

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ (UNEC)

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURİZMİN TƏŞKİLATI – İQTİSADI
PROBLEMLƏRİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Burcaliyev Hacıbaba Mübariz oğlu

BAKI – 2021

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

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu

_____ **imza**

“ ___ ” _____ **2021-ci il**

“AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURİZMIN TƏŞKİLATI – İQTİSADI
PROBLEMLƏRİ”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İstiqamətin şifri və adı: 060404 “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: “Turizmin iqtisadiyyatı”

Qrup: 84

Magistrant:

Burcaliyev Hacıbaba Mübariz oğlu

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

i.ü.f.d., dos. Məmmədov Elşən Qardaşxan oğlu

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d., dos. Hümbətova Suqra İnqilab qızı

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi oğlu

_____ **imza**

BAKİ – 2021

Elm andı

Mən, Burcaliyev Hacıbaba Mübariz oğlu and içirəm ki, “Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilati – iqtisadi problemləri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURIZMIN TƏŞKİLATI – İQTİSADI PROBLEMLƏRİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: Turizm insanların ehtiyaclarını ödəməyə və əhalinin həyat keyfiyyətini yüksəltməyə yönəlmiş müasir iqtisadi fəaliyyətin ən vacib sahələrindən biridir. Eyni zamanda, iqtisadiyyatın bir çox digər sahələrindən fərqli olaraq, turizm təbii ehtiyatların tükənməsinə səbəb olmur. İxracat yönümlü bir sektor olaraq, xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsinin minimum xərclərlə istehsal olunması ilə xarakterizə olunan beynəlxalq turizm, Azərbaycan iqtisadiyyatında getdikcə daha çox rol oynayır.

Tədqiqatın məqsədi: Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilati-iqtisadi problemlərini hərtərəfli öyrənməkdir.

Tədqiqatın metodları: Tədqiqat prosesində statistik analiz, qruplaşdırma və müqayisə, müşahidə, sistem yanaşma, məntiqi və elmi ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Mövcud elmi ədəbiyyat (Azərbaycan, rus, ingilis), dövrü nəşrlər, Dövlət Statistika Komitəsi və İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, digər nazirlik və komitələr, beynəlxalq təşkilatların materialları və hesabatları, mühazirələr, monoqrafiyalar, elmi məqalələr və tədqiqat sənədləridir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Elmi məlumatların toplanmasında son iki ilin rəsmi məlumatlarının olmaması tədqiqat üçün məhdudiyyətlər yaratmışdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və nəticələri: Problemin aktualığı, nəzəri və metodoloji problemlər bu tədqiqatın aparılmasını, məqsəd və vəzifələrin qoyulmasını zəruri etdi. Tədqiqat zamanı aparılan araşdırmalar beynəlxalq turizm fəaliyyəti hesabına bir sıra sosial-iqtisadi problemlərin həll edilməsi nəticəsində iqtisadiyyatın inkişafına önəmli təsir göstərəcəyi müəyyən edilmişdir.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: İxrac potensialının artırılması, xarici investisiyanın cəlb edilməsi, turizm qanunvericiliyinin təkmilləşməsi, turizm layihə və proqramlarının hazırlanmasında və bu sahədə aparılacaq elmi tədqiqatlarda istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: turizm bazarı, turizmin inkişafı, beynəlxalq turizm.

INTERNATIONAL TOURISM ORGANIZATION IN AZERBAIJAN - ECONOMIC PROBLEMS

SUMMARY

Relevance of the research: Tourism is one of the most important areas of modern economic activity aimed at meeting the needs of people and improving the quality of life of the population. At the same time, unlike many other sectors of the economy, tourism does not lead to the depletion of natural resources. As an export-oriented sector, international tourism, which is characterized by the production of a significant part of services at minimal cost, is playing an increasingly important role in the Azerbaijani economy.

The purpose of the study: to study the organizational and economic problems of international tourism in Azerbaijan.

Research methods: Statistical analysis, grouping and comparison, observation, system approach, logical and scientific generalization methods were used in the research process.

Research database: Available scientific literature (Azerbaijani, Russian, English), periodicals, State Statistics Committee and the Ministry of Economic Development, other ministries and committees, materials and reports of international organizations, lectures, monographs, scientific articles and research documents.

Limitations of the study: The lack of official data from the last two years in the collection of scientific data has limited the scope of the study.

Scientific novelty and results of the research: The urgency of the problem, theoretical and methodological problems made it necessary to conduct this research, to set goals and objectives. The research revealed that the research will have a significant impact on the development of the economy as a result of solving a number of socio-economic problems through international tourism activities.

Areas where the results can be used: It can be used to increase export potential, attract foreign investment, improve tourism legislation, develop tourism projects and programs, and conduct research in this area.

Keywords: tourism market, tourism development, international tourism.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AB	Avropa Birliyi
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
BMT	Birləşmiş Millətlər Təşkilatı
BMAT	Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatı
MDB	Müstəqil dövlətlər birliyi
UNWTO	Dünya Turizm Təşkilatı
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARININ TƏDQIQININ NƏZƏRİ ƏSASLARI.....	11
1.1. Beynəlxalq turizmin mahiyyəti, iqtisadi inkişafda yeri və rolu.....	12
1.2. Beynəlxalq turizm bazarının təşkilati – iqtisadi strukturu.....	17
1.3. Beynəlxalq turizm bazarının inkişafına təsir edən amillər.....	221
II FƏSİL. MÜASİR ŞƏRAİTDƏ BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARININ KOMPLEKS TƏDQIQI.....	30
2.1. Beynəlxalq turizm bazarı: müasir vəziyyət, meyillər.....	30
2.2. Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarında iştirakının mövcud vəziyyəti və əsas xüsusiyyətləri.....	38
2.3. Azərbaycanda beynəlxalq turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimləməsi.....	44
III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURİZMIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.....	53
3.1. Azərbaycanda beynəlxalq turizm fəaliyyətinin təşkilində yeni yanaşmalar.....	53
3.2. Azərbaycanda beynəlxalq turizm bazarının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	62
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	68
İSTIFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SIYAHISI.....	72
ƏLAVƏLƏR.....	75
Cədvəllərin siyahısı.....	78
Qrafiklər siyahısı.....	78

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Turizm insanların ehtiyaclarını ödəməyə və əhalinin həyat keyfiyyətini yüksəltməyə yönəlmiş, müasir iqtisadiyyatın ən vacib sahələrindən biridir. Eyni zamanda, iqtisadiyyatın bir çox digər sahələrindən fərqli olaraq, turizm təbii ehtiyatların tükənməsinə səbəb olmur. İxracat yönümlü bir sektor olaraq, turizm dünya bazarlarındakı qeyri-sabit vəziyyət şəraitində digər sahələrə nisbətən daha sabitdir.

Seçilmiş tədqiqat mövzusunun aktuallığı dünyadakı turizmin əhəmiyyətinin durmadan artması ilə əlaqədardır. Müəyyən bir ölkənin iqtisadiyyatında beynəlxalq turizm bir sıra vacib funksiyaları yerinə yetirir və bəzi ölkələrdə mövcudluğunun əsas mənbəyidir. Məsələn, hazırda Maldiv adalarında turizm ölkə iqtisadiyyatının 98% -ni tutur.

Beynəlxalq turizm dünyada son dərəcə qeyri-bərabər inkişaf edir ki, bu da ilk növbədə ölkələrin və bölgələrin müxtəlif sosial-iqtisadi inkişaf səviyyələri ilə əlaqədardır. Beynəlxalq turizmin ən böyük inkişafı Qərbi Avropa ölkələrində olmuşdur.

Beynəlxalq turizm əlaqələrinin bu inkişafı beynəlxalq ticarət sahəsindəki işlərin yaxşılaşdırılmasına kömək etmək üçün çoxsaylı beynəlxalq təşkilatların yaranmasına səbəb oldu. Qərbin İsveçrə, Avstriya, Fransa kimi bir çox yüksək inkişaf etmiş ölkələri, sərvətlərinin əhəmiyyətli bir hissəsini turizmdən gələn gəlirlər hesabına qurmuşlar. II dünya müharibəsindən sonrakı illərdə bu ölkələr turizm sahəsində güclü bir tədqiqat bazası və peşəkar təlim sistemi yaratdılar.

Beləliklə, xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsinin yerində minimum xərclərlə istehsal olunması ilə xarakterizə olunan beynəlxalq turizm, dünya iqtisadiyyatında getdikcə daha çox rol oynayır. Turizm sənayesi təsiredici əlavə dəyər verən iqtisadi istiqamətlərdən biridir.

Son illərdə Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişafını yaxşılaşdırmaq meyli müşahidə olunur: həm azərbaycanlıların xarici turlara yola düşməsi, həm də ölkəmizə təşrif buyuran xarici vətəndaşların axını artır; xidmətin keyfiyyəti

yaxşılaşır, turizmin müxtəlif növləri inkişaf edir, yeni tur marşrutları inkişaf etdirilir.

Bununla birlikdə, Azərbaycanda turizmin müasir inkişafı, təşkilati strukturunda, inkişaf istiqamətində, keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri vəziyyətində dərin ziddiyyətlərin olması ilə xarakterizə olunur.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Beynəlxalq turizmin müxtəlif problemləri ilə bağlı məsələlərə yerli və xarici alimlərin əsərlərində toxunulmuşdur. Tədqiqat zamanı Ağaliyeva D. A., Bilalov B.Ə., Güllalıyevin Ç.G., Əlirzayev Ə.Q., Kasumov R.M., Qafarov N., Yeganlı S.T., Hacıyev E.M., Məmmədov E.Q. və digər müəlliflərin yazılarında olan müddəalara və nəticələrə etibar edilmişdir.

Beynəlxalq turizm xarici alimlər tərəfindən müxtəlif istiqamətlərdə tədqiq edilmişdir. Bunlara misal olaraq Александрова А. Ю., Биржаков М.Б., Болков В.С., Борисов К.Г., Бурдейный М.А., Воскресенский В.Ю., Долматов Г.М., Драчева Е.Л. və digər mütəxəssislərin əsərlərini göstərmək olar.

Bütün bunlarla yanaşı Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilatı - iqtisadi problemləri ilə bağlı konkret araşdırma aparılmamışdır.

Tədqiqatının məqsədi və vəzifələri: Dissertasiya işinin əsas məqsədi Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilati-iqtisadi problemlərini hərtərəfli öyrənməkdir.

Dissertasiyanın məqsədinə çatmaq üçün tədqiqatın məntiqi və iş quruluşunu müəyyənləşdirən vəzifələr qarşıya qoyuldu:

- Beynəlxalq turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatındakı rolunu araşdırmaq;
- Azərbaycan iqtisadiyyatında beynəlxalq turizmin yerini müəyyən etmək;
- Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarında iştirakının mövcud vəziyyətini araşdırmaq;
- Azərbaycanda beynəlxalq turizm fəaliyyəti ilə bağlı dövlətin rolunu müəyyənləşdirmək;
- Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirmək.

Tədqiqatın obyektı: Azərbaycanda beynəlxalq turizmdir.

Tədqiqatın predmeti: Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilati-iqtisadi problemlərinin araşdırılmasıdır.

Tədqiqatın metodları: Aparılan tədqiqat beynəlxalq turizmə dair gələcək nəzəri və metodoloji inkişafı üçün əsas ola bilər. Araşdırma zamanı statistik məlumatlar əsasında dünya ölkələrində və Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişaf göstəriciləri təhlil edilmişdir.

Elmi ədəbiyyatlardan istifadə edərək beynəlxalq turizmin inkişaf tendensiyalarının təhlili aparılmış, ümumiləşdirmə, sistem yanaşma, müqayisəli təhlil, müşahidə və analiz metodlarından istifadə edilərək müəyyən nəticələr əldə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazasını: Azərbaycan Respublikasının turizm qanunvericiliyi, rəsmi qərarlar, illik hesabatlar və digər dövrü nəşrlər təşkil edir. Həmçinin bu sahədə müxtəlif elm adamlarının apardıqları tədqiqatlar informasiya bazası kimi istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Elmi məlumatların toplanmasında son iki ilin rəsmi məlumatlarının olmaması tədqiqat üçün məhdudiyyətlər yaratmışdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Problemin aktuallığı, nəzəri və metodoloji problemlər bu tədqiqatın aparılmasını, məqsəd və vəzifələrin qoyulmasını zəruri etdi. Tədqiqat zamanı aparılan araşdırmalar beynəlxalq turizm fəaliyyəti hesabına bir sıra sosial-iqtisadi problemlərin həll edilməsi nəticəsində iqtisadiyyatın inkişafına önəmli təsir göstərəcəyi müəyyən edilmişdir.

Nəticələrin praktik əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Dissertasiya işində əldə edilmiş elmi nəticələr, mövzu ilə bağlı tədqiqat işlərində istifadə edilməsi və dünya iqtisadiyyatı, beynəlxalq iqtisadi əlaqələr, beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar və digərləri üzrə təlim kurslarının hazırlanması üçün tövsiyə edilə bilər. Bu iş nəticəsində əldə edilmiş nəticələr gələcəkdə Azərbaycanın beynəlxalq turizm təşkilatları ilə əməkdaşlığının müxtəlif aspektlərinə dair siyasət sənədlərini hazırlamaq, beynəlxalq turizm bazarlarının inkişaf tendensiyaları və proqnozlarını

təhlil etmək, beynəlxalq turizm ilə baėlı Azərbaycanın mövqeyini öyrənmək  c n istifadə edilə bilər.

Dissertasiya iŐinin strukturu: Dissertasiya iŐi giriŐ,  c fəsil, nəticə və  d biyyat siyahısından ibarətdir.

I FƏSİL. BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARININ TƏDQIQININ NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1. Beynəlxalq turizmin mahiyyəti, iqtisadi inkişafda yeri və rolu

Turizm, yaşayış və ya iş dəyişikliyi ilə əlaqəli olmayan əhali miqrasiyasının formalarından biri kimi başa düşülür. Bunu müəyyənləşdirmək, 20-ci əsrin birinci yarısında yarandı və turizm axınının artması, turizmin artan iqtisadi əhəmiyyəti və nəticədə səyyahları statistik olaraq qeydə almaq cəhdləri ilə əlaqəli idi.

Turistin ilk təriflərindən biri Millətlər Birliyi Statistika Mütəxəssislər Komitəsinə (1937) aid idi. Beynəlxalq status qazandıqdan sonra bəzi düzəlişlər bu günə qədər davam edir. Son onilliklərdə turist tərfi problemi Beynəlxalq Rəsmi Turizm Təşkilatları Birliyinin iclaslarında (Dublin, 1950; London, 1957), BMT-nin Beynəlxalq Turizm və Səyahət Konfransında (Roma, 1963), ÜTT Konqresində (Manila, 1986), Parlamentlərarası Turizm Konfransı (Haaqa, 1989) və s. bir turist tərfinin nəzəri və praktik əhəmiyyətini, habelə yeni tendensiyalar və fenomenlər nəzərə alınmaqla onu daha mükəmməl və daha dəqiq etmək istəyini göstərən müzakirələr edilmişdir.

Hal hazırda beynəlxalq praktikada, Beynəlxalq Səyahət və Turizm Statistikaları Konfransı (Ottawa, 1991) tərəfindən hazırlanmış və DTT və BMT Statistika Komissiyası tərəfindən təsdiqlənən tərifdən geniş istifadə olunur. Bu tərifə görə, “bir turist, ziyarət etdiyi yerdəki mənbələrdən ödənilən fəaliyyətlərdən başqa hər hansı bir məqsədlə 12 aydan çox olmayan müddətdə adi olduğu mühitdən kənar yerlərdə səyahət edən və qalan bir insandır”.

Dar bir sektor çərçivəsi ilə məhdudlaşan iş tərifləri, bu sosial-iqtisadi hadisənin daxili və xarici əlaqələrinin müxtəlifliyini ortaya qoymur. Bu səbəbdən turizmin konseptual və ya əsas bir tərfinə ehtiyac var (Yeganlı S.T., Hacıyev E.M., 2006: s.77).

Turizm haqqında elmi ədəbiyyatda turizmin birmənalı tərfi yoxdur. Ancaq ifadələrdəki fərqə baxmayaraq, bütün müəlliflər "turizm" anlayışına turist ehtiyacları və motivasiyaları, turistlərin davranışları, daimi yaşayış yerlərindən

kənar qalmaları, turistlər və mal və xidmətlər istehsalçıları arasında iqtisadi münasibətlər, turizm sənayesinin ətrafdakı təbii, iqtisadi və digər makro mühitlər. Beynəlxalq Turizm Elmi Mütəxəssislər Birliyi tərəfindən təklif olunan turizmin əsas tərifini mütəxəssislər arasında geniş yayılmışdır. Onun sözlərinə görə, turizm "insanların daimi yaşayış və iş yerləri xaricində yerlərdə hərəkəti və qalması zamanı ortaya çıxan münasibətlər və hadisələrin məcmusudur".

Bu sistemin müxtəlif elementlərinin mahiyyəti və funksiyaları, eləcə də aralarındakı mövcud əlaqələr barədə biliklər onun davranışını anlamağa, işləmə mexanizmini aşkar etməyə imkan verir. Sol tərəfdəki şəkildə ziyarətçilər sektoru var. Turizm tələbi üçün alıcı rolunu oynayırlar. Hər bir insan istirahətdə daxil olmaqla ehtiyaclarını mümkün qədər təmin etməyə çalışır. Səyahət mallarını və xidmətlərini ödəməklə səyahət tələbini ifadə edir.

Turizm fəaliyyətinin genişləndirilməsi, yeni istirahət zonalarının təşkili, kurort komplekslərinin tikintisi böyük kapital qoyuluşlarını tələb edir. Bir qayda olaraq, böyük layihələr müxtəlif mənbələrdən maliyyələşdirilir.

Kapital qoyuluşundakı artım və turist tələbinin artması ilə nəticələnən real məhsul istehsalındakı artım iqtisadi fəaliyyətin canlanmasının əlamətləridir. Turizmdə yaranan böyümə sürəti zəncir boyunca iqtisadiyyatın digər sahələrinə ötürülür. İnvestisiya fəaliyyəti onlarda inkişaf edir, yeni iş yerləri açılır, ticarət dövryyəsi genişlənir və nəticədə gəlirlər artır - əmək haqqı, kirayə haqqı, faiz və mənfəət. Alınan və eyni zamanda böyüməyə meyilli olan gəlirin bir hissəsi dövlətə vergi şəklində keçir. Bundan əlavə, xəzinə idxal gömrük rüsumları ilə artırılır. Bu şəkildə toplanan vəsait yenidən turizm layihələrini maliyyələşdirmək, əhəlinin sosial cəhətdən həssas qrupları üçün istirahətin təşkilində maddi yardım göstərmək üçün istifadə edilə bilər (Bilalov B.Ə., Güllalıyevin Ç.G., 2015: s.82).

Hökumət və digər investorlar yeni inşaat və turizm obyektlərinin əsaslı təmirinə vəsait ayıraraq kreditlərin verilməsindən faydalanmağa çalışırlar. İnvestisiya edilmiş kapitalı və faizləri vaxtında qaytarmağı gözləyirlər. Maddi maraqlar investorları ən yaxşı kredit şərtlərini axtarmağa

məcbur edir. Bu məqsədlə xarici turizm bazarlarına çıxaraq kapital ixracatçılarına çevrilirlər. Bütün bunlar turizmi bazar sistemi kimi qəbul etməyə əsas verir.

Turizm kompleks bir varlıqdır. Bütöv olaraq, ilk növbədə ətrafdakı makro mühitlərlə əlaqədə görünür: siyasi, iqtisadi, sosial, texnoloji və ekoloji. Xarici dünya turizmi aktiv şəkildə təsir edir, bəzi hallarda bunun üçün geniş imkanlar açır, bəzilərinə isə yeni təhlükələr təhdid edir. Davamlı inkişaf məqsədi ilə xarici mühitdəki dəyişikliklərə uyğunlaşmaq məcburiyyətində qalır.

Beynəlxalq turizm, daimi yaşayış ölkəsi xaricində turistlərin turizm məqsədi ilə səyahətlərini əhatə edir. Dövlət sərhədini onlar üçün keçmək müəyyən rəsmiyyətlərlə əlaqələndirilir: xarici pasportların və vizaların qeydiyyatı, gömrük prosedurlarının keçməsi, valyuta və tibbi nəzarət. Bu qaydalar dövlət tərəfindən qanunsuz miqrasiya, beynəlxalq terrorizm və s. ilə mübarizə məqsədilə tətbiq olunur və ölkəyə giriş-çıxma üçün müəyyən prosedurları təmin etməlidir. Xüsusi xidmətlər səyahət edənlərin pasport və viza rejiminə uyğunluğunu, aşılama tələblərini, sərhəddən əşyaların, malların, xarici valyutanın daşınması qaydaları və şərtlərini və valyuta mübadiləsi əməliyyatlarını yoxlayır.

Rəsmiliyin sadələşdirilməsi (sərtləşdirilməsi) beynəlxalq turist axınlarına birbaşa təsir göstərir, insanların hərəkətini asanlaşdırır (və ya əksinə, çətinləşdirir). Səyahət sənədlərinin verilməsi üçün mürəkkəb və uzanmış prosedur, baxılması üçün müəyyən edilmiş müddətlərin pozulması və ya özbaşına rədd edilməsi, həddindən artıq yüksək rüsumlar turist səyahətinin artmasına kömək etmir; valyuta nəzarəti sahəsində - mal və xidmətlərin turistlər tərəfindən istehlak səviyyəsini təyin edən valyuta mübadiləsinə ciddi məhdudiyyətlərin tətbiqi etmir. Gömrük bəyannamələri və yoxlamaları həm də təsirsiz hala gətirə bilər və turist səyahətlərinin azalmasına səbəb ola bilər (Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Milli turizm idarələri və bir çox beynəlxalq təşkilat asanlaşdırmağı ən vacib prioritet halına gətirmişdir. Bu problemi həll edənlərdən biri, 1944-cü ildə Chicago konfransında xarici pasportların birləşdirilməsini təklif edən Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatı (BMAT) idi. Daha sonra 50-90-cı illərdə sərhəd, gömrük, tibbi nəzarət məsələləri Gömrük Əməkdaşlıq Şurası, Beynəlxalq Dənizçilik Təşkilatı,

Dünya Səhiyyə Təşkilatı, Beynəlxalq Əmək Təşkilatı və s.-in ən vacib sənədlərində əks olundu.

