

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI
İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Nəcəfova Badam Bəhram

BAKI – 2021

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

BMDM-in direktoru

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

_____ **imza**

“ _____ ” _____ **2021-ci il**

“REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI
İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404 “İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: Turizmin iqtisadiyyatı

Qrup: 84

Magistrant:

Nəcəfova Badam Bəhram

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

i.ü.f.d., dos. Nəcəfova Kəmalə Akif qızı

_____ **imza**

Program rəhbəri:

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

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

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

_____ **imza**

BAKI – 2021

Elm andı

Mən, Nəcəfova Badam Bəhram qızı and içirəm ki, “Regionlararası turizm fəaliyyətinin sosial-iqtisadi inkişaf istiqamətləri və təkmilləşdirilməsi yolları” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ YOLLARI

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktuallığı: Regionlararası turizm fəaliyyəti təkcə gələn turistlərin asudə vaxtlarını səmərəli keçirməsi üçün lazımi şəraitin yaradılması ilə kifayətlənmək deyildir. Mövcud olduğu regionun sosial-iqtisadi problemlərinin həllinə və regionun müxtəlif sahələrinə olan təsiridir. Turizmin regionun iqtisadi və sosial sahələrin inkişafında birbaşa və dolayı təsirləri olması bu araşdırmanı aktual edir.

Tədqiqatın məqsədi: Regionlarda turizm fəaliyyətini araşdırmaqda məqsədimiz regionun turizm ehtiyatlarından istifadə edib müxtəlif turizm xidmətləri təklif etməkdir. Turizmin inkişafı ilə regionlarda məşğulluq, maliyyə problemlərinin həlli və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə nail olmaq istiqamətində təkliflər verməkdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Mənim tədqiqat işimdə istifadə etdiyim müqayisəli təhlil, statistika, sorğu metodu statistik göstəricilərə əsaslanaraq son 5 il üzrə regionlarda turizmin inkişafı istiqamətində təhlillər aparmaq və regionlarda mövcud turizm fəaliyyətini qiymətləndirməkdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Araşdırmanı apardığımız zaman elmi məqalələrə, yerli və xarici ədəbiyyatlara, internet resurslarına istinad edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat zamanı turizm fəaliyyəti ilə bağlı Azərbaycan dilində yetərinə ədəbiyyat olmaması məhdudiyyəti ilə qarşılaşdım.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Regionlarda turizm fəaliyyətinin inkişafı üçün əsas görəcəyimiz tədbirlər regionların potensialına uyğun kənd, müalicə, çay və gastronomik turizmi inkişaf etdirmək və lazımi infrastrukturu yaradaraq yeni turizm xidməti təklif etməkdir. Yeni turizm xidmətlərinin təklif edilməsi müxtəlif turist qruplarının regionlara axınına təkan verəcəkdir.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Tədqiqat işi zamanı əldə etdiyimiz nəticələr və təkliflər dövlət turizm qurumları, turizm şirkətlərinin fəaliyyəti və regional turizm inkişafı layihələrində istifadə edilə bilər.

Açar sözlər: Regionlarda turizm, sosial-iqtisadi inkişaf, turizm xidmətləri

SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT DIRECTIONS AND WAYS TO IMPROVE INTER-REGIONAL TOURISM ACTIVITY

SUMMARY

The actuality of the subject: Interregional tourism is not just about creating the necessary conditions for tourists to spend their leisure time effectively. Its impact on the solution of socio-economic problems of the region and various areas of the region. The fact that tourism has a direct and indirect impact on the economic and social development of the region makes this study relevant.

Purpose and tasks of the research: Our goal in researching tourism activities in the regions is to offer various tourism services using the region's tourism resources. To analyze the development of tourism in the regions in order to achieve employment, solve financial problems and improve the living standards of the population.

Used research methods: The comparative analysis, statistics, survey method I use in my research is to analyze the development of tourism in the regions for the last 5 years based on statistical indicators and to assess the existing tourism activity in the regions.

The information base of the research: When conducting the research, reference was made to scientific articles, local and foreign literature, and Internet resources.

Restrictions of research: During the research, I encountered a lack of literature in the Azerbaijani language related to tourism.

