Ecotourism: Reality or Rhetoric March, 1997 kitabının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Şəkil 5-də verilən amillərin təhlilini həyata keçirək:

➤ Dünyada olan on bir iqlim tipindən doqquzunu ölkə ərazində müşahidə edilməsi. Məlum olduğu kimi ekoloji turizmin yaranıb formalaşmasında əsas amil təbiət, təbii olan resurslardır. Fərqli iqlim güşələrinin çox sayda olması ölkə ərazisinin təbiətini gözlə görünün şəkildə gözəlləşdirir və bu hər bir ölkəyə xas olmayan cəhət

sayıldığı üçün bu amildən istifadə edərək ölkə daxilində ekoloji turizmin inkişafı üçün çox səmərəli şərait yaranmışdır.

➤ Dağlıq relyef. Ekoloji turizmin başlıca növlərindən biri macəra turizmi sayılır. Macəra turizminin əsas növləri içərisində isə dağ velosipedi, dağ xizəyi və alpinizm kimi növlər mövcuddur ki, bu sahələrin də inkişafı relyefin dağlıq olması mütləqdir. Bu səbəbdən də ölkə ərazisində ekoturizmin bu növünün inkişafı üçün real şərait yaranmışdır.

➤ Dəniz ətrafı yerləşmə. Digər bölmədə də qeyd olunduğu kimi, macəra turizm növü öz tələbi ilə xüsusilə seçilir. Macəra turizminin əsas növləri içərisində day vinq kimi növlər də mövcuddur. Day vinqin inkişaf etdirilməsi üçün məhz böyük su hövzələrinin olması vacibdir. Ölkəmizdə ekoloji turizmin bu növlərinin inkişafı üçün real zəmin formalaşmışdır.

➤ Tələb olunan infrastrukturun mövcudluğu. Qeyd edə bilərik ki, Azərbaycan Respublikası artıq kifayət qədər inkişaf etmiş və müxtəlif təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyəti üçün zəruri olan infraquruluşa malik bir ölkəyə çevrilmişdir. Ümumi götürsək, hər hansı bir sahənin inkişafı üçün infraquruluşun qurulması dövlət olaraq Azərbaycan üçün heç bir çətinlik yaratmır. Nümunə olaraq 2015-ci ildə I Avropa Oyunlarının həmçinin də 2017-ci ildə İslam Həmrəylik Oyunlarının ölkəmizdə keçirilməsi onu bir daha deməyə əsas verir ki, Ölkəmiz qısa zaman ərzində tələb olunan infraquruluşunu təmin etmək iqtidarındadır. Buna üçün də demək olar ki, Azərbaycan Respublikasında ekoturizmin təmin edilməsi və inkişafının davamlı və dayanıqlı inkişafı üçün maneə yaradan hər hansısa bir əngəl yoxdur.

Ekoturizmin inkişaf etdirilməsində və fəaliyyətinin uzunömürlülüyünü təmin etməkdə əsas iş ekoloji sayılan turizm məhsullarına olan tələbi yaratmaqdır. Bunun üçün isə eko turistin marketinq biliklərinin formalaşdırılması əsas amillərdən birinə çevrilməlidir.

Ekoturizmin yaradılmasında və inkişaf etdirilməsində başqa bir amil isə bu fəaliyyət növünün yetəri qədər rentabelli olması ilə izah olunur. Digər tərəfdən isə bu

turizm növünə xərc amilləri də yetərincə çoxluq təşkil etməməsi səbəbi ilə gəlirin böyük qismi mənfəət şəklində təşkilatçı müəssisələrə, yaxud dövlətin büdcəsinə axır.

Hazırkı zamanda Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın gəlirliliyi əsasən neftdən gəlmiş gəlirlərin hesabına və çox kiçik hissəsi isə qeyri-neft sektorundan əldə edilən gəlirlər hesabına formalaşmışdır. Dövlət büdcəsinin neftdən olan asılılığın aradan götürülməsində əsas yollardan biri məhz qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi ilə əlaqəlidir. Qeyri-neft sektorunun içərisində isə turizm və turizmdən gələn gəlirlər daya yüksək çəkiyə malikdir. Xüsusilə təbii resursların və iqlim guşələrinin zəngin olduğu bir ölkədə turizmi inkişaf etdirmək, yeni turizm məhsulu yaratmaq və bu turizm məhsulu üzrə bazarda tanınmaq və həmin məhsula alıcı kütləsi toplamaq, tələbi formalaşdırmaq inkişaf etmiş ölkə üçün heç də çətin bir proses deyildir.

Ekoturizmin ölkəmizdə inkişafına şərait yaradan başqa bir amil isə palçıq vulkanlarının ölkə ərazisində yetərli sayda olması ilə əlaqəlidir. Hazırda bəzi Skandinaviya ölkələri isti qeyzərlərinin sayəsində ekoturizmin inkişafını ayaq üstə saxlamağı bacarırlar. Ölkəmizdə də bu qeyzərlərə əvəzedici ola biləcək palçıq vulkanları vardır. Çatışmayan isə sadəcə bu sahəyə marağı oyatmaq, əhalinin bu sahə üzrə maariflənməsini təmin etməkdir. Azərbaycan elə ölkələrdəndir ki, dünya miqyasında mövcud olan palçıq vulkanlarının böyük bir qismini özündə cəmləmişdir. Belə ki, dünya ölkələrinin sadəcə 42-də palçıq vulkanları vardır ki, bu siyahıda da ölkəmiz sözsüz ki, ən yüksək zirvədədir. Belə ki, dünyada mövcud olan 2000 civarında olan palçıq vulkanlarından 350-yə yaxınının ölkə ərazisində yerləşməsi ölkəmizdə bu ekoturizmin sürətli inkişafına kömək edən əsas amillərdən biridir (V.S.Dərgahov; 2018).

“Ekoturizm” ifadəsi qoruq olan ərazilər, təbii parkda isə azad inkişafda daha çox istifadə edilir. Belə ki, son on beş ildə turizmin məhz bu alt növünün sürətlə inkişafı yalnız ətraf aləmin zərər görməsi ilə yox, məşhur istirahət rayonlarının da (dağ kurortları və qızmar dənizlərin) “mədəniləşdirilməsi” formasında izah oluna bilər. Görkəmli alim və turizm sferasının mütəxəssisləri ekoturizm üçün fərqli təriflər söyləmişlər.

Ekoturizm, ön sırada dünya ərazisində qoruqlar, həmçinin, təbiət və milli parklar, başqa mühafizə edilən təbii ərazilər şəklində tanınmış yaxşı saxlanılmış halda olan təbii bölgələrə səyahətlər ilə səfərlərdir.

İkincisi, ekoturizmin ətraf aləmə dəyə biləcək mənfi təsirlərin aşağı səviyyədə olması ilə fərqlənir. Bunun üçün də o “yumşaq turizm” adlandırılır. Bu xüsusiyyətlərinə əsasən ekoturizm özəlliklə mühafizə edilən təbii bölgələrdə bu formada yaranan ehtiyatlardan faydalı şəkildə istifadə təcrübə baxımdan turizmin tək alt növü hesab edilir.

Üçüncü olaraq, ekoturizm bir sıra, yəni lazımi formada ciddi olan davranış qaydaları olmasını tələb edir və bunlara əməl olunması bu sahənin müvəffəqiyyətli inkişaf etməsi üçün vacib şərt sayılır.

Dördüncü, ekoturizm yalnız yerli sakinlərə xidmət göstərmək formasında işləmək sayılmır, eyni zamanda qorunan bölgələrdə davamlı yaşamaq, həmçinin təbiətdən istifadəni təmin etmiş ənənəvi sayılan təsərrüfat fəaliyyətləri kimi bir sıra fəaliyyətlərlə məşğul olmaqdan ibarətdir. Əlbəttə ki, yerli sakinlər üçün bir sıra gəlir mənbəyi sayılır, bu da öz növbəsində sosial rifah və iqtisadiyyata müəyyən təsirlər göstərir.

Sonda onu deyə bilərik ki, səyahət edənlərə görə istirahət, ekoloji təhsil ilə əyləncənin birliyi sayılan turizm növüdür. “Ekoturizm digərlərinə nisbətən toxunulmayan təbiətdə böyük ekosistemin bütövlüyünü pozmaq şərti ilə, həmin ərazilərin təbii, mədəni və etnik özəllikləri haqqında təəssüratlar əldə etmək üçün səyahət sayılır ki, bu da təbiətin mühafizə olunması yerli insanlar üçün səmərəli iqtisadi imkan yaradır” (V.S.Dərgahov; 2018: s.54). Beləliklə, ekoturizmi iqtisadi cəhətdən əlverişli hesab etmək olar.

Ölkəmizdə aparılan sosial-iqtisadi islahatlar turizmin inkişafına mühüm təsir etmişdir. Turizm fəaliyyətləri ilə əlaqəsi olan müəssisələrin sayı tədricən artım göstərmiş, fəaliyyət sahələri genişlənmişdir. Məsələn, 2014-cü il ərzində fərqli müəssisələrdən əhaliyə 44820,3 min manat dəyərində 66233 turizm göndəriş blankları

satılıb. Bu blankların 6990-ı ölkə ərazisində, 55000-ə yaxını isə ölkə ərazisindən kənarında, Azərbaycan ərazisində səfər etmək üçün əcnəbi vətəndaşlara 4343 blank satılıb. 2014-cü il ərzində 218 turizm müəssisəsi 31107 min manat gəlir qazanmış, turizmdə xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiya həcmi isə 2204 mln. manat olub. (www.stat.gov.az).

Cədvəl 2. 2014-cü ildə Azərbaycanda turizm üçün əsas göstəricilər

| № | Göstəricilər | |
|-----|--|---------|
| 1. | Turistlərin ümumi sayı, (mln. nəfər) | 2298,7 |
| 2. | Turizm müəssisələrinin sayı | 218 |
| 3. | Müəssisələrin qazandığı gəlir, (min manat) | 31107,1 |
| 4. | Turizm fəaliyyətindən əldə edilən gəlirlər, (min manat) | 26031,0 |
| 5. | Turizm fəaliyyəti üzrə sərf olunan xərclər, (min manat) | 25707,6 |
| 6. | Satılan turizm yollayışı blank sayı | 66233 |
| 7. | Ölkə ərazisində səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarına | 6990 |
| 8. | Ölkədən ərazisindən qıraqda səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarına | 54900 |
| 9. | Azərbaycan daxilində səyahət edən əcnəbilərə | 4343 |
| 10. | Blankların ümumi dəyəri, (min manat) | 44820,3 |
| 11. | Ölkə daxilində səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarına, (min manat) | 2764,0 |
| 12. | Ölkə ərazisindən kənarında səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarına, (min manat) | 39708,5 |
| 13. | Azərbaycanda səyahət edən xarici ölkə vətəndaşlarına, (min manat) | 2347,8 |
| 14. | Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi, faizlə | 4,5 |
| 15. | Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi, (mln. Manat) | 2204,0 |

Mənbə: Azərbaycanda turizm 2015 statistik məcmuənin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Ölkəmiz üçün potensial mineral su mənbəyimizi də itirmiş olduq, halbuki həmin İstisu üçün SSRİ məkanından milyonlarla turist, həmçinin yerli sakinlər müalicə üçün gəlirdi.

2.2.1. Turizm infrastrukturu

Təbiidir ki, turizm tək turistlərin ölkəyə gəlməsi demək deyil. Onların yerləşməsinə təmin etmək, xidmət sahələrinin peşəkarlaşmasını göz önündə tutmaq, bir

sözlə turizm infrastrukturunu təşkil etmək mütləqdir. Məsələn 2005-ci ildə ölkədə cəmi 262 yerləşdirmə obyektı mövcud idi. Hal-hazırda isə bu rəqəm dəfələrlə artmış, turizm obyektləri dövlət təyinatından çıxaraq özəlləşmiş və bu da sektorun kəskin inkişafına səbəb olmuşdur. Ölkədə son dövrlərdə turistik ərazilərə yeni yolların salınması və ya yenidən bərpa olunması həm yerli vətəndaşların həm də xarici turistlərin rahatlığını təmin edir. Tarixi abidələrin bərpası və həmin ərazilərdə normal turizm infrastrukturunun qurulması haqqında məhz turizmin əsas problemləri bölməsində daha ətraflı danışacağıq.

2.2.2. Beynəlxalq turizm

Son dövrlərdə turizm qloballaşaraq beynəlxalq bir fəaliyyət növünə çevrilmişdir. Bu baxımdan turizmin sferasının təşkil olunması ümumi dünya əhalisinin getdikcə daha da yaxınlaşmasına səbəb olmaqla birlikdə, həmçinin milyonlarla insanın sosial və iqtisadi probleminin həll olunmasına yardım edən böyük fəaliyyət sahəsinə çevrilib. Bununla yanaşı turizm sahəsinin inkişafı nəticəsində bir çox sahələrdə yeni iş yerləri meydana gəlmişdir. “Dünya alimlərinin apardığı araşdırmalara əsasən hazırda dünyada sırf turizm sferasında işləyənlərin sayı 275 milyondan artıqdır” (B.Ə.Bilalov, 2008). Turizm sferasının getdikcə qlobal xarakter daşması mədəni, sosial və iqtisadi əhəmiyyətləri ilə sıx əlaqəlidir.