ÜTT, turizm rəsmiliyinin sadələşdirilməsinə xüsusi əhəmiyyət verərək, hissədə müvafiq tövsiyələr paketi hazırlamış və qəbul etmişdir:

- pasport rəsmiyyətləri: pasport xidmətlərinin mərkəzləşdirilməsi; xarici pasportların verilməsi müddətlərinin azaldılması və prosedurunun sadələşdirilməsi; məqbul ödənişlərin tətbiqi; məhdudiyətsiz sayda səyahət ilə ən azı beş illik pasportun qüvvədə olma müddətinin müəyyən edilməsi; xarici pasportu müsadirə etmək hüququ olmadan sahibində saxlamaq; pasportların BMAT standartlarına uyğunlaşdırılması, kompüter sistemlərindən istifadə edərək yoxlanılmasına imkan vermək;

- viza rəsmiyyətləri: üç aya qədər vizasız giriş; vizanın etibarlılığını 12 ay müddətinə istənilən nəqliyyat növündən istifadə etməklə bütün məntəqələrə və turistlər üçün açıq olan bütün marşrutlara bir və ya daha çox girişə qədər uzatmaq; bir sıra dövlətlər tərəfindən vizanın qarşılıqlı tanınması; müstəsna hallarda bir buraxılış məntəqəsində giriş icazəsinin verilməsi; turistin vətəndaşlığından asılı olmayaraq vahid konsulluq haqqının müəyyən edilməsi;

- valyuta rəsmiyyətləri: gömrük bəyannaməsində göstərilən miqdarda valyuta idxalına icazə; qaydalar və mövcud valyuta məzənnəsi haqqında potensial qonaqlara və turistlərə tam məlumat vermək; müvafiq məlumatların giriş məntəqələrində məcburi qaydada yerləşdirilməsi; ev sahibi ölkədən çıxarkən əks valyuta mübadiləsi imkanının təmin edilməsi; idxal olunan valyutanın yalnız könüllü əsasda dəyişdirilməsi; turistlərə yola düşdükdən sonra ölkələrinə qayıtmaq üçün milli valyuta vahidi ilə kifayət qədər miqdarda sahib olmaq hüququnun verilməsi;

- gömrük rəsmiyyətləri: malların müəyyən növləri və bunların müəyyən bir hissəsi üçün gömrük rüsumları və əlavə dəyər vergiləri istisna olmaqla, turistlərin vergiləri, rüsumları, giriş və çıxma rüsumları ilə vergisi; turizm obyektlərinin saxlanması və yenilənməsi üçün bəzi vergi və ödənişlərin qonaqlardan birbaşa

valyuta yığılması əvəzinə biletlərin, kuponların, turların qiymətinə dolayı vergitutma strukturuna daxil edilməsi;

- tibbi rəsmiyyətlər və turistlərə tibbi yardımın göstərilməsi: bütün maraqlı tərəflərə tibbi xarakterli hərtərəfli turistik məlumatların verilməsində milli turizm idarələrinin səhiyyə orqanları ilə əməkdaşlığının genişləndirilməsi; tibbi sığorta və turistlərə tibbi yardım haqqında ikitərəfli və çoxtərəfli dövlət müqavilələrinin bağlanması; istisnasız olaraq bütün turistlərə təcili tibbi yardımın göstərilməsi; kəskin xəstəlik və ya ölüm halında, konsulluğa və yaxınlarına dərhal bildiriş göndərmək; cəsədin vətəninə daşınması və ya dəfn edilməsi; tələb olunan sənədlərin sürətli işlənməsi.

Dövlət sərhədlərindən keçməklə əlaqəli turizm rəsmiyyətləri beynəlxalq turizmin ayrılmaz hissəsidir və onun əsas xüsusiyyəti kimi çıxış edir. Dövlətlərin pul sistemlərindəki fərqlər nə qədər dərindir, insanların sərbəst hərəkəti üçün ən çox maneə yaranarsa, turizm rəsmiliyinə aid olmasa da, xalqları ayıran, turizm əlaqələrinin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərən dil maneələri bir o qədər əhəmiyyətlidir, beynəlxalq turizm ilə daxili arasındakı fərq o qədər əhəmiyyətlidir.

Beynəlxalq turizmin bir başqa xüsusiyyəti də iqtisadi xarakter daşıyır və beynəlxalq turizmin ölkənin ödəmə balansına təsiri nəticəsində aşkarlanır. Mallar və xidmətlər üçün pul ödəyən xarici turistlər, ev sahibi ölkənin büdcəsinə valyuta axınını təmin edir və bununla da tədiyə balansını aktivləşdirir. Buna görə xarici turistlərin gəlişinə aktiv turizm deyilir. Əksinə, turistlərin getməsi milli valyutanın daimi yaşadıkları ölkədən çıxması ilə əlaqələndirilir. Bu cür turizm əməliyyatları üçün beynəlxalq ödəmələr turist tədarükçüsü olan ölkənin tədiyə balansının borclarında qeyd olunur və turizmin özünə passiv deyilir.

Turizm fəaliyyətinin maliyyə nəticələrinin tədiyə balansında əks olunma xüsusiyyətlərinə əsaslanan aktiv və passiv bölgü yalnız beynəlxalq turizmə xasdır və daxili turizmə aid deyil (Yeganlı S.T., Hacıyev E.M., 2006: s. 73).

Beynəlxalq turizmdə bunun iki növü mövcuddur - giriş və çıxma, bunlar turizm axınının istiqaməti ilə fərqlənir. Bir və eyni turist, hərəkətinin təsvir olunduğu ölkədən asılı olaraq, eyni zamanda giriş və çıxış kimi təsnif edilə bilər.

Turistin tərək etdiyi ölkəni və gəldiyi təyinat ölkəsini ayırd edir. Birinci halda söhbət xarici turizmdən, ikincisi isə giriş turizmindən gedir. Bu terminlər, səyahətin başlanğıcında xarici səyahətə istinad etmək üçün istifadə olunur. Geri qayıdarkən turist sadəcə evinə qayıdır.

1.2. Beynəlxalq turizm bazarının təşkilati – iqtisadi strukturu

Turizm bazarı qarşılıqlı əlaqə sistemi olaraq çox sayda turizm məhsulu istehsalçısını turizm məhsulları almaq və ya almaq istəyən mövcud və potensial alıcılarla birləşdirir.

Turizm bazarı turizm xidmətlərinin təşkili və satışına dair təşkilati və iqtisadi əlaqələrin məcmusudur. Bu bazar, digər bazarlar kimi, alıcıları (tələbi daşıyanlar) və satıcıları (təchizatçıları) birləşdirir. Ancaq turizm bazarının adi əmtəə bazarlarından fərqi ondadır ki, malları satıcılardan alıcılara daşımır. Əksinə, alıcıların özləri ayrılmış xidmətləri almaq üçün mənzillərinə gedirlər (Александрова А.Ю., 2014: s.69).

Bazar mübadilə sahəsidir. Turizm bazarında mübadilə mövzusu turizm sənayesinin müxtəlif müəssisələri (otellər, restoranlar, daşıyıcılar, istirahət müəssisələri, səyahət təşkilatçıları və s.) tərəfindən göstərilən səyahət xidmətləridir.

Turizm bazarı çox dərəcəli bir əlaqə ilə xarakterizə olunur: son istehlakçı ilə turizm xidmətləri istehsalçısı arasında - turizm agentlikləri, turoperatorlar, yerləşmə, nəqliyyat və iaşə xidmətləri təminatçıları və icraçıları arasında vasitəçilər var.

Turist bazarları aşağıdakı meyarlara görə təsnif edilə bilər:

- coğrafiyaya görə - müəyyən bir ölkənin dünya, regional, bazarı, ölkə daxilindəki bölgə, şəhər və bənzəri;
- milli ərazi - beynəlxalq turizm (giriş, çıxış), daxili turizm bazarları ilə münasibətlərə əsaslanaraq;
- səyahət istiqamətinə əsaslanaraq - turizm axını yaradan bazarlar və turistləri qəbul edən bazarlar;

- istehsal və satışın konsentrasiya dərəcəsinə görə - inhisarçı, oliqopolist və sərbəst rəqabət bazarı;

- tələb və təklif arasındakı nisbətə görə - satıcı bazarı (yüksək tələb və məhdud təklif ilə xarakterizə olunur) və alıcı bazarı (təklifin tələbdən artıq olması ilə xarakterizə olunur).

Turizm sektorunda "bölgə" ifadəsi istifadə olunur. Üç növ bölgə var:

- 1) coğrafi, məsələn, Qərbi Avropa və ya Şimali Afrika;
- 2) inzibati, məsələn, Transcarpathian bölgəsi;
- 3) təbii və iqlim, məsələn, dənizkənarı kurortlar, Sakit okean hövzəsi.

Turist axınları istiqamətlərinə görə seçilir: bölgələr daxilində - daxili və bölgələrarası.

Turist səfərləri ilə əhatə olunan insanların sayı durmadan artdığından, turizm həm dünya iqtisadiyyatına, həm də ayrı-ayrı ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafına getdikcə daha çox təsir göstərir.

Beynəlxalq turizmin dünya iqtisadiyyatına təsirinin öyrənilməsinin vacib sahələrindən biri də bazar tutumunun müəyyənləşdirilməsidir. Hipotetik səyahət bazarı, səyahət xidməti satıcısı ilə müqavilə bağlamaq potensialı olan alıcılar toplusudur. Lakin reallıqda turizm tələbinin proqnozu ilə faktiki nəticələr üst-üstə düşmür.

Beynəlxalq turizm bazarının tutumunun ən vacib göstəriciləri arasında il ərzində səyahət edən və müəyyən bir ölkəyə turizm məqsədi ilə gələn bir şəxs kimi qeydiyyatı alınan insanların sayı ilə təyin olunan "gələnlərin sayı" var. Xarici qonaqların sayına əlavə olaraq, turizm bazarının tutumunun göstəricisi beynəlxalq turizmdən gələn pul vəsaitləridir.

Əcnəbi qonaqların müxtəlif ölkələrə gəlmələrinin sayı, ölkələrə görə statistik qeydləri aparan və göstəriciləri dövlətlərarası səviyyədə müqayisə edən UNWTO tərəfindən hazırlanmış vahid metodologiyaya əsasən qeydə alınır.

Turizm bazarının dövlət tənzimlənməsinin prioritet məqsədi onun fəaliyyətinin səmərəliliyini təmin etməkdir. Turizm bazarının ən yüksək səmərəliliyinin təmin edilməsi vəzifəsi ümumi kommunal xidmətin maksimum

səviyyəyə çatdırılması üçün resursların optimal bölgüsü kimi formalaşır. Bu səbəbdən, turizmin inkişafına yönəldilən təsirlərin mənfəəti maksimum dərəcədə artırmağa yönəlmiş pragmatik təşkilati və iqtisadi mexanizmdən turistlərin ehtiyaclarının mümkün qədər yüksək səviyyədə təmin olunmasını təmin edən və qazancı maksimum dərəcədə artıran bir sosial mexanizmə tədricən köçürülməsini nəzərdə tutan inkişaf konsepsiyasının dəyişmə tendensiyasını qeyd etmək vacibdir. İqtisadi amillərin istifadəsindən təşkilati və iqtisadi amillərin istifadəsinə keçid yolu ilə sosial mexanizm tədricən təkmilləşdirilir. Keyfiyyət və xidmət problemlərinin tədricən ön plana çıxdığı indiki dövrdə belə bir dialektik görünür. Turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilati və iqtisadi mexanizminə vurğu həm turist sayının artması, həm də onların yüksək keyfiyyətli turizm xidmətlərinə həvəsi üçün güclü bir stimül verir.

Hər hansı bir turizm müəssisəsinin idarə olunması üçün səciyyəvi olan aşağıdakı xüsusiyyətləri ayırmaq olar:

1) turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin planlaşdırılması, əsas istifadəçilərin ehtiyaclarına, tələblərinə və istəklərinə yönəldilməlidir;

2) müasir dünyada gücün və sağlamlığın bərpası vasitəsi kimi turizmin əhəmiyyəti çox olsa da, hələ əsas mala çevrilməmiş turizm xidmətlərinin birincil olmayan təbiəti;

3) turizm sənayesində marketinq çox vacibdir. Bunun səbəbi, bir turizm xidmətinin satıcısının öz standart standartını təqdim edə bilməməsi (mal satarkən tətbiq olunduğu kimi) məhsul xidmətinin lehinə arqumentlər tapması və bunun yalnız hamısını istifadə edərək köklü bir marketinq sistemi ilə edilə bilməsi ilə əlaqədardır;

4) xidmətin keyfiyyətinin dəyişkənliyi, qiymətləndirilməsində subyektivlik ilə əlaqəli olaraq daima nəzarət etmək zərurəti yaranır, yəni bu idarəetmə funksiyası xüsusi əhəmiyyət qazanır;

5) turizm xidməti misilsizdir (hər cəhətdən təkrarlamaq mümkün deyil). Bu səyahət marşrutu, xidmət şərtləri, xərc və s. eyni şirkətdən eyni marşrutda iki tur belə tez-tez fərqli olur (Борисов К.Г., 2019: s.128).

Turizm müəssisələrinin idarəetməsinin səmərəliliyini müəyyən etmək üçün aşağıdakı amilləri ayırmaq olar:

1) zamanın tələbləri səbəbindən turizm müəssisələrinin izlədiyi texnoloji dəyişikliklər. Turizm müəssisələrinin təşkilati strukturları, məqsədləri, işçilərin davranışları və onlardakı idarəetmənin səmərəliliyi, həmişə şüurlu olmasa da, texnologiyalar və yenilikçi nailiyyətlərlə avtomatik olaraq təyin olunur;

2) turizm müəssisələrinin bir-biri ilə və sosial mühitlə əlaqəsi. Turizm müəssisələrinin maraq dairəsi ictimai ehtiyaclar və maraqlar da daxil olmaqla qarşılıqlı əlaqəyə girməyə, əməkdaşlıq etməyə, təmas qurmağa, qarşı çıxmağa və üst-üstə düşməyə meyllidir;

3) beynəlmilləşmə və ya turizm müəssisələrinin maraq və öhdəliklərinin artan beynəlxalq xarakteri;

4) turizm müəssisələrinin idarə olunması üçün müasir tələblər. Zamanla, uzunmüddətli planlaşdırma, sistem təhlili, marketinq, maliyyə menecmenti, ictimaiyyətlə əlaqələr və təhsil və təlim kimi funksional fənlər bütün turizm müəssisələri üçün fərqli parametrlərə çevrilmişdir.

İqtisadiyyatda səmərəlilik və onun ölçülməsi probleminə böyük diqqət yetirilib və göstərilməkdədir. Səmərəliliyin öyrənilməsinə ehtiyac onun idarəetmə qərarlarını qiymətləndirmək və seçmək üçün aparıcı meyar kimi çıxış etməsi ilə bağlıdır.

Turizm bazarının təşkilati strukturu bir sıra əlaqələrdən ibarətdir:

- sosial infrastrukturun çoxşaxəli sahələrarası kompleksi kimi sistem;
- sənaye regional miqyasda müstəqil iqtisadi əlaqə kimi;
- turizm müəssisəsi.

Buna görə turizmin səmərəliliyinin müəyyənləşdirilməsi problemi üç cəhətdən nəzərdən keçirilməlidir: cəmiyyət səviyyəsində (bütövlükdə milli iqtisadiyyat), sənaye və ayrı bir turizm müəssisəsi.

Turizm bazarı, digərləri kimi, yalnız müstəsna hallarda kompakt, qapalı və homojen bir ünvandır. Tipik olaraq, bir çox hissədən və ya seqmentdən ibarətdir. Bazar seqmentasiyası ilə tələb və təklifin əsas komponentlərini

müəyyənləşdiririk. Bazarın diqqətlə seqmentləşdirilməsi yalnız marketing araşdırmaları üçün deyil, eyni zamanda turizm sahəsindəki statistik məlumatların yaxşılaşdırılması üçün də vacibdir və bu da son nəticədə turizm sənayesinin milli iqtisadi əhəmiyyəti barədə obyektiv məlumatların əldə edilməsinə kömək edir.

Ümumiyyətlə, turizm bazarının idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi üçün əsas müddəalar və istiqamətlər müasir bazar iqtisadiyyatının qanunlarına və tələblərinə və müəyyən bir bölgənin xüsusiyyətlərinə cavab verən turizm bazarının formalaşmasına və inkişafına kömək etməlidir. Bu problemlərin həlli o zaman mümkündür ki, turizm müəssisəsinin idarə edilməsinin səmərəliliyini qiymətləndirən səmərəli fəaliyyət göstərən təşkilati idarəetmə strukturunun yaradılması üçün elmi əsaslandırılmış metodoloji baza olsun.

1.3. Beynəlxalq turizm bazarının inkişafına təsir edən amillər

Beynəlxalq turizm 20-ci əsrin fenomeninə çevrildi. Səyahət arzusunun turizm bölgələrinin mövcudluğu və maddi imkanların artırılması sayəsində milyonlarla insanın populyar bir hobbisinə çevrildi.

Bir çox turizm bölgəsi bizə yaxınlaşdı və sənişin nəqliyyatının, xüsusilə aviasiya sahəsinin inkişafı, böyük insan qruplarını uzun məsafələrə apara bilən etibarlı və rahat reaktiv hava laynerlərinin yaradılması sayəsində əlçatan oldu.

XXI əsrdə beynəlxalq turizm qonaqpərvərlik və turizm sənayesinə xas olan amillərin, həmçinin siyasət və hüquq, iqtisadiyyat və maliyyə, mədəniyyət, sosial-demografik dəyişikliklər, ticarətin inkişafı, nəqliyyat, infrastruktur və elmi-texniki tərəqqi kimi ekoloji amillərin təsiri altında inkişaf edir.

Dövlətin siyasətindən, ümumiyyətlə turizmə münasibətindən asılı olaraq, turizm mənbələri müxtəlif dərəcədə intensivliklə istifadə olunur. Dövlət turizm sənayesinin inkişafı ilə maraqlandıqda, bu, turizmin prioritet inkişafının ümumi konsepsiyasında, turizmin inkişafını stimullaşdıran və tənzimləyən qanunvericilik və tənzimləyici aktlarda, habelə turizm infrastrukturunun inkişafına, otellərin tikilməsinə və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına maliyyə və iqtisadi dəstəyin göstərilməsində özünü göstərir (Воскресенский В.Ю., 2015: s.49).

Turizmin böyüməsi ilə təhlükəsizlik məsələləri getdikcə daha vacib hala gəlir. Turistlər xarici qonaqları qəbul etməkdə maraqlı olan ölkələrin rəhbərliyindən istirahət zonalarında, yaşayış yerlərində və nəqliyyat zamanı həyatlarının və sağlamlıqlarının təhlükəsizliyini təmin etmək üçün müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsini gözləyirlər.

Beynəlxalq münaqişələr və ya hərbi əməliyyatlar, beynəlxalq cinayət və terrorizmin baş verməsi turizmin inkişafı üçün ciddi təhlükə yaradır. Qonaqlar səyahət etdikləri ölkələrdə yerləşmə obyektlərinin və işə müəssisələrinin sanitariya və gigiyenik vəziyyətindən də narahatdırlar.

Turizmin inkişaf tarixi boyunca təhlükəsizlik məsələləri səyahət edənləri həmişə narahat etmişdir. Onların 60% -dən çoxu səyahət istiqaməti və istirahət yeri seçiminə qərar verdikdə cinayət vəziyyətinin onlar üçün əsas mənfi amil olduğuna inanırlar.

Turizmin inkişafına həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi amillər təsir göstərir. Makroiqtisadi qeyri-sabitlik, artan işsizlik və inflyasiya cəmiyyəti narahat edir və əksər hallarda əhalinin evdə istirahətə üstünlük verməsinə səbəb olur.

İqtisadiyyat sürətlə inkişaf etdikdə, ümumi investisiya artır. Turizm gəlirlərinin ÜDM-in əhəmiyyətli bir hissəsini təşkil etdiyi ölkələrdə investisiyalar yeni otellərin inşasına və turizm infrastrukturunun yaxşılaşdırılmasına yönəldilir. Eyni zamanda, milli gəlirin artması insanların səyahət etmək üçün aktivliyini stimullaşdırır.

Tətil məkanının seçimini şərtləndirən vacib amillərdən biri də turist tələbi üçün məhsul və malların qiymət səviyyəsidir. Valyuta məzənnəsi, sadəliyi və xarici valyutanın mövcudluğu da böyük əhəmiyyətə malikdir.

Mədəni irs, mədəni mühit səyahətçiləri cəlb edən bir maqnitdir. Turistlər tarixi və mədəni turizm mənbələri ilə zəngin yerləri gəzirlər, digər xalqların həyatı və həyatı haqqında bilmək istəyirlər, buna görə yerli xor, ansambl, folklor elementləri, xalq əyləncələri, oyunlar, əyləncə ilə maraqlanacaqlar.

Üçüncü minilliyin əvvəllərində, dünya əhalisinin 6 milyard nəfərə çatdığı zaman, beynəlxalq turizmin inkişafına təsir göstərən bəzi sosioloji dəyişikliklər

var. Yaş və ailə faktorları beynəlxalq turizm üçün ən vacibdir. Gənclər 18-34 yaş arası turistlərin əsas hissəsini təşkil edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə 50-dən yuxarı əhalinin təbəqəsi sürətlə böyüyür. Bu segment təzə təqaüdə çıxmış, uzun səyahətlər etmək üçün çox boş vaxtı və maddi mənbələri olan insanlarla tamamlanır. Hər şeydən əvvəl, sağlamlığı artırmaq, intellektual və mədəni zənginləşdirmək üçün əlverişli turizm yerləri ilə maraqlanırlar. Ailə faktoru, xüsusən də uşaq ailələrin sayının artması beynəlxalq turizmin inkişafına getdikcə daha çox təsir göstərəcəkdir.

Sərnişin nəqliyyatının vəziyyəti ilə turizm arasında birbaşa əlaqə mövcuddur: nəqliyyat vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, yeni güclü və daha tutumlu modellərin meydana çıxması ilə turist mübadiləsinin həcmi artır (Долматов Г.М., 2017: s.62).

Turizm bölgələri üçün hava limanlarının, dəmir yolu stansiyalarının vəziyyəti, magistral yolların keyfiyyəti və onların ötürmə qabiliyyəti böyük əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin inkişafı ilə maraqlanan şəhərin inkişaf etmiş bir infrastrukturunu, hava limanları və qatar stansiyaları ilə yaxşı nəqliyyat əlaqələri olmalıdır ki, bu da turistlərin şəhər mərkəzinə tez və asanlıqla çatmasını təmin edir. Məsələn, London Heathrow hava limanında (şəhərdən 22 km) hər 5 dəqiqədə bir gedən birbaşa yeraltı xətt var. Hava sərnişinləri də müntəzəm avtobus marşrutları ilə daşınır, avtobuslar 20-30 dəqiqədən bir yola düşür.

Turistlər rahatlıq və təhlükəsizliyin təmin ediləcəyi yerləri seçirlər (bir çox əyalətdə hətta turizm polisi var), lazım olduqda planetin istənilən nöqtəsi ilə əlaqə qura və ixtisaslı tibbi yardım ala biləcəklər.

Bir çox böyük Avropa şəhərlərində şəhərin həyatı və xarici qonaqlar üçün ana dilində xidmətlər haqqında məlumat əldə edə biləcəyiniz xüsusi məlumat mərkəzləri yaradılmışdır.

Turistlərin ziyarət etdiyi yerlərdə suvenir mağazaları və turizm mallarının satıldığı köşklər var: misilsiz yerli əl işləri, suvenirilər, hədiyyələr.