The novelty and practical results of investigation: The main measures we will take to develop tourism in the regions are to develop rural, medical, river, and gastronomic tourism in accordance with the potential of the regions and to offer new tourism services by creating the necessary infrastructure. The offer of new tourism services will stimulate the influx of various tourist groups to the regions.

Scientific-practical significance of results: The results and suggestions obtained during the research can be used in the activities of state tourism agencies, tourism companies and regional tourism development projects.

Keywords: Tourism in the regions, socio-economic development, tourism services

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
UNESCO	United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
MİCE	Meetings, incentives, conferences and exhibitions
BƏƏ	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri
MDB	Müstəqil Dövlətlər Birliyi

MÜNDƏRİCAT

	GİRİŞ.....	8
I FƏSİL.	REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFI VƏ XARAKTERİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....	12
1.1.	Regionlararası turizm fəaliyyətinin mahiyyəti və xarakterik xüsusiyyətləri.....	12
1.2.	Regionlararası turizm fəaliyyətinin təsnifatına metodik yanaşmaları	19
1.3.	Regionlararası turizm fəaliyyətinin inkişafının effektiv nəticələri.....	22
II FƏSİL.	REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASI VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ.....	27
2.1.	Regionlararası turizm layihələrinin normativ-metodiki təminatı.....	27
2.2.	Klaster yanaşması əsasında regionlararası turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi sisteminin formalaşdırılması.....	36
2.3.	Regionlararası perspektivli turizm fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üzrə yerli təcrübənin təhlili (Şəki–Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonu).....	41
III FƏSİL.	AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ HƏLLİ YOLLARI.....	51
3.1.	Azərbaycanın regionlararası turizm fəaliyyətinin resurs potensialı və qiymətləndirilməsi.....	51
3.2.	Respublikada ölkədaxili və gəlmə turizminin inkişafı üçün məqsədli proqramların həyata keçirilməsi şəraitində regionlararası turizm fəaliyyətinin strateji istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi..	69
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	74
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	77
	ƏLAVƏLƏR.....	80
	Cədvəllərin siyahısı.....	81
	Diaqramların siyahısı.....	81
	Sxemlərin siyahısı.....	81

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Turizmin ölkə iqtisadiyyatının inkişafına multiplikativ təsir edən qeyri-neft sektoru sahəsidir. Regionlarda turizmin inkişafını aktual edən səbəb turizmin inkişafının region iqtisadiyyatına olan iqtisadi və sosial təsirləridir. Turizmin regionların inkişafında əsas rolu infrastrukturun bərpası və yenidən qurulması, yeni iş yerlərinin açılması, sahibkarlıq fəaliyyətinin yaradılması və regionun turizm potensialının tanınmasında əsas vasitəçi olmasıdır. Turizm zəif inkişaf etmiş regionların sosial-iqtisadi problemlərinin həllində böyük rola malikdir. Regional turizmin inkişafı yerli müəssisələrin fəaliyyətini dəstəkləyərək yeni alıcı qruplarının tapılmasına, regionlarda, xüsusilə də ucqar dağlıq ərazilərdə nəqliyyat və kommunikasiya problemlərinin həlli ilə xidmətlərin əlçatanlılığın artırılması, xidmət sferalarının təkmilləşdirilməsi, turistlərin gətirdikləri valyuta ilə yerli əhalinin və yerli büdcələrin gəlirlilik qabiliyyətinin artırılması, yoxsulluğun regionlarda azaldılmasında xüsusi önəm daşıyır.

Regionlarda turizmi inkişaf etdirərək həm infrastrukturun (nəqliyyat, otel, mehmanxana, rabitə vasitələri, digər xidmət sahələri) yenidən qurulmasına, turistlərə xidmət edəcək sferalarda regionlardakı işsizləri işə cəlb etmək, bununla da ölkə üzrə məşğulluq problemini həll etmək, regionlardakı yerli büdcənin bu sahədən əldə edilən gəlirlərlə formalaşmasına nail olunmasını təmin etmək kimi amillər bu məsələni aktual edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Turizm fəaliyyətinin təşkili bağlı regionlara investisiyaların cəlb edilməsi, maliyyə problemlərinin həlli, idarəetmə strukturunun qurulması, əhalinin məşğulluq səviyyəsinin təmini və bu istiqamətdə addımların atılmasına əsaslanan bir çox tədqiqatlar aparılıb. Bu sahənin inkişafına yönləndirilən layihələrin, tədqiqatların səmərəliliyi baxımından sahibkarlara dəstək, vergi yüklərinin azaldılması, risklərin minimuma endirilməsi və idarə edilməsi əsas diqqət mərkəzindədir. Azərbaycan alimlərindən Z.A.Səmədzadə, A.H.Salmanov,