İndiki dövrdə turizm bəşəriyyətin təhlükəsiz və təminatlı gələcəyi üçün böyük perspektivlər yaradan kurortoloji proses sayılmaqla onun tədqiq və təbliğ olunmasında yaranan problemlər daha açıq dərk olunur.

İnsanların beynəlxalq hərəkəti və ya səyahət etməsi ilə bağlı olan turizm sahəsi beynəlxalq turizm xidməti adlanır. Cəmiyyətdəki insanların bu fəaliyyəti beynəlxalq ticarətə aid olan spesifik iqtisadi bir kateqoriyadır. Beynəlxalq turizmin köməyi ilə bir çox ölkələr öz iqtisadiyyatını möhkəmləndirmiş, yeni iqtisadi artım yolları düşünmüşdür. Beynəlxalq turizm əsasən XX əsrin ortalarından inkişaf etməyə və genişlənməyə başlamışdır. Amma bir məsələni də unutmayaq ki, beynəlxalq turizmin

inkişafı dedikdə burada yalnız fərdlərin bir ölkədən başqa ölkəyə səfər etməsindən yox, turizmin bir bütün halda, yəni hərtərəfli inkişaf etməsindən gedir. Buraya infrastruktur, yerli əhalinin turistlər haqqında olan düşüncələri, onların mədəniyyəti, ölkədə fəaliyyət göstərən xidmət sahələrində göstərilən xidmətin keyfiyyəti və s. məsələlər nəzərdə tutulur.

Beləliklə, 1960-70-ci illərdən başlayaraq beynəlxalq turizm ümumdünya xarakteri alaraq bir çox sahələrə öz təsirini göstərmişdir. Ən əsas bunun nəticəsində Ümumdünya turizm bazarı yarandı. Dünyanın turizm bazarında ölkələrin fərqləndirilməsi dedikdə öncəlik digər ölkələrə göndərilən turist, həmçinin digər ölkələrdən qəbul edilən turist sayına verilir.

Digər ölkələrə ən çox turist yollayan ölkələr:

- ABŞ
- Almaniya
- İngiltərə
- Belçika

Digər ölkələrdən ən çox turist qarşılayan ölkələr:

- Fransa
- İspaniya
- ABŞ
- İtaliya

“Cəmi qəbul olunan turistlərin 60%-i, turizm sənayesindən gələn gəlirlərin isə 50%-ə qədəri Avropanın payına düşür” (Ümumdünya Turizm Təşkilatı, 2016-cı il açıqlaması). Avropa ölkələrinin ön pillələri tutması heç də tək onlarda ümumdünya miqyasda məlum olan təbii və mədəni tarixi abidələrin, inkişafda olan turizm sənayesinin, nəqliyyat infrastrukturunu, ticarətin mövcud olması ilə izah olunmur. Qəbul etməliyik ki, avropa əhalisi səyahətə ənənəvi olaraq, öz tətillərini yaxın qonşu ölkələrdə qeyd etməyi

üstün tuturlar. Avropa ölkələrinə gələn qonaqların yenə də 90%-ə qədəri elə avropalıların özləri olur.

Azərbaycanın təbii-coğrafi quruluş forması, həmçinin iqtisadi artım tempi ölkədə beynəlxalq turizmin inkişaf etməsi üçün uyğun şəraitin olduğunu göstəricisidir. Ölkənin görkəmli və ən əhəmiyyətli yerlərinin düşmənlər tərəfindən işğal edilməsinə baxmayaraq ölkədə turizm sektorunun inkişafı üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Məsələn, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi öz növbəsində Azərbaycanda turizmin beynəlxalq müstəvidə inkişafı üçün fərqli inkişaf etmiş ölkələrlə müştərək layihələrə imza atır, həmçinin turizmin inkişafına müsbət təsir göstərəcək sərmayələrin cəlb edilməsinə çalışır. Bəzi ölkələrin sosial-iqtisadi cəhətdən mövcud olması demək olar ki, beynəlxalq turizmdən asılıdır və bu da onları ön pillə uğrunda rəqabət aparmağa şövq edir. Təbiidir ki, turizmin təşkilində yüksək peşəkarlıq göstərən bu ölkələrlə rəqabət apararkən ölkəmiz müəyyən çətinliklərlə üzləşir. Amma buna baxmayaraq ölkəmizdə turizmin təşkil sahəsində bəzi mühüm nəaliyyətlər əldə olunmuşdur. 2001-ci il ərzində Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyi yaradılaraq turizm işinin bu quruma verilməsi ilə sektorda müsbət nəticələrə səbəb olmuşdur. Bu nazirliyin söyləri nəticəsində 2001-ci il oktyabrın 14-də Seulda baş tutan Ümumdünya Turizm Təşkilatının 14-cü beynəlxalq yığıncağında iştirak edərək bu təşkilatın üzvlüyünə qəbul olunmuşdur. Sözügedən Ümumdünya Turizm Təşkilatının vasitəsilə Azərbaycan beynəlxalq turizm sahəsinə inteqrasiya olmaq üçün bir sıra imkanlar əldə etmişdir. Bununla paralel olaraq turizm xidmətlərimizi beynəlxalq səviyyədə mükəmməlləşdirmək və inkişafına nail olmaq üçün Azərbaycan Respublikasının prezident fərmanı ilə “Turist-ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması” haqqında sənəd qəbul olunmuşdur. Bu fərmanda əsasən mehmanxana və bunun xidmət funksiyasına bərabər tutulan müəssisə və təşkilatların qarşısına bir sıra tələblər qoyulmuşdur ki, onlar da əsasən turistlərə göstərilən xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsindən ibarət idi.

2.3. Azərbaycan turizminin əsas problemləri

Azərbaycanda turizm inkişaf etsə də bu inkişaf tempinin qarşısını alan bir sıra problemlər də mövcuddur. İqtisadiyyatda baş verən proseslər digər sahələrlə yanaşı turizmə də öz mənfi və ya müsbət təsirlərini göstərir. Ümumiyyətlə turizm sektoruna təsir göstərən problemləri əsasən aşağıdakı kimi qruplaşdırma bilərik.

- Ekoloji problemlər;
- Sosial problemlər;
- Siyasi problemlər;

Turizm sektorunun inkişafı öz başlanğıc nöqtəsini turistlərə təklif edilən turistik məhsullardan götürdüyünü diqqətdə saxlasaq, turistik məhsulların inkişafına dair gərəkli tədbirlərin reallaşdırılaraq həyata keçirilməsi, bu məhsulların yüksək səviyyəyə qaldırılması əsas tədqiqat obyektlərindən biri olmalıdır. Bu kimi tədqiqatların əsas əhəmiyyəti ondadır ki, turizmin inkişafı yerli turistik məhsulların satışı və bundan gəlir əldə olunması ilə paralel olaraq digər sənaye sahələrinin də inkişafına yol açmış olur. Bu kimi proseslər ölkədə həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə və bir sıra sahələrdə işsizlik probleminin aradan götürülməsinə gətirib çıxarır.

Turizm sektorunun inkişafı üçün bir sıra amilləri nəzərdə saxlamaq mütləqdir. Bu sektora təsir edən amilləri aşağıdakı kimi qruplaşdırma bilərik.

2.3.1. Ekoloji problemlər

Əlverişli iqlim və təbii şəraitin mövcud olması, təbiətin və landşaftın mənşəli ərazilərinin olması, inkişaf etmiş su şəbəkələrin eləcə də təbii su hövzələrinin var olması, təbiət obyektlərinin yararlı və təmiz halda olması, təbii ekoloji durumun ürəkəçən vəziyyətdə olması aiddir.

Beynəlxalq sənədlərdə də qeyd edildiyi kimi, ekoloji problemlərin həlli və ətraf mühitin mühafizə olunması ölkənin davamlı inkişafı üçün vacib olan amillərdən biri hesab olunur. Bu nöqtəyi nəzərdən respublikada davamlı inkişafın ətraf aləmin qorunması ilə təbii olan resursdan davamlı olaraq istifadəni tələb edir. Beləliklə, XXI

əsrin müddəalarında irəli sürülən məsələlərin müəyyən bir qismi ətraf mühitin mühafizə olunması, təbii ehtiyatdan səmərəli şəkildə istifadə edilməsi ilə bağlıdır. Ölkəmizdə son dövrlərdə ətraf mühit mühafizəsi və ekoloji məsələlərin həll olunması istiqamətində bir sıra işlər görülmüşdür. Bunun üçün Azərbaycanda inkişafın davamlılığının təmin olunması məqsədi ilə təbii ehtiyatdan uyğun şəkildə istifadə olunması və ətraf mühitin mühafizəsinin hüquqi bazası yaradıldı.

Rio konfransından bu yana əhalinin sağlığı, ətraf mühitin mühafizə olunması, təbii resursdan faydalı şəkildə istifadə olunması və ekoloji təhlükəsizliyə dair 20-dən artıq milli qanunlar qəbul olunmuşdur. 2006-2010-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında ekoloji vəziyyətin daha da yaxşılaşdırılması üçün qəbul olunan tədbirlər planı həyata müvəffəqiyyətlə həyata keçirildi və bu proseslər ekoloji problemlərin bir qismini həll etmiş oldu.

2.3.2. Sosial problemlər

Yerli əhalinin böyük bir qisminin yaşayış səviyyəsi, turizm sektorunun iqtisadi baxımdan əlverişli olması, ölkə vətəndaşlarının ölkədaxili və ölkəxarici səyahətlər etməsinə imkan yaradan hüquqların və sosial azadlıqların var olması, bir sıra iqtisadi əməkdaşlıqların formalaşmasına gətirib çıxaran beynəlxalq əmək bölgülərinin olması, nəqliyyat sektorunun hər tərəfli təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq ticarətin inkişaf etdirilməsi sosial amillərə aiddir.

Əhali artımı ümumilikdə dünya turizm potensialına müsbət təsir göstərir. İnsanlar arasında orta ömür müddətinin getdikcə artması və həmçinin təqaüd yaşının daha erkən yaşlar ilə əvəzlənməsi turizm sektorunda üçüncü yaş qrupunun daha çox səfər etməsi ilə müşahidə olunur. İnsanların təhsil və mədəniyyət səviyyəsinin artması da turizm sektoruna öz təsirini göstərən məsələlərdən biridir. Bundan əlavə kütləvi informasiya vasitələrinin (KİV) də turizmə müsbət təsir göstərdiyini deyə bilərik. Kütləvi informasiya vasitəsinin inkişaf etməsi ilə qonaqpərvərlik resursunun, əlverişli istirahət mərkəzləri infrastrukturunun və həmçinin başqa turizm sənaye amillərinin

tanındılması prosesi daha da sürətlənir. Turizmin daha da məşhurlaşmasına səbəb olan proseslərdən biri şəhər sakinlərinin durmadan artım göstərməsidir. Şəhərləşmə prosesi yeni urbanizasiya turistik xidmətlərə görə yaranan tələbatın daha da artmasına gətirib çıxarır. Turistlərin axınıni formalaşdıran əsas yerlər inzibati və sənaye mərkəzləridir ki, bunlara nümunə olaraq paytaxtımız olan Bakı şəhərini göstərə bilərik.

Təşkilatlar, fərdlər və cəmiyyətlər turizm sektorunun artıq insanların həyatında ayrılmaz bir paya sahib olduğunu və bununla yanaşı iqtisadiyyata, təhsilə və mədəniyyətə təsir edən aparıcı bir sahə olduğunu etiraf edirlər.

Sosial amillərə isə əsasən bunlar aid edilir: Ailəvi xüsusiyyətlər - evli-subay olması, ailədə olan uşaqların sayı, onların yaş tərkibi turizmə təsir göstərir. Aparılan tədqiqatlara əsasən ailə başçısının çalışdığı sahə də turizm fəaliyyətinə təsir edən məsələlərdəndir. Kənd təsərrüfatı sahəsində çalışanlar ən az səyahət edən, sərbəst iş sahibləri və yüksək vəzifə sahibləri isə ən çox səfər edənlər arasındadır.

Bundan əlavə əhalinin yaş qrupu da turizm fəaliyyətlərinə təsir göstərir. Belə ki, ölkə sakinlərinin yaş quruluşlarında baş verən dəyişikliklər turizm sektoruna yeni müştəri qruplarının gəlməsinə və yeni zövqlərin əmələ gəlməsinə səbəb olur.

Sözügedən amilləri qeyd edərkən görürük ki, turistik səyahətlər əsasən yaxın və ya qonşu ölkə arasında reallaşır. Bunun isə əsas səbəbləri oxşar adət və ənənələrin olması, dilin yaxınlığı və birbaşa onların həyat tərzləri sayıla bilər.

2.3.3. Siyasi problemlər

Turistlərin səfər etdiyi ölkələrdə daxili siyasi sabitlik, ölkələrarası dostluq münasibətləri, qonşu dövlətlərlə sülh şəraiti, ticarət, iqtisadi, elmi-texniki, mədəni əlaqələr, turizm mübadiləsinin aparılması üzrə ölkələrarası əməkdaşlıq sazişləri siyasi məsələlərə aid edilir.