Bəzi ölkələr, öz sahələrini xarici qonaqların ehtiyaclarına yönəldərək, yalnız turizm xidmətləri və suvenirilər satışından deyil, həm də uzunmüddətli malların satışından faydalanırlar. Məsələn, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Türkiyə,

Yunanıstan, İtaliya, Sinqapur rəqabətli qiymətlərlə unikal malların aktiv ticarəti sayəsində xarici turistləri cəlb edir.

Qonaqpərvərlik və turizm sənayesində elmi və texnoloji tərəqqinin nailiyyətlərindən geniş istifadə olunur. Ən yeni texnologiyaların tətbiqi sayəsində qatar sürəti və səyahət rahatlığı artır. Yaponiya, Fransa və digər ölkələrdə sürətli qatarlar artıq 483 km / saat sürətlə hərəkət edir.

Telekommunikasiya texnologiyaları və elektronikanın istifadəsi sayəsində real vaxt rejimində işləyən kompüter rezerv sistemləri yaradıldı. Turizm məhsullarının təşviqi və alınması sistemində də keyfiyyət dəyişiklikləri baş verdi: artıq istehlakçı öz səyahət paketi, biletləri və oteldə bir yer düzəldə bilər və şəxsən yaratdığı marşrut üzrə səyahət edə bilər.

Turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatında ən dinamik və sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Turizm, neft və avtomobil sənayesinin arxasında üç böyük ixracat sahəsidir. Turizm hazırda dünya iqtisadiyyatının ən gəlirli sahəsidir. Turizm sənayesinin inkişafının əsasını aşağıdakı vacib məqamlar təşkil edir:

- Gələn turistin payının artması;
- Resurs təminatı ilə istifadə dərəcəsi arasındakı fərqin azaldılması;
- Milli turizm məhsulunun təbliği;
- Daxili turizmə dövlət dəstəyi.

Turizm sənayesi demək olar ki, bütün dövlət idarələri və xidmətləri ilə qurulan əlaqələr sayəsində sahələrarası kompleks kimi fəaliyyət göstərir. Xüsusilə, hüquqi (qanunvericilik və tənzimləmə bazasını, gömrük və konsulluq xidmətlərini əhatə edir), maliyyə-iqtisadi (vergi və sığorta sistemləri, maliyyə münasibətləri), kadrlar (turizm üçün hazırlıq, elmi tədqiqatlar və s.) kimi strukturlarla əlaqələr mövcuddur. Dövlət dəstəyi əhalinin turizm xidmətlərinə olan ehtiyaclarını stimullaşdırmaqdan ibarətdir. Dövlət turizm siyasətinin səmərəliliyinin təzahürü turizm sənayesinin gəlirliliyi və milli iqtisadiyyata verdiyi töhfədir (Александрова А.Ю., 2014: 61).

Bir çox yerli və xarici alimlərin elmi əsərləri müxtəlif növ amillərin təsiri altında turizm xidmətləri bazarının inkişafının problemləri və xüsusiyyətlərinin

öyrənilməsinə həsr edilmişdir. Alimlər öz əsərlərində turizmin inkişafı üçün tənzimləmə siyasətinin iqtisadi və təşkilati strukturunu müəyyənləşdirən dövlət və regional turizm siyasətinin hazırlanması və həyata keçirilməsi metodologiyasına, istirahət və turizm kompleksi müəssisələrinin yaranması və fəaliyyət prinsiplərinə dair ilkin şərtlərə, onların forma və növlərinin təsnifatına, turizm müəssisələrinin maliyyə və təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılmasına diqqət yetirirlər.

Beynəlxalq turizm bazarının inkişafı problemi ilə bağlı çap olunmuş əsərlərin tədqiqi, turizm sənayesindəki amillərin təsiri məsələsinin kifayət qədər öyrənilmədiyi qənaətinə gəlməyə imkan verir ki, bu da ümumilikdə turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir və bu problemin həlli məsələsini çox aktuallaşdırır.

Ümumiyyətlə beynəlxalq turizmin inkişafı bir sıra şərtlərdən asılıdır: cəmiyyətdə hökm sürən təbii-coğrafi, tarixi-siyasi, sosial-iqtisadi, demoqrafik və bunları müəyyən edən amillər. Turizm xidmətləri bazarının inkişaf amilləri ümumiyyətlə xarici və daxili bölünür.

Xarici (ekzogen) amillər demoqrafik və sosial dəyişikliklər yolu ilə turizmə təsir göstərir; iqtisadi və maliyyə inkişafı; siyasi və hüquqi tənzimləmə dəyişiklikləri; texnoloji dəyişikliklər; ticarətin inkişafı; nəqliyyat infrastrukturunu və səyahət təhlükəsizliyi. Xarici amillərə bölgənin coğrafi yeri, ölkələr arasındakı siyasi münasibətlər, beynəlxalq əmək bölgüsü, beynəlxalq bazarda və müxtəlif ölkələrdə qiymətlərin səviyyəsi və s.

Beynəlxalq turizm bazarının daxili inkişaf amilləri həlledicidir. Bunlar arasında ölkənin təbii-coğrafi xüsusiyyətləri və iqlim şəraiti, təbii sərvətlərin mövcudluğu və keyfiyyəti və onlardan rahat istifadə imkanları, ölkədəki iqtisadi vəziyyət, ölkənin daxili siyasəti, siyasi sabitlik, ictimai sifariş, istehsal güclərinin inkişaf səviyyəsi, əhalinin quruluşu və rifah səviyyəsi, əldə etmə imkanı dövlət və ictimai təşkilatlar, müəssisə və təşkilatlar hesabına turizm xidmətləri üzrə üstünlüklər və endirimlər, turizm infrastrukturunun, nəqliyyat şəbəkələrinin inkişaf vəziyyəti, cəmiyyətdə yaşayış səviyyəsi, əhalinin təhsil və mədəni səviyyəsi.

Turizm fəaliyyətinə təsir nöqtəyi-nəzərindən bütün amillər cazibə amillərinə (səyahətləri təşviq edir - turist axınlarının formalaşdığı ölkədə təbii, mədəni və

sosial şərtləri təşviq edir) və tələbin fərqləndirmə amillərinə (səyahət yeri seçiminə təsir - turizm ehtiyatları, infrastrukturun inkişafı, səviyyəsi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafı).

Beynəlxalq turizmin inkişafına təsir mexanizmi nöqtəyi-nəzərindən, cəmiyyətin tarixi inkişafı ilə artıq formalaşmış və turizm fəaliyyətini məqsədyönlü şəkildə tənzimləyən obyektiv amilləri - birinci qrupun amillərini müəyyənləşdirmək mümkündür. İkincisi, turizm sahəsində dövlət siyasəti, turizm qanunvericiliyinin mövcudluğu və məzmunu, cəmiyyətdə turizm təhsili və s.

Turizmin inkişafına təsir edən amillər müxtəlifdir və çoxşaxəlidir. Əlverişli amillərin olması müəyyən bölgələrin və ölkələrin dünya turizmində lider olmasına gətirib çıxarır və əksinə, arzuolunmaz amillər turizm axınını azaldır.

Turizmin inkişafına təsir göstərən əsas amillər iki qrupa bölünə bilər: statik və dinamik (Kasumov R.M., 2012: 140).

Statik zamanla sabit bir dəyərə malikdir (təbii iqlim, coğrafi, mədəni və tarixi amillər). Dinamik amillərə aşağıdakılar daxildir:

- Demografik (ümumi əhali artımı, şəhərləşmə, yəni kənd sakinlərinin sayının azalması, əhalinin yaş quruluşunun dəyişməsi səbəbindən şəhər əhalisinin nisbətində artması (bir çox ölkədə həyat müddətinin artması getdikcə daha çox insanın boş vaxt və pula sahib olması, xaricə səyahət etmələrinə icazə vermək);

- Sosial (inkişaf etmiş ölkələrin əhalisinin rifah halında artım turist mübadiləsində fəal iştirak edir, ödənişli tətillərin müddətinin artması və iş həftəsinin uzunluğunun azalması, işləyən qadınların sayının artması və hər ailənin gəlirlərinin artması, subay insanların nisbətində artması, meyl ailələr, əhalidəki övladsız cütlərin sayında son dərəcə sürətli bir artım, immiqrasiyanın azalması, daha erkən bir təqaüdə çıxma, turizm imkanları şüurunun artması);

- İqtisadi (malların və xidmətlərin istehlak quruluşunun dəyişməsi, əhalinin istehlak səbəbindəki müxtəlif xidmətlərin payının artmasına doğru turist daxil olmaqla);

- Mədəni (bir çox ölkənin əhalisinin mədəni səviyyəsinin artması və bu baxımdan insanların xarici mədəni dəyərlərlə tanış olmaq istəyi);

- Elmi və texnoloji tərəqqi (turizm sənayesinin maddi-texniki bazasının sürətli inkişafını müəyyənləşdirir, kütləvi turizm üçün lazımı şərait yaradır);

- Beynəlxalq amillər (beynəlxalq iqlimin azaldılması, ayrı-ayrı dövlətlər arasında qarşılıqlı anlaşmaya keçid, qloballaşma prosesləri, mübahisəli beynəlxalq məsələlərin danışıqlar prosesi yolu ilə həlli).

Beynəlxalq turizmin inkişafını müəyyən edən ən vacib amillər bunlardır:

- Dövlət qurumlarının dəstəyi (müxtəlif ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizmin inkişafının uğuru birbaşa bu sənayenin dövlət səviyyəsində necə qəbul olunmasından, dövlət dəstəyindən nə qədər istifadə etdiyindən asılıdır);

- Sosial sərvət artımı;

- İş vaxtının azaldılması;

- Şəhərləşmə (əhalinin şəhərlərdə cəmləşməsi, təbiətdən ayrılması boş yerləri daimi yaşayış zonalarından kənarında keçirməyə məcbur edir);

- İctimai şüur səviyyəsi.

Qərb mütəxəssislərinin fikrincə, turizm bölgəsinin cəlbediciliyini müəyyən edən əsas amillər bunlardır: bölgənin əlçatanlığı, təbiəti və iqlimi, yerli əhalinin qonağa münasibəti; bölgənin infrastrukturunu, qiymət səviyyəsi, pərakəndə ticarətin vəziyyəti; idman, istirahət və təhsil imkanları; mədəni və sosial xüsusiyyətləri. Sonuncu amil isə öz növbəsində turistləri aşağıdakı səbəblərə görə cəlb edir: iş, milli geyim, memarlıq, sənətkarlıq, tarix, dil, din, təhsil, ənənələr, istirahət, rəsm, musiqi, gastronomiya.

Amillərin birləşməsi turizm xidmətləri istehlakçılarının davranış xüsusiyyətlərinin meydana gəlməsini və xarakterini müəyyənləşdirir ki, bu da aşağıdakı göstəricilərlə ifadə edilə bilər:

- Turizmin tezliyi;

- Turizm mərkəzi və turizm coğrafiyası seçimində üstünlüklər;

- Üstünlük verilən turun təşkilati forması;

- Turistin tur qiyməti barədə fikri;

- Səyahət agentliyinin ticarət nişanının təqdimatı;

- Turistin kommunikativ davranışı;

- Tur almaq qərarında xarici stimulların rolu.

Turizm xidmətləri bazarının inkişafına təsir göstərən digər amillər növü şəxsi və davranış amilləridir. Qeyd etmək lazımdır ki, turizmin inkişafına təsir göstərən bütün amillər arasında müasir dünyada şəxsiyyət-davranış faktorları aparıcı rol oynayır. Bunlar, turistin ehtiyaclarını qarşılıyarkən, istehlakçıların səyahət etmək istəyini təmin edən motivlərdən ibarətdir. Turizm xidmətləri bazarının formalaşmasında psixoloji amillərin rolunu təhlil edərək iqtisadi, müalicə-profilaktika və ya sentimental motivlərin olması halları xaricində yalnız bir neçə turistin əvvəllər olduqları yerlərə qayıtdıqları sübut edilmişdir. Gəlir artdıqca bir insan yeni bir səyahət seçərkən psixoloji motivlərə üstünlük verməyə başlayır. İstehlak olunan turizm məhsulunun keyfiyyəti barədə fikir səyahətdən bir müddət sonra formalaşır, çünki səyahətə çıxmadan əvvəl istehlakçı gözləntilərini yalnız mövcud məlumatlar əsasında modelləşdirə bilər. Buna görə vəziyyətin əhəmiyyəti ondadır ki, məhsul ideyası istehlakçı arasında müəyyən gözləntilərin yaranmasına səbəb olur və əgər məhsulun real keyfiyyəti ilə əsaslandırılmırsa, istehlakçı ondan asanlıqla məyus olur. Turizmin məqsədi istehlakçının boş vaxtının rəşional təşkilidir. Müvafiq olaraq, turizmin inkişafı iki əsas məqamın olması ilə əlaqəli ola bilər: boş vaxt və onun rəşional təşkilü üçün maliyyə mənbələri.

Deməli, fikrimizcə, turizmin inkişafına ölkədə və dünyada siyasi, hüquqi və sosial-iqtisadi vəziyyətlə əlaqəli həm müsbət, həm də mənfı amillər təsir göstərir. Turizm xidmətləri bazarının inkişafındakı müsbət amillər bunlardır:

- Siyasət və iqtisadiyyatın sabitliyi və açıqlığı;
- Sosial sərvət və əhalinin gəlirlərinin artması;
- İşçilərin ixtisarı və boş vaxtın artması;
- Nəqliyyat, rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı;
- Şəhərləşmənin gücləndirilməsi;
- Ağıllı bir cəmiyyət qurmaq;
- Turizm sənayesinin inkişafına milli və xarici investisiyaların təşviqi;
- Vergi, valyuta, gömrük, sərhəd və digər tənzimləmə formalarının sadələşdirilməsi və uyğunlaşdırılması;

- Uşaqlar, gənclər, qocalar, əlillər və aztəminatlı ailələr üçün təşviq verməklə turizmin stimullaşdırılması;

- Prioritet turizm sənayesinin inkişafının təşviqi.

Turizm xidmətləri bazarının inkişafındakı mənfi amillər bunlardır:

- Beynəlxalq münasibətlərdəki gərginlik;

- Siyasətin qeyri-sabitliyi və qapalı iqtisadiyyat;

- İqtisadiyyatın durğunluğu və əhalinin rifahının aşağı düşməsi;

- Yerləşdirilməmiş turizm mənbələri;

- Turizm sənayesinin inkişaf etməməsi;

- Mədəni, tarixi və kült irsindən və ətraf mühitdən səmərəsiz istifadə;

- Əhalinin aşağı gəlirləri və boş vaxt çatışmazlığı;

- Ətraf mühitin çirklənməsi və ətraf mühitə təhlükə;

- Turizmin cəmiyyətin intellektuallaşmasında rolunun qiymətləndirilməməsi;

- Turizm sənayesinin səviyyəsində və dünya standartlarında inkişafı üçün səmərəli investisiya təşviqinin olmaması;

- Büdcənin doldurulmasında turizm biznesinin rolunun qiymətləndirilməməsi.

Turizmin inkişafına təsir göstərən bu amillər dövlət tənzimləməsinin məqsədlərini və turizm biznesinin inkişafı üçün prioritet istiqamətləri müəyyənləşdirməlidir.

II FƏSİL. MÜASİR ŞƏRAİTDƏ BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARININ KOMPLEKS TƏDQIQI

2.1. Beynəlxalq turizm bazarı: müasir vəziyyət, meyillər

Müasir dünyada turizm dünya iqtisadiyyatının ən gəlirli və sürətlə inkişaf edən sahələrindən biri olaraq görülür. Bunu turizmin dünyanın ümumi milli gəlirindəki payı (təxminən 10%) sübut edir. Dünyada ən gəlirli iş yerlərindən biri hesab olunan turizm, büdcənin ən vacib mənbələrindən biridir.

Beynəlxalq turizmin inkişafı yeni iş yerlərinin açılması və yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsi nəticəsində ölkələrin və bölgələrin rəqabət qabiliyyətini artırır. Turizm mədəni potensialın qorunub saxlanmasına və inkişafına təsir göstərir, ölkələr və xalqlar arasındakı münasibətlərin uyğunlaşmasına gətirib çıxarır ki, bu da sosial problemlərin həllində mühüm rol oynayır.

Qloballaşma prosesləri göstərir ki, turizm beynəlxalq xidmətlər ticarətinin istiqaməti olaraq sivil sosial inkişafın ayrılmaz bir hissəsidir. Beynəlxalq turizm bazarı ölkənin sosial-iqtisadi inkişafında güclü bir amil kimi çıxış edir. Beynəlxalq əlaqələrdəki artım mədəni, tarixi, təbii abidələrin qorunması məsələlərini həll edir.

Sosial-iqtisadi inkişafın katalizatoru olan turizm sənayesi, əlaqəli nəqliyyat və rabitə sistemlərinə, kənd təsərrüfatına və ticarətə yüksək sürətdə təsir göstərir.

Beynəlxalq turizmin inkişaf dərəcəsi çoxsaylı iqtisadi və sosial amillərin təsirlərindən, yəni əhəlinin gəlirlərinin artmasından, turizm rəsmiliyinin yaxşılaşdırılmasından (xarici pasport, viza, gömrük qaydaları, valyuta nəzarəti, sanitariya qaydaları, giriş-çıxış, qalma və hərəkət məsələləri), nəqliyyat xidmətləri səviyyəsinin yüksəldilməsi, məzuniyyət müddətinin artırılması, dövlətlərarası əməkdaşlığın inkişafı və s. asılıdır (Александрова А. Ю., 2013: s.52).

Beynəlxalq təcrübə kontekstində, turizm sənayesinin tənzimlənməsi prosesində çox sayda beynəlxalq hüquqi tənzimləmə sistemi yaratmaq, turizm problemlərini öyrənmək, istiqamətləri inkişaf etdirmək əsasında müxtəlif ölkələrin dövlət maraqlarını nəzərə alaraq dünya turizminin inkişafına kömək edən təşkilatlar mövcuddur. Ən əhəmiyyətli olanlar arasında məsuliyyətli, davamlı və

əlçatan turizmi təbliğ edən Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO), sərnəşinlərin, poçtların və yüklərin hərəkətini, tarif sisteminin qurulmasını və s. tənzimləyən Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Assosiasiyası (IATA) var.

Tədqiqat dövründə turizm xidmətləri bazarında tələb olduqca yüksək idi. Bununla birlikdə, valyuta məzənnələrindəki kəskin dalğalanmalar, neft daxil olmaqla xammal qiymətlərinin düşməsi, insanların təhlükəsizliyi və qorunması ilə bağlı narahatlıqların artması səbəbindən turizm istiqamətləri üçün nəticələr qarışıqdır.

Yavaş bir iqtisadi canlanma qarşısında beynəlxalq turizm ticarəti, beynəlxalq turizm xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə artdı. Həmçinin, ümumi ixracat dəyəri beynəlxalq turizmdə 1,4 trilyon ABŞ dolları təşkil etmişdir. Xarici turistlərdən yerləşmə xidmətləri, yemək, əyləncə və s. əldə edilən gəlir, mütəxəssislərə görə, 2019-cu ildə 1232 milyard ABŞ dollarına çatdı.

Beynəlxalq turizm bazarını - vəziyyətini, problemlərini və inkişaf perspektivlərini öyrənmək üçün çox qeyri-bərabər olan turizm axınlarını təhlil etmək lazımdır. Eyni zamanda, UNWTO-nun bölgüsünə uyğun olaraq altı turizm makr bölgəsi fərqlənir - Avropa, Amerika, Asiya-Sakit okean, Afrika, Cənubi Asiya, Orta Şərq. Onların vəziyyəti gələn ölkələrin və bölgələrin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılıdır.

Beləliklə, Avropa makro bölgəsi keçmiş SSRİ respublikaları da daxil olmaqla Qərbi, Şimali, Cənubi, Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri ilə təmsil olunur və İsrail, Kipr, Türkiyəni də əhatə edir. Amerika, Karib dənizinin ada əyalətlərini və ərazilərini nəzərə alaraq Şimali, Cənubi, Mərkəzi Amerikanı əhatə edir.

2019-cu il valyuta məzənnələrində və inflyasiyada yüksək dalğalanma ilə xarakterizə olunduğundan, Amerika, Asiya-Sakit okean və Orta Şərq makr bölgəsində turizmdən daxilolmalar 4%, Avropada - 3%, Afrikada - 2% artdı.

Mütləq və nisbi böyüməyə görə Avropa lider idi, avronun ABŞ dollarına və digər əsas valyutalara nisbətən zəifləməsinə kömək etdi. Avropaya gələnələr 609 milyona çatdı, bu da 2018-ci illə müqayisədə 29 milyon çoxdur. Mərkəzi və Şərqi Avropa (+6%) 2018-ci ildə gələnələrin azalmasından sonra mövqələrini bərpa

etdi. Şimali Avropa (+6%), Cənubi Aralıq dənizi Avropası (+5%) və Qərbi Avropa (+4%) də xüsusilə bir çoxunun uzun müddətdir fəaliyyət göstərmiş turizm məkanları olduqlarını nəzərə alaraq yaxşı nəticələr əldə etdilər.

Amerika Bölgəsinə beynəlxalq gəlişlər (+5%) 9 milyon artaraq 191 milyona çatdı və 2018-ci ildəki güclü performansını daha da artırdı. ABŞ dollarının bahalaşması Amerika Birləşmiş Ştatlarından gələn turizmi stimullaşdırdı və Karib və Mərkəzi Amerikaya üstünlük verdi (bu bölgələrin hər birində 7% artım). Cənubi Amerika və Şimali Amerika üçün nəticələr (hər ikisi + 4%) ortalamaya yaxın idi.

Orta Şərqə beynəlxalq turist gəlişləri 2018-ci ildə başlayan turizmin bərpa prosesinə öz töhfəsini verərək təxminən 2,8% artaraq 53 milyonu təmin etdi.

Afrika üçün mövcud olan məhdud məlumatlar (52 milyon gəliş) beynəlxalq gəlişlərdə 2.9% azalma olduğunu göstərir. İlin ikinci yarısında müsbət artım bərpa olunsa da, Şimali Afrikada gəlişlər 8%, Sahara Afrikasında isə 1% azalıb.

Dünyanın ən böyük turizm bölgəsi olan Çin, 2009-cu ildən bəri hər il turizm xərclərində ikirəqəmli artım yaşadı və Yaponiya və Tayland kimi Asiya istiqamətlərinə, eləcə də ABŞ-a və Avropanın müxtəlif yerlərinə fayda gətirərək beynəlxalq çıxış turizminə rəhbərlik etməyə davam edir.

Eyni zamanda, əvvəllər olduqca dinamik olan Rusiya Federasiyası və Braziliya bazarlarında turizm xərclərinin həcmi, hər iki ölkədəki iqtisadi məhdudiyyətlər və demək olar ki, bütün digər valyutalara nisbətə rublun və realın zəifləməsi səbəbindən xeyli azaldı.

İnkişaf etmiş ölkələrin ənənəvi turizm göndərən bazarlarında Amerika Birləşmiş Ştatları (+ 9%) turizm xərclərini artıraraq dünyanın ikinci ən yüksək səviyyəsinə çatdırdı.