Ə.Q.Əlirzayev, R.T.Həsənov, E.Q.Məmmədov, F.Q.Abbasova, N.R.Əliyeva, R.S.Səfərov, G.Ə.Gənciyev, R.M.Cəbiyev, B.Ə.Bilalov, A.Ə.Əzizov, A.N.Həsənov, xarici ölkə alimlərindən M.V.Stepanova, V.S.Senin, A.V.Denisenko, V.S.Boqolyubov, L.V.Vasilyeva, V.Y.Voloşina, V.Q.Prudskoy, N.B.Şenikova, M.B.Birjakov, E.İ.Boqdanov, Y.Vavilova, İ.İ.Kabuşkin, Q.Karpova, V.Q.Qulyayev, M.A.Jukova, Y.A.Cancuqzovanın elmi əsərlərində regional turizm, səmərəli şəkildə regionların turizm ehtiyatlarının xidmət sahələrinə çevrilməsi, turizmin inkişafı dəstəyi ilə regionların sosial-iqtisadi sahələrində irəliləyişlərə nail olmaq və bu sektorda investisiya layihələrinin reallaşdırılması kimi məsələlər öz əksini tapmışdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqat işini aparmaqda məqsədimiz regionların turizm resurslarını aşkarlamaq, turizm sektorunun regionlarda inkişafına mane olan problemləri araşdırmaq və həlli yolları üzrə təklif və tövsiyələr irəli sürmək, mövcud turizm vəziyyətini və infrastrukturunu təhlil etmək, xarici təcrübənin səmərəli təbliğinin gətirə biləcəyi nəticələri müqayisə etməkdir. Qarşıya qoyduğumuz məqsədə nail olmaq üçün əsas vəzifələr bunlardır:

- Regionlarda turizmin inkişafı ilə regionların sosial-iqtisadi sahələrində irəliləyişlərinə nail olmaq

- Regionlarda turizm perspektivlərini aşkarlayaraq müxtəlif turistik istiqamətlərdə islahatlar həyata keçirib, regionların turizm potensialını tanımaq

- Regionlarda turizmin inkişafı ilə bağlı problemlərin həlli yollarının tapılması, dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi və yeni turizm növlərinin yaradılması ilə bölgələrə turist axınının təmini

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Tədqiqat işinin əsas obyekt regionlarda turizmin mövcud vəziyyəti və regionun sosial-iqtisadi inkişaf istiqamətlərinə turizmin təsiridir. Tədqiqatın predmeti isə regionlarda turizmin hal-hazırkı fəaliyyətini təhlil etmək, mövcud potensialı istehsala çevirmək yönündə tədbirlər reallaşdırmaq və inkişafı idarə etmək, daha da stimullaşdırmaq, tənzimləməkdir.