Hər hansısa bir ölkənin siyasi vəziyyəti gərgin halda olarsa, bu ölkəyə olan turizm tələbi də azalmağa başlayar. Azərbaycan da siyasi problemlərlə üz-üzədir. Ölkə ərazisinin 20%-nin işğal edilməsi nəyinki mövcud olan turizm resurslarından istifadə

zamanı problemlər yaradır, həmçinin ölkəyə təşrif buyurun turist sayında da öz mənfi təsirini göstərir. Ümumi olaraq isə siyasi problem yaradacaq amillər bunlardır: səfər olunan ölkənin siyasi rejimi və həmin rejimə qarşı nümayiş olunan reaksiya əksər hallarda ölkəyə yönəlmiş turizm sahəsinin inkişafının qarşısını almış olur. Turizm məqsədi ilə səyahət etmək istəyən və bu istəyin reallaşmasına imkan yaradacaq miqdarda gəlirə yiyələnmiş olan vətəndaşlara ölkədən xaricə çıxmaq məqsədi ilə onlara bu haqqın təmin olunması vacibdir.

İki ölkənin arasındakı siyasi münasibətlər. Səfər olunan ölkə ilə xarici siyasi əlaqənin durumu, həmin ölkəyə istiqamət alan turizmə öz müsbət təsirini göstərəcəkdir. Bundan əlavə hər növ beynəlxalq münasibətlər, hərbi münaqişə və konfliktlər, ölkədəki daxili siyasət nəzərə alınacaq faktorlardan ən əsaslarıdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının təqdim etdiyi göstəriciləri nəzərə alsaq, beynəlxalq turizm sahəsində siyasi amillərin ölkə üçün gəlmə turizminə böyük təsir etdiyini görürük. Çünki, turizm elə bir sahədir ki, o siyasi hadisələrə olduqca həssas yanaşır. 11 sentyabr 2001-ci ildə ABŞ-da baş verən bir terror hadisəsi ilə bu ölkəyə gələn turist sayında kəskin azalma ilə nəticələnməklə yanaşı həmçinin turizmdən əldə olunan gəlirlərin də bir neçə dəfə aşağı düşməsinə səbəb olmuşdur.

Hazırda isə ölkə ərazisinin 20%-i Ermənistan tərəfindən işğal olunması səbəbi ilə təəssüflər olsun ki, hələ də bu problemin ağır nəticəsindən əziyyət çəkməkdədir. Bunun nəticəsidir ki, bir sıra turistlər vardır ki, bu məsələ ilə əlaqədar olaraq ölkəmizə gəlməkdən son anda vaz keçirlər.

2.3.4. Digər problemlər

Turizmin məhsulu kimi onun iqtisadiyyatı da spesifik xüsusiyyətə malikdir. Bu isə onun bir sıra iqtisadi və ya qeyri-iqtisadi amillərin təsirinə məruz qalması nəticəsində yaranır. Təbiidir ki, bu amillərin əksəriyyəti qeyri-müəyyən olaraq qalmaqdadır.

Ümumiyyətlə isə bu amillər lokal və global olmaqla iki qrupa ayrılır. Qlobal amillərə iqtisadi, siyasi, mövsümlilik, təbii amilləri nümunə gətirmək olar. Yaşadığımız müasir dövrdə turizm fəaliyyətlərinə qatılan turistlərin əksər hissəsini iqtisadi baxımdan əsasən inkişaf etmiş ölkələrin vətəndaşları təşkil edir. İqtisadi amillər dedikdə isə əhalinin maddi rifah göstəricisi, bütünlükdə ölkənin inkişafı, maddi-texniki bazanın nə dərəcədə inkişaf etməsi nəzərdə tutulur. Turizm məhsulunun daha çox alıcılıq qabiliyyətinin olması üçün kifayət edəcək qədər iqtisadi inkişafın mövcudluğu mütləqdir.

Belə ki, normal imkanı olan biri səyahətə çıxa bilər amma gəliri olmayan biri turizmdə ola bilməz. İşsiz sayının çox olması, əməkhaqqının az olması ölkədə kütləvi turizmin qarşısını alan problemlərdən biridir. Səbəblərdən biri də Azərbaycanın turizm rəqabətində qonşu ölkələrə, əsasən də Gürcüstan və Türkiyəyə uduzmasındadır. Bu ölkələrdə turizm xidmətlərinin daha sərfəli və bu xidmətlərin peşəkarcasına təqdim olunması əsas göstəricilərdən hesab olunur. Bu səbəbdən yerli vətəndaşlarımız daxildə yerləşən turizm obyektlərinə deyil, məhz bu kimi ölkələrə səfər etməyi üstün tuturlar. Burdan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, ölkə ərazisində yerləşən və göstərilən turizm xidmətləri baha olarsa vətəndaşlar istirahət məqsədi ilə ölkəxaricinə uz tutmuş olacaqlar. Bu vəziyyətdə isə Azərbaycan yerli turistlərin mümkün qədər böyük bir qismini ölkədə saxlamağa maraqlı olmalıdır.

Bu zaman fərdlərin turizmə sərf etdikləri vəsait ölkə daxilində qalacaqdır. Bunun üçün ən önəmli məsələ isə qonşu ölkələrlə düzgün rəqabətə girmək və mümkün qədər onları üstələməkdir.

Təbii amillərin də turizmə müəyyən problemlər yaşatdığını görürük. Yay aylarında havanın yağışlı, qışda isə qarlı olması sözügedən mövsümlərdə uyğun turizm destinasiyalarının mənfəətlə deyil, ziyanla işləməsinə gətirib çıxarır. Bundan əlavə zəlzələ, daşqın, sunami, ekoloji tarazlıq və s. də təbii amillərdən doğan problemlərə aid edilir.

III Fəsil TÜRKIYƏNİN TURİZM TƏCRÜBƏSİNİN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI

Azərbaycan turizm sektorunda yetərli təcrübəyə sahib olmadığına görə birmənalı olaraq dünya ölkələrinin turizm təcrübələrinə baş vurmaq, yaranacaq fors-major hallarından lazımı şəkildə müsbət nəticə ilə çıxmaq üçün onların təcrübələrini dərinlən öyrənmək mütləqdir. Türkiyənin turizm təcrübəsini öyrənmək və bu təcrübələri Azərbaycan turizminə tətbiq etmək, başqa bir uzaq ölkəni, heç bir gösəriciləri üst-üstə düşməyən və ya yaxın olmayan bir ölkəni müqayisə və ya təhlil etməkdən daha aktualdır deyə düşünürük.

3.1. Türkiyə təcrübəsinin Azərbaycanın Xəzərsahili ərazilərinə tətbiqi imkanları

Türkiyə dəniz turizmi baxımından dünyanın ən qabaqcıl ölkələrindən biridir. Ege və Aralıq dənizi sahillərini xüsusilə qeyd edə bilərik. Bu bölgələr yerli turistlərlə yanaşı kifayət qədər xarici turistləri də özünə cəlb edir. Marmara və Qara dəniz sahillərində isə əsasən yerli turistlər dincəlməyi üstün tutur. Günəşli günlərin az olduğu Qara dəniz sahillərində dəniz mövsümü iyul və avqust ayı ilə yekunlaşır.

Türkiyə yarımada olan və dəniz turizminin bu qədər geniş sahillərə yayıldığı nadir ölkələrdən biri sayılır. Mərsindən başlayaraq Çanaqqala sahillərinə qədər uzanan məsafə dəniz turizmi üçün münasibdir. Bu sahil şəhərlərində, xüsusilə də İzmir, Antalya, Muğla əraziləri uzun sahil əraziləri ilə yeri və xarici turistləri qonaq edir. Turizm ölkənin gəlirləri baxımından xüsusi paya sahibdir. Sözügedən sahil zolaqlarında minlərlə qonaqlama müəssisəsi mövcuddur. Minlərlə otel öz qonaqlarına xidmət göstərməkdədir.

Dünya miqyasında ən çox pul xərclənən turizm növü dəniz yəni çimərlik turizmidir. Turizm ümumilikdə bacasız bir sənaye sahəsi kimi tanınır. Nümunə olaraq

xaricdən gələn turist ölkəyə girdiyi andan iqtisadiyyata qatqı verməyə başlayır. Qaldığı otel, gəzintilər, alış-verişlər tamamilə ölkə iqtisadiyyatına verdiyi töhvə mənasına gəlir.

Türkiyənin sahil ərazilərdə tətbiq etdiyi çimərlik turizminin Azərbaycanın bəzi sahil ərazilərində tətbiq olunması mümkündür. Dünya okeanının sahillərində olmadığımızı və bir tək Xəzərsahillərinə sahib olduğumuzu nəzərə alsaq və bu ərazilərin əksər hissəsinin çimərlik turizmi üçün ekoloji cəhətdən uyğun olmadığını göz önündə tutsaq geriyə nisbətən kiçik sahil zolağı qalacaqdır. Amma bununla belə Azərbaycanda da müəyyən çimərliklər mövcuddur ki, orada real turizm potensialı mövcuddur. Lakin Türkiyədən fərqli olaraq ölkəmizdə bu ərazilərdə də turizm infrastrukturunun ürəkaçan vəziyyətdə olmamaması, əsasən də bu ərazilərdə yerləşən qonaqlama müəssisələrinin azlığı və ya onların hər kəsin gəlirlərinə uyğun olmaması bu sahədə inkişafın sürətini ləngidən proseslərdəndir.

Dünya turizm sənayesində çimərliklər ən çox gəlir gətirən sahələrdən bir sayılır. Bir çox turistlər nisbətən isti aylarda günlərini müxtəlif dəniz sahillərində, fərqli istirahət və əyləncə mərkəzlərində keçirməyi üstün hesab edirlər. Ümumiyyətlə isə on minlərlə turist hər il çimərlik məqsədi ilə səyahətə gedir. Təbiətin bəzi ölkələrə bəxş etdiyi bu gözəl mənzərədən istifadə edərək turizm fəaliyyəti həyata keçirməklə çimərlik turizmindən kifayət qədər yüksək gəlirlər əldə edirlər.

Ölkəmizin də Xəzər sahili ərazilərində bu turizm növünün inkişafı üçün nəzərdə tutulan xeyli imkanlar mövcuddur. Araşdırmalardan alınan fikirləri bir araya gətirərək onu vurğulaya bilərik ki, şimal nöqtəsindən tutmuş cənuba qədər 850 km-lik sahil zolaqlarının 60% ərazisində çimərlik turizm növünün inkişaf etdirilməsi mümkündür.

Hazırda isə sahil ərazilərdə 90-a yaxın çimərlik mövcuddur. Ümumiyyətlə isə mütəmadi olaraq hər il çimərlik mövsümündən əvvəl dəniz suyundan nümunələr götürülərək monitorinqlər həyata keçirilir. Hansısa ərazilərdə suyun göstəriciləri qənaətbəxş olmadıqda bu ərazilərdə çimməyə qadağa qoyulur. Çimərlik üçün yararlı olan ərazilər ictimaiyyətə elan olunur.

Lakin ölkəmizin dəniz turizmindəki potensialını göz önündə tutsaq, Xəzər dənizinin çimərlik məqsədli istifadəsi çox zəif inkişaf etmişdir. Dəniz sahillərində, xüsusilə də çimərliklərdə, istirahət mərkəzlərinin artırılması və ya yenisinin tikilməsi, koteclər, sanatoriyalar kimi fərqli məkanların istifadəsi və s. amillər ölkəyə turistlərin cəlbini təmin etməkdə təsir göstərə bilər. Çimərlik turizminin inkişafı üçün ən başlıca səbəblər çimərlik suyunun təmizlik dərəcəsi, müəyyən olunmuş infrastruktur, göstərilən turizm xidmətlərinin səviyyəsi ilə əlaqəlidir. Çimərlik turizmində əsas yerləri İspaniya, Türkiyə, Fransa və Yunanıstan kimi ölkələrin təcrübəsinə əsaslanmaq olar. Biz isə bu məqalədə əsasən Türkiyə dənizlərini araşdıracağıq.

“Türkiyənin önəmli turizm destinasiyaları arasında gələn Qara dəniz bənzərsiz təbiəti ilə turizmdə yüksələn bir dəyərdir. Qaradəniz Türkiyə ilə yanaşı Bolqarıstan, Rumıniya, Ukrayna, Rusiya Federasiyası və Gürcüstanla sərhəddir. Ümumilikdə 422.000 km² sahəsi olan Qara Dənizdə Türkiyənin 1685 km-lik bir sahili vardır. Qidalanma mənbələrinin çox, buxarlanmanın az olduğu dənizlərdə duzluluq nisbəti aşağı olduğundan Qara Dəniz Türkiyənin duzluluq nisbəti ən aşağı olan dənizi hesab edilir (18%). Türkiyənin dəniz məhsullarının 80%-i Qara Dənizdən əldə olunur. Qara dənizin üzərindən keçən rütubətli hava kütlələri, Qara dəniz Dağlarının şimal yamaclarına bol miqdarda yağış gətirir. Qara dənizdə 200 metrinin altındakı dərinliklərdə, kükürlü hidrogen qazının olması səbəbi ilə dərin ərazilərdə canlı yaşaya bilməz. Buludluq nisbəti yüksək, dəniz suyu temperaturu aşağı olduğu üçün sahil turizmi yetərinə inkişaf etməmişdir.” (“Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı ÇED Raporu”, 2017)

Qara dəniz

Qara dəniz ərazisi böyük pay etibarı ilə yerli turistlərin ziyarət etdiyi ərazilər hesab olunur. Qonaqlama və gecələmələrin böyük bir hissəsi yerli turistlərə aiddir. Amma buna baxmayaraq son illərdə açıqlanan nəticələrdə əcnəbi turistlərin getdikcə

sayının artması bu nisbətın zamanla dəyişiklik göstərməsinə səbəb olmuşdur. Əcnəbi turistlərin sayı artdıqca yeni otellər və istirahət mərkəzləri inşa edilir.