Beynəlxalq turizm gəlişləri baxımından Birləşmiş Krallıq (+6%) güclü valyuta və iqtisadi bərpa ilə dəstəkləndi. Almaniya, İtaliya və Avstriyada turizm xərclərinin artım tempi daha yavaş, xarici turizmə tələb çox zəif idi.

Amerika makroregisini nəzərə alsaq, 2019-cu ildə maksimum beynəlxalq gəlişlər və daxilolmalar Karib, Orta və Cənubi Amerika ölkələri tərəfindən alınıb - mədaxil artımı 7%, Şimali Amerika üçün artım 3% səviyyəsində idi.

Əvvəlki illərdə olduğu kimi, Amerika Birləşmiş Ştatları, Çin, İspaniya və Fransa beynəlxalq turizm və turist gəlişləri üçün ilk yerlər olaraq qalırlar - Amerika (178 milyard dollar), Çin (114 milyard dollar), İspaniya (57 milyard dollar) və Fransa (46 milyard dollar).

Bu ölkələrin lider mövqeyinə bir sıra amillər təsir etdi:

- turizm mövsümünün müddətini təyin edən əlverişli coğrafi mövqe və iqlim şəraiti;
- mədəni və tarixi irsin genişliyini müəyyənləşdirən mövcud tarix, memarlıq abidələri;
- yüksək səviyyəli xidmət və məhsul keyfiyyəti;
- xarici dillər üzrə biliklərə əsaslanan yerli əhalinin, kiçik müəssisələrin turistlərlə qarşılıqlı əlaqəsi, turizm imkanlarının reklamı;
- turizm sektoruna dövlət dəstəyi üçün tədbirlərin həyata keçirilməsi.

Türkiyə və Misir kimi istiqamətlərə gəlincə, bunlar turizm axınının azalması ilə xarakterizə olunur. Sinay yarımadasında Rusiyanın A321 təyyarəsinin qəzaya uğramasından sonra rus və ingilis turistlər Misirə uçmağı dayandırdılar. Noyabr və dekabr aylarında kurortlara turist axını 50% azaldı və bu da gəlirlərin 15% azalmasına səbəb oldu. Eyni zamanda, 2018-ci illə müqayisədə, gələn turizmin ümumi azalması 10% azalıb. Ümumiyyətlə, 2019-cu ildə Misiri əvvəlki dövrə nisbətən 6% az olan 9,3 milyon xarici turist ziyarət etdi (<https://turizm.az/>).

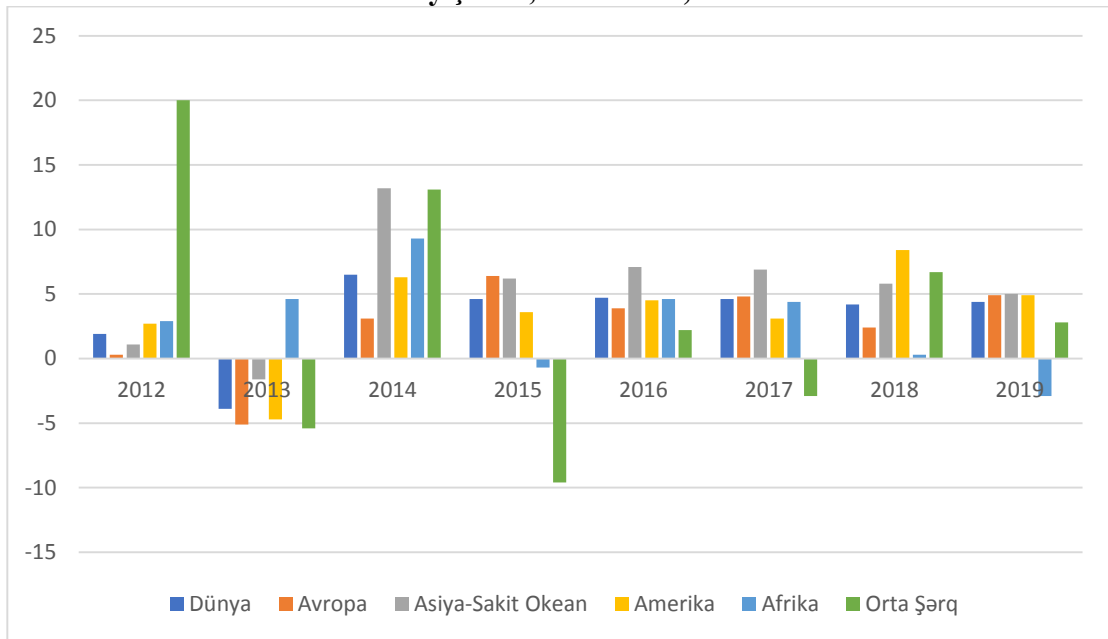
Cədvəl 1: Beynəlxalq turistlərin gəlişi, %

Makro bölgə	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Dünya	1,9	-3,9	6,5	4,6	4,7	4,6	4,2	4,4
Avropa	0,3	-5,1	3,1	6,4	3,9	4,8	2,4	4,9
Asiya-Sakit Okean	1,1	-1,6	13,2	6,2	7,1	6,9	5,8	5,0
Amerika	2,7	-4,7	6,3	3,6	4,5	3,1	8,4	4,9
Afrika	2,9	4,6	9,3	-0,7	4,6	4,4	0,3	-2,9
Orta Şərqi	20,0	-5,4	13,1	-9,6	2,2	-2,9	6,7	2,8

Mənbə: Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO).

Beləliklə, turizm axınının qiymətləndirilməsi beynəlxalq turizmin artması ilə xarakterizə olunur ki, bu da qlobal iqtisadi dirçəlişə kömək edəcəkdir. Bu da öz növbəsində əhəmiyyətli neft idxal edən ölkələrdə nəqliyyat xərclərindəki əhəmiyyətli bir azalma, əhalinin alıcılıq qabiliyyətindəki artım səbəbiylə neft qiymətlərindəki eniş ilə əlaqələndirilir.

Qrafik 1: Turizm bölgələri üzrə beynəlxalq turist gəlişlərində dəyişiklik, 2012-2019, %



Mənbə: Cədvəl 1-ə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2018-ci ildə beynəlxalq turizm gəlişi baxımından ən populyar olan dünya turizm və istirahət xidmətləri bazarının əsas dövlətləri Fransa, ABŞ, İspaniya, Çin, İtaliya, Türkiyə, Almaniya, Böyük Britaniya, Rusiya, Meksikadır.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən 2025-ci ilə qədər beynəlxalq turizm gəlişinin inkişafında xətti, güc qanunu, loqaritmik və eksponent tendensiyalar quruldu. Trendlərin güc qanunu və loqaritmik formaları bədbin inkişaf dəyərləri ilə xarakterizə olunur.

**Cədvəl 2: 2016-2025-ci illərdə beynəlxalq turizm gəlişinin
proqnozu, milyon nəfər**

İndeks	İlin sonuna kimi									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Beynəlxalq turizm gəlişləri	1320,06	1375,85	1426,99	1467,61	1516,87	1571,45	1630,43	1699,28	1773,53	1834,06

Mənbə: Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO).

Proqnozlaşdırılan dəyərlər turizm gəlişində artım və nəticədə turizm gəlirlərində artım göstərir. Bu, faiz dərəcələrini və inflyasiya səviyyələrini azaldaraq ümumi iqtisadi və beynəlxalq turizm göstəricilərinin yaxşılaşmasına səbəb olacaqdır.

Bununla birlikdə, beynəlxalq turizmin inkişaf dinamikasının azalmasına təsir göstərə biləcək əsas risklər, qlobal miqyasda işsizliyin artmasıdır.

Turizm sənayesinin beynəlxalq səviyyədə inkişafı üçün perspektivli istiqamətlər aşağıdakıların təşviqi ola bilər:

- turizm axınlarının 10% -dən çoxunu təşkil edən əsas istiqamətlərdən biri kimi mədəni və təhsil turizmi;
- aktiv və ixtisaslaşmış turizm növləri, daxil olmaqla kruiz;
- işgüzar turizm.

Eyni zamanda, beynəlxalq münasibətlər sistemində turizmin inkişafı ilə birlikdə tədbirin, kütləvi, əyləncə tədbirlərinin həyata keçirilməsinə, turistlərin kənd turizmi istiqamətində bağlılığının formalaşmasına xüsusi diqqət yetirilməli, gücləndirilməyə yönəldilməlidir.

Dünya turizm sənayesi, xüsusən sahillərdə (Aralıq dənizi, Adriatik, Egey, Qara dəniz, Karib dənizi və s.), dağlarda (Alplər, Xorvatiyanın dağ bölgələri, Çexiya) turizm və rekreasiya klasterlərinin formalaşması ilə xarakterizə olunur. Turistik qrupların yaradılması ərazi yaxınlığı, inzibati maneələrin olmaması

nəticəsində iqtisadiyyat və maliyyə siyasəti sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın təşkili mümkün oldu.

İstehsalın konsentrasiyasına əsaslanan biznesin genişlənməsi müasir beynəlxalq turizm bazarının xarakterik xüsusiyyətidir.

Qlobal otel zəncirlərinin yaradılması (məsələn, Holiday Inn, Hilton Hotels, Marriott) dünya praktikasında geniş yayılmışdır. Belə bir kapital birləşdirmə formasının istifadəsi təşviq xərclərini azaltmağa, vahid xidmət standartlarına riayət etməyə imkan verir.

Həm də vəziyyətin və inkişaf perspektivlərinin qiymətləndirilməsinə əsasən beynəlxalq turizm bazarına xas olan meylləri müəyyənləşdirmək mümkündür:

- turizm məhsulunun şaxələndirilməsi imkanı;
- turizm xidmətlərinin istehlak yerində ən aşağı xərcə istehsalını xarakterizə edən regionalizm;
- daxili turizmin inkişafı;
- "üçüncü" yaşdakı (60 yaş və yuxarı) turist sayında və istehlak etdikləri xidmətlərdə artım;
- yeni turizm istiqamətlərinin inkişafı;
- turizm üstünlüklərinin qütbləşməsi - kütləvi və fərdi turizm növlərinin inkişafı;
- daxili və daxili axınları artırmaq və ölkə iqtisadiyyatına gəlirləri artırmaq üçün reklam turizm imkanları.

Beynəlxalq turizm sənayesi milli iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsini xarakterizə edən kompleks bir sistem kimi çıxış edir. Böyük iqtisadi əhəmiyyətə malik olan turizm sənayesi və onun inkişafı iqtisadiyyatın əlaqəli sahələrinin dinamik inkişafını təmin edərək əhalinin gəlirlərinin və məşğulluğunun artması ilə əlaqəli ümumi iqtisadi problemlərin həllini müəyyənləşdirir (Квартальнов В.А., 2018).

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatlarına əsasən, Beynəlxalq turizm 2020-ci ilin ilk 10 ayında 70%-dən çox azalaraq 1990-cı ilin səviyyəsinə çatdı.

2020-ci ildə beynəlxalq turizmin 72% azalması səyahət məhdudiyyətləri, istehlakçı qorxusu və koronavirusun qarşısını almaq üçün qlobal mübarizə ilə əlaqədardır. Bütün bunlar bu ili turizm tarixinin ən pis hadisəsi etdi. Son məlumatlara görə, yanvar-oktyabr ayları arasında 2019-cu ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 900 milyon az turist qəbul etdi.

Beynəlxalq turizmdən 935 milyard dollarlıq ixracat gəliri itkisinə gətirib çıxardı ki, bu da 2009-cu ildə qlobal iqtisadi böhran səbəbiylə sənayenin vurduğu zərərin 10 qatını təşkil edir.

Mövcud statistikaya əsasən, ilin sonuna qədər beynəlxalq turistlərin sayının bir milyard və ya 70-75% azalacağını və otuz il əvvəlki səviyyəyə qayıtacağını gözləyə bilərik. Bu cür kəskin azalma qlobal ÜDM-in 2 trilyon dollar səviyyəsində azalmasına səbəb ola bilər.

Asiya-Sakit okean bölgəsindəki səyahət sayında ən çox nəzərə çarpan azalma - 10 ayda 82% azaldı. Orta Şərqdə azalma 73%, Afrikada 69% oldu. Avropa və Amerikaya beynəlxalq gəlişlər 68% azaldı. Avropadakı azalma, yay aylarında turizmin qısa müddətli canlanması sayəsində ən kiçik azalma oldu. Pandemiyanın ikinci dalğası başladıqdan sonra bölgədə yenidən məhdudiyyətlər tətbiq edildi. Bununla birlikdə, UNWTO məlumatlarına görə, ümumilikdə bölgədəki ölkələrin 91% -i səyahət məhdudiyyətlərini yüngülləşdirdi.

Səyahət xərcləri məlumatları beynəlxalq səyahət üçün çox zəif bir tələb göstərməyə davam edir. Bununla birlikdə, ABŞ, Almaniya və Fransa kimi bəzi bazarlarda son zamanlarda bəzi bərpa əlamətləri göstərildi. Bundan əlavə, Rusiyada daxili turizm tələbi artmağa davam edir.

UNWTO proqnozlarına görə, turizm 2021-ci ilin ikinci yarısında qismən bərpa ola bilər. Ancaq 2019-cu il beynəlxalq gəliş səviyyələrinə qayıtma ehtimalı 2,5-4 il çəkəcək.

2.2. Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarında iştirakının mövcud vəziyyəti və əsas xüsusiyyətləri

Turizm son illərdə sürətlə inkişaf edən iqtisadiyyatın sahələrindən biridir. "Odlar yurdu" nun Avropa ilə Asiyanın qovşağında yerləşməsi onu turizm biznesinin inkişafı üçün çox cəlbedici edir. Planetimizin mövcud 11 iqlim qurşağından 9-u Azərbaycan ərazisində, subtropiklərdən yüksək dağlıq alp çəmənliklərinə qədər təmsil olunur.

Son illərdə turizm sektoru nəzərəcarpacaq dərəcədə inkişaf edir. Xüsusilə, turizmin inkişafı ölkənin bölgələrində hiss olunur.

Azərbaycanda hazırda Dövlət Turizm Agentliyi beynəlxalq turizm sahəsində əməkdaşlığın genişləndirilməsinə yönəlmiş ardıcıl iş aparır.

Azərbaycan Respublikası 2001-ci ilin sentyabrında Dünya Turizm Təşkilatının (DTT) həqiqi üzvü seçilmişdir. Bu, DTT-nin Baş Assambleyasında səs vermək, bu təşkilatın bütün fəaliyyətlərində iştirak etmək və turizm sahəsində qabaqcıl ölkələrin təcrübəsini mənimsəyərək, dünya birliyinin dünya ailəsinə inteqrasiya hüququmuza sahib olduq.

DTT-yə üzv olmaqla yanaşı, İslam Konfransı Təşkilatı, Qara Dəniz Ölkələrinin İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, GUÖAM, İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, ESKAP, kimi təşkilatlarla turizm sahəsində çoxtərəfli əlaqələr qurulmuş və inkişaf etdirilir.

Beləliklə, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin nümayəndələri DTT Baş Assambleyasının XV Pekin iclasında, İƏT üzv ölkələrin turizm nazirlərinin Səudiyyə Ərəbistanı və Malayziyada baş tutan konfransında, QDİƏT ölkələrinin işçi qrupunun Türkiyə, Albaniya və Yunanıstanda keçirilən iclaslarında iştirak etmişdir (Qafarov N., 2019: s.88).

İqtisadiyyatın inkişafı üçün bazar şərtlərinə keçid, bazar şərtlərindəki dəyişikliklər və iş şəraiti ilə əlaqədar olaraq xidmət sektorunun inkişafı və genişləndirilməsi məsələsi bir çox iqtisadi subyektlər üçün aktuallaşır. Xidmətlərin təchizatı və istehlak formaları dəyişir. Əvvəllər bu sahədə çalışmamış təşkilatlar xidmət bazarında iştiraka cəlb olunur, köhnələri təkmilləşdirilir və yeni xidmət

strukturları formalaşdırılır. Mal və xidmətlər ticarət həcmlərinin nisbəti dəyişir, xidmətlər göstərmə sahəsi xidmətlər ticarəti sahəsinə çevrilir.

Xidmət göstərən ən vacib sektorlardan biri də dünya iqtisadiyyatının yüksək gəlirli və dinamik sahələrindən biri olan müasir turizm sənayesidir.

Bu gün beynəlxalq turizm biznesi bütün dövlətlərin ümumi ÜDM-nin 10% -ni təşkil edir. Xüsusilə turizm dünya ixracatının 8% -ni və xidmət sektorunda qazancın təxminən 35%-ni təmin edir. 2019-cu ilin məlumatlarına görə, dünyanın 60 ölkəsində turizmdən əldə olunan mənfəət 957 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Bir mal olaraq turizm xidmətlərinin bir xüsusiyyəti və prioritet elementi turizm xidmətlərinin böyük bir hissəsinin yerli xərclər və bir qayda olaraq xarici valyutadan istifadə edilmədən istehsal edilməsidir. Əsasən təbii sərvətlər ixrac edən Azərbaycan üçün beynəlxalq turizmdən maliyyə gəlirləri vacibdir. Müsbət tərəfi xarici turistlərin xərclədiyi pullar ölkədə qalır və dövriyyə və yığılma vasitəsi kimi fəaliyyət göstərir.

2019-cu ilin iyun ayından etibarən Azərbaycanda rəsmi olaraq 170 turizm şirkəti fəaliyyət göstərir. Elə həmin il, Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi 50 şirkətə turizm fəaliyyəti üçün lisenziya verdi. Ölkədə 596 otel var. 9 istirahət zonası, 80 otel tipli müəssisə, 18 sanatoriya və 47 turizm mərkəzi daxil olmaqla turizm obyektlərinin sayı 150-yə çatıb.

Mövcud materialların təhlilindən də göründüyü kimi, bir çox turizm şirkəti öz fəaliyyətlərini əsasən turistlərin xaricə göndərilməsinə əsaslanır; bunlardan yalnız az bir hissəsi perspektivli giriş və xaricə turizm ilə məşğul olur.

Cədvəl 3-də xarici turistlərin ölkələrə görə Azərbaycana gəlmə dinamikası göstərilir. Cədvəl göstərir ki, MDB-dən bizə çox sayda turist gəlir, bu olduqca təbiidir. Qeyd etmək lazımdır ki, Müstəqil Dövlətlər Birliyinə üzv dövlətlərdə turizm fəaliyyəti Parlamentlərarası birlik tərəfindən qəbul edilmiş "MDB üzv dövlətlərinin turizm sahəsində əməkdaşlığının əsas prinsipləri haqqında" Təvsiyə olunan qanunvericilik aktı ilə tənzimlənir (Ağaliyeva D. A., 2017).

MDB ölkələrinin Turizm Şurası turizm sahəsində sertifikatlaşdırılan obyektlərin xidmətlər üzrə aşağıdakı nomenklaturasını təsdiqlədi: yerləşdirmə xidmətləri (otellər, motellər, kempinqlər, turizm mərkəzləri və kompleksləri, pansionatlar, özəl sektor); turistlər üçün iaşə xidmətləri (restoranlar, kafelər, barlar, yeməxanalar, iaşə xidmətləri göstərən digər müəssisələr); nəqliyyat xidmətləri (turizm təşkilatları, firmalar, agentliklər, klublar; səyahət və ekskursiya agentlikləri, ekskursiya xidmətləri göstərən digər təşkilatlar); səyahətlərin planlaşdırılması və təşkili, turist səfərlərinin təşkili (turizm təşkilatları, firmalar, agentliklər, klublar; səyahət və ekskursiya agentlikləri); vasitəçi xidmətləri; turizm avadanlığının istehsalı (turizm avadanlığı istehsalçıları və müəssisələri).

Cədvəl 3: 2015-2019-cu illər üçün xarici turistlərin Azərbaycan Respublikasına gəlməsinin dinamikası

Ölkələr	Azərbaycana gələn turistlərin sayı				
	2015	2016	2017	2018	2019
MDB ölkələri	554617	789915	878244	992606	1123471
Türkiyə	111537	224594	252606	285549	371413
Böyük Tania	19854	25160	25646	29225	33841
ABŞ	9137	12986	12443	14687	16612
Pakistan	1546	1959	1753	1775	1867
Almaniya	6919	10612	12927	17445	14920
Hindistan	2210	3855	3815	5148	4891
İsrail	3976	6446	5771	6469	6999
Fransa	2921	4228	4899	5970	5929
Çin	2558	5946	6324	5160	6565
İtaliya	1754	4832	4957	6867	8666
Gürcüstan	413667	492942	583063	773251	820390
İran	211109	359960	417576	293739	153579
Digər ölkələr	33516	53991	73627	69857	74181
Ümumi	1432701	1972906	2339141	2584048	2608904

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

MDB-dən gələnlərin artım sürəti azalmağa meyillidirsə, 2017-ci ildən yenidən artmağa başladığı da aydındır.

Məsələn, ən çox gələn şəxs 2015-ci ildə 599,564 nəfər olub. Lakin sonrakı il bu rəqəm 1,2 dəfə azalıb. MDB-dən turistlərin gəlməsindəki geniş tendensiyası

2017-ci ilə qədər davam etdi, yəni demək olar ki, 1,6 dəfə azalıb. MDB ölkələri ilə işgüzar əməkdaşlıq qorunsa da, bu sahədə mövcud imkanlar kifayət qədər istifadə olunmur ki, bu da turizm mübadiləsinə təsir göstərə bilməz. Bundan əlavə, MDB ölkələrindən gələn turistlərin dünyanın digər bölgələrində yeni turizm marşrutlarını araşdırdıqlarını da qeyd etmək lazımdır. Lakin 2018-ci ilə qədər MDB ölkələrindən turist axını yenidən artır, bu da ölkələrimiz arasında işgüzar əməkdaşlıq və siyasi münasibətlərin daha da intensivləşməsi meylindən xəbər verir.

Gürcüstan Azərbaycanın ikinci ən böyük turizm yeridir. Üçüncü yerdə, Türkiyənin Azərbaycana olan böyük marağı orta q mədəniyyət, milli mərasimlər, həyat tərzi, din və dil ilə şərtləndirilən Türkiyədir. İran dördüncü yerdədir. 30 milyon azərbaycanlının İranda yaşadığını nəzərə alsaq, İranın Azərbaycana marağı olduqca başa düşüləndir.

Beləliklə, hesablamalar göstərir ki, 2019-cü ildə xarici turistlərin Azərbaycana gəlməsinin dinamikasında ən böyük pay Birlik ölkələrindən olan turistlərdən (40,8%) ibarətdir. Cədvəl 4-də göstərilən ölkələrin qalan hissəsi cəmi yüzdə 59,2%-ni təşkil edir. Fikrimizcə, bu tendensiya ilk növbədə Azərbaycanda turizmin zəif inkişafı ilə əlaqədardır.

Böyük İpək Yolunun turizm transkontinental marşrutunda iştirak Azərbaycanda turizm biznesi infrastrukturunun inkişafı üçün böyük imkanlar açır.

21-ci əsrdə Böyük İpək Yolunun dirçəlişi zamanı birləşən Asiya və Avropa ölkələrinin nəhəng sərvəti dünya sivilizasiyasının iqtisadi, mədəni və siyasi inkişafına güclü təkan verəcək.