Tədqiqat metodları: Tədqiqat işi zamanı SWOT təhlili vasitəsi ilə təhlil olaraq götürdüyümüz Şəki-Zaqatala iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin təşkili üzrə inkişaf perspektivləri və məhdudiyyətlər araşdırılmış, müqayisəli təhlil və statistik metodun birgə tətbiqi ilə Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin statistik məlumatları əsasında son 5 ildə ümumi ölkə və region daxili mövcud inkişaf göstəriciləri müqayisə edilmişdir. Sorğu metodu əsasında 20 sualdan ibarət anket təşkil olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqat işinin hazırlanmasında yerli və xarici ədəbiyyatlara müraciət edilmiş, internet informasiya ehtiyatları və statistik məlumatları əldə edilməsi üçün rəsmi dövlət saytlarından, elmi-konfrans məqalələri və Dövlət Turizm Agentliyinin rəsmi məlumatlarından istifadə edilib.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Ümumi ölkə üzrə turizmin son 20 ildə inkişaf etdiyini nəzərə alsaq, Azərbaycan dilində ədəbiyyatların, praktiki və elmi materialların tapılmasında, eləcə də Pandemiya şəraitinin turizm sektorunda müəyyən problemlər yaratdığını nəzərə alaraq 2020-ci ilin statistik məlumatlarını tədqiqat işində tətbiq etməkdə məhdudiyyətlərlə qarşılaşdım.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqat işi zamanı əldə etdiyimiz nəticələrə əsasən Şəki-Zaqatala, Quba-Xaçmaz, Lənkəran iqtisadi coğrafi rayonlarda kənd turizmi inkişaf etdirilməlidir. Turizmin zəif inkişaf etdiyi Aran bölgəsində Kür çayının potensial turizm resursu olduğunu əsas tutaraq çay turizmi, çayda qayıqlarla qısamüddətli səyahət və həvəskar turistlər üçün balıq tutmaq kimi yerli xidmətlər təklif edilə bilər. Bölgələrimizin yerli mətbəxini gastronomik turizmin inkişafı istiqamətində daha geniş miqyasda istifadə etmək, Abşeron palçıq vulkanları ətrafında sanatoriya-kurort kompleksləri yaratmaq, bununla da regionda müalicə turizminin inkişafı istiqamətində tədbirlər reallaşdırmaq olar. Turizmin inkişaf etdiyi regionlarda belə mövsümlilik amilini aradan qaldırılması məqsədilə xarici turistlərin daha az müraciət etdiyi zamanlarda yerli turist qruplarına qiymətlərdə güzəşt təyin edərək ilboyu turizm müəssisələrinin regionlarda fəaliyyətini təmin etmək olar.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Yeni turizm xidmətlərinin təklifi müxtəlif turist qruplarının regionlara olan axınını yaradacaq və gəlirliyin artması, yoxsulluğun azaldılması və məşğulluq problemlərinin həllinə kömək edəcəkdir. Regionlarda yenidən qurma işlərinin görülməsi ərazi, yol infrastrukturunun yenidən qurulmasına və yeni ictimai-iaşə müəssisələrinin açılması ilə sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılmasına təkan verəcəkdir.

I FƏSİL. REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAFI VƏ XARAKTERİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ

1.1. Regionlararası turizm fəaliyyətinin mahiyyəti və xarakterik xüsusiyyətləri

Turizm ölkə iqtisadiyyatının inkişafı, büdcə gəlirlərinin balanslaşması, iqtisadi, sosial, mədəni əlaqələrin yaradılmasında öz təsirlərini göstərən bir sənayedir. Regionlararası turizm fəaliyyəti ölkə üzrə məşğulluğun təmin edilməsi, yerli müəssisələrin gəlirlərinin formalaşması, infrastrukturun qurulması, əhalinin dünyagörüşü, təhsil, mədəni səviyyəsinin artımı məsələlərində öz təsirlərini göstərir. Turizm fəaliyyətinin səmərəli təbliği, turizm ehtiyatlarından lazımi səviyyədə istifadə edilməsi, turizm sənayesinin fəaliyyətinin təmini üçün turizm infrastrukturunun qurulması vacib şərtlərdəndir. Belə ki, turizm infrastrukturunun tərkibinə yerləşdirmə müəssisələri (mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr), nəqliyyat (hava yolları, avtomobil yolları, dəmir yolları), telekommunikasiya (müxtəlif elektron rabitə və İnternet), restoranlar, parklar, kafelər, əyləncə mərkəzləri tipli komplekslər daxil edilir. Turizm infrastrukturunun qurulmasında qarşıya qoyulan əsas hədəf şəhərsalma, regionlarda infrastrukturun yenidən qurulması, zəif inkişaf etmiş regionların ərazi komplekslərinin inkişafı daxil edilir. Turizmin sosial-iqtisadi inkişafının əsas prinsipi əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması, məşğulluq problemlərinin həll edilməsi, rifah halının yüksəldilməsidir. Onu da qeyd edək ki, regionlarda xarici investorların və ya dövlət dəstəyi ilə turizm infrastrukturunun qurulması, turizm bazalarının yaradılması yeni iş yerlərinin açılmasına, regionlarda kənd turizminin inkişafına, kənd təsərrüfatı mallarının rahat satışının təmin edilməsinə səbəb olur. Ölkəmizdə regionlararası turizmin inkişafında qarşıya qoyulan əsas məqsədlər aşağıdakılardır:

1. Turizm resurslarının aşkarlanması, öyrənilməsi və turizm istiqamətində istifadəsi

2. Turistlərin tələbatının öyrənilməsi və bu istiqamətdə turizm xidmətlərinin sayının, keyfiyyətinin artırılması və müasir standartlara uyğunlaşdırılması
3. Turizm marşrutlarının yaradılması və yeni turların açılması
4. Mehmanxana və mehmanxana tipli yerləşdirmə tipli müəssisələrinin yaradılması, infrastrukturun yenidən qurulması
5. Yeni turizm növlərinin yaradılması və prioritet turizm növü kimi müalicə, kənd-yaşıl, eko, əyləncə turizminin daha da inkişaf etdirilməsi
6. Turizm sektorunda dövlət dəstəyinin və dövlət tənzimləmələrinin daha da gücləndirilməsi
7. Sanatoriya-urort sərvətlərinin öyrənilməsi və təbii ehtiyatların turizm istiqamətində istifadəsi, davamlı istifadənin təmini
8. Milli adət-ənənələrimizin, region və şəhərlərimizin tarixinin, ölkəmizin mədəni-tarixi irsinin, zəngin təbii landşaft abidələrimizin beynəlxalq miqyasda tanınması və kütləvi-informasiya vasitələri ilə yayılması
9. Regionlarda istehsal edilən sənətkarlıq məhsullarının və suvenirlərin, yerli məhsullarının satışının genişləndirilməsi və yeni alıcı qruplarının tapılması

Turizm ümumi dünya ixracının 5.8 % -ni təşkil edir və ixrac səviyyəsinə əsasən neft və avtomobil ixracına çatır. UNWTO-nun proqnozlarına əsasən 2020-cu ildə turistləri ümumi sayı 1.6 milyard nəfər, əldə edilən gəlirlər isə 2 trilyon dollar olacaqdır. Qeyri-neft sektorları arasında turizm əsas aparıcı sahədir. Son illər Azərbaycanda qeyri-neft sektorları arasında da turizm öz yerini almağa başlayır. Bu tədbirlər içərisində xüsusi yer alan Ölkə Prezidenti İlham Əliyevin 2011-ci il “Turizm ili” elan etməsidir. “2009-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı “ regionların turizm infrastrukturunu yenidən qurmaq əks edilmişdir. Paytaxtda 2012-ci ildə reallaşan musiqi yarışması Avroviziyanın turizmə müsbət təsirləri olmuşdur. Beynəlxalq miqyasda ölkəmizin tanınması, yeni turist qruplarının gəlməsi və ölkəmizin yerli turizm obyektləri tanışlığın yaranmasında öz müsbət təsirlərini göstərmiş oldu. 2015-ci ildə I Avropa Olimpiya Oyunlarının keçirilməsi ilə