Burada dəniz mövsümünün qısa olması turizm müəssisələri üçün ən önəmli problem sayılır. Mövsümün mümkün qədər uzunmüddətli olmasını təmin etmək və turistin burada qaldığı günlərin sayını artırmaq bu sektorun qarşısındakı ən önəmli hədəf sayılır. Bölgənin sektorda önə çıxmasının əsas şərtlərindən biri sadəcə böyük turların turizm destinasiyası deyil, həmçinin fərdi turistlərin gələcəyi məkana çevrilməkdir. Bölgəyə olan marağın artması, hər hansısa bir tura bağlı olmadan edilən səyahətləri də artıracaqdır. Lakin potensial turistin marağını çəkmək üçün xüsusilə otel və buna bənzər digər xidmətlərin elektron turizm imkanlarını istifadə etməsi vacibdir. Bu müəssisələrin ayaqda qalması üçün elektron rezervasiya və satış edə bilməsi önəmlidir. Bu kimi proseslər turistin fərdi, heç bir tura bağlı olmadan öz seçimi ilə istədiyi xidmətdən yararlanmasına gətirib çıxarır.

Qara dəniz sahilləri əsasən daşlı qayalı olduğundan əksər hissələr çimərlik turizmi üçün əlverişli sayılmır. Buna baxmayaraq Qara dənizin bir sıra sahilləri narın qumlu olduğundan həmin ərazilərdə turizm üçün lazım olan bütün infrastrukturlar mövcuddur. Bəzi çimərliklər meşə ilə əhatə olunub. Dəniz suyunun temperaturu iyun ayında 20 C°, avqust ayında isə 26 C°-dir.

Aralıq dənizi

Turizmdə bir ölkədə və ya bölgədə turistlərin cəlb edilməsi imkanı üç faktordan asılıdır: cəlbəedicilik, əlçatımlıq və yerləşmə.

Aralıq dənizinin sahilyanı əraziləri yelkən, su xizəyi, su paraşütü, trekkinq, yat turizmi, xüsusilə günəşlənmə və üzmə kimi bir çox turistik fəaliyyət sahəsini özündə birləşdirir.

Bölgədə yerləşən Kaledoniyan burnunun şərqində qalan ərazi az girintili çıxıntılıdır. Kaledoniyan burnunun qərbində isə Ege bölgəsində olduğu kimi sahilə çox sayda girinti çıxıntı mövcuddur.. Sahildəki bu vəziyyət Aralıq dənizi sahillərində hakim olan qum-günəş-dəniz üçlüyünə söykənən turizm növü üçün önəmli bir üstünlük

sayılır. Bu ərazilərdə yaxın məsafələrdə fərqli istiqamətlərə baxan sahillər olduğundan, eyni anda bir sahil dalğalı olarkən yaxın bir məsafədə yerləşən digər sahildə yerləşən çimərlik sakit və küləksiz ola bilər. Bu vəziyyət gələn turistlər üçün bir-birinə yaxın olan məsafələrdə fərqli çimərlik təcrübəsini yaşamağa imkan verir.

Aralıq dənizi bölgəsində hündür sahillər mövcuddur. Yüksək sahillərdən mənzərəli, təbii əraziləri görmək mümkündür. Antalyanın sahilində yerləşən şaquli qayalar və 40 metrə çatan Düdən şlalələri buna misal ola bilər. Sahil əraziləri quru və dənizin bir-birinə yaxınlaşdığı və son illərdə alternativ turizm sahəsində sürətlə dəyər qazanan vacib iqtisadi sahələrdir. Dəniz turizm fəaliyyətlərində dənizin xüsusiyyətləri də əsasdır. Dənizlər başda dəniz turizmi olmaqla ov turizmi, su xizəyi, sualtı dalış kimi bir çox turizm hərəkatlərinə və növlərinə ev sahibliyi etməkdədir.

Dənizlər hər hansı bir turizm fəaliyyətinin istifadəsi üçün mütləq şəkildə ekoloji cəhətdən təmiz olmalıdır. Aralıq dənizi Qara dəniz və Mərmərə dənizinə nisbətən daha təmiz qala bilmişdir. Özəlliklə Aralıq dənizi bölgəsinin qərbindən Silifkəyə qədər olan sahillər ekoloji cəhətdən “yaxşı” və ya “çox yaxşı” olaraq qiymətləndirilmişdir. Buna baxmayaraq Mərsin şəhərinin sahilləri sahildən 19 km içə doğru “aşağı” olaraq sinifləndirilmişdir. (Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı ÇED, Raporu, 2017). Eyni hesabatda göstərilir ki, Aralıq dənizi sahillərində rast gəlinən ən böyük çirkləndirici ünsür kənd təsərrüfatı sahələrində istifadə olunan kimyəvi maddələrin zərərli hissələridir. (Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı, ÇED Raporu, 2017: 58).

Aralıq dənizi bölgəsində dənizlərin bir turizm mənbəyi olaraq ən çox istifadə olunan sahə qum-günəş-dəniz üçlüyünə söykənən turizm növüdür. Bu kimi dənizlərdə onların təmizliyi ilə yanaşı temperaturu da önəmli bir faktordur. Bir sahədə dənizə girə bilmək üçün dəniz suyunun temperaturunun minimum 15-17C° olması vacibdir. Aralıq dənizi Türkiyənin cənubunda olduğu və soyuq su axıntılarının qovuşmadığı bir iç dəniz olduğundan dəniz suyunun temperaturu ilin böyük bir hissəsində 17C°-nin üzərindədir. Sadəcə dəniz temperaturunun avantajını göz önündə tutsaq Aralıq dənizi bölgəsində 9 ay dənizə girmək mümkündür. Digər bölgələrdə dəniz temperaturunun 17C°-nin

üzərində olduğu aylar daha azdır. Qara dənizdə 4 ay, Mərmərə sahillərində 4 ay, Egey dənizinin şimalında 5 ay, cənubunda isə məsələn Bodrumda 7 ay boyunca dənizə girmək mümkündür. Dənizlər sadəcə çimərlik məqsədi ilə istifadə olunmur. Bundan başqa ov turizmi və sualtı dalış turizmi kimi fəaliyyətlərin də həyata keçirildiyi yerlərdir.

2 500 000 km² ərazi ilə Türkiyənin ətrafında yerləşən ən böyük dənizdir. Aralıq dənizinin Türkiyəyə düşən sahil xəttinin uzunluğu 1577 km-dir. Türkiyənin cənubunda yerləşən Aralıq dənizi yüksək temperatur və burxarlanma səbəbi ilə ölkədəki ən duzlu dəniz hesab olunur (38-39‰).

İl ərzində orta hesabla 3000 saata bərabər günəşlənmə müddəti vardır ki, bu da çimərlik turizminin daha uzun müddət davam etməsinə zəmin yaradır. Dəniz suyunun orta temperaturu 24-28 C°-dir. Çimərlik turizmi yüksək inkişaf etmişdir.

Mərmərə dənizi

“Mərmərə bölgəsi Türkiyənin şimal qərbinə təşkil edir. Bölgənin adını gətirdiyü Mərmərə dənizi bölgə hüdudları içində yerləşir. Mərmərə Dənizi, İstanbul Boğazı ilə Qara Dənizə, Dardanel Boğazı ilə Egey dənizinə bağlıdır. Boğazlar və Mərmərə dənizi, eyni zamanda Asiya ilə Avropa torpaqları arasındakı sərhədləri meydana gətirir. Mərmərə bölgəsi, iqlim bölgələri arasında bir keçid rolunu oynayır. Ümumiyyətlə Aralıq dənizi iqlimi ilə Qara dəniz iqlimi arasında bir iqlim hakimdir.” (Ətraf mühit və Şəhər İcra Hakimiyyəti hesabatı”, 2017)

Bölgənin cənub hissələri aralıq dənizi iqlimini şimal hissəsi isə qara dəniz iqlimini əks etdirir. Qış aylarında daha çox yağış düşən bu bölgənin ortalama temperaturu Aralıq və Egey bölgələrinə nisbətən aşağıdır. Qara dəniz və Egey dənizini boğazlarla bir-birinə bağladığından önəmli su yoludur. Mərmərə dənizində bir sıra adalar mövcuddur ki, bunlardan ən böyüyü Mərmərə adasıdır. Mərmərə dənizi turizm baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Sahilləri dəniz turizminə çox uyğundur. Bundan əlavə ölkənin ən əhəmiyyətli quru və dəmir yolları bu bölgədən keçir.

Bölgə hər il yerli və xarici turistləri qəbul etməkdədir. Bundan başqa, Avropanı Orta Şərqə bağlayan İstanbul və Dardanel boğazlarının burada yer alması, turizmin canlanmasına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir. İstanbul və Çanaqqala boğazları arasında yerləşən, 11 350 km² ərazi ilə digər dənizlərə nisbətən kiçik olan daxili dənizdir. Boğazlar və Mərmərə dənizi, Qara dənizə sahili olan ölkələrin Aralıq dənizinə və dünyaya açılan qapısıdır. Duzluluq nisbəti 22% civarındadır.

Balıqların köç yolunda yerləşdiyi üçün balıqçılıq ənənələri inkişaf etmişdir. Mərmərə dənizi transfer və turistik baxımdan Türkiyə iqtisadiyyatına böyük gəlirlər sağlar. Ticarətin ümumi həcmi baxımından Türkiyənin ən böyük limanı olan İstanbul limanı Mərmərə dənizində yerləşir. Mərmərə dənizinin üzərində çoxlu sayda adalar mövcuddur.

Egey dənizi

Egey bölgəsi sahib olduğu təbii və bəşəri zənginlikləri ilə olduqca böyük bir turizm potensialı təklif etməkdədir. Dağların sahilə dik şəkildə uzanması uzun sahil xətləri bu turizmin ölkə miqyasında inkişafını təmin etmişdir. Bunun da üzərinə yay mövsümünün uzun olması əlavə dəyər vermişdir. Geoloji baxımdan da bir sıra üstünlüklər mövcuddur. Məsələn şist, kvarst kimi metamorfik süxurların bolluğu dalğalar nəticəsində keyfiyyətli çimərliklərin yaranmasını təmin etmiş və sahil turizminin inkişafında böyük rol oynamışdır.

Anadolu ilə Balkan yarımadası arasında şimaldan cənuba doğru uzanan dənizdir. 214 000 km² ərazini əhatə edən Egey dənizi 2530 km ilə Türkiyənin ən uzun sahillərə sahib olan dənizidir. Duzluluq miqdarı şimalda fərqli cənubda isə fərqli göstəricilərə sahibdir. Belə ki, şimaldan cənuba keçdikcə duzluluq miqdarı artır. Şimalda duzluluq miqdarı 33% olarkən cənubda isə bu göstərici 38%-ə qədər çatır. Egey bölgəsində dağlar sahilə doğru dik şəkildə uzandığından körfəz, ada və yarımada sayı olduqca çoxdur. Ticarət həcmi baxımından Türkiyənin ikinci ən böyük limanı sayılan İzmir Limanı məhz bu dənizin sahilində yerləşir. Bu dənizin sahil ərazilərində dəniz suyunun temperaturu yüksək olduğundan bu ərazilərdə də çimərlik turizmi inkişaf etmişdir.

Xəzər dənizi

Xəzər dənizi dünyanın ən böyük qapalı su hövzəsidir. Amma ərazisinin böyük olması və hidroqrafik xüsusiyyətlərinə görə onu dəniz adlandırırlar. Xəzərin sahilı 5 ölkə ilə - İran, Azərbaycan, Rusiya, Qazaxıstan və Türkmənistan dövlətləri ilə həmsərhəddir. Tarix boyu 70-ə yaxın adı olan bu dənizin hazırda ən çox yayılan adları Xəzər və Kaspidir. Xəzər dənizinin sahəsi 376 000 km²-dir. Ən dərin hissəsi 1025 metr ilə Lənkəran çökəkliyidir. Sahil xəttinin ümumi uzunluğu isə 6500 km-dir.

Xəzərin sahilləri az girintili-çıxıntılıdır. Əsas yarımadaı isə Abşeron, Mangistau, Buzaç, Çələkən və Türkmənbaşı; əsas adaları isə Bakı və Abşeron arxipelaqları, Çeçen, Oqurçı, Kulalı və s.dir. Buraya çox sayda çay qovuşsa da suyun 82%-i Volqa çayının payına düşür.

Xəzər dənizi Orta Asiyadan respublikamızın ərazisinə gələn quru və isti hava kütlələrini mülayimləşdirir və qismən rütubətləndirir. Xəzərin özü isə yaxınlıqdakı dağətəyi ərazilərə rütubət verir.