İpək Yolu layihəsinin özünəməxsus xüsusiyyətlərindən biri də onun transsərhəd olmasıdır. Bu layihə bir çox ölkəni və hətta qitələri əhatə edir. Bəri başdan bəlli idi ki, belə genişmiqyaslı və çoxqütblü bir layihənin müvəffəqiyyəti, əsasən, həmsərhəd ölkələr arasında regional əməkdaşlığa bağlıdır. İpək Yolu ölkələrinin turizm mənbələrinin - qədim şəhərlərin, məscidlərin, kilsələrin, məbədlərin, məqbərələrin və s.-nin keyfiyyətinə şübhə olmadığı halda, xidmət və turizm obyektlərinin keyfiyyəti hələ ən yüksək standartlara çatmamışdır. Xidmət və infrastrukturun keyfiyyətinin davamlı yüksəldilməsinə və insan resurslarının

inkişafına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Turistlər bənzərsiz, keyfiyyətli və unudulmaz bir təcrübə üçün çalışır. Bu baxımdan turizm digər istehlak növlərindən fərqlənir.

Azərbaycanın İpək Yolunun turizm marşrutlarına girişi yaxın illərdə respublikaya turist axınının əhəmiyyətli dərəcədə artmasına, gələcəkdə beynəlxalq turizm axınının maraqlı olan hissələrini ölkəyə cəlb edərək turizmin davamlı inkişafını təmin etməyə imkan verəcəkdir (Bilalov B.Ə., Gülahiyevin Ç.G., 2015).

Qeyd edək ki, keçmiş SSRİ-nin dağılmasından sonra satış bazarını təmin edəcək xalq tətbiqi sənət məhsullarının suvenir istehsalının dayandırılması problemi ilə qarşılaşdıq. Xalq sənətkarlığı sahəsindəki daha çox itki bədii və mədəni ənənələrin və respublikanın ümumi sosial-iqtisadi əsaslarının zəifləməsinə səbəb olmuşdur.

Xalq sənətkarlığını canlandırmaq, xatirə sənayesini bərpa etmək yollarını tapmaq lazımdır. Mədəni turizmin inkişafı, uzunmüddətli sabitlik və milli irsin qorunması, habelə məşğulluq üçün zəruri olan sənətkarlıq və ənənəvi fəaliyyətlərin canlandırılması üçün dövlətin dəstəyi ilə yerli hakimiyyət və özəl sektorun güclü səyləri tələb olunur.

Hal-hazırda Birləşmiş Millətlər Proqramı (UNDP), "Sənətkarlıq İnkişaf Mərkəzləri" yaratmaqla turizm, İpək Yolu üzərindəki ölkələrin və şəhərlərin ixrac bazarlarını birləşdirməyə çalışan "Mədəniyyət və Sənətlərin Dirçəlişi" adlı bir fəaliyyətə başladı. Hər ölkədə bu proqram ÜTT və YUNESKO-nun texniki dəstəyi ilə milli əsasda həyata keçiriləcəkdir. Əl sənətinin inkişafı mərkəzlərinin müxtəlif beynəlxalq qurumlar və milli qurumlar, eləcə də müxtəlif ölkələrdə fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatları tərəfindən maliyyələşdirilməsi gözlənilir.

Təbii və mədəni-tarixi irsin qorunması, tənəzzülünün qarşısının alınması XXI əsrdə Azərbaycanda turizmin inkişafında əsas vəzifədir. Bu, strateji bir tapşırıqdır, həlli bütün insanların maraqlarına cavab verir, çünki ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarına çıxmağa hazırlaşdığı əsas məhsullar Azərbaycanın təbiəti və mədəni və tarixi irsidir.

Ölkənin turizm potensialından aydın şəkildə istifadə etmək Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafı Dövlət Proqramı tərəfindən müəyyən edilmiş prioritet vəzifə kimi - mövcud milli, ərazi, maddi, təbii, yenilənməsini və bərpasını tələb edir.

Yaponiyanın Azərbaycandakı fəvqəladə və səlahiyyətli səfiri Toshiyuki Fujivaranın turizm sənayesinin inkişafına bütövlükdə ölkənin və xüsusən turizm bölgəsinin imicinin yaradılması ilə başlamalı olduğu fikri ilə razıyıq. Azərbaycan Respublikasının misilsiz turizm imkanlarına, əlverişli investisiya mühitinə və sakit siyasi mühitə malik bir ölkə kimi imicinin kütləvi təbliğatını aparmaq lazımdır. Gələcəkdə Azərbaycanın turizm biznesinin əsas istiqaməti: görməli yerləri, turlarını reklam edəcək audiovizual reklam, bukletlər, afişalar, cib vaxtı təqvimləri, yayım televiziya ekran qoruyucuları kimi milli turizmin regional informasiya dəstəyi olmalıdır. xidmətlər, dekorativ və tətbiqi məhsulların adları, sənət və s.

Yuxarıda deyilənlərin hamısını ümumiləşdirərək qeyd edirik ki, Azərbaycanda turizm biznesi infrastrukturunun inkişafı üçün gələcəkdə aşağıdakı vəzifələr həll olunmalıdır:

- müasir tənzimləmə bazasının formalaşdırılması - yeni texnologiyaların müəyyənləşdirilməsi və tətbiqi;
- dünya turizm birliyinə daha da inteqrasiya olunmağa çalışan iqtisadi və hüquqi məlumatların verilməsi;
- ölkənin geniş ictimaiyyəti arasında turizmin iqtisadiyyatın prioritet sahəsi kimi əhəmiyyəti barədə aydın bir anlayışın formalaşdırılması;
- ölkə hökuməti ilə yerli hakimiyyət orqanları arasında tərəfdaşlıq əlaqələrinin qurulması; - özəl sektorun rolunun gücləndirilməsi, bu dövlətin rolunun zəifləməsi demək deyil;
- yalnız bundan faydalanacaq, çünki özəl sektorla ortaqlıqlar turizm infrastrukturunda yeni iş yerlərinin açılmasına gətirib çıxaracaq və turizmin iqtisadi sektor kimi inkişafı və təbliği üçün açar olacaqdır (Kasumov R.M., 2012: s.76).

Sonda vurğulayırıq ki, beynəlxalq təşkilatların və Azərbaycanın fəaliyyətinin koordinasiyasına yaxşı bir nümunə DTT, UNESCO və BMTİP-in əməkdaşlığıdır.

Yalnız bu təşkilatların və Azərbaycanın birgə səyləri ilə potensialı yaratmaq və 21-ci əsrin turizm xəritəsində dövlətimizi qurmaq mümkündür.

2.3. Azərbaycanda beynəlxalq turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimləməsi

Turizm qlobal iqtisadiyyatda mühüm rol oynayır. Buna görə dünyanın bir çox ölkəsində bu sənaye sürətlə inkişaf edir. Dünya Turizm Təşkilatının (DTT) məlumatına görə, 2018-ci ildə beynəlxalq turizmə gələnlərin sayı 940 milyon olub və 7% artıb, 2019-cu ildə isə 4.4% artaraq 981 milyon təşkil edib.

Hal-hazırda turizm göstərilən xidmətlərin üçdə birini təşkil edir, dünya ümumi milli məhsulunun təxminən 10%-ni, dünya investisiyalarının 7%-ni, dünya ixracatının 8%-ni, dünya istehlak xərclərinin 11%-ni təşkil edir. Beynəlxalq Əmək Təşkilatının verdiyi məlumata görə, turizm sənayesində dünyanın əmək qabiliyyətli əhalisinin 8,1%-i çalışır.

Müasir şəraitdə turizm dünya iqtisadiyyatının ən inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Dünyada turist sayı ildə orta hesabla 4% artır. Dünya Turizm Təşkilatına görə, 2018-ci ildə turist sayı 1 milyarddan çox idi, 2025-ci ilə qədər ildə təxminən 1,5-2 milyard olacaq və illik turizm gəlirləri 1,1 trilyon ABŞ dollarına qədər artacaq.

Dünya iqtisadiyyatının strukturunda turizmin rolu durmadan artır. DTT-yə görə, Şərqi Asiya və Sakit okean iqtisadiyyatında turizmin payı 19,8%, Afrikada - 4,8%, Orta Şərqdə - 4,9% -dir.

Hazırda turizm böyük gəlirlər, yeni iş yerləri, müasir infrastrukturun yaradılması, tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması, milyonlarla insan tərəfindən ölkə ilə və bütün sahələrdə qazandığı uğurlarla tanış olmaq deməkdir. Dünyaya bir turist gəlişi üçün orta gəlir təxminən 750-1000 dollardır.

Amerika Birləşmiş Ştatları gəlir artır, lakin bu gəlirlər dünyada eyni dərəcədə paylanmır. Bu sahədə beynəlxalq rəqabət artır. Bəzi ölkələr (Misir, Türkiyə, Kipr, Tunis) bir çox ölkədən gələn turistlər üçün vizasız rejim tətbiq edirlər.

Turizm bir çox fəaliyyət növünü əhatə edən bir sahədir. Turizm sənayesinin bütün seqmentləri bir-birinə bağlıdır, bir-birindən asılıdır və bir-birini

tamamlayır. Məlumdur ki, turizm təkcə turizm sahələrini deyil, nəqliyyat, rabitə, qida sənayesi, əyləncə, infrastruktur və digər iqtisadi fəaliyyət sahələrini əhatə edən iqtisadiyyatın sahələrarası bir sahəsidir. Bu sahə hər qitəni, bölgəni, əyaləti və yaşayış məntəqəsini müxtəlif dərəcələrdə təsir edir. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatı üçün turizmin əhəmiyyəti, ilk növbədə, uğurlu turizm siyasətinin aparılmasında fəaliyyət göstərən elementlərlə əlaqələndirilir. Əvvəla, bu müxtəlif xidmət müəssisələrində iş yerlərinin artırılmasıdır. Digər bir vacib üstünlük, turizmin çarpan təsiridir, yəni iqtisadiyyatın əlaqəli sahələrinin inkişafına təsiri. Üçüncü üstünlük bütün səviyyələrdə büdcəyə vergi gəlirlərinin artmasıdır. Bundan əlavə, turizm yerli iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərir, yerli məhsulların ixracını stimullaşdırır və s (Борисов К.Г., 2019: s. 57).

Azərbaycanda digər ölkələrlə müqayisədə bir sıra səbəblərə görə turizm sahəsi kifayət qədər inkişaf etməyib. Azərbaycan beynəlxalq turizm mübadiləsində fəal iştirak edir. Bununla birlikdə, iki cəhət nəzərə alınmalıdır: daxili turizmi inkişaf etdirmək, yerli turizm məhsullarına daxili tələbat yaratmaq və turizm müəssisələrinin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiya olunması. Eyni zamanda, daxili turizmin inkişafı müvafiq milli qanunvericilik bazasının, infrastrukturun yaradılmasını, ixtisaslı kadrların hazırlanmasını tələb edir.

Azərbaycan dünyanın rekreasiya baxımından ən inkişaf etmiş bölgələrindən və misilsiz tarixi və mədəni mərkəzlərindən biridir. Bu fakt ölkənin turizm mənbələrindən beynəlxalq iqtisadi dövriyyədə istifadə üçün zəmin yaradır.

Turizmin inkişafı üçün vacib bir ilkin şərt cəlbedici təbiətdəki təbii ehtiyatlardır. Buna görə bir çox ölkədə turizmin inkişafı birbaşa torpaq, göllər, dəniz, çaylar, landşaft, iqlim, flora, faunanı əhatə edən təbii ehtiyatların mövcudluğu ilə bağlıdır. Bunlar mahiyyət etibarını ilə ölkənin yerini xarakterizə edir və beynəlxalq turizmin inkişafına təsir göstərən həlledici şərtlərdən biridir. Beləliklə, əla dəniz çimərliklərinin olması və Aralıq dənizi ölkələrinin günəşli iqlimi, oxşar təbii şəraiti olmayan Avstriya, Danimarka, Norveç, Almaniya, İsveçrə, Finlandiya və digər ölkələrdən öz kurortlarına turizm axını yaradır.

Turizmin inkişafı üçün digər vacib amil yaradılması böyük investisiyalar tələb edən infrastrukturun mövcudluğudur. Bunu inkişaf etmiş ölkələrdə turizmin inkişaf təcrübəsi sübut edir. İnvestisiya hər ölkədə beynəlxalq turizmin iqtisadi dəyərinə böyük təsir göstərir.

Azərbaycan beynəlxalq turizmin inkişafı üçün böyük potensiala malikdir: zəngin təbiət və iqlim şəraiti, ucuz işçi qüvvəsi, ixtisaslı kadrlar. Qeyd etmək lazımdır ki, planetdə mövcud olan on bir iqlim qurşağından doqquzu Azərbaycandır. Turizmin inkişafı üçün digər bir amil bunlardır: günəşli günlərin bolluğu (ildə 200), uzun bir çimərlik mövsümü, dərman dəyəri, misilsiz təbii və bioiqlim ehtiyatları, təbiətin gözəlliyi və bənzərsizliyi olan Xəzərin yüksək dərəcədə minerallaşmış suyu. Respublikanın demək olar ki, bütün bölgələrində şəfalı geotermal və mineral sular mövcuddur. Lakin bütün bu mənbələrin iqtisadi inkişafa, o cümlədən turizm məhsuluna çevrilməsinə və Azərbaycanın inteqrasiyasına ehtiyacı var (Qafarov N., 2019).

Xarici turistlər sərhədləri keçərkən öz ölkələrindəki şeylərdən fərqli bir şey görmək istəyirlər və bununla da bu ölkələrin eyni mənbələrə sahib olmasına baxmayaraq ölkələr arasında qarşılıqlı turist mübadiləsinə səbəb olurlar. Əminliklə deyə bilərik ki, Azərbaycan özünəməxsusluğu ilə seçilən və xüsusən xarici turistlər üçün cəlbedici olan təbii sərvətlərlə zəngindir.

Azərbaycanın turizm mənbələri müstəsna əhəmiyyətə malikdir və bu da turizm sənayesinin inkişafı üçün praktik bir fürsət yaradır. Eyni zamanda, bu mənbələr Azərbaycan iqtisadiyyatının gələcək inkişafı üçün amillərdir. Bu amilləri nəzərə alaraq Azərbaycan hökuməti beynəlxalq turizmin inkişafı sahəsində fəaliyyətini sürətləndirməlidir. Bu fəaliyyətlər ölkənin iqtisadi inkişafı üçün artıq olan amillər siyahısında "prioritet" kimi xarakterizə edilməlidir.

İlk illərdə dövlətdən kömək alaraq turizm dinamik inkişaf edir, qısa müddətdə amortizasiya fondlarını çıxarıb gəlir gətirir. Turizm əhəmiyyətli gəlirlərə əlavə olaraq, xüsusən sənaye müəssisələrinin olmadığı yerlərdə yeni iş yerləri açır. Bu amillər Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafı üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Lakin sovet dövründə əldə edilən turizmin inkişaf təcrübəsi indiki

mərhələdə açıq-aşkar yetərli deyil. Turizmin inkişaf səviyyəsini yüksəltmək, səmərəliliyini artırmaq üçün turizm siyasətinin formalaşdırılması, qanunvericilik bazasının, qaydaların yaradılması və müxtəlif proqramların hazırlanmasında dünya təcrübəsini öyrənmək zərurəti yaradır. Turizm siyasətinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi prosesində dövlətin həyata keçirdiyi yuxarıda göstərilən funksiyalar bu sənədlərdə özünəməxsus ifadələrini tapmışdır.

Dünya təcrübəsindən də göründüyü kimi, zəngin təbii və mədəni potensialın olması, inkişaf etməmiş ölkələrə belə, turizm inkişafı və investisiya inkişafı sahəsində aktiv dövlət siyasəti və tənzimləməsinin məcburi şərtlərinə tabe olaraq beynəlxalq turizm bazarında ciddi mövqelər əldə etməyə imkan verir.

Turizm kompleksini tənzimləmək üçün dövlət tədbirləri həlledici rol oynayır.

Müasir dünyada hər bir dövlət iqtisadi mənfəət əldə etmək üçün turizm mənbələrindən ağıllı şəkildə istifadə etməyə çalışır, bundan əlavə turizm ölkənin vergi bazasını artırır və məşğulluq problemini həll edir. Turizmin insanların sağlamlığının qorunmasında, ətraf mühitin qorunmasında və müxtəlif ölkələrdən olan insanlar arasında ünsiyyət mədəniyyətinin inkişafında rolu və əhəmiyyəti xüsusilə qeyd edilməlidir. Buna görə müasir dünyada dövlət turizmi fəal şəkildə dəstəkləməli və inkişafını təşviq etməlidir. Bir çox ölkə turizm sənayesini xarici valyuta əldə etmək və ixrac bazasını genişləndirmək üçün iqtisadiyyatın strateji əhəmiyyətli bir sahəsi olaraq inkişaf etdirmək üçün hədəflənmiş tədbirlər görür.

Turizmin inkişafı, planlaşdırılması və inkişafından məsul olan dövlət qurumları tərəfindən tənzimləmə, koordinasiya və nəzarət olmadan mümkün deyildir. Bu, dövlət turizm siyasətinin inkişafını və həyata keçirilməsini müəyyənləşdirir.

Turizm siyasəti, turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmaq, mövcud turizm mənbələrindən səmərəli istifadə etmək üçün parlamentlər, hökumətlər və müxtəlif təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilən hüquqi, iqtisadi, sosial, mədəni və digər xarakterli metod, üsul və tədbirlərin məcmusudur (Квартальнов В.А.,2018: s.57).

Turizm siyasəti dövlətin ümumi siyasətinin ayrılmaz hissəsi kimi qəbul edilməlidir. Buna görə dövlətin ümumi siyasətinin xarakterik xüsusiyyətləri

ümumiyyətlə turizm siyasətində əks olunur. Bununla yanaşı, turizm siyasətinin formalaşmasına təsir edən spesifik amillər mövcuddur. Bu spesifik amillərə təbii şərait, turizm sahələrinin nəqliyyat üçün əlçatanlığını müəyyən edən rabitə sistemi, turizmin inkişafı üçün hüquqi, iqtisadi və digər şərtlər daxildir. Qeyd etmək lazımdır ki, turizm siyasətinin formalaşmasında göstərilən spesifik amillər və daxili şərtlərlə yanaşı, beynəlxalq turizmin konyunkturasını da nəzərə almaq lazımdır.

Turizm siyasətinin əsas məqsədi, həyatın ümumi keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq və sülh və rifahı təmin etmək üçün turizmin insanlara, istiqamətlərə və ölkələrə münasibətdə yaratdığı iqtisadi, siyasi, mədəni, intellektual və ictimai məhsulların birləşdirilməsidir.

Bu siyasətin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi prosesində dövlət turizm sisteminin səmərəliliyini təmin edən bir sıra funksiyaları (planlaşdırma, koordinasiya, tənzimləmə, təşviq, marketinq və s.) həyata keçirir. Bu funksiyaların uğurla yerinə yetirilməsi üçün turizm siyasəti dövlət qurumları, yerli idarələr, turizm müəssisələri və təşkilatlar tərəfindən qarşılıqlı faydalı və hərtərəfli əsaslarla planlaşdırılmalı və həyata keçirilməlidir.

Təcrübə göstərir ki, dövlət bunun üçün lazımi hüquqi, iqtisadi və digər şərtləri təmin edərsə, turizm davamlı inkişaf edir. Turizm tamamilə bazar amillərinin ixtiyarındadırsa, səmərəli təşkil etmək və davamlı inkişaf etmək mümkün deyil. Planlaşdırma, hüquqi tənzimləmə, təşviq və s. vahid bir yanaşma təmin edən milli bir mexanizm olmadan turizmin inkişafı üçün görülən tədbirlərin gözlənilən nəticələr verə bilməyəcəyi sübut edilmişdir. Buna görə də dövlət bu turizm sahəsinin spontan inkişafını istisna edən dövlət turizm siyasətinə əsaslanan tədbirlər görməlidir.

Hüquqi tənzimləmə dövlətin turizm siyasətinin ən vacib elementi kimi çıxış edir. Bu siyasətin əsas məqsədləri vətəndaşların istirahət hüquqlarını təmin etmək, ətraf mühiti qorumaq, turizm fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaratmaq, turizm sənayesinin davamlı inkişafını təmin etmək, turizm resurslarından səmərəli istifadə, beynəlxalq əlaqələrin inkişafı və s.

Bir qayda olaraq, dövlət tənzimlənməsi müvafiq milli tənzimləmə bazasının yaradılması ilə həyata keçirilir. Bu baza turizm sənayesinin səmərəli fəaliyyətini, turizmdə istifadəsi üçün təbii sərvətlərə çıxışını, turistlərin hüquqlarına və turizm sənayesinin maraqlarına riayət olunmasını və qorunmasını, əşyaların daşınması qaydalarının müəyyənləşdirilməsini təmin edir (Ağaliyeva D. A., 2017).

Turizmdəki münasibətlər də xüsusi qanunvericiliklə tənzimlənir. Turizmdə çox sayda xüsusi hüquqi akt və qaydalar tətbiq olunur. Bunlara inzibati (viza alma proseduru), gömrük (sərhədlərdən keçmə proseduru) və digər qanunlar daxildir.

Turizm fəaliyyəti də müvafiq qanunlarla, turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə dair qaydalar, lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma, sertifikatlaşdırma, müxtəlif turizm xidmətlərinin göstərilməsi qaydaları və s. ilə tənzimlənir.

Bir sıra ölkələrdə turizmin tənzimlənməsi və davamlı inkişafı üçün hüquqi baza yaratmaqla yanaşı, müxtəlif əlavə tədbirlər də tətbiq olunur. Bir çox ölkə hədəfli proqramlar hazırlayır, turist gələn digər ölkələrlə əlaqəni yaxşılaşdırmaq üçün tədbirlər görür, yeni xidmət növlərini inkişaf etdirir və maliyyələşdirir, xarici ticarət əlaqələrinin liberallaşdırılmasını genişləndirir və xarici valyutaları mübadilə edir. Bəzi ölkələr müxtəlif turizm layihələrinin həyata keçirilməsi üçün dövlət subsidiyaları ayırır, turizm müəssisələrinə güzəştli faizlə kreditlər verirlər. Bir sıra ölkələrdə dövlət kredit və subsidiyalar üçün zəmanət verir.

Faydalar turizmin inkişafına təkan verməkdə xüsusi yer tutur. Vergi güzəştləri turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin ən vacib vasitələrindən biridir. Dünya turizm praktikasında əsas vergi faydası xarici turist qəbul edən turizm təşkilatları üçün əlavə dəyər vergisinin endirilməsidir. Avropa Birliyində turizm müəssisələri üçün əlavə dəyər vergisinin azaldılması üçün ümumi bir qayda mövcuddur. Çox vaxt müavinətlər müəyyən turist kateqoriyalarına (uşaqlar, tələbələr, təqaüdcülər, əlillər və s.) aiddir. Bəzi hallarda faydalar müəyyən turizm fəaliyyət növlərini əhatə edir (məsələn, spa müalicəsi ilə əlaqəli sosial turizm). Endirimlər daimi müştərilər, qrup turistləri, tələbə nəqliyyat biletləri və s. üçün geniş yayılmışdır.