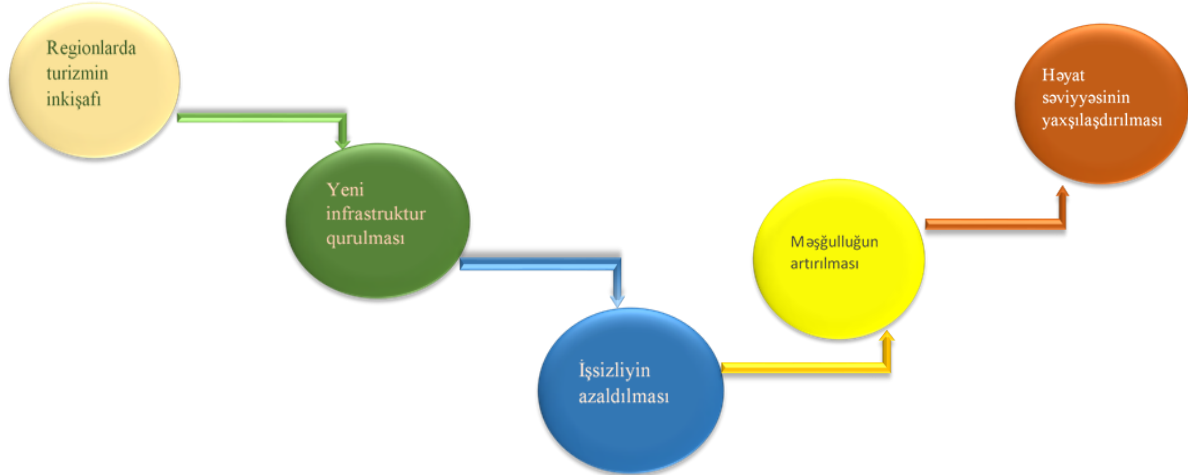
100 minlərlə turistin ölkəmizə gəlməsi, regionlarda yeni mehmanxana, otel və mehmanxana tipli müəssisələrin istifadəyə verilməsi, gələn turistlərin bu yerləşdirmə komplekslərində yerləşdirilməsi, yeni turist qruplarının ölkəmizin turizm potensialı ilə tanış olması ilə nəticələndi. Bu yarışın həyata keçirilməsi ölkə üzrə turizm fəaliyyətinin keçid dönəmi olmuşdur. Turizm fəaliyyətinin genişləndirilməsi və regionlarda geniş təbliğində məqsəd ölkənin turizm potensialının xarici bazarda tanıtılması, regionlara pul axınını yaratmaq, əhalinin maariflənməsinə kömək etmək, ölkədə turizmin mövsünilikdən asılılığını zəiflətmək, regionlarda əhalinin məşğulluğunun təmini, daxili bazarda təkliflərdə çeşidliliyin təmin etməkdir. Ölkədə davamlı turizmə nail olunması, mövsünilik anlayışının aradan qaldırılması üçün qış turizminin yaradılması vacib şərtlərdəndir. Qış turizminin ölkədə yaradılmasında əsas nailiyyət “Şahdağ” Yay-Qış Turizm Kompleksi və “Tufan” Dağ-Xizək Mərkəzinin əsasının qoyulması olmuşdur. Mövsünilik faktorunu aradan qaldırmaq məqsədilə qış turizmi müəssisələrinin yaradılması bu turizm növünə olan marağın nəticəsidir. Turizm potensialının daha da geniş təbliği üçün Azərbaycan bir çox dövlətlərin diaspor təşkilatları və Turizm bürosunun birgə təşkilatçılığı ilə tədbirlər, festivallar keçirilir, sərgilərdə yerli turizm şirkətlərimiz iştirak edir, xarici turizm şirkətləri ilə əməkdaşlıq qurulur, xarici investorlar cəlb olunur, kütləvi-informasiya kommunikasiya şəbəkələri ilə süjetlər, video materiallar təqdim olunur. Bu nailiyyətlərin nəticəsidir ki, gələn turistlərin sayı artır.

Turizmin regionlarda inkişafının sürətləndirilməsi regionların təbii landşaft və iqlim kimi təbii ucuz turizm ehtiyatlarının istifadəsi ilə bərabər sosial-iqtisadi problemlərin həlli, gələn turist axınının təkə şəhərlərdə toplanmaması, regionlara axın etməsi, regionlarla xarici turistlərin tanışılığının artırılması, kənd əhalisinin məskunlaşması və məşğulluğu məsələlərinin həllini təmin etməkdir. Turizmin regionlarda inkişafına investisiya qoymaqla zəif inkişaf etmiş rayonların iqtisadiyyatının dirçəlməsinə nail olmaq mümkündür. Regionların təbii-coğrafi şəraitini düzgün dəyərləndirərək müasir standartlara cavab verən infrastruktur qurmaq

və müxtəlif turist qruplarının cəlb etmək, yerli büdcələrin gəlirlilik səviyyələrinin artmasına nail olmaq və mümkündür. Regionlarda turizm sektoru üzrə yeni iş yerlərinin açılması ixtisaslı kadrları regionlara cəlb edir, potensial işçi qüvvəsini işlə təmin edir, işsizlərin paytaxta axınının qarşısını alır. Ölkə turizminin inkişaf səviyyəsi regionlarda turizmin inkişaf xüsusiyyətlərindən asılıdır. Regionlarda turizm bazarının formalaşması və səmərəli idarə edilməsi üçün əsas qarşıya qoyulan vəzifələr aşağıdakılardır:

1. Regionlar üzrə turizm bazarını segmentləşdirmək və təşkilini təmin etmək
2. Turizmin ölkə üzrə sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək və inkişaf istiqamətlərini təhlil etmək
3. Turizm sahibkarlığında sahibkarlıq istiqamətlərini müəyyənləşdirmək
4. Turizmin digər sahələrlə əlaqəsinin stimullaşdırılması və tənzimlənməsi

Sxem 1: Regionlararası turizm fəaliyyətinin təsir istiqamətləri



Mənbə: Məmmədov E.Q 2013 “Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri” mənbəsi əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilib.

Sxemdəndə görüldüyü kimi regional səviyyədə turizmin inkişaf potensialının və onun effektiv istifadə yollarının üzə çıxarılması ölkədə turizmin inkişaf strategiyasının müəyyən olunması üçün əsas şərtlərdən biridir. Məlum olduğu kimi, iqtisadiyyatın bir sahəsi olaraq, turizm istənilən regionun iqtisadi sisteminin quruluşunu əks etdirir və beş iqtisadi funksiyasının həyata keçirilməsi vasitəsilə ona təsir göstərir: istehsal, əhalinin

məşğulluğuna yardım, regional gəlirin yaradılması, regionun investisiya cəlbediciliyinin və rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi. Bu beş iqtisadi funksiyaya əsasən regionda yeni infrastruktur (otel, mehmanxana), xidmət sferaları yaradılaraq regiondakı işsiz qrupu işlə təmin edir və ümumi ölkə üzrə işsizliyi azaldır və regionlarda həyat səviyyəsini yüksəldir (Məmmədov E.Q., 2015).

Regionlarda turizmin inkişafı əlverişli olan turizm obyektləri, məkanları vardır:

Quba-Xaçmaz turizm bölgəsi – Regionda müalicə turizmi üçün əhəmiyyətli Xaltan, Xaşı, Cimi, Balbulaq, Şabrandakı Qalaaltı mineral bulaqlar mövcuddur. Dini turizmin inkişafı üçün möcüzəvi məkan olan Beşbarmaq qayasının üstündə müqəddəs “Xıdırzında” piri yerləşir. Afurça şlaləsi, Təngəaltı dərəsi, Qəcrəş kimi məkanlar eko turizm üçün əlverişlidir.

Şəki-Zaqatala turizm bölgəsi- Bu regionda 400-dən çox tarixi-etnoqrafik abidələrə də rast gəlinir. Şəki şəhərində Şəki xanlarının evi, Qala divarları, Gileyli məscidinin minarəsi, Aşağı karvansaray, Yuxarı karvansaray, Ağvanlar hamamı vardır. Rayonda Qudula qala yeri, Aydınbulaqda Ağcaqala qülləsi yerləşir. Regionda mineral-termal tipli su yataqları aşkar edilmişdir. Qax rayonunda Suskən kəndində yerləşən bulağın yaxınlığında Qax suyu istehsal edilir və müalicə sanatoriyası fəaliyyət göstərir.

Lənkəran turizm bölgəsi- Lənkəranda müalicə turizmi məqsədli “İbadi-istisu”, Masallıda “İstisu”, “Yanardağ”, “Qamo” sanatoriyaları fəaliyyət göstərir. Müxtəlif növ quşların yaşadığı Qızılağac qoruğu, relik bitkilərin olduğu Hirkan qoruğu və Zuvand yasaqlığı burada yerləşir: “Cənub bölgəsi tarixi-mədəni abidələrlə də zəngindir, həmçinin özünəməxsus etnik, sənətkarlıq, folklor xüsusiyyətləri ilə tanınır.

Naxçıvan turizm regionu – Regionda yerləşən Duzdağ dünyaca məşhur yerdir, həm yerli, həm də xarici turistlərin maraq dairəsindədir. 2013-cü ildə burada yaradılmış Ağbulaq İstirahət Mərkəzi hər il çox sayda yerli və xarici ölkə turistlərinin istirahət etdiyi məkana çevrilib. Naxçıvan Muxtar Respublikasında mərkəz nöqtəsi Naxçıvan şəhəri olmaqla, Naxçıvan-Batabat, Naxçıvan-Ağbulaq, Naxçıvan-Ordubad-Gəmiqaya,

istiqlamətlərində turizm marşrutları fəaliyyət göstərir. Regionda 70-ə yaxın tarix və mədəniyyət abidəsi bərpa olunub. Son illər Möminə xatın türbəsi , “Əshabi-Kəhf Ziyarətgahı” Dini-Mədəni Abidə Kompleksində yenidənqurma işləri aparılıb, Nuh Peyğəmbərin məzarüstü türbəsi, Naxçıvan şəhərindəki İmamzadə Kompleksi, “Came” məscidi, Zaviyə mədrəsəsi, İsmayılخان hamamı, Naxçıvanqala, Xan sarayı, Şərur rayonunun Yengicə kəndindəki Şərq hamamı, Culfa rayonundakı Xanəgah Abidə Kompleksi, Əlincəqala, Güllüstan türbəsi, Qazançı körpüsü, Ordubad rayonundakı Aza körpüsü, Kəngərli rayonundakı Qarabağlar Türbə Kompleksi, Babək rayonundakı Nehrəm İmamzadəsi kimi tarixi abidələr bərpa olunub. Bu görülən tədbirlər turizmin inkişafı üçün yeni üföqlər açır.

Qarabağ turizm regionu – Zəngilan rayonun Məmmədbəyli kəndində yerləşən XIV əsrə aid türbə inşa edilib, Tikili pramidal günbəzlərlə örtölmüş səkkizgüşəli prizmadan ibarətdir. Rayon ərazisində Xudafərin su qovşağının yaradılması ilə Şəhri-Şərifan və ya Şəhri – Xəlifan adı ilə tanınan ota əsrə aid şəhərin qalıqları aşkarlanıb . Ağbiz bulağı – qədim bulaqdır. Koroğlu daşı – Xalq qəhrəmanı Koroğlunun adı ilə əlaqələndirilən bu daş ağ rəngdədir və üzərində bir oyuq var və Ağ oyuq deyirlər. Həmin yerə yağ töküb yandırıb mayak kimi istifadə ediblər. Qubadlıda yerləşən Sarıbulaq, Şirin bulaq, Paşa bulağı, Məşədi Allahverdi bulağı insanların ziyarət etdikləri bulaqlar olub, Sarı bulağın tarixi XIX əsrdən əvvələ aid olub və bəzi insanların sarılıq xəstəliyinin müalicəsində istifadəsi inancı olub. 1867-cı ildə tikilən Bərgüşad çayının üzərində yerləşən Laləzar körpüsü təbii daşlardan tikintisində istifadə olunub. Hacı Bədəl körpüsü XIX aid olan körpü Dəmirçilər kəndində yerləşir, XVIII əsrə aid Gürcülü türbəsi səkkizgüşəli formadadır, Qubadlı rayonun əsas memarlıq incilərindəndir. VI və VII əsrə aid qədim alban məbədləri, Qoç heykəllər keçmişin bariz nümunələridir.

Əsgəran qalası, Xudafərin körpüsü, ŞUŞA qalası-işğaldan azad edilən bölgələrimizdə yerləşən bu tarixi abidələr yenidən bərpa edilərək xarici və yerli turistlərin istifadəsinə veriləcək. Qarabağ xanlığının paytaxtı olan Şuşada yerləşən

Şuşa qalası -1750- 1757-ci illərdə inşa edilib. Xan qızı Xurşudbanunun Natəvanın evi XIX əsrə aid tarixi memarlıq abidəsidir. Yuxarı Gövhər Ağa məscidi, Aşağı Gövhər Ağa məscidi qədim, ölkəmizin tarixi irsi nümunələridir ki, bərpa təlim işlərində turistik məkana çevriləcək. Çətir şaləsi – quruluşuna görə Çətiri xatırladan bu təbiət abidəsi Daşlatı dərəsində yerləşir və İsa bulağı, Cıdır düzü tarixi cıdır yarışlarının, Qarabağın cins atlarının nümayiş olunduğu və Qarabağ xanlığı dövründən Novruz şənliklərinin qeyd olunduğu ərazidir. Kəlbəcər bölgəsi həqiqətən mineral termal bulaqlarla zəngindir. Ən məşhurları İstisu və