Xəzər dənizində dalğalar, əsasən küləyin təsirindən yaranır. Küləyin orta sürəti 2-5 m/san-dir. Ən sürətli dalğalar məhz Azərbaycan ərazisində yerləşən Abşeron yarımadasında baş verir ki, Xəzri küləyi nəticəsində yaranan bu dalğaların hündürlüyü bəzən 10-12 m-ə çatır.

Xəzərin Azərbaycan sahillərinin uzunluğu 825 km-dir. Bu zonada saf dəniz havası, gözəl mənzərələr, bol günəş enerjisi, narin qumlu çimərlikləri turizm baxımından olduqca əlverişlidir. Kurort-rekreasiyanın inkişafı üçün ən əlverişli ərazilər Yalama-Nabran, Giləzi-Abşeron, Lənkəran sahilləridir.

Xəzər dənizinin bir-birindən asılı 3 başlıca problemi vardır ki, bunlar da aşağıdakılardır.

Xəzərin səviyyəsinin dəyişməsi; XX əsrdə maksimum səviyyə 1929-cu ildə qeydə alınıb ki, həmin ildə Xəzərin sahəsi 422 min km² olub. 1970-ci ilə qədər Xəzərin səviyyəsi 2 metr aşağı düşməklə onun sahəsi 371 min km²-ə qədər azalmışdır. 1977-ci ildən etibarən isə Xəzərin sahəsi yenidən artmağa başlamışdır.

Ekoloji problem; dənizdə neft çıxarılması, Xəzər ətrafındakı sənaye müəssisələrinin tullantıları, Xəzərə tökülən çayların çirkli suları gərgin ekoloji vəziyyət yaradır.

Bioloji problem; İstər səviyyənin dəyişməsi, istərsə də ekoloji gərgin şərait canlılar aləminin həyat şəratini pisləşdirir və onların məhvinə gətirib çıxarır. Bioloji problemləri yaradan amillərdən biri də Xəzərə tökülən əsas çaylar üzərində su anbarlarının tikilə bilməsidir. Nəsil artırma bilmək üçün çayların yuxarı axımına doğru üzə bilən balıqlara bu bəndlər mane olur.

3.1.1. Çimərlik turizmi

Dünyada dəniz turizminin arması ilə Türkiyədə də dəniz turizminə olan maraq artmaqdadır. Dəniz turizmi Türkiyəyə gələn turistlərin əksəriyyətinin turizm məqsədi ilə bu ölkəni seçməsinə müsbət təsir göstərir. Türkiyənin dəniz turizminin daha da inkişaf etməsi üçün lazım olan çimərlik üçün yararlı olan ərazilərin təmizliyi, uzun sahillər, təbii və tarixi gözəllikləri ilə bu sahəyə maraq artırmışdır. Məsələn Aralıq dənizinin sahilində Türkiyə ilə yanaşı bir çox ölkə olsa da turist cəlb etmə baxımından rəqabətdə qalib gəlmişdir. Apardığımız araşdırmalara əsasən Türkiyədə çimərlik turizmini seçənlərin böyük əksəriyyətinin Rusiyadan gəldiyini deyə bilərik. Bunun əsas səbəblərindən biri isə bu ölkədə yay aylarının kifayət qədər isti keçməməsini qeyd edə bilərik. Rusiya ilə həmsərhəd olduğumuz üçün onların kütləvi şəkildə Azərbaycana da çimərlik üçün üz tutması mümkündür.

Türkiyənin özəlliklə dəniz turizmi sahəsində yerləşən otelçilik və xidmət sahələrindəki təcrübələrini Azərbaycanda yerləşən eyni sahələrə tətbiqini reallaşdırmaq mümkündür. Azərbaycanda çimərlik üçün Türkiyədəki qədər yetərli ərazilər olmasa da əldə olan çimərliklərdən maksimum dərəcədə faydalanmaq, bu əraziləri təkə üst təbəqə turistlər üçün deyil, bütün kateqoriyadan olan turistlər üçün uyğunlaşdırmaq, yeni otel, hostel, istirahət mərkəzləri inşa etmək, çimərliklərin ekoloji cəhətdən təmiz və sağlam olmasına daimi nəzarət etmək mütləqdir.

Türkiyənin sırf bu sahədə olan təcrübələrinə baxsaq görərik ki, dəniz turizmi olduqca gəlirli sahədir. Çünki, məsələn, çimərlik məqsədi ilə bu əraziyə gələn yalnız çimərlikdən istifadə etmir, bununla yanaşı turist otel və ya hosteldə gecələyir, əyləncə obyektlərindən istifadə edir, çimərlikdən xaric bir çox göstərilən əlavə xidmətlərdən istifadə edir ki, bu da turistlərin faydalılıq qorunmaqla daha çox pul xərcləməsinə gətirib çıxarır.

3.1.2. Kruvaziyer turizminin tətbiqi imkanları

Gəmidə limanlara girişi təmin edən, hər növ xidməti təklif edən bir turizm növü olan kruvaziyer turizmi, eyni zamanda digər əlaqə xidmətləri və qonaqlama xidmətləri təqdim etməkdədir. Asiya və Avropa arasında bir körpü rolunu oynayan fərqli mədəniyyətlərin tam qovşağında, zəngin mədəniyyəti, tarixi və təbii gözəllikləri səbəbi ilə bir çox Avropa ölkəsi üçün Türkiyə əsas baza kimi görünə bilər.

Türkiyə kruvaziyerlərə tarix, mədəni irs, münbit iqlim, qonaqpərvərlik, əyləncə, dini tur, 8.333 km sahil zolağı, zəngin yeməklər, mübadilə və s. kimi olduqca çox sərvətə sahibdir. Buna görə də Türkiyə kruvaziyer turistlərinə verdiyi olduqca mühüm dəyərlər və kruvaziyer turistlərini cəlb edən coğrafi mövqeyi ilə böyük bir cazibədarlığa malikdir. Bu baxımdan Türkiyə dəniz turizmi baxımından böyük bir potensiala sahibdir. Azərbaycanda isə bu turizm növünün Türkiyə qədər imkanlara malik olmasa da qonşu ölkələrlə kifayətlənəcək Kruvaziyer turizmi potensialı mövcuddur. Bu turizm növündə xidmət ən üst səviyyədə gerçəkləşdiyi üçün bu sahəyə böyük investisiya tələb edən bir sahə kimi baxa bilərik. Lakin Xəzərin Fars körfəzi vasitəsilə dünya okeanına çıxışı layihəsi gerçəkləşərsə bu turizm növü böyük potensiala sahib olacaq. Kruvaziyer turizm sektorunda Türkiyənin Ağdəniz ölkələrində İspaniya, İtaliya və Yunanıstandan sonra dördüncü sırada gəldiyini nəzərə alsaq ölkəmizdə bu turizm növünün inkişafı üçün lazım olan təcrübəyə Türkiyədən yiyələnmək düzgün addım sayıla bilər.

3.1.3. Balıqçılıq ənənəsinin turizm gəlirlərinə çevrilməsi

Türkiyənin saysız hesabsız sahillərinin olduğunu nəzərə alaraq burada çimərliklə yanaşı həmçinin balıqçılıq ənənələrinin də inkişaf etdiyini deyə bilərik. Türkiyə sahillərinin birbaşa bağlılığı okeanlarla olduğu üçün burada yüzlərlə dəniz məhsullarının olduğunu onlardan hətta turizm məqsədi ilə istifadə olunduğunu qeyd edə bilərik.

Su məhsulları, dünyada ən çox satılan qida məhsuludur. Bəsləmə və ya ovçuluq vasitəsilə istehsal edilən su məhsullarının 37% -dən çoxu beynəlxalq ticarətə aiddir.

Türkiyə bir mülayim iqlim ölkəsidir. Köhnə dünyanın mərkəzində və böyük dəniz və quru yollarının kəsişməsində yerləşir. Bu son dərəcə uyğun coğrafi mövqeyi səbəbiylə Türkiyə tarixin ən köhnə zamanlarından bəri insan birliklərini özünə çəkmiş bir sığınacaq sahəsi olmuş, ticarətə dayanan böyük mədəniyyətlərin və güclü siyasi təşkilatların yaradılması və inkişafına vəsilə olmuşdur. Türkiyə təbii və süni göllər ilə balıqçılıq baxımından çox vacib bir potensiala malikdir. Türkiyənin su məhsulları istehsal sahələri 26 milyon hektarı üzərindədir. Türkiyədə balıqçılıq sahəsinin inkişaf etməsi iqtisadiyyata birbaşa təsir edən fəaliyyət növüdür. Amma bu fəaliyyət növü iqtisadiyyata yalnız satışdan gələn gəlirlərlə deyil həm də balıqçılıq ənənələrinə söykənməsi ilə baş verən proseslərdən qatqı sağlayır. Sayı 100 minlərlə olmasa da sırf Türkiyədə inkişaf edən balıqçılıq ənənələrindən faydalanmaq məqsədi ilə bura gələn turistlərin yetərli auditoriyası mövcuddur. Əsasən orta yaşdan yuxarı insanların marağına səbəb olan bu sahənin Azərbaycanda da reallaşdırılması üçün kifayət qədər şərait mövcuddur. Xəzərin sahilədən kənar ərazilərində bu fəaliyyət növündən istifadə olunsa da turizm məqsədi ilə demək olar ki, istifadə olunmur. Lakin Xəzərin bəzi adaları vardır ki, orada lazımi infrastrukturu qurmaqla Türkiyənin uzunmüddətli təcrübəsinə yiyələnməklə bu ərazilərdə olduqca əlverişli hala gətirib balıqçılıq ənənələrini turizm gəlirlərinə çevirmək mümkün olardı.

3.2. Türkiyənin alternativ turizm növlərinin Azərbaycanda tətbiqi

Alternativ turizm konsepsiyası dünyanın bir çox ölkələri və ölkəmiz tərəfindən uzun müddətdir istifadə olunur. Ancaq alternativ turizmin bir çox tərifi mövcuddur. Bilindiyi kimi, ictimai elmlərdə tək bir haqq olmadığı üçün bu təriflərdən birini qəbul etmək və başqalarını görməmək düzgün deyil. Bu baxımdan, bu alt hissədə alternativ turizmin tərifi araşdırılmış və ümumi təsvirə çatmağa çalışılmışdır.

Bunlardan birincisi; Alternativ turizmə turizmin digər növlərindən asılı olub, lakin tamamlayıcı bir turizm növü olmasıdır. İkinci yanaşmada, alternativ turizmin ənənəvi turizmə görə fərqli xüsusiyyətləri ilə daha konkret məsələlərlə məşğul olan bir turizm növü hesab olunur. Bu xüsusiyyətlər; ümumiyyətlə, təbii turistik turist tələbatının unikal xüsusiyyətləri kimi ifadə edilir. Sonrakı illərdə alternativ turizmin xüsusilə turistlərə təklif olunan yeni qonaqpərvərlik kimi tərif olunur. Təriflər araşdırıldıqda alternativ turizmin ictimai əlaqələrə əsaslanan və turizmə təsir edərək inkişaf etdirdiyi bir turizm növü olaraq ifadə olunur.

Türkiyədə alternativ turizm növlərindən demək olar ki, əksəriyyəti inkişaf etmişdir. Səhiyyə sisteminin və bir çox şəfalı təbii ərazilərinin mövcud olması səbəbi ilə səhiyyə və termal turizm, əsasən dağlıq ərazilərinin çox olması səbəbi ilə macərə turizmi, Elmin və iqtisadiyyatın inkişafı səbəbi ilə konqres turizmi, özünəxas təbiəti ilə eko və aqro turizm növləri inkişaf etmişdir.

Azərbaycanda da bu kimi turizm növlərinin inkişafı üçün lazımi imkanlar mövcuddur. Bu səbəbdən Türkiyənin təcrübəsinə əsaslanan bir sıra alternativ turizmləri və onların Azərbaycanda tətbiqinin mümkünlüyünü araşdırdıq.

3.2.1. Səhiyyə və termal turizm

Turizm, XX əsrin ikinci yarısından bəri ən böyük iqtisadi və sosial hadisəsidir. Turizm ölkələrin rifah səviyyəsindən asılıdır və bu səbəbdən iqtisadi inkişaf, müəyyən bir iqtisadi səviyyəyə çatmış cəmiyyətlərə aiddir. Daxili turizm ölkələrin iqtisadi və

sosial inkişafı ilə yaxından əlaqəli olmasına baxmayaraq, beynəlxalq turizmin sosial aspektləri ümumiyyətlə olsa da, onun iqtisadi ölçüsü böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Gələn turistin psixoloji və fiziki rahatsızlığını müalicə etmək və təbiətin xüsusiyyətlərindən faydalanmaq, müalicə olmaq üçün turizm norması sağlamlıq turizmi adlanır. Sağlamlıq turizmi, şəfa suları, çəmənliklər və qumlardan faydalanmaq, həmçinin müxtəlif müalicə və sağlamlıq rejimlərinə daxil olmaq üçün edilə bilər. Sağlamlıq turizminin ən vacib xüsusiyyətlərindən biri sağlamlıq üçün gələnlərin orada qalmasıdır. Müalicə və müalicəsinin müddəti böyük əhəmiyyət daşıyır. Müalicə məqsədilə, turist 15-20 gün termal mərkəzlərində qalmalıdır. Sağlamlıq turizminin ən əhəmiyyətli qaynağı termal sahələrdir.