Turizmin inkişafını tənzimləmək məqsədilə Azərbaycan Respublikasında müxtəlif ölkələrdə tətbiq olunan tədbirlərin birləşdirilməsi və tətbiqi

məqsədəuyğun hesab edilə bilər. Lakin, Azərbaycan dünyanın müxtəlif ölkələrində tətbiq olunan tədbirlərdən istifadə edərkən ölkənin milli, coğrafi və digər xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır.

Turizmin dövlət tənzimlənməsi problemləri və bununla əlaqədar problemlərin həlli Azərbaycan Respublikası üçün aktualdır. Turizm Azərbaycanın prioritet sahələrindən biridir və inkişafı dövlət iqtisadi siyasətinin mərkəzindədir. Bu baxımdan Azərbaycanın turizm potensialını araşdırmaq, qanunvericilik bazasını inkişaf etdirmək və beynəlxalq səviyyəyə çıxışı təmin etmək üçün çox şey göstərmək lazımdır.

1991-ci ildə müstəqillik qazandıqdan sonra Azərbaycan Respublikasında bütün fəaliyyət sahələri üçün milli qanunvericilik bazasının formalaşdırılması prosesləri başladı. Bu müddət turizm sənayesini, normativ hüquqi aktların hazırlanmasını və milli turizm siyasətinin hazırlanmasını da əhatə etmişdir.

4 iyun 1999-cu ildə ümummilli lider Heydər Əliyevin 674 sayılı fərmanı ilə "Turizm Qanunu" Azərbaycanda qəbul edildi. 17 maddədən ibarət olan qanun turizm bazarının formalaşmasının hüquqi əsaslarını və bu sahədə dövlət siyasətinin prinsiplərini müəyyənləşdirir. Turizm fəaliyyəti ilə əlaqəli əsas termin və anlayışların mahiyyəti ifadə olunur. Qanun, həmçinin turizm fəaliyyətinin əsaslarını və turizm mənbələrindən səmərəli istifadə qaydalarını cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafını təmin edən vasitələrdən biri kimi müəyyənləşdirir.

Ölkənin qanunverici orqanları tərəfindən qəbul edilmiş normativ hüquqi aktlar daxili turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təkan verdi. Bu aktlara "İstehlakçı hüquqlarının müdafiəsi haqqında", "Sahibkarlıq haqqında", "Sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunları, "Turistin sertifikatlaşdırılması Qaydaları"nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarları daxildir.

Turizmin tənzimlənməsi prosesində dövlət turizminin idarəetmə strukturları dövlət siyasətinin həyata keçirilməsinə paralel olaraq beynəlxalq turizm təşkilatları ilə əməkdaşlıq edirlər. Bunlar arasında lider yeri Azərbaycanın 1991-ci ildən bəri üzv olduğu Dünya Turizm Təşkilatı tutur (Yeganlı S.T., Hacıyev E.M., 2006: s. 29).

Ümumilikdə DTT-nin fəaliyyətləri turizmin informasiya təbliğinə, əhəmiyyətini və üstünlüklərini genişləndirməyə, habelə yeni maddi-texniki baza yaratmağa yönəlib. DTT beynəlxalq turizm sahəsində rəhbər prinsipləri inkişaf etdirərək tətbiq edərək müxtəlif ölkələrin turizm prosesindəki fəaliyyətlərini asanlaşdırmağa çalışır. DTT beynəlxalq aktlar hazırlayır və onların icrasını izləyir, beynəlxalq turizmdəki fərqləri həll edir.

Beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq həm dünyada toplanmış təcrübəni, həm də maliyyə mənbələrini Azərbaycanda yeni turizm infrastrukturunun yaradılması prosesinə cəlb etməyə imkan verir. Məsələn, BMT-nin proqramı çərçivəsində Azərbaycanın Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinə daxili turizmin rəşional inkişafını təmin etmək üçün 240 min dollar yardım ayrılmışdır.

Azərbaycan mühüm fəaliyyət istiqamətlərindən biri DTT-nin himayəsi altında UNESCO ilə əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilən "Böyük İpək Yolu" transkontinental turizm marşrutunun inkişaf etdirilməsi olan "Avrasiya" Beynəlxalq Turizm Assosiasiyasının üzvüdür. Layihə DTT-nin texniki dəstəyi ilə həyata keçirilir və müxtəlif beynəlxalq fondlar və milli təşkilatlar tərəfindən maliyyələşdirilir. Azərbaycan Avropa ilə Asiyanı birləşdirən regional TRACECA layihəsində fəal iştirak edir.

Azərbaycan hökuməti tərəfindən qəbul edilən proqramlar turizmin inkişafının tənzimlənməsində mühüm rol oynayır.

AR bölgələrinin sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramları mövcud potensialdan səmərəli istifadə, istehsal müəssisələrinin fəaliyyətinin genişləndirilməsi, istehsalın stimullaşdırılması hesab olunur.

Bu vəzifələrin icrası üçün qanunvericilik bazası əsasında yerli potensialdan - təbii şəraitdən və ehtiyatlardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması nəzərdə tutulur. Verilişdə Abşeron bölgəsinin Xəzər dənizi sahillərində çimərlik zonaları yaratmağa imkan verən iqlim və balneoloji şəraitindən bəhs olunur. Gəncə-Qazax bölgəsinin bənzərsiz iqlimi, mənzərəli dağ-meşə mənzərəsi, müalicəvi mineral suları qeyd olunur ki, bu da beynəlxalq əhəmiyyətli tibb müəssisələri və istirahət evlərinin yaradılmasına imkan verir; Şəki-Zaqatala bölgəsinin mənzərəli təbiəti,

müasir dünya standartlarına cavab verən istirahət və turizm mərkəzlərinin təşkili üçün əlverişlidir. Gəncə-Qazax və Şəki-Zaqatala bölgələri də cəlbedicidir, çünki Gürcüstana turizm marşrutları ərazilərindən keçir. Bundan əlavə, turizmin inkişafı üçün xüsusi proqramlar da qəbul edilmişdir. “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illər üçün Turizmin İnkişafı Dövlət Proqramı”nda ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi və dövlət siyasətinin həyata keçirilməsində öhdəliklərdən biri kimi turizm mənbələrindən səmərəli istifadənin təmin edilməsi nəzərdə tutulurdu.

6 aprel 2010-cu ildə “AR-də 2010-2014-cü illər üçün Turizmin İnkişafına dair Dövlət Proqramı” qəbul edildi. Proqramın əsas məqsədi müasir iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə cavab verən turizm sənayesini formalaşdırmaq və turizm sənayesinin ölkənin iqtisadi inkişafının dayaqlarından birinə çevrilməsini təmin etməkdir. Proqramın məqsədlərini həyata keçirmək üçün Azərbaycan Respublikası hökuməti 2011-ci ili turizm ili elan etdi.

Yuxarıda göstərilənlər mövcud qanunvericilik bazası və davam edən fəaliyyətlərin Azərbaycanda turizmin inkişafının tənzimlənməsi üçün əlverişli şərait yaratdığına dair nəticəyə gəlməyə imkan verir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA BEYNƏLXALQ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

3.1. Azərbaycanca beynəlxalq turizm fəaliyyətinin təşkilində yeni yanaşmalar

Azərbaycan sürətlə öyrənir və turizmin inkişafı ilə bağlı təcrübə qazanır. Dövlət tərəfindən görülən tədbirlər nəticəsində ölkədə müasir bir otel və turizm infrastrukturu yaradıldı, turizm sənayesi üçün təlimlər quruldu, geniş turizm agentlikləri şəbəkəsi yaradıldı, məlumat və reklam strukturları yaradıldı, Azərbaycanda ən mənzərəli və məhsuldar bölgələrdən keçən bir çox turizm marşrutu hazırlanmış və sınaqdan keçirilmişdir.

Turizmin inkişafındakı müasir tendensiyalar həm bütövlükdə dünya iqtisadiyyatına, həm də ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatına təsirinin artdığını göstərir. Turizm milli iqtisadiyyatın bir sahəsidir ki, fəaliyyəti bir tərəfdən səyahət və istirahət zamanı əhalinin xüsusi ehtiyaclarını ödəməyə yönəldilir, digər tərəfdən regional iqtisadiyyatın yüksəlməsini təmin edə bilər.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm biznesi gəlirlilik və dinamik inkişaf baxımından neft hasilatı və emalından sonra ikinci yerdədir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) adı ilə istehsal və xidmət bazarının dövriyyəsinin 10%-ni təmin edir, dünya ümumi məhsulunun 6%-ni, dünya investisiyalarının 7%-ni, vergi gəlirlərinin 5%-ni təşkil edir.

Azərbaycan Respublikasının coğrafi mövqeyi əlverişlidir. Avropa ilə Asiya arasında sərhəddə yerləşən Qafqazın bütün şərq hissəsini tutur. Cümhuriyyət Cənubi Qafqazın regional lideridir, çünki beynəlxalq aləmdə ən böyük, iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş və siyasi baxımdan əhəmiyyətli dövlətdir. Bu gün Azərbaycan dünyada böyük dərəcədə neft və qaz ehtiyatlarına görə tanınır (Ağaliyeva D. A., 2017).

Azərbaycanda turizm son illərdə sürətlə inkişaf edən iqtisadiyyatın sahələrindən biridir. Planetimizin mövcud 11 iqlim qurşağından 9-u subtropikdən yüksək dağlıq alp çəmənliklərinə qədər Azərbaycan ərazisində təmsil olunur.

Təbii müxtəlifliklə yanaşı, ölkə həm də tarixi abidələrlə zəngindir - hər biri təxəyyülünü heyrətləndirən, insanların keçmişə toxunmasına və mədəniyyəti araşdırmasına imkan verən 6 mindən çox mədəniyyət abidəsi.

Beynəlxalq turizmin motivi və əsas istiqamətləri hər bir ölkənin təbii, coğrafi və həmçinin istehlak üçün əlverişli mühitlə müəyyənləşir (Məmmədov E.Q. 2013 səh., 47). Azərbaycan turizm ehtiyatlarının təbiəti və infrastrukturun vəziyyəti nəzərə alınmaqla, turizmin inkişafı üçün aşağıdakı turizm növləri xüsusi maraq doğura bilər: mədəni, təhsil, işgüzar, həmçinin ixtisaslaşmış turizm (çimərlik, tədbir, ekoloji, kənd, ovçuluq və balıqçılıq, idman, sağlamlıq, etnik, xizək, elmi və s.).

Çimərlik turizmi ən populyar istirahət növlərindən biridir: yerli (daxili) turistlərin əksəriyyəti dəniz kənarında dincəlməyi üstün tuturlar. Bu istiqamət Abşeron yarımadasında və ölkənin şimalındakı Nabran turizm zonasında fəal inkişaf edir.

Azərbaycanın cənub bölgələrində çimərlik istirahətinin inkişafı üçün böyük perspektivlər var, lakin orada inkişaf otel və digər turizm infrastrukturunun olmaması ilə məhdudlaşır.

Son illərdə xizək çox populyardır və tələb olunur. Bu baxımdan Şahdağ layihəsi Azərbaycanın Qusar bölgəsində həyata keçirildi və başa çatdıqdan sonra otellər və ekoloji cəhətdən təmiz mühəndis və nəqliyyat infrastrukturunu olan müasir bir xizək kompleksi istifadəyə verildi.

Dövlət qurumları və ölkə prezidentinin verdiyi güclü dəstəyi də qeyd etmək lazımdır. Bu baxımdan, 2010-cu il aprelin 6-da qəbul edilmiş Azərbaycanda Turizmin 2010-2014-cü illərdə İnkişafına dair Dövlət Proqramını qeyd etmək lazımdır.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi aşağıdakılar tərəfindən həyata keçirilir:

- turizm sənayesi sahəsində əlaqələrin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş normativ hüquqi aktların yaradılması;
- daxili və dünya turizm bazarlarında turizm məhsulunun təbliğinə kömək;

- turistlərin hüquq və mənafeələrinin qorunması, təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;
- lisenziyalaşdırma, turizm sənayesində standartlaşdırma, turizm məhsulunun sertifikatlaşdırılması;
- turizmin inkişafı maraqları nəzərə alınmaqla Azərbaycan Respublikasının ərazisinə giriş, çıxma və qalma qaydalarının müəyyənləşdirilməsi;
- turizmin inkişafı üçün dövlət hədəf proqramlarının hazırlanması və icrası üçün büdcədən birbaşa ayırmalar;
- turizm sənayesinə investisiya qoyuluşu üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- güzəştli kreditlərin verilməsi, turoperatorlar və turizmlə məşğul olan turizm agentləri üçün vergi və gömrük güzəştlərinin yaradılması;
- turizm fəaliyyətinin kadr təminatına kömək;
- turizm sənayesi sahəsində elmi tədqiqatların inkişafı;
- azərbaycanlı turistlərin, turoperatorların, tur agentliklərinin və onların assosiasiyalarının beynəlxalq turizm proqramlarında iştirakının asanlaşdırılması;
- kartoqrafik məhsulların verilməsi.

Azərbaycan Respublikasında turizmin mövcud vəziyyəti və inkişafına yönəlmiş tədbirlər, ölkənin daxili və daxili turizmin inkişafı və təşviqi baxımından ölkənin rəqabətçi üstünlüklərini və çatışmazlıqlarını qiymətləndirməyə imkan verir.

Ölkənin turizm sektorunun qarşılaşdığı əsas problemlərdən biri də turizm xidmətlərinin səviyyəsinin və keyfiyyətinin artırılmasıdır. Bu məsələ Dövlət Proqramında da öz əksini tapmışdır. 2006-cı ildə Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin nəzdində turizm sahəsində təhsil verən bir ali məktəb - Azərbaycan Turizm İnstitutu yaradıldı (Bilalov B.Ə., Gülahıyevin Ç.G., 2015).

Turizm baxımından Azərbaycan çox bahalı bir ölkədir. Həm daxili, həm də xarici turizm yüksək qiymətlərdən əziyyət çəkir. Azərbaycanın “ucuz” bir oteldə yerləşmə üç günlük səyahət ən yaxşı halda 300-350 dollardır. Bunun bir neçə səbəbi var. Yeni əmlak sahibləri investisiya xərclərini ödəmək üçün qiymətləri şişirdirlər. Burada çoxsaylı yoxlama strukturları da mühüm rol oynayır, çünki bu

xərclər xidmətlərin dəyərində əks olunur. Nəticədə istehlakçı zərər çəkir. Turist xidmətləri üçün yüksək qiymətlərin davam etməsi ölkəyə turistlərin gəlməsini ləngidə biləcək səbəblərdən biridir.

Xarici ölkələrin təcrübəsinə əsaslanaraq, daha yaxşı nəticələr əldə etmək üçün ölkə Azərbaycanda turizmin inkişafına dəstək məqsədi daşıyan aşağıdakı tədbirləri həyata keçirməlidir:

1. Turizmin inkişafına yaradıcı yanaşma. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinin yerli mətbəx, xalq sənəti və s. ilə əlaqəli xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq yaradıcı turizmin inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur.

2. Azərbaycanı turistlər üçün cəlbedici bir məkana çevirmək üçün geniş reklam və məlumat fəaliyyətləri hazırlamaq və həyata keçirmək lazımdır. Bununla bağlı bəzi işlərin aparılmasına baxmayaraq (məsələn, reklamların Euronews, CNN və digər xarici televiziya kanallarında yayımlanması), əlavə tədbirlər tələb olunur:

a) müvafiq işlər Azərbaycandan kənarında aparılmalıdır. Beləliklə, ilk növbədə xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərən tur operatorları ilə əməkdaşlıq qurulmalıdır;

b) xidmətlərdən istifadə edərək Azərbaycana səfər edəcək turistlər milli hava yolu şirkəti "AZAL" ölkənin turizm potensialı ilə gəmidə tanış olmaq imkanına malik olmalıdır;

c) Azərbaycana gələn turistlərin turizmlə əlaqəli məlumatlarla tanışlıq imkanları yaratmaq üçün hava limanında, eləcə də dəmir yolu vağzalında məlumat mərkəzləri yaradılmalıdır;

d) beynəlxalq turizm sərəgilərinin keçirilməsi;

e) Azərbaycan Respublikasının xaricdə turizm nümayəndəliklərinin açılması.

3. Bakı şəhəri, şəhər metrosu və nəqliyyat marşrutlarının xəritələri turistlər üçün hazırlanmalıdır. Bunun üçün aidiyyəti dövlət qurumları (Dövlət Torpaq və Xəritəçəkmə Komitəsi və s.) ilə əməkdaşlıq qurulmalıdır.

4. Muzeylərdə və digər saytlarda bir neçə dildə səsli bələdçilər yaradılmalıdır. Bu yerlərə satılan biletləri onlayn əldə etmək lazımdır.

5. Bakı şəhərində "Avtobus turunun" təşkili.

6. Bakı şəhərində və Azərbaycanın bölgələrində otellər tikilərkən 3-4 ulduzlu otellərin tikilməsinə üstünlük verilməlidir. Hal-hazırda Hyatt Regency, Kempinsky, Hilton, Jumeyra, Four Seasons, Marriott və digər otellər turistlərin lüks otellərdəki ehtiyaclarını tam təmin edə bilirlər. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, orta turist, bir qayda olaraq, 3-4 ulduzlu otellərdə qalmağı üstün tutur. 5 ulduzlu otellərdə əsasən insanlar yerləşdirilir, işgüzar səfərlərdə olanlar (iş strukturlarının nümayəndələri və ya digər dövlətlərin rəsmiləri).

7. Müəyyən bir mövzuda Bakıda beynəlxalq festivalların keçirilməsi. Xarici təcrübə göstərir ki, bu cür festivallar ölkəyə böyük turist axınının səbəbidir. Festivalın mövzusu orijinallığı və milli xüsusiyyətləri ilə digər ölkələrdə keçirilən oxşar festivallardan fərqlənməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda göstərilən təkliflərin bir çoxu artıq həyata keçirilməkdədir. Beləliklə, reklam və informasiya fəaliyyətləri təkmilləşdirilmiş, bu çərçivədə milli aviasiya şirkətinin təyyarələrində Azərbaycan haqqında məlumatlar təqdim olunmağa başlanmışdır; beynəlxalq turoperatorlar üçün “məlumat turları” təşkil olunur; turizm sərgiləri mütəmadi olaraq keçirilir; Bakı hava limanında bir məlumat mərkəzi açıldı; turistlər üçün Bakının xəritələri yayımlandı; köhnə şəhərdə turistlər onsuz da səs bələdçilərindən istifadə etmək imkanı qazanır, avtobus turları təşkil olunur, ölkənin bölgələrində müxtəlif festivallar (Qəbələdə beynəlxalq musiqi festivalı, Göyçayda nar festivalı) və s.

Bu gün turizm Azərbaycanda vətəndaş cəmiyyəti ilə hökumət arasında səmərəli əməkdaşlığın ən parlaq nümunələrindən biridir. Bu, turizmin inkişafı üçün şərait yaradacaq və nəticədə ölkəyə turist axını və valyuta qazancı artacaqdır. Turizmin inkişafı bir tərəfdən vergi endirimlərinin artmasına, digər tərəfdən iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafına və məşğulluğun artmasına səbəb olacaq.

Əhəmiyyətli bir geosiyasi məkanda yerləşən Azərbaycan Respublikası 18 oktyabr 1991-ci ildə müstəqilliyini elan etməsi, eləcə də 80-ci illərin sonu və 90-cı illərin əvvəllərində beynəlxalq həyatda baş verən dəyişikliklər son dərəcə vacib

vəzifəni gündəmə gətirdi. 2 Mart 1992-ci il tarixində dünyanın bir sıra ölkələrindən qısa müddətdə tanınan Azərbaycan Respublikası BMT-yə qəbul edildi.

Xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək məqsədi ilə 1973-cü ildə 1942 yerlik böyük bir “Azərbaycan” otel kompleksi və 1978-ci ildə “İnturist” səhmdar cəmiyyətinin “Moskva” oteli açıldı. Sovet hakimiyyəti dövründə Azərbaycana gələn ən çox turist sayı 1987-ci ildə idi: xarici ölkələrdən 50 min nəfər və SSRİ-nin müxtəlif bölgələrindən 250 min nəfər. Azərbaycanın Lənkəran, Mingəçevir, Şuşa və Bakı bölgələrində turizm komplekslərinin inşasına başlandı (Qafarov N., 2019).

1988-ci ildən bəri, erməni təcavüzü və ilkin-tarixi Azərbaycan torpaqları olan Dağlıq Qarabağın işğalı səbəbindən Azərbaycana turist axını kəskin şəkildə azaldı. Ölkə əhalisi istirahət və turizmin təşkili ilə müqayisədə fəvqəladə vəziyyətin problemləri ilə daha çox maraqlanırdı. Azərbaycanda öz torpaqlarından didərgin düşən yüz minlərlə qaçqın peyda oldu. Hökumət qaçqınların turizm komplekslərinə yerləşdirilməsinə qərar verir. Turizm təşkilatlarının fəaliyyəti dayandırıldı. Ümumittifaq və beynəlxalq turizm marşrutları bağlandı. 1991-ci ilin sentyabrında Xarici Turizm Departamenti ləğv edildi, əvəzində Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti yanında Xarici Turizm Şurası yaradıldı.

XX əsrin əvvəlində Bakıda, Gəncədə, Naxçıvanda və ölkənin digər böyük şəhərlərində beynəlxalq standartlara uyğun müasir avadanlıqlarla təchiz olunmuş böyük otel kompleksləri tikilməyə və turistləri qəbul etməyə başladı. Bu gün respublikada səyahət xidmətlərinin təşkili üçün 245 turizm şirkəti və 514 otel və otel tipli obyekt fəaliyyət göstərir. Müasir səviyyəli sağlamlıq mərkəzləri və turizm mərkəzləri kurort zonalarında yerləşir. 2010-cu ildə ölkəmizi ziyarət edən xarici turistlərin sayı 1279,8 min nəfər, 2013-cü ildə isə 1985,9 min nəfər olmuşdur.

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, turizm sahəsində dövlət siyasətini həyata keçirərək xarici turistlərin cəlb edilməsi və müasir turizm infrastrukturunun yaradılması istiqamətində məqsədyönlü işlər aparır.

Turizmin müxtəlif növlərini genişləndirmək və yaratmaq üçün işlər aparılır: ekoturizm, xizək, yürüyüş, atçılıq, avtomobil, dəniz, çay, alpinizm, speleoturizm.

Tematik marşrutlar hazırlanır: palçıq vulkanları, təbii mineral bulaqlar, arxeoloji qazıntılar, tarixi və memarlıq kompleksləri, maraqlı təbiət obyektləri.