Əhəmiyyətli bir geotermal bölgədə yerləşən Türkiyə, resursların zənginliyi və potensialı baxımından dünyada ilk yeddi ölkə siyahısında yer almaqdadır. Hərərəti 20°C-110°C-ə qədər dəyişir və 1000-500 lt / s arasında axın nisbəti olan 1000-dən çox təbii mənbələr mövcuddur. 200-dən artıq mənbələrdə termal mərkəz yaradılıb. Türkiyənin Mərmərə və Egey bölgələrində sıxlaşan bu termal mərkəzlərə İstanbul, İzmir, Pamukkale, Marmaris və Fethiye kimi məşhur destinasiyalarında asanlıqla əldə oluna bilər ("Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı ÇED Raporu", 2017).

Termal turizmi, turizmin şaxələndirilməsi baxımından inkişaf etdirilməsi lazım olan əhəmiyyətli bir turizm növüdür. Bütün il boyu xidmət təqdim etmə imkanı yaratdığı üçün, digər turizm növləri ilə asanlıqla inteqrasiya olur. Termal turizmi, termal mənbələrin və sanatoriyaaların dəniz kənarlarında, dağlıq və meşə bölgələrdə, yəni, ölkənin hər bölgəsində yerləşməsi sayəsində, dəniz, iqlim, qış idman növləri, ov, qolf, abidəsi ilə, üçüncü yaş, konqres və dağ turizmi ilə birlikdə qiymətləndirilir. Beləliklə, turizm mövsümünün bütün bir ilə asanlıqla yayılmasını təmin edən termal turizmi, Türkiyə üçün əhəmiyyətli bir turizm növü sayılır. II fəsildə də qeyd etdiyimiz kimi Azərbaycanda da çox sayda termal mənbələr mövcuddur.

Gədəbəy, Şuşa, Kəlbəcər, Quba-Xaçmaz, Naxçıvan, Şəki-Zaqatala, Masallı, Lənkəran-Astara bölgələrində mineral sular; Abşeronda, Masallı və Lənkəran-Astara

bölgələrində termal sular daha çox yayılmışdır. Bu sular təbii turizm-rekreasiya ehtiyatı kimi böyük əhəmiyyətə malikdir. Azərbaycanın müalicəvi palçığı - naftalan nefti kimi tanınan və dünyada alternativ olmayan rekreasiya sərvətinin sağlq turizmində böyük payı vardır. Göründüyü kimi dünya miqyasında tanınılmasına gərək duyulan yetərli sayda ərazilərimiz vardır. Göstərilən xidmətin keyfiyyətlə uzlaşmadığını nəzərə alıb, xidmətin inkişaf etdirilməsi ilə mümkün qədər rəqabətə meyl etmək, faydalılıq əmsalını yüksəltmək ən əsas məsələlərdəndir. Məhz turist gördüyü xidmət müqabilində öz ətrafına məlumat ötürmüş olacaq. Bunun sayəsində də həmin ərazilər dünya miqyasında tanınmağa başlayacaq. Düzdür digər kanallar vasitəsilə də tanıtım etmək mütləqdir. Necə ki, Türkiyə xaricdə yerləşən turizm agentlikləri vasitəsilə ölkəyə yeni turistlər cəlb edir. Azərbaycanın da bu kimi fürsətlərdən faydalanması üçün kifayət qədər resursun olduğunu, xaricdə yerləşən turizm agentlikləri və ya operatorları ilə tərəfdaşlıq etməyə maraqlı olmasını təmin etmək lazımdır. Burada əsas yük tək dövlətin deyil eyni zamanda ayrı-ayrı sahibkarların və hər bir fərdin üzərinə düşür.

3.2.2. Macəra turizmi

Turizm sektoru inkişaf etdikcə, insanlar alternativ turizmi axtarmağa çalışırlar. Buna görə alternativ turizm sərmayəçi və investorları da cəlb edir. Qış turizminin alternativ turizmin daha da inkişaf etməsində fərqli bir yeri var. Bunun əsas səbəbi insanların hər mövsüm üçün axtarışda olması və qış aylarında edə biləcəyi fəaliyyətlərin məhdud olmasıdır. Bu kimi halların başqa bir faydası alternativ turizmin yeni növlərinin durmadan meydana gəlməsidir.

Zəngin bitki örtüyü, son dərəcə təmiz havası olan dağ və yaylaqlarda bütün günü düşərgə qurmaq, təbiət gedişləri, alpinizm, dağadırmanma idman növləri üzrə dağlardan faydalanmaq mümkündür.

Qaragöl Dağları dağ yürüşləri üçün son dərəcə əlverişli regiondur. Burada trekking idmanı üçün çox müxtəlif krosslar var.

Yamac Paraşütü adətən kiçik təpələrdən, dağlardan tullanaraq həyəcan əldə olunan bir idman növüdür. Yamac paraşütü hər hansı bir kross və ya tullanma keçiriləcək təyyarə, vertolyot kimi bir texnikaya ehtiyac duymadan həyata keçirilir. Giresunda tanınan və uyğun olan yamac paraşüt kross sahələri bunlardır: Buluncak Tik Təpəsi, Piraziz Eğrice, Dərəli Koçkayası Təbiət Parkı, Şebinkarahisar Kayabaşı.

Azərbaycanda bu turizm növü inkişaf etməsə də qış aylarında Şahdağ və Tufandağ kimi turizm destinasiyalarında lazımi infrastruktur qurulmuşdur. Dağ turizminə marağı olanlar təəssüf ki 2-3 seçim arasında qalmalı olur. Bu kimi ərazilərin Türkiyədən fərqli olaraq az sayda olması rəqabət qabiliyyətini də azaltmış olur və bunun nəticəsində də orada yerləşən otellər əksər vaxtlarda əcnəbi turistlərin gəlirləri ilə uyğun olur. Şahdağda apardığımız qiymət araşdırması apararkən bəzi uyğunsuzluqlarla rastlaşdıq. Məsələn 2 nəfərlik 1 otel nömrəsində 1 gecə üçün göstərilən qiyməti minimum əməkhaqqı alan biri ilə müqayisə etdikdə . 1 aylıq minimum əməkhaqqı ilə bu şərtlər altında çalışan bir yerli vətəndaş orada sadəcə 1 gecə qonaq ola bilər. Həftəsonları isə qiymət daha da yüksək həddə çatır. Bu kimi səbəblərdən dolayı yerli turistlər ölkədaxilində deyil, xaricdə əylənməyi, öz istirahətlərini daha da faydalı etməyi üstün tuturlar. Bu göstəricilərə əsasən Türkiyədə dağ turizminin inkişaf etdiyi ərazilərdəki otel qiymətlərini də müqayisə etdik. Ordakı minimum əməkhaqqı ilə 2 nəfər üçün 1 otel nömrəsini ən pis halda 4 ən yaxşı halda isə 13 gün kiralamaları. Bu isə fərqi kəskin olduğunu göstərir. Bunun həll yolları xarici investorları ölkəyə cəlb etmək və vergi sistemində müəyyən güzəştlər edərək onların maraqlarını təmin etməkdən ibarətdir.

3.2.3. Konqres turizmi

Konqres turizmi, ölkəyə varlı ziyarətçi çəkən bir turizm növüdür. Konqreslərə iştirak etmək üçün gələnələr, imkanlı, təhsil almış, alış-verişdə səxavətli, konqres müddəti sonunda ölkədə qalaraq tarixi və turist bölgələri ziyarət etmək istəyən ziyarətçi sayılır. İstanbulda konqres turizminin inkişafı, konqreslərə gələcək ziyarətçi tələbinə

uyğun lüks otel, butik otel, ictimai iasə məkanlarının, alış-veriş obyektlərinin inkişafını təmin etmişdir.

Tarix və Mədəniyyətin beşiklərindən sayılan Türkiyə, həyəcan verici imkanlar aləminin qapısı sayılır. Avropa və Asiyanın qovuşduğu yerdə, Türkiyə toplantı və konqreslərə şahidlik etməkdədir. Türkiyə birinci dərəcəli otel və konfrans komplekslərinin zənginliyi, dünyanın bəzi şəhərlərinə asanlıqla nəqliyyat əlaqələrinin olması, mükəmməl göstəriş və bənzərsiz mənzərə təqdim etməkdədir. Bunların da üstünə mülayim iqlim və digər alternativ destinasiyalarla müqayisədə aşağı qiymət buranı ideal vəziyyətə gətirir.

Ümumiyyətlə isə konqres turizmi əsasən iş adamlarının maraq dairəsi olduğundan konqres mərkəzlərinin nəqliyyat problemi olmamalı, havalimanlarından və şəhər mərkəzlərindən kənar qalmamalıdır. Çünki müəyyən tədbir məqsədi ilə gələn turist həm də gəldiyi şəhərin tarixi ilə maraqlanmaq istəyəcək. Ən azından Türkiyə təcrübəsini araşdırarkən bu kimi hallarla qarşılaşdıq. Bundan əlavə konqres turizmi elə bir sahədir ki, həmin qonaqlar imkanlı təbəqə olduğundan gecələmək üçün ən lüks oteldən istifadə edəcəkdir. Bu da həmin turistin ölkəyə daha çox xarici valyuta cəlb etməsində birbaşa qatqısı olmasını göstərir. Bu kimi səbəblərdən Türkiyədə tətbiq olunduğu kimi konqres iştirakçılarında həmin şəhərin tarixi barədə diqqətçəkici məlumatlar ötürmək mütləqdir. Bizdə konqres üçün ən uyğun şəhərin Bakı olduğunu nəzərə alsaq bu şəhərin heç də Türkiyədəki şəhərlərindən geri qalan tarixi olmadığını görürük.

Azərbaycanda isə bu turizm sahəsi yeni yeni təqribən son 10 ildə inkişaf etməyə başlayıb. Bu turizm növünün inkişaf etməsində bir sıra beynəlxalq tədbirlərin də böyük rolu olmuşdur.

3.2.4. Dini turizm

Həm qədim sivilizasiyaların Anadoluda inkişaf etməsi, həm də xristianlığın ilk dövründə inkişafı və Orta əsrlərdəki yəhudilərin yaşadıkları ölkələrdə qarşılaşdıqları

ağır təzyiq və məhv etmə siyasətləri nəticəsində onların Anadolu torpaqlarına sığındıqları və tolerantlıqla qarşılandığıları görülməkdədir.

Fərqli dinlərə mənsub insanların dini ehtiyaclarını qarşılamaq məqsədi ilə inandıqları, iman gətirdikləri ərazilərə səfər etməsi ilə dini turizm termini meydana gəlir. İnsanlar inandığı dinlərin liderlərinin yaşadığı və ya olduğu əraziləri görmək, səfər etmək istəyirlər. İnsanlar din liderinin inandığını görmək istəyirlər. Bu ibadət yerləri, ibadət yerləri ziyarətinə gətirib çıxarır. Bir çox dinlərdə, ilin müəyyən dövrlərində ibadət mövsümü deyə bir şey vardır ki, insanlar əsasən bu xüsusi mövsümlərdə öz ziyarətlərini edirlər. Müsəlmanların Qurban Bayramında Məkkədə etdikləri həcc ziyarəti, Hinduların günahlarının bağışlanması üçün Qanj gölündəki kütləvi ibadətləri buna misal olaraq göstərilə bilər.

Dini turizm baxımından Türkiyə daha avantajlıdır. Türkiyənin strateji ərazidə yerləşməsi səbəbi ilə müqəddəs yerlərin Anadoluda daha çox yayılması Türkiyə üçün üstünlükdür. Türkiyə xalqının Anadolu torpaqlarında uzun illərdən bu yana yaşam tərzi və həmin dövrün xüsusiyyətlərini əks etdirən dini inancları, adət və ənənələri, memarlıq və sənət əsərləri bu günün turizmi üçün önəmli bir resurs sayılmaqdadır. Anadolu 3 böyük dinə aid - İslam, Xristian, Yəhudi bir çox mədəniyyətin olduğu, inkişaf etdiyi və daha da böyük ərazilərə yayılmış dini mərkəz destinasiyasıdır. Türkiyədə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bu üç din üçün bir layihə hazırlamışdır. Məhz bu üç dinə aid 316 ziyarət olunacaq yerlərin olduğunu açıqlamışdır (<http://www.kultur.gov.tr/>). Bu dəyərləri qorumaq və tarixi abidələri gələcək nəsle ötürmək habelə onları dünya miqyasında tanıdaraq yeni turistlər cəkmək məqsədi ilə müəyyən addımlar atmışdır. Azərbaycanda da bir çox dini abidələr mövcuddur. Suraxanı da yerləşən Atəşgah od məbədi, Naxçıvanda yerləşən Əshabi-Kəhf, Bakıda Bibiheybət məscidi, Mirmönsüm ağa məqbərəsi, Gəncə və Bərdədə yerləşən İmamzadə məqbərəsi dini abidələrə misal ola bilər. Bu kimi ziyarətgahların olduğu Azərbaycanda oraya turist axınını təşkil edə bilirikmi? Müəyyən marşrutlar təşkil etməklə bu kimi dini abidələri yerli turistlərə hətta xarici turistlərə təklif etmək olar. Amma çox təəssüf ki, bu kimi hallar nadirən baş verir.