Cədvəl 4: Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər

	2015	2016	2017	2018	2019
Turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı, nəfər	49 449	43 477	46 837	53 222	58 972
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin həcmi, milyon manat	2 437,3	2 746,1	3 151,0	3 464,3	3 704,9
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi çəkisi, faizlə	4,5	4,3	4,5	4,3	4,5
Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi, milyon manat	1 063,9	363,0	267,3	229,7	133,7

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Turizm sahəsində Azərbaycan hökuməti ilə Beparusi, Yunanıstan, Qazaxıstan, Fransa, Tacikistan, Misir, Pitva, Qətər, İordaniya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Küveyt, Rusiya, Səudiyyə Ərəbistanı, Avstriya, Böyük Britaniya, İsrail, İran, Bəhreyn, Oman, Macarıstan, Koreya, İsveçrə, İndoneziya, Yaponiya, Bruney, Malayziya, San Marino, Fas, Argentina, Meksika, Makedoniya, İsveç, Filippin, Kuba və Xorvatiya əməkdaşlıq edir.

Müasir dünyada turizm hər bir ölkə üçün iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biri hesab olunur. Azərbaycan da bu sahənin inkişafına ciddi diqqət yetirir. Turizm, geniş və sürətlə böyüyən iqtisadi sektorda artıq dünyanın ən gəlirli sahələrindən birinə çevrilmişdir. Turizm sektorunun davamlı inkişafı və genişlənməsi bu sektoru sosial-iqtisadi tərəqqinin aparıcı qüvvəsinə çevirib. Bu, turizmlə əlaqəli yeni iş yerlərinin, müəssisələrin və infrastrukturun yaradılmasında özünü göstərir.

Bunu son 10 ildə ölkədə turizmin inkişafı istiqamətində aparılan işlər, aparılan islahatlar, qəbul edilmiş dövlət proqramları və tənzimləmə bazasının təkmilləşdirilməsi bir daha sübut etdi. Bu tədbirlər nəticəsində Azərbaycanda

turizm sənayesi yeni mərhələyə qədəm qoydu, ölkəmiz dünyada tanınan yeni bir turizm istiqamətinə çevrildi və beynəlxalq turizm bazarının inteqrasiyası ildən-ilə artır.

Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatına görə, 2019-cu ilin yanvar-dekabr aylarında Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı 3,17 milyon nəfər təşkil edib.

Qeyd edək ki, 2019-cu ilin rəqəmləri 2018-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 11,4% -i artıb:

Əsasən Rusiya, Gürcüstan, İran, Türkiyə, eləcə də Asiya və Avropadan gələn turist sayında artım var.

Ötən ilin yanvar-dekabr aylarında Avropa ölkələrindən Azərbaycana gələnlərin sayı 224 min nəfər təşkil etmişdir. Bu, 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları ilə müqayisədə 14,7% artım deməkdir.

Avropa Bölgəsindən daha çox ziyarətçinin İngiltərə, Almaniya, İtaliya və Fransadan Azərbaycana gəldiyi bildirildi. Cənubi Asiya ölkələrindən turistlərin çoxu ölkəmizə Hindistan və Pakistandan gəlir. Ölkəmizə Hindistandan 65 min, Pakistandan 46 min turist gəldi.

Ərəb turist sayına gəlincə, agentliyin məlumatına görə, bu il ərəb turist sayında 46,7% artım var: “eyni zamanda, 2019-cu ildə Çindən gələn turist sayında artım oldu”.

Digər ölkələrdən Azərbaycana gələnlərin siyahısı Əlavə 1-də Cədvəl 5-də göstərilmişdir.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatlarına əsasən beynəlxalq turizm 2020-ci ilin ilk oktyabr ayında 70%-dən çox azalaraq 1990-cı ilin səviyyəsinə çatdı.

2020-ci ildə beynəlxalq turizmin 72% azalması səyahət məhdudiyyətləri, istehlakçı qorxusu və koronavirusun qarşısını almaq üçün qlobal mübarizə ilə əlaqədardır. Bütün bunlar bu ili turizm tarixində ən pis hala gətirdi. Eyni dövrə müqayisədə 900 milyon az turist qəbul edildi.

COVID-19 koronavirus pandemiyası bütün tarixində turizm sənayesi üçün ən ciddi problem oldu.

Dünya Turizm Təşkilatı (DTT) ilin sonuna qədər iqtisadiyyatın bu sahəsindəki zərərlərin 1 trilyon dolları keçəcəyini, 100 milyondan çox insanın işsiz qalacağını proqnozlaşdırır.

Bu gün dünyada oxşar tendensiyalar müşahidə olunur: turizm sektorunun inkişafına yönəlmiş əksər ölkələr və sənayenin oyunçuları özləri sektorun yenidən yüklənməsini sürətləndirmək, rəqəmsallaşdırma həyata keçirmək, rəqəmsal platformalar, yaşıl həll yollarını inkişaf etdirmək üçün böhran sakitliyindən istifadə etdilər.

UNWTO proqnozlarına görə, turizm 2021-ci ilin ikinci yarısında qismən bərpa ola bilər. Ancaq 2019-cu il beynəlxalq gəliş səviyyələrinə qayıtma ehtimalı 2,5-4 il çəkəcək.

2020-ci ilin yanvar-oktyabr aylarında dünyanın 155 ölkəsindən 720,300 nəfər Azərbaycana gəldi ki, bu da 2019-cu ilin yanvar-oktyabr aylarına nisbətən 3,7 dəfə azdır. Koronavirus (COVID-19) pandemiyası ilə bağlı vəziyyət, digər ölkələrdə olduğu kimi, bu il də mart ayından bəri bu sahədə ciddi bir azalmaya səbəb olan Azərbaycanın turizm sektorunu əsirgəmədi. Gələn turist sayının təxminən yüzdə 28-i Rusiya, yüzdə 24,3-ü Gürcistan, yüzdə 18,9-u Türkiyə, yüzdə 8,6-sı İran, yüzdə 2,1-i Ukrayna, yüzdə 1,8-i Hindistan, yüzdə 1,7-si Səudiyyə Ərəbistan, yüzdə 1,1-i BƏƏ, Pakistan, Qazaxıstan və Türkmənistan, yüzdə biri - Küveyt, yüzdə 0,9 - İngiltərəyə aiddir. Ayrıca yüzdə 0,8 Belarusiya, turistlərin yüzdə 0,7 İraq və Özbəkistan, yüzdə 0,6 İsrail, yüzdə 5,4 digər ölkələrə aiddir.

Cinsinə görə gələnlərin yüzdə 79,6-sı kişilər, yüzdə 20,4-ü qadınlardır. Ümumilikdə, AB üzv ölkələrindən gələn turistlərin sayı 5,7 dəfə azalaraq 21,1 min nəfərə, Fars körfəzi ölkələrindən 4,7 dəfə 100 min nəfərə, MDB ölkələrindən isə 4 dəfə 245,7 min nəfərə düşdü.

Erməni işğalından azad edilmiş Qarabağ regionunun zəngin turizm potensialı vardır. Qədim tarixi zənginliyə malik Qarabağ regionun ən cəlbedici və eyni zamanda rentabelli turizm destinasiyalarından birinə çevrilməsi üçün böyük

perspektivləri vardır. Bunun üçün ilk növbədə infrastrukturun bərpası və əhali məskunlaşmasının təmin olunması lazımdır. Daha sonra turizm marşrutlarının yaradılması, turizm obyektlərinin tikilməsi və beləliklə bu ərazilərə turizm məqsədilə səyahətlər həyata keçirilə bilər.

3.2. Azərbaycanda beynəlxalq turizm bazarının təkmilləşdirilməsi istiqlamətləri

İqtisadi inkişaf üçün bazar şərtlərinə keçid, bazar şərtlərindəki dəyişikliklər və iş şəraiti ilə əlaqədar olaraq bir çox iqtisadi subyekt üçün xidmət sektorunun inkişafı və genişləndirilməsi məsələsi aktuallaşır. Xidmətlərin təchizatı və istehlak formaları dəyişir. Əvvəllər bu sahədə çalışmamış təşkilatlar xidmət bazarında iştiraka cəlb olunur, köhnələri təkmilləşdirilir və yeni xidmət strukturları formalaşdırılır. Mal və xidmətlər ticarət həcmələrinin nisbəti dəyişir, xidmətlər göstərmə sahəsi xidmətlər ticarəti sahəsinə çevrilir.

Xidmət göstərən ən vacib sektorlardan biri də dünya iqtisadiyyatının yüksək gəlirli və dinamik sahələrindən biri olan müasir turizm sənayesidir.

Bu gün qlobal turizm bazarı bütün dövlətlərin ümumi ÜDM-nin 10%-ni təşkil edir. Xüsusilə turizm dünya ixracatının 8%-ni və xidmət sektorunda qazancın təxminən 35%-ni təmin edir. 2015-ci ilin məlumatlarına görə, dünyanın 60 ölkəsində turizmdən əldə olunan mənfəət 940 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir.

Yuxarıda turizm xidmətlərinin beynəlxalq turizm bazarında satış və alış predmeti olduğu bir əmtəə xarakteri daşdığı deyildi. Prof. A. Salmanov, məhsul kimi turizm xidmətlərinin bir xüsusiyyəti və prioritet elementi turizm xidmətlərinin böyük bir hissəsinin minimum xərclərlə yerində və bir qayda olaraq xarici valyutadan istifadə edilmədən istehsal edilməsidir. Əsasən təbii sərvətlər ixrac edən Azərbaycan üçün beynəlxalq turizmdən maliyyə gəlirləri vacibdir. Müsbət tərəfi xarici turistlərin xərclədiyi pullar ölkədə qalır və dövriyyə və yığılma vasitəsi kimi fəaliyyət göstərir.

Cədvəl 6-da göstərilən 2015-2019-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasında turistlərin miqrasiya dinamikasına dair məlumatlar maraqlıdır.

Cədvəl 6: 2015-2019-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasında turistlərin miqrasiya dinamikası

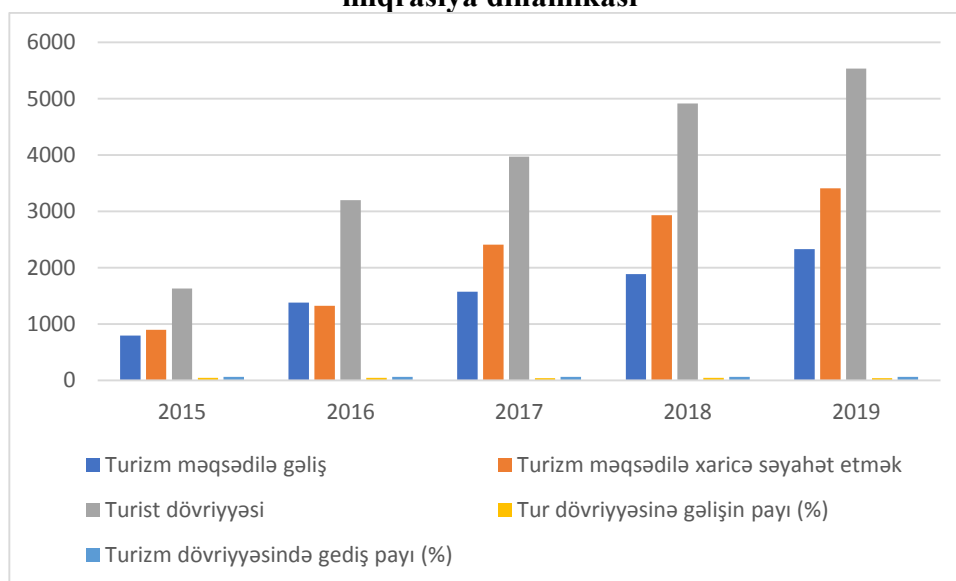
Səfərin məqsədi	2015	2016	2017	2018	2019
Turizm məqsədilə gəliş	791,7	1379,8	1571,9	1885,9	2329,5
Turizm məqsədilə xaricə səyahət etmək	896,9	1319,6	2408,2	2928,9	3406,7
Turist dövriyyəsi	1629,6	3199,4	3970,1	4914,8	5536,2
Tur dövriyyəsinə gəlişin payı (%)	45	42	40,4	45	36
Turizm dövriyyəsində gediş payı (%)	58	58	58,7	58	63

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Cədvəldən görünür ki, Azərbaycana gələn xarici turistlərin payı turizm dövriyyəsində ildən-ilə artır, fikrimizcə, bir sıra tərəfdən beynəlxalq keyfiyyət standartlarına cavab verən, yeni turizm müəssisələrinin yaradılmaması ilə izah olunur.

Göstərilən interval üzrə turizm dövriyyəsində gələnlərin orta illik payı 2019-cu il üzrə 36%, gedişlərin orta illik payı isə 63% təşkil etmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, gələnlərin payı nə qədər böyük olsa, ölkədə daha çox valyuta qalır. Gəliş payını artırmaq üçün ölkəyə xarici turistlərin cəlb edilməsi üçün hər cür şəraitin yaradılması lazımdır (turizm infrastrukturunun yaradılması, təbii şəraitin geniş reklamı və s.).

Qrafik 2: 2015-2019-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasında turistlərin miqrasiya dinamikası



Mənbə: Cədvəl 6-ya əsasən hazırlanmışdır.

Ölkəyə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərin məqsədi üzrə bölgüsü və xərcləri barədə məlumat isə cədvəl 7-də verilmişdir.

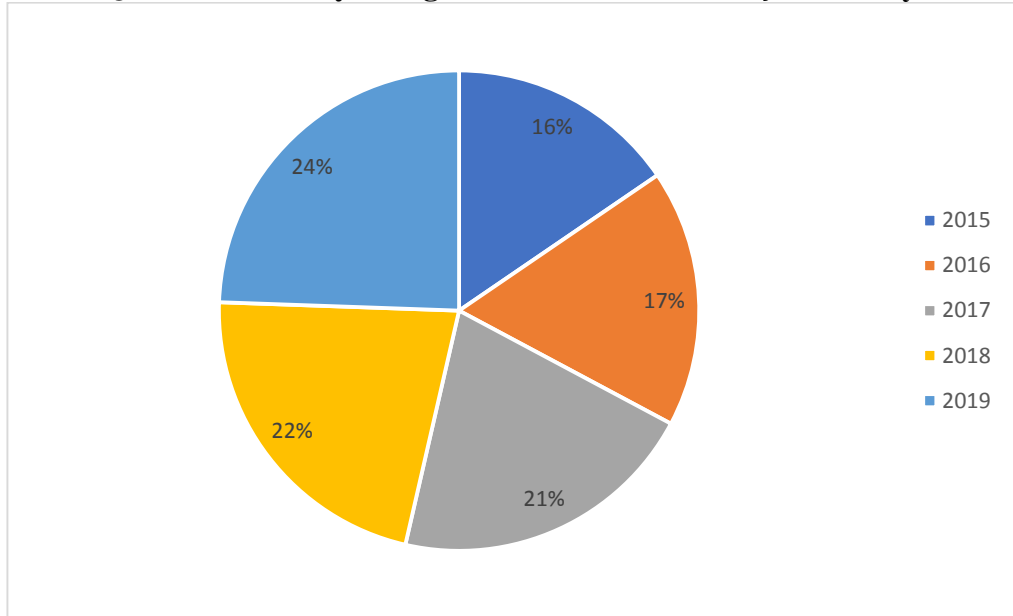
Cədvəl 7: Ölkəyə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərin məqsədi üzrə bölgüsü və xərcləri

	2015	2016	2017	2018	2019
Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı- cəmi	2 006,2	2 248,8	2 696,7	2 849,6	3 170,4
o cümlədən səfərlərin məqsədləri üzrə:					
turizm məqsədilə	1 921,9	2 044,7	2 454,0	2 605,3	2 863,5
onlardan:					
istirahət, əyləncə turizmi	668,8	697,1	839,3	1 042,4	1 164,0
işgüzar turizm	632,3	691,7	834,4	787,4	850,5
müalicə turizmi	36,5	41,5	49,1	63,1	63,9
dini turizm	11,5	12,6	14,7	15,3	16,6
qohumların, dostların ziyarəti	542,0	562,0	674,9	651,6	719,9
digər turizm məqsədilə	30,8	39,8	41,6	45,5	48,6
digər məqsədlə	84,3	204,1	242,7	244,3	306,9
Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı-cəmi	4 095,8	4 281,9	4 108,9	4 908,1	5 567,7
o cümlədən səfərlərin məqsədləri üzrə:					
turizm məqsədilə	3 256,2	3 592,1	3 447,4	4 096,7	4 347,3
onlardan:					
istirahət, əyləncə turizmi	1 045,2	1 096,1	1 054,9	1 126,3	1 251,7
işgüzar turizm	1 185,3	1 371,6	1 306,5	900,2	848,8
müalicə turizmi	140,0	192,7	189,6	288,6	268,8
dini turizm	133,5	127,1	120,1	245,3	250,0
qohumların, dostların ziyarəti	592,6	613,9	586,1	844,5	876,4
digər turizm məqsədilə	159,6	190,7	190,2	691,8	851,6
digər məqsədlə	839,6	689,8	661,5	811,4	1 220,4
Turizm məqsədilə Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat	1 132,4	1 411,3	2 285,3	2 661,6	2 971,4
Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat	1 816,9	1 970,3	1 678,9	2 387,4	2 407,6

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

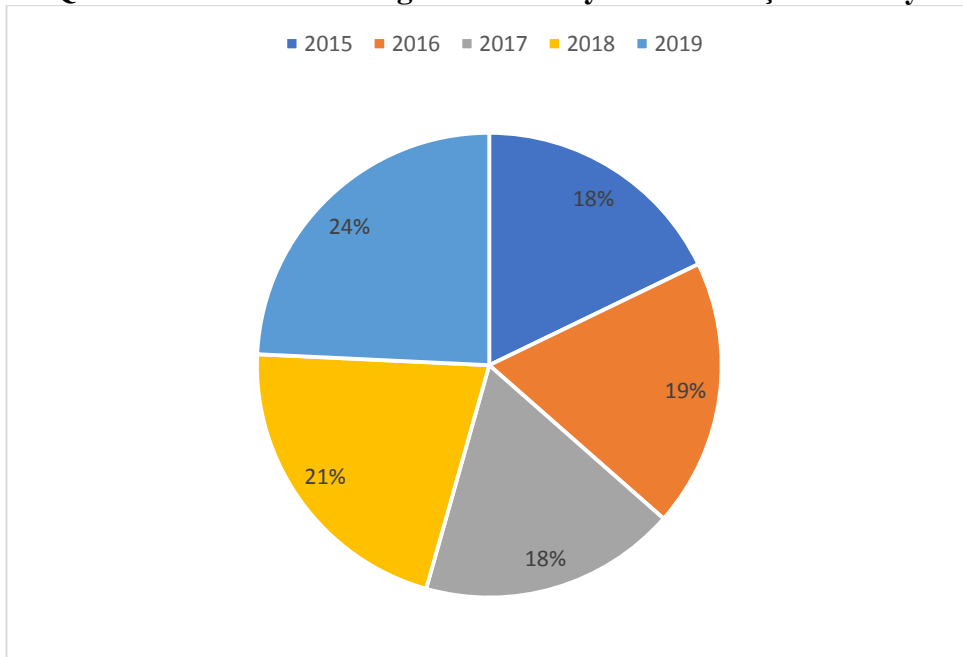
Cədvəldən göründüyü kimi Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı 2015-ci illə müqayisədə 2019-cu ildə 58%, xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı 35%, turizm məqsədilə Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər 162%, xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər 32% artmışdır. Buna aşağıdakı qrafiklərdən də baxmaq olar.

Qrafik 3: Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı



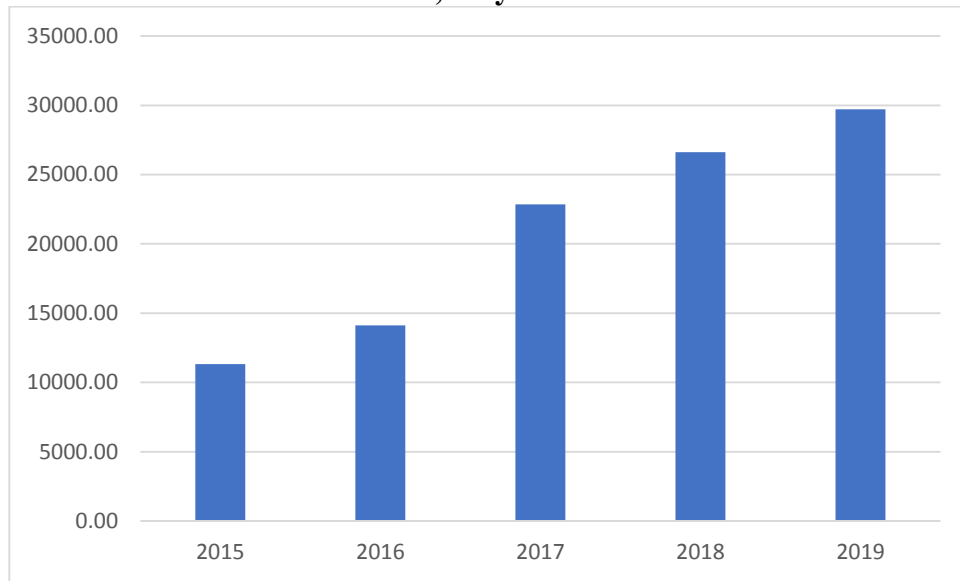
Mənbə: Cədvəl 7-yə əsasən hazırlanmışdır.

Qrafik 4: Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı



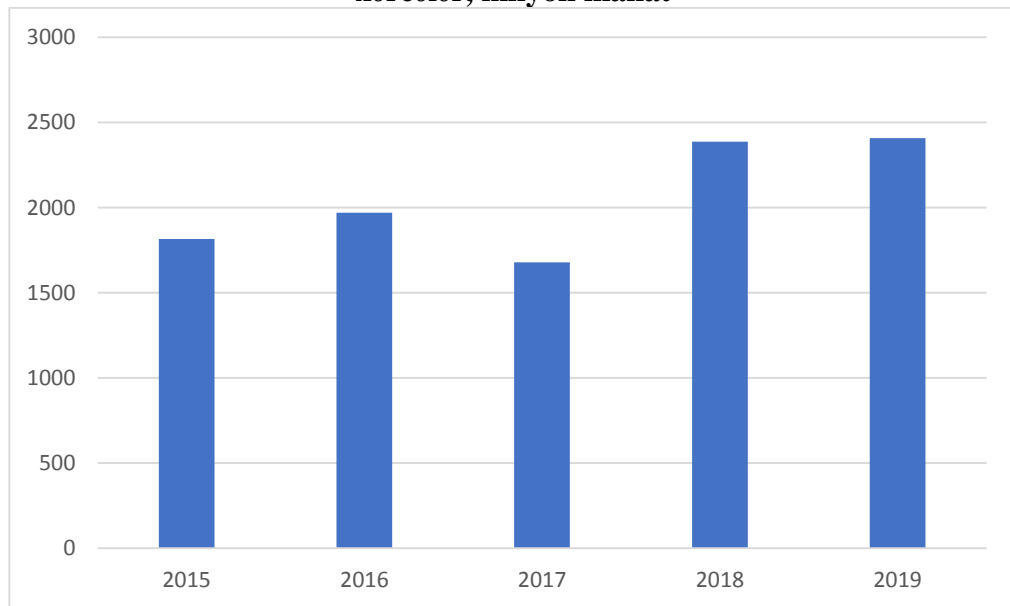
Mənbə: Cədvəl 7-yə əsasən hazırlanmışdır.