Məsələn xarici turistlərin ən çox ziyarət etdiyi dini məbəd Atəşgah sayılır. Məhz oranı ziyarət edən turistləri tarixlə maraqlanan, dini abidələri araşdıran turist qrupu adlandırmaq olar ki, onlara da Azərbaycanda yerləşən digər turizm abidələrinin informasiya ötürülməsi yolu ilə tanıtılması ölkə də bu sahəyə olan marağı artırmağa yardımçı olar. Bununla da tək Atəşgah deyil digər məbədlərimiz də çox ziyarət edilən turizm destinasiyaları halına gələr.

Dini turizm məqsədi ilə gələn turist sayının və onların ümumi turist sayına olan nisbətini aşağıdakı cədvəldən illər üzrə bölgüsünə baxaq.

Cədvəl 3. Dini turizm məqsədi ilə gələn turist sayının və onların ümumi turist sayına olan nisbət

| İllər | Turist sayı | % | Ümumi Turist sayı |
|-------|-------------|-----|-------------------|
| 1994 | 7 799 | 0.1 | 7 034 775 |
| 1995 | 4 949 | 0.7 | 7 268 411 |
| 2007 | 30 962 | 0.3 | 11 276 579 |
| 2008 | 60 171 | 0.5 | 12 921 987 |
| 2009 | 58 456 | 0.4 | 13 701 488 |
| 2010 | 61 053 | 0.4 | 17 202 843 |
| 2011 | 106 710 | 0.5 | 20 522 493 |
| 2012 | 101 564 | 0.5 | 19 275 392 |
| 2013 | 137 787 | 0.6 | 23 017 463 |
| 2014 | 95 027 | 0.4 | 26 431 394 |
| 2015 | 124 408 | 0.5 | 27 314 205 |
| 2016 | 106 690 | 0.4 | 28 510 852 |
| 2017 | 102 314 | 0.3 | 31 324 518 |

Mənbə: TÜİK 2018 <http://tuik.gov.tr/Start.do>

3.2.5. Aqro turizm

İnsanların kənd yerlərinə səfərləri, burada yerli xalqın istehsal etdikləri mal və xidmətləri, onların təbii yaşam tərzinə uyğun məkanlarda, müvəqqəti qonaq qalmalarından doğan hadisələr və münasibətlərin toplusudur. Kənd yerlərində səfərlər və fəaliyyətlər uyğun olaraq həyata keçirilirsə bu turizm növü aqro turizm adlanır. Hər hansı bir kənd tipli yaşayış ərazilərində iqtisadi fəaliyyət kənd təsərrüfatından ibarətdirsə və turistlər də əsas etibarilə bu fəaliyyətlərlə məşğul olursa bu turizm

aqroturizm deyilir. Türkiyənin kənd tipli əraziləri bu turizm növü üçün uyğun hesab edilir.

2003-cü ildə Türkiyədə qəbul olunan TATUTA layihəsi fərqli bölgələrdə kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan ailələrə dəstək məqsədi ilə könüllü işçilər cəlb etməklə ekoloji aqroturizmi inkişaf etdirmək və davamlılığını təmin etmək məqsədi daşıyırdı. TATUTA layihəsinin rəsmi internet səhifəsində 32 ekoloji aqro ərazilərin siyahısı və yerləşdiyi ərazilər göstərilmişdir. Bundan əlavə bu internet səhifəsində aqro ərazilərin nəqliyyat xətləri infrastrukturunu, qonaqlama yerləri haqda məlumatlar, hansı aylarda hansı işə daha çox ehtiyacın olduğu və s. məlumatlar yer alır ki, bu da ölkəyə gələn və ya yerli turistin rahat şəkildə istədiyi xidmətdən istifadə etməsinə gətirib çıxardır. Onu da qeyd edək ki, Türkiyədə bu turizm növündə səfər edən turistlərin 60%-i xarici turistlərdir. Bu kimi layihəni Azərbaycan üçün də təşkil edərək istifadə olunması mümkündür.

Nəzərə alsaq ki Azərbaycanda kənd tipli ərazilər üstünlük təşkil edir, burada da turistlər üçün lazımi infrastrukturların qurulması, hər hansısa bir təbii ərazini pilot layihə şəklində turistlərin rahat istifadə edə biləcəyi şəkildə istifadəyə vermək mümkündür. Turistlərin bu tip fərqli fəaliyyətlə məşğul olması həm onlarda həm də yerli əhalidə böyük bir fayda sağlamış olacaqdır.

3.2.6. Eko turizm

Türkiyə - tarixi, mədəniyyəti və təbii gözəllikləri ilə təbiət idmanları baxımından böyük bir potensiala sahib olduğundan, sadəcə yay turizmindən asılı olmayıb, bütün il boyu və daha çox gəlir əldə edə bilmək üçün eko turizm Türkiyə üçün də son illərdə daha çox diqqətdə saxlanılır.

Eko turizm ətraf mühiti qoruyan və yerli xalqın rifah səviyyəsini təmin edən, təbii ərazilərə qarşı həssas bir turizm növüdür. Turizm bazarında təbiətə söykənən turizm olaraq tərif edilən ekoturizm davamlı inkişafı təmin edəcək bir vasitə kimi görülür. Ümumdünya Ekoturizm Cəmiyyəti (TIES – The International Ecotourism

Society) eko turizmi bu formada tərif edir: “Eko turizm ümumilikdə kiçik qruplar halında həyata keçirilir. Qonaqlama və qidalanma kimi xidmətlər əksər hallarda yerli kiçik və orta ölçülü müəssisələr tərəfindən təmin olunur.” Ümumdünya Təbiətin Qorunması Birliyinin tərifinə görə isə, təbiəti və mədəniyyət resurslarını anlamaqla onları qorumağı dəstəkləyən, az da olsa qonaq imici yaradan və yerli xalqa sosial-iqtisadi fayda verən, zərər görməyən təbii ərazilərə sosial məsuliyyətli səyahət növüdür. Eko turizm çərçivəsində yaşıl turizm, alternativ turizm, təbiət turizmi, vəhşi təbiət turizmi, macəra turizmi, mədəniyyət turizmi kimi terminlər istifadə olunmaqdadır.

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin ümumi Türkiyə ərazisində ətraf mühitin dostu şərtlərinə uyğun olan müəssisələrə yaşıl ulduz tətbiq etməkdədir. Bundan başqa qeyri-hökumət təşkilatları da eko turizmi dəstəkləyir və inkişafı üçün bir sıra layihələr həyata keçirir.

3.2.7. İdman turizmi

İnsanların müəyyən idman növləri ilə məşğul olmaq və ya bu tip fəaliyyətlərini izləmək məqsədi ilə həyata keçirdikləri turizm fəaliyyətidir. Bu tip idman tədbirləri lokal, regional və ya beynəlxalq şəkildə reallaşdırılır. Xüsusilə cari dövrdə bir çox insanları uzaq məsafələrdən özünə çəkən idman yarışları, keçirilən ölkədə turizm fəaliyyətlərinə böyük miqyasda təsir göstərir. Ölkələrin öz gözəlliklərini dünyaya tanıtmmaq üçün idman turizmi mükəmməl bir fürsətdir.

Türkiyəyə tətill məqsədi ilə gələn turistlərin əsasən 36-45 yaş arasında olduğu, əksər hallarda 4 və 5 ulduzlu otellərdə gecələdiyi, kənd yerlərinə ziyarət edən turistlərin onlara ən çox fayda gətirən və vacib olan turizm növü kimi idman turizmini görürlər. Turizm sektorunda idman və fiziki hərəkətlərin vacibliyi, son illərdə bu ünsürlərin yerli və əcnəbi turistlərin xidmətinə təqdim olunması bu prosesi daha da sürətləndirmişdir.

Qaradəniz bölgəsində yerləşən yaylalar, mağaralar, şlalələr, bir birindən fərqli təbii ərazilər, yüksəkliyi 2000 metrə çatmayan amma olduqca sərt və düz dağ silsilələri

dağ yürüşləri, dağa dırmanma, dağ velosipedi, yamac paraşütü, su xizəyi və s. ilə idman turizmi baxımından iddialı sayılır.

Azərbaycanda isə təəssüf ki, bu idman növləri üçün aktiv şəkildə fəaliyyət göstərən az sayda infrastruktur var. Amma bununla yanaşı kiçik qruplar şəklində dağa dırmanma, xizəkçilik və s. idman növləri üzrə turlar təşkil olunur. Bununla yanaşı ölkəmizin idman turizmi üçün yararlı olan ərazilərini bütün infrastrukturla təmin edərək dünyaya tanıtmək gərəklidir. Məhz son illərdə dövlət səviyyəsində təşkil olunan bir sıra beynəlxalq yarışlar da ölkəyə kifayət qədər turist cəlb edə bilmişdir. Lakin bu fürsətdən maksimum yararlanmaq və bu kimi tədbirlərin davamlı olmasını təmin etmək, eyni zamanda gələn turistin maksimum fayda əldə etməsinə imkan yaratmaq lazımdır. Yalnız bundan sonra bu tədbirlərə çəkilən xərclər tədricən özünü doğruldacaq və ölkəyə valyuta axınını təmin edəcək. Ölkədə keçirilən bu kimi tədbirlərə aşağıdakıları misal gətirə bilərik.

2015-ci ildə tarixdə ilk dəfə Azərbaycanda keçirilən 1-ci avropa oyunlarına 50 avropa ölkəsi qatılmışdır. Ümumilikdə isə 10 000 idmançının bu yarışlarda iştirakı baş tutmuşdur.

İlk dəfə olaraq dünyanın ən aparıcı avto idman yarışını sayılan "Formula 1"-ə ev sahibliyi etdi. Paytaxtda keçirilən Formula 1 hər kəsə böyük sürət, həyəcan və etdiyindən və eyni zamanda yarış çərçivəsində möhtəşəm əyləncə tədbirləri, müxtəlif konsert proqramları keçirildiyi üçün, azarkeşlər paytaxtımıza gələrək, yarış burda birbaşa izləməyə maraq göstərirlər. Yarışmanın ilk ilində yarış Bakıda izləməsi üçün 20 mindən çox potensial turist bilet almışdı. Azarkeş kütləsinin böyük bir qismi Rusiya vətəndaşları olsa da, Türkiyə və Gürcüstan da daxil olmaqla, Avropanın əksər aparıcı ölkələrindən də çox sayda turist bu yarışın Bakıda canlı izləmək üçün Azərbaycana təşrif buyurmuşdu. 500 milyon azarkeş isə yarışın canlı şəkildə televiziya vasitəsilə izlədi. Bu da paytaxt Bakının bütün dünyaya tanıtılmasına vasitəçi rolunu oynadı. Artıq 4-cü ildir ki, Formula 1 yarışlarına ev sahibliyi edirik. Müqavilə şərtlərinə əsasən önümüzdəki 6 il boyunca da bu yarışların ev sahibi olaraq qalacağıq.

2016-cı ilin yay aylarından başlayaraq ərəb ölkələrindən kütləvi şəkildə turistin Azərbaycana gəlməsi hər kəsə məlumdur. Turistlərin ölkəyə cəlb edilməsində dövlət tərəfindən keçirilən müvafiq tədbirlərin, həmçinin viza sisteminin sadələşdirilməsinin öz təsirləri ilə yanaşı, Formula 1 Avropa Qran Prisinin də böyük rolunun olduğunu qeyd edə bilərik. Çünki, Formula 1 yarışları ərəb ölkələrində də təşkil olunur və bu ölkələrdə də yarışın çoxsaylı azarkeş kütləsi vardır. “PricewaterhouseCoopers” (PwC) adlanan beynəlxalq bir audit şirkətinin araşdırmalarına əsasən, Bakıda təşkil olunan Formula 1-in indiyədək olan yarışları ölkə iqtisadiyyatında önəmli dərəcədə müsbət təsirini göstərmişdir. Bu şirkətin apardığı araşdırmanın hesabatında 277 milyon dollar göstərilmiş son məbləğ yarış dövründə Formula 1 ilə əlaqəli Bakıya gələn turistlərin xərcləmələri əsasında ortaya çıxmış dolayı-birbaşa olan gəlirləri əhatə etmişdir. Bu rəqəmlərə iqtisadiyyatda fərqli sahələrdə, həmçinin, otel və restoranlarda, nəqliyyat və digər sahələrdə hesablanmış gəlir göstəriciləri daxildir.

2017-ci ildə Bakıda keçirilən IV İslam Həmrəyliyi Oyunları çox sayda turisti ölkəyə cəlb etmişdir. 56 ölkənin iştirak etdiyi bu tədbirdə fərqli millətlərdən olan turistlər ölkəyə səfər etmişdir.

Bu kimi tədbirlər ölkənin rəğbətini tədricən artırdığı üçün öz təsirini dərhal göstərməyə bilər. Amma yaxın gələcəkdəki illər ərzində xaricdən gələn turistlərin səfər edəcəyi ölkə seçiminə bu tədbirlərin böyük önəmi olacaqdır. Bu səbəbdən yalnız bu kimi tədbirlərin təşkil olunduğu ölkə kimi qalmayıb, Türkiyədə olduğu kimi bir sıra idman növlərinin infrastrukturunun qurulmasında təcili addımlar atmaq gərəklidir. Ölkəyə yalnız iştirakçı və azarkeş kütləsini deyil, eyni zamanda sərbəst fərdi və kiçik qruplar halında turistlərin ölkəyə gəlib idman turizmindən yararlanmasını təmin etmək mütləqdır. Bir sözlə idman turizmi bir tərəfli yox paralel şəkildə inkişaf etdirilməlidir.

3.2.8. Digər alternativ turizm növləri

İnsanların təbiətə zərər vermədən, məqsədli olaraq ov üçün etdiyi fəaliyyətlər ovçuluq turizmi adlanır. Ov mövsümündə ovlanma bölgələrində xüsusi qurumlar tərəfindən müxtəlif proqramlar təşkil olunur.

İnsanların yaşadıkları yerlər xaricində mədəniyyətlərini tanıtmaq, yeni məlumatlar əldə etmək və mədəniyyət əsərlərini gözləri ilə görmək məqsədi ilə edilən səyahətlər mədəniyyət turizmi adlanır. Mədəniyyət turizminin əsas məqsədi insanların qədim sənət əsərlərini, tarixi tikililərini görmək və yerli xalqın mədəniyyətini incələməkdir. Dünya Turizm Təşkilatına görə mədəniyyət turizmi ətrafında ələ alınacaq varlıqlar, təhsil, sənət, mədəniyyət, festival turları, arxeoloji yerlər və təbii ərazilərin səfəri üçün nəzərdə tutulan fəaliyyətlərdir.

Türkiyənin qədim tarixə malik olduğunu, bir sıra sivilizasiyaların bu bölgədə baş verdiyini nəzərə alsaq Türkiyənin turistlərlə olan davranışlarını, bu kimi bölgələrin tanıtım təcrübələrindən faydalanaraq ölkədə yerləşən bir çox mədəniyyət nümunələrini dünyaya tanıtmaq və bunun nəticəsində ölkəyə turist cəlb etmək mümkün olar.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Son dövrlərdə dünya ölkələrinin sürətli inkişafı ölkələrarası rəqabətə səbəb olmuş və bəzi ölkələr iqtisadi inkişafı sırf olaraq təbii resursların çıxarılmasında, həmin resursların xammal formasında ixracında və ya həmin resurslardan əmtəələr istehsal edərək daha baha qiymətə xarici ölkələrə satmaqda görür. Lakin bununla yanaşı, inkişaf etmiş ölkələrin mövcud olan praktikası onu deməyə imkan yaradır ki, sabit iqtisadi-inkişafı əldə etmək üçün heç də təbii resurs amillərindən istifadə həmişə gözlənilən nəticəni verməyə bilir.

Araşdırma zamanı bir sıra nəticələrə gəldik ki, bunlarda əsas etibarlı ilə ölkədə turizmin inkişafı üçün lazım olan imkanların yaradılmasına mane olan faktorlardan meydana gəlmişdir. Ümumi olaraq məsələnin problemlərini və onların həllərini aşağıdakı kimi görürük:

Ən başlıca problem rəqabət qabiliyyətinin olmamasıdır. Bu problem nəyinki turizm sektorunda ümumiyyətlə iqtisadiyyatda inkişafı tətikləyən ən başlıca prosesdir. Turizm destinasiyalarında bu rəqabət mühitini yaratmaq, bəzi hallarda turizm destinasiyalarını özəlləşdirmək, yerli və xarici investora mükəmməl imkanlar yaratmaq vacib məsələdir. Məsələn, bir turizm destinasiyasında fərqli sahibkarların olması orada rəqabətin formalaşması və bu rəqabət nəticəsində keyfiyyət və qiymət problemlərinin həll olması və bununla yanaşı ölkəyə gələn turistlərin seçim etmək imkanının yaranması baş verir ki, bu kimi hallar turizmin inkişafına birbaşa təsir göstərir.

Yerli və xarici investorların marağını turizm sahəsinə çəkdik və rəqabət formalaşmağa başladı. Amma yetərincə turist olmadıqda bir sıra çətinliklər ortaya çıxır ki, bu da növbəti problemi yaradır. Demək ki, bütün işlər rəqabət mühitini yaratmaqla bitmir. Paralel olaraq turizm destinasiyalarının tanıtılması da mütləqdir. Tanıtım işi 3 istiqamətdə aparılmalıdır. Birinci istiqamət dövlət, yəni Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən Azərbaycanı turistik ölkə olduğunu, möhtəşəm və bənzərsiz

ərazilərinin əsasən ölkə xaricinə tanıtılması mütləqdir. Dünyamızın rəqəmsallaşdığını nəzərə alsaq bu tanıtım üçün külli miqdarda maliyyə vəsaitləri tələb olunmur. İnternetin bizə verdiyi imkanlar sayəsində bu gün istənilən kontenti hər hansı ölkəyə, şəhərə, yaş-cins qrupuna, maraq dairəsi müəyyən olan bir kütləyə çatdırmaq əvvəlki kimi heç də çətin deyil.

Sıradakı isə turizm agentliklərinin üzərinə düşən tanıtım növləridir ki, bu da ölkə xaricində olan turizm agentliklərimiz tərəfindən həyata keçirilməlidir. Bundan başqa xarici turizm agentlikləri ilə tərəfdaşlığa gedib ölkəmizin turistik ərazilərini tur paketlərinə daxil edilməsi də turistlərin seçiminə təsir göstərə bilər.

Üçüncü tanıtım isə turizm obyektlərinin özlərinin üzərinə düşür ki, onlarda öz obyektlərini müəyyən olunmuş məşhur turizm saytlarında mövcud olan yerini daha irəliyə çəkməlidir. Bu isə heç bir xərc tələb etmir. Sahibkarın üzərində düşən yeganə məsələ xidmət, keyfiyyət və qiymət amillərinin yaxşılaşdırılmasıdır ki, bu da o obyektə gələn turistin müsbət fikirlərlə ayrılmasına və müəyyən olunmuş saytlarda müsbət geri dönüşlər edərək turizm obyektinin reytingini qaldırmasına və sonrakı turistlərin seçiminə birbaşa təsir göstərir.

Türkiyənin turizm destinasiyalarının təhlili zamanı bəzi ərazilərdə turizmin yalnız mövsümi deyil bütün il boyu fəaliyyət göstərməsinin şahidi olduq ki, bu da turizm gəlirlərinin artmasına gətirib çıxarır. Ölkə ərazisində də pilot layihə olaraq bir sıra turizm ərazilərini yalnız mövsümi deyil, illik fəaliyyət göstərməsi üçün infrastruktur qurulmalıdır. Otellər də öz növbəsində gələn turistin gecələmə sayının artması yönündə bir sıra addımlar atmalıdır.

Türkiyədə yerləşən 400-dən artıq çimərliyin “mavi bayraq” alması sevindirici bir hall olsa da, Azərbaycan yerləşən çimərliklərin heç birinin bu bayrağa layiq görülməməsi üzücü bir haldır. Buna səbəb isə çimərlik ərazilərinin çirklənməyə məruz qalmasıdır. Məsələnin həlli, çimərlik turizminin inkişafı kimi onu qeyd edə bilərik ki, birbaşa dövlət tərəfindən çimərlik üçün yararlı ərazilərin nəzarətə götürülməsi və həmçinin bu ərazilərdə yerləşən neft buruqlarının istifadəsinin məhdudlaşdırılması və

ya ekoloji standartlara uyğun həyata keçirilməsi, çirklənmə göstəricilərinin daim nəzarətdə saxlanılması mütləqdir.

Fikirləri ümumiləşdirərək onu qeyd edə bilərik ki, adət-ənənələrimizin, mədəniyyətimizin digər ölkələrlə nisbətə Türkiyə ilə daha yaxın olması və Türkiyənin Turizm sektorunun ilk 10-luqda yer alması bu ölkənin təcrübələrindən ən üst səviyyədə istifadəsi, bu təcrübələrin bütün amillər nəzərə alınaraq Azərbaycanda uyğun olan şəhərlərdə tətbiq olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Ağakərimov M.M., Novruz R.N., (2008) Otel, Bakı, 322 s.
2. Azərbaycanda turizm (2013), Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, Bakı, 239 s.
3. Bilalov B.Ə., (2005) Turizmin menecmenti, Bakı, Mütərcim 464 s.
4. Bilalov B.Ə., (2007) Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi, Mütərcim, Bakı, 276 s.
5. Bilalov B.Ə., (2008) Turizmin Tarixi, Bakı, Mütərcim, 326 s.
6. Dərgahov V.S., (2008) Turizmin rekreasiya ehtiyatları, 209 s.
7. Əfəndiyeva N.T., Hüseynov H., (2007) Turizmin Əsasları, Bakı, Mars Print, 442 s.
8. Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H., (2002) Beynəlxalq Turizmin Coğrafiyası, Bakı, 546 s.
9. Soltanova H.B., (2006) Azərbaycan Respublikasında dağ turizminin inkişaf etdirilməsində Türkiyənin turizmindən istifadə, AMEA, Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin əsərləri, X cild, Bakı, 295 s.

Xarici dildə

1. Acar D., Cula E., Özbek M., (2013) “Ege bölgəsində turizm”, 254 s.
2. Akın A., (2018) Turizm coğrafiyası, Ekin kitabevi yayınları, 410 s.
3. Bahar O., Kozak M., (2013) Turizm Ekonomisi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, 632 s.
4. Bıkcı D., (2013) Avropada və Türkiyədə sosial turizm, Sosial Birimler Enstitüsü, 562 s.
5. Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı “ÇED Raporu”, 2017

6. Deniz T., (2018) Turizm Coğrafyası: Çalışmalar, Sorun, Yaklaşım, Karabük Üniversitesi., 452 s.
7. Doğanay H., Zaman S., (2013) Türkiye Turizm Coğrafyası, Erzurum, Belgeç Yayınevi, 254 s.
8. Doğu Karadeniz Bölgesinde Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Kalkınma Çalışması. (2002) Ankara, 542 s.
9. Eralp Z., (1983) Genel Turizm, Basın-yayın yüksek okulu, 360 s.
10. Göğebakan Y., (2015) Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme ve Ekonomiye Katkısı, Malatya, 423 s.
11. Kahraman M., (2007 “Akdeniz bölgesinin turizm coğrafyası” 456 s.
12. Karataş M.Ş (2013) Büyüyen dünyada turizm sektörünün yeri, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 125 s.
13. Kısa P. O., (2007) Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması, YTÜ, 142 s
14. Mutlu H. A., (2011) Türkiye ve İstanbul bölgesinde turizm, Bakırköy, İstanbul, 325 s.
15. Oğuzhan Ö. M., (2018) Dünyada ve Türkiyede Turizm, Ankara, 325 s.
16. Zafer Y., (2011) Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi Süleyman Demirel Üniversitesi, 654 s.
17. Reducing Barriers to Economics Growth and Job Creation. The World Economic Forum. (2015).
18. Roe D., (2014) Leader-williams N., Dalal-Glayton B. Take on’y photographs, leave on’y foot prints: The Environmental Impacts of Wild life Tourism. Wild life and Developement series, 521 s.
19. The National Parks of America. Multimedia Books Ltd, 2001
Ward N.K., (1997) Ecotourism: Reality or Rhetoric March, 325 s.

20. World Tourism Organization (2009) UNWTO World Tourism Barometer, 7(1).
World Tourism Organization, Madrid.

İnternet resursları

1. <http://www.cografyabilimi.gen.tr/turkiyenin-denizleri-genel-ozellikleri/>
2. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kirklareli/gezilecekyer/karadeniz-sahili-kastros>
3. <http://defteriniz.com/marmara-bolgesinde-turizm-ve-turistik-merkezleri-marmara-bolgesi-ve-turizm/36026/>
4. <http://www.movqe.az/news/turizm/112935.html>
5. <https://sputnik.az/azerbaijan/20160428/404876882.html>
6. <http://ru.azadinform.az/news/a-21701.html>
7. <https://www.ntv.com.tr/seyahat/kruvaziyer-turizmindehedef-500-bin-turist,qSMqq6sRGUqQISFzQG46w>
8. <http://medeniyyet.az/page/news/8862/-Cimerlik-turizmi:-dunya-tecrubesi-ve-standartlari-.html>

Cədvəllər siyahısı

| | |
|---|----|
| Cədvəl 1. Dünya və Türkiyə turist sayı və turizm gəlirləri | 17 |
| Cədvəl 2. 2014-cü ildə Azərbaycanda turizm üçün əsas göstəricilər..... | 32 |
| Cədvəl 3. Dini turizm məqsədi ilə gələn turist sayının və onların ümumi turist sayına olan nisbət..... | 58 |

Şəkillər siyahısı

| | |
|--|----|
| Şəkil 1. 2001-2016-cı illər üzrə Türkiyə muzeylərinə ziyarət sayı..... | 16 |
| Şəkil 2. 2003-2015-ci illər üzrə yataq sayı..... | 19 |
| Şəkil 3. Əsas turizm problemlərinin sorğusu qrafiki 2016..... | 21 |
| Səkil 4. Azərbaycanda turizmin formalaşması mexanizmi..... | 27 |
| Şəkil 5. Azərbaycanda ekoloji turizmin formalaşmasını şərtləndirən amillər..... | 28 |