Qrafik 5: Turizm məqsədilə Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat



Mənbə: Cədvəl 7-yə əsasən hazırlanmışdır.

Qrafik 6: Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat



Mənbə: Cədvəl 7-yə əsasən hazırlanmışdır.

Respublikamızda turizm biznesinin inkişafının əsas istiqamətlərindən biri də turizm agentlikləri vasitəsilə elektron viza almaq imkanındır. Xarici turistlər turizm agentlikləri vasitəsilə Azərbaycana elektron viza ala biləcəklər.

Azərbaycan Prezidenti parlamentə “Turizm haqqında” qanunda dəyişikliklər edilməsi barədə qanun layihəsini təqdim edib. Qanun layihəsinə əsasən, əcnəbilər

və vətəndaşlığı olmayan şəxslər elektron viza almaq üçün birbaşa müvafiq icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən akkreditə olunmuş Azərbaycanın turizm agentliklərinə və ya Azərbaycan agentliklərinin tərəfdaşı olan ölkələrinin turizm agentliklərinə müraciət edə biləcəklər. Ölkədə viza ilə qalma müddəti 30 gün olacaq. Turizm vizası almaq üçün Miqrasiya Məcəlləsinin 36-cı maddəsində göstərilən sənədlərə, habelə turist vəsiqəsinə və ya çek, sənişin bileti və s.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Bu dissertasiya işində beynəlxalq turizm haqqında məlumatları sistemləşdirməyə cəhd edilir. Əsas nəticə budur ki, bütün qitələrdə sivil ölkələrin əksəriyyəti turizmi inkişaf etdirir.

Turizm tarixi sivil cəmiyyətin yaranmasından çox əvvəl başlayan insan fəaliyyətinin tipinə aiddir. Hər bir tarixi dövrdə bu və ya digər şəkildə turizm kateqoriyasına daxil olan insan fəaliyyətinin elementləri mövcuddur.

Artıq qeyd edildiyi kimi, turizm sənayesi əksər ölkələrin iqtisadiyyatında mühüm yer tutur. Turizm nəqliyyat və rabitə, tikinti, kənd təsərrüfatı, istehlak mallarının istehsalı və digərləri kimi iqtisadiyyatın əsas sahələrinə böyük təsir göstərir. Öz növbəsində, turizmin inkişafına müxtəlif amillər təsir göstərir: demoqrafik, təbii-coğrafi, sosial-iqtisadi, tarixi, dini və siyasi və hüquqi. Valyuta gəlirlərinin mənbəyi, beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsi və əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi kimi turizmin əhəmiyyəti durmadan artır.

Turizm həm də müasir Azərbaycan iqtisadiyyatında mühüm yer tutur. “Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafı” Proqramının prioritet vəzifələrindən biri Azərbaycanda müasir, yüksək ixtisaslı və rəqabətqabiliyyətli bir turizm kompleksinin formalaşdırılmasıdır. Turizm yerli biznesin dinamik inkişaf edən nadir növlərindən biridir. Sahibkarların turizmə marağı bir sıra amillərlə izah olunur. Birincisi, turizm işi ilə məşğul olmaq üçün çox sərmayəyə ehtiyac yoxdur. İkincisi, böyük, orta və kiçik firmalar turizm bazarında kifayət qədər uğurlu qarşılıqlı fəaliyyət göstərirlər. Eyni zamanda, turizm biznesi kapitalın sürətlə çevrilməsinə və (beynəlxalq turizm sahəsində) valyuta əməliyyatlarından müəyyən fayda əldə etməyə imkan verir.

Bununla birlikdə, Azərbaycan turizmində istehlakçıya beynəlxalq tələb və standartlarla təklif olunan xidmət paketi ilə xidmət səviyyəsi arasında hələ də əhəmiyyətli bir uyğunsuzluq mövcuddur. Məsələn, sayı daim azalmaqda olan az sayda mehmanxana müəssisəsi və xüsusi yerləşdirmə obyektləri və turizm sənayesində işçilərin zəif peşə hazırlığı. Bu və digər problemlər nəticədə Rusiyadan kapital qaçışına səbəb olur.

Beynəlxalq turizmdən müsbət nəticələr əldə etmək üçün daxili turizmi dəstəkləmək və inkişaf etdirmək lazımdır ki, pul xaricdə deyil, ölkə daxilində xərclənsin.

Turizmin inkişafı qeyri-peşəkar şəkildə planlaşdırılırsa, ola bilsin ki, ölkənin turizmə ondan əldə etdiyindən çox investisiya qoysun. Turizm işində uğur qazanmaq üçün turizm xidmətləri istehlakçısının ehtiyaclarına əsaslanan turizm məhsullarının istehsalı və satışının peşəkar şəkildə təşkil edilməsi, beynəlxalq hüquq normaları və qaydaları, turizm menecmenti və marketinq praktikasını və konyunktura üzrə yaxşı bilik tələb olunur turizm bazarının.

Əlbətdə ki, turizm sahəsində təhsil yaxşılaşdırılmalıdır. Burada mütəxəssislərin fikrincə, regional tədqiqatları gücləndirmək vacibdir. Müasir turist xeyli maliyyə xərcləri çəkərək getdikcə daha tələbkar olur. Yeni turizm növləri inkişaf edir. Bu, xüsusi sahələrdə turizm kadrlarının hazırlanmasını təşkil etməyi zəruri edir. Milli parkların və digər mühafizə olunan ərazilərin turizm zonalarında geniş yayılması bu mühafizə olunan ərazilərin idarəedilməsi üzrə mütəxəssislərin hazırlanmasının zəruriliyini gündəmə gətirir.

Azərbaycanda turizm nisbətən gənc və praktik olaraq yeni bir sahədir. Buna görə, turizm sahəsində Azərbaycan mütəxəssisləri bir çox problemlə üzləşirlər: daxili və sosial turizmin dirçəlişi, mövcud mədəniyyət və tarix, təbiət abidələrinin bərpası və yeni açılışı, maddi gücləndirilməsi və genişləndirilməsi və qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi turizm agentlikləri və səyyahlar arasındakı münasibətlər bu sahə daxil olmaqla turizmin əsası. turistlərin hüquq və mənafeələrinin qorunması.

Turizm asudə vaxtla əlaqəli geniş sosial, mədəni, texniki, ekoloji və iqtisadi aspektləri əhatə edən kompleks bir fenomendir. Beynəlxalq turizmin beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminin mühüm bir elementi kimi öyrənilməsi bizi inandırır ki, beynəlxalq turizm inkişafında obyektiv səbəblərdən dolayı beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin digər formaları ilə - beynəlxalq mal ticarətindən beynəlxalq səviyyəyə qədər getdikcə daha fəal və üzvi şəkildə qarşılıqlı əlaqə qurur. məlumat mübadiləsi. Bu gün beynəlxalq turizm beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin digər

formalarından təcrid olunmuş özünü təmin edən bir fenomen kimi qəbul edilə bilməz. Müasir praktikada beynəlxalq turizm getdikcə bütöv, üzvi bir beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminin bir elementi olaraq həyata keçirilir.

Bu baxımdan aşağıdakı nəticələrə gəlmək mümkün görünür.

1. Turizm bir çox təriflərin olması ilə xarakterizə olunur ki, bu da onun mürəkkəbliyini və çox yönlü olduğunu göstərir. Buna görə beynəlxalq turizmin inkişafına müasir bir yanaşma bu mürəkkəbliyi tamamilə nəzərə almalıdır.

2. Beynəlxalq turizm, ümumiyyətlə, müxtəlif turizm növlərinin (daxil və xaric) birləşməsinə əks etdirən ümumiyyətlə turizm kateqoriyalarından biridir. Nəticə etibarilə, müasir turizmə sistemə yanaşma, gələn və xaricə gələn turizmin təsirli birləşməsində ifadə olunmalıdır.

3. Beynəlxalq turizmin inkişafı bir çox fərqli amillərin həm müsbət, həm də mənfi təsirlərinə məruz qalır ki, bu da turizm sənayesinin müasir dünya iqtisadiyyatının sahələrindən birinə çevrilməsi kontekstində dünyanın ümumi tendensiyalarında əks olunur.

4. Beynəlxalq turizm əlaqələri nə qədər müntəzəmdirsə, müasir dünya iqtisadiyyatı bir o qədər proqnozlaşdırılır.

5. Nəhəng bir turizm potensialına sahib olan Azərbaycan bunun yalnız kiçik bir hissəsindən istifadə edir. Turizm xidmətlərinin geniş ixracatına zəif maddi-texniki baza, təsərrüfat mexanizmindəki çatışmazlıqlar mane olur. Bu baxımdan bütün səviyyələrdə büdcələrin gəlir bazasının doldurulması imkanları süni şəkildə daralır. Xarici turizmin böyüməsi ilə eyni vaxtda ölkədən xarici valyuta axını artır.

6. Bu, hazırda turizm sənayesini maliyyələşdirmək üçün təsirli bir mexanizmin olmaması ilə əlaqədardır; dövlət səviyyəsində yalnız onu yaratmaq üçün təcrid olunmuş və təsadüfi cəhdlər edilir.

7. Azərbaycanın turizm bölgəsi kimi imkanlarının tam reallaşması üçün mövcud dövlət tənzimləmə və bazar iqtisadiyyatının stimullaşdırma vasitələrindən istifadə edilməlidir. Dövlət, milli turizm məhsulunun beynəlxalq bazara çıxarılması üçün zəruri olan ölkənin əlverişli imicinin yaradılmasında son dərəcə vacib rol oynamalıdır. Bu səbəbdən, turizmin iqtisadiyyatın digər prioritet sahələri ilə

yanaşı, dövlət orqanları və yerli idarəetmə orqanları tərəfindən bütöv və uzunmüddətli bir şəkildə planlaşdırılması vacibdir.

8. Turizm statistikasının ciddi inkişafa ehtiyacı var. Bazar iqtisadiyyatına adekvat turizm infrastrukturunun inkişafının dövlət tənzimlənməsi alətlərinin işlənməsi üçün etibarlı bir məlumat və analitik bazanın yaradılması zəruridir.

9. Beynəlxalq turizmin inkişafındakı ən vacib problemlərdən biri regional turizmin inkişaf sistemlərinin formalaşması və inkişafıdır. Bu, Azərbaycan Respublikasının ziddiyyətli təcrübəsində aydın görünür. Mövcud vəziyyətin ziddiyyətli xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, iqtisadi cəhətdən islahatlar hazırkı şəraitdə obyektiv olaraq artan iqtisadi əhəmiyyətə malik olan Azərbaycanda turizm kifayət qədər təşkilati dəstəyə və investisiyaya malik deyildir.

10. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı əhəmiyyətli çətinliklərlə, turizm sənayesinin ictimai və dövlət fəaliyyətləri ilə əlaqələndirilməməsi, turizm infrastrukturunu müəssisələrinin inkişaf səviyyəsinin aşağı olması, həm xaricilər, həm də azərbaycanlıların tərəfindən turizm xidmətlərinə potensial tələbin az olması ilə üzləşir.

11. Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün əsas vəzifələrdən biri ərazinin imicinin formalaşması, Azərbaycan haqqında həm daxili, həm də xarici turizm üçün cəlbedici ola biləcək bir bölgə kimi ictimai rəyin vəziyyətinə təsiridir.

Beynəlxalq turizm iqtisadiyyatın yüksək gəlirli sahələrindən biridir. Beynəlxalq turizmin effektivliyini səciyyələndirmək üçün dissertasiya turistlərin özləri, turizm təşkilatları və xarici turistlərə xidmət göstərən iqtisadiyyatın digər sahələrinin müəssisələri üçün səyahətin səmərəliliyinin göstəricilər sistemini təklif edir. Mərkəzi göstəricilər ümumi və xalis mənfəət dərəcələridir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

Azərbaycan dilində

1. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu, Bakı, 1999
2. Azərbaycanda turizm, statistik məcmuə, Bakı: (Dövlət Statistika Komitəsi), 2020.
3. Ağaliyeva D. A. (2017) Azərbaycan Respublikasında turizm fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsinin beynəlxalq və milli hüquqi problemləri, Bakı, 29 s.
4. Bilalov B.Ə., Gülaliyevin Ç.G. (2015) Turizmin əsasları: dərslik, Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 496 s.
5. Əlirzayev Ə.Q. (2010) Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması, Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 529 s.
6. Kasumov R.M. (2012) Beynəlxalq turizm bazarı. Monoqrafiya. Bakı: «İqtisad Universiteti» Nəşriyyatı, 270 s.
7. Qafarov N. (2019) Turizmin iqtisadiyyatı: dərslik: (ali məktəb tələbələri üçün dərslik), Bakı: Kooperasiya, 583 s.
8. Məmmədov E.Q. (2013) “Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri” monoqrafiyası, Bakı-“Gənclik” Nəşriyyatı, 172 s.
9. Yeganlı S.T., Hacıyev E.M. (2006) «Turizm». Dərs vəsaiti. Bakı, ABU, 324 s.

Rus dilində

1. Александрова А. Ю. (2013) Международный туризм, Москва: КноРус, 459 с.
2. Александрова А.Ю. (2014) Международный туризм: учебник – М. : Аспект Пресс, 470 с
3. Александрова А.Ю. (2011) Международный туризм: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 464 с.
4. Биржаков М.Б. (2010) Введение в туризм. СПб.
5. Болков В.С. (2010), Развитие индустрии туризма РД, М.

6. Борисов К.Г. (2019) Международный туризм и право: Учебное пособие. - М.: Издательство «НИМП», 352 с.
7. Бурдейный М.А. (2015) Отдых в России и за рубежом. - М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 207 с.
8. Воскресенский В.Ю. (2015) Международный туризм. М.: МосГУ.
9. Долматов Г.М. (2011) Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы.- Ростов- на- Дону: «Феликс», 320 с.
10. Долматов Г.М. (2017) Правовые основы туристского бизнеса: Учебное пособие для гимназий, лицеев, колледжей и высших учебных заведений. - М.: 143 с.
11. Драчева Е.Л. и др. (2010) Экономика и организация туризма: международный туризм, Москва: КноРус, 565 с.
12. Квартальнов В.А. (2018) Иностраный туризм. – М.: Финансы и статистика, 251 с.
13. Смитиенко Б.М. (2010) Международные экономические отношения. - М.: ХНФРА-М, 2010.
14. Соколова М.В. (2014) История туризма. – М. : Академия, 325с.
15. Степанов С.А. (2013) Экономика предприятия туризма: Учебник, М.: НИЦ Инфра-М, 346 с.
16. Шимова О.С. (2013) Основы устойчивого туризма: Учебное пособие, М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 190 с.

İngilis dilində

1. Akyol, M. and Kilinc, O. (2014), “Internet and Halal Tourism Marketing”, Electronic Turkish Studies; Volume 9/8
2. Coke Hamilton P. (2020) Impact of COVID-19 on tourism in small island developing states, [https:// unctad.org/en/pages /newsdetails. aspx?Original VersionID= 2341](https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2341)
3. Crescent Rating (2015), Muslim/Halal Travel Market: Basic Concepts, Terms and Definitions, Crescent Rating, Singapore

4. Durant I. (2020) Tourism a lifeline in free fall, <https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2312>
5. DIAS, M. C. (2015). Iran turning into world's Halal tourism hub - Halal Expo Europe, Retrieved, 26 May 2016, from <http://www.halalexpoeuropa.com/iran-turning-worlds-halaltourism-hub/?lang=en>
6. Dinar Standard (2015), Halal Tourism – An Overview, WHTS15: The World Halal Travel Summit and exhibition), Abu Dhabi, UAE.
7. Humbatova, S. I., Tanriverdiev, S. M. O., & Hajiyeu, N. G. O. (2020). THE ROLE OF THE NON-OIL SECTOR IN INCREASING EXPORT POTENTIAL IN AZERBAIJAN. Economic and Social Development: Book of Proceedings, 4, 276-289.
8. Mohamed Selim (2020) INTERNATIONAL TOURISM: PROSPECTS FOR DEVELOPMENT IN THE POST CORONAVIRUS WORLD (EGYPTIAN EXAMPLE), INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT 11(7):1145-1155
9. UNWTO (2020) World Tourism Organization, Compendium of Tourism Statistics dataset [Electronic], UNWTO, Madrid, data updated on 20/01/2020.

İnternet resursları

1. <https://www.ixtisas.az/beynelxalq-turizm-ve-olkesunasliq/>
2. <https://turizm.az/>
3. <https://tourism.gov.az/pages/umumi-melumat>
4. <https://bakucity.preslib.az/az/page/47QLnrYcJ1>

ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1.

Cədvəl 5: Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin ölkələr üzrə sayı

Ölkələr	2015	2016	2017	2018	2019
Cəmi	2 006 176	2 248 773	2 696 745	2 849 592	3 170 373
o cümlədən ölkələr üzrə:					
Rusiya Federasiyası	685 555	744 125	854 331	880 029	932 984
Gürcüstan	571 648	506 306	538 213	610 556	725 465
İran	149 600	248 632	363 528	241 124	255 628
Türkiyə	288 620	313 341	301 924	291 499	316 628
Böyük Britaniya	34 892	29 514	31 751	29 417	36 914
Ukrayna	55 119	55 508	57 818	57 707	59 116
Qazaxıstan	27 145	31 994	36 360	37 824	47 551
ABŞ	13 208	12 291	15 178	17 516	18 787
Almaniya	15 210	13 042	16 319	17 200	20 509
Özbəkistan	15 185	16 093	18 795	18 306	23 507
Çin	5 094	7 363	10 274	15 730	25 542
İsrail	8 325	10 814	15 385	40 158	47 056
Türkmənistan	6 800	7 637	17 101	28 305	52 127
Belarus	10 729	12 320	13 119	13 024	14 844
Hindistan	5 584	6 012	14 244	39 051	65 118
Fransa	6 637	5 785	6 959	7 903	9 101
İtaliya	10 379	8 654	10 133	11 035	12 259
Pakistan	2 193	3 998	17 579	41 307	46 602
Koreya Respublikası	3 061	3 132	4 642	7 854	9 415
Kanada	2 372	2 320	3 190	4 108	4 643
Norveç	1 932	1 937	2 054	2 364	2 658
Niderland	4 714	3 764	4 703	5 892	6 104
Belçika	2 098	1 603	1 559	1 996	2 415
Qırğızıstan	2 490	2 705	2 865	3 226	4 468
Polşa	3 473	3 014	4 683	5 049	6 617
Moldova	5 183	3 735	3 628	3 574	3 403
Filippin	1 613	1 889	2 575	3 698	4 607
Yaponiya	3 277	3 383	4 347	5 539	6 143
Qatar	599	3 323	7 896	12 461	10 472
Avstriya	2 770	2 417	2 405	2 830	3 285
İsveç	1 955	2 003	2 616	3 042	3 457

Avstraliya	2 233	1 851	2 455	3 251	4 054
Bolqarıstan	2 253	1 531	1 527	2 552	2 497
Latviya	1 967	1 566	1 796	2 433	2 469
Litva	1 621	1 344	1 708	1 903	2 480
İsveçrə	2 129	1 672	1 870	2 517	3 215
Finlandiya	1 234	1 016	1 418	1 695	2 146
Bosniya və Hersoqovina	335	257	321	314	355
Rumıniya	1 967	1 427	1 735	1 601	2 644
Portuqaliya	983	872	990	1 324	1 768
İrlandiya	1 443	1 190	1 523	1 514	2 011
Malayziya	1 077	1 337	1 611	1 484	2 299
Estoniya	1 017	844	928	1 163	1 611
Çexiya Respublikası	1 845	1 785	2 272	2 192	2 390
Tacikistan	1 224	1 541	2 434	2 246	3 453
İspaniya	3 355	2 445	2 903	3 807	4 730
Danimarka	1 178	1 060	1 392	1 508	1 982
Yunanıstan	2 112	1 276	1 464	1 519	1 956
İraq	2 147	62 983	62 547	67 514	50 723
İordaniya	464	945	2 108	3 573	4 359
Misir	928	1 409	2 148	3 711	5 775
Xorvatiya	1 635	1 185	1 126	1 053	1 866
Macarıstan	1 650	1 747	2 256	2 516	3 361
Cənubi Afrika	709	902	938	1 284	1 326
Əfqanıstan	545	535	707	1 144	1 296
Səudiyyə Ərəbistanı	727	7 463	33 312	73 284	107 230
Slovakiya	1 111	797	1 404	1 454	1 980
Yeni Zelandiya	520	480	473	869	813
İndoneziya	828	1 285	1 798	2 303	2 193
Suriya	328	654	1 625	4 811	4 389
Kolumbiya	464	592	542	759	579
BƏƏ	2 379	53 180	102 498	94 031	68 346
Tayland	374	550	604	630	1 388
Banqladeş	1 409	877	988	1 233	1 408
Braziliya	788	1 028	1 290	1 722	2 106
Sinqapur	630	860	858	1 033	1 554
Makedoniya	269	278	262	325	356
Sloveniya	701	611	623	586	772
Livan	446	492	686	890	1 237
Nigeriya	283	354	243	350	783
Trinidad və Tobaqo	282	226	162	171	248
Küveyt	528	1 699	16 481	29 803	30 303
Lüksemburq	490	322	303	345	362
Venesuela	288	436	287	301	409
Əlcəzair	210	189	473	547	979
Mərakeş	255	338	949	1 127	1 465
Bəhreyn	237	1 562	5 628	11 422	8 104

İslandiya	773	368	298	285	285
Boliviya	27	53	59	79	85
Vyetnam	459	146	248	322	728
Liviya Ərəb Cümhuriyyəti	102	128	225	148	267
Kamerun	73	85	146	50	67
Malta	270	120	124	174	187
Çili	67	77	166	115	160
İşğal olunmuş Fələstin əraziləri	53	236	674	1 716	1 383
Həbəşistan	23	197	118	72	80
Kuba	73	169	55	103	278
Serbiya	1 784	1 048	1 198	1 137	1 339
Digər ölkələr	5 414	10 499	35 594	44 253	40 319

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Beynəlxalq turistlərin gəlişi, %	32
Cədvəl 2: 2016-2025-ci illərdə beynəlxalq turizm gəlişinin proqnozu, milyon nəfər	33
Cədvəl 3: 2015-2019-cu illər üçün xarici turistlərin Azərbaycan Respublikasına gəlməsinin dinamikası	39
Cədvəl 4: Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər	58
Cədvəl 5: Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin ölkələr üzrə sayı	74
Cədvəl 6: 2015-2019-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasında turistlərin miqrasiya dinamikası	61
Cədvəl 7: Ölkəyə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərin məqsədi üzrə bölgüsü və xərcləri	62

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Turizm bölgələri üzrə beynəlxalq turist gəlişlərində dəyişiklik, 2012-2019,%	33
Qrafik 2: 2015-2019-cu illər üçün Azərbaycan Respublikasında turistlərin miqrasiya dinamikası.....	62
Qrafik 3: Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı	64
Qrafik 4: Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı	64
Qrafik 5: Turizm məqsədilə Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat	65
Qrafik 6: Xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının turizm məqsədilə çəkdiyi xərclər, milyon manat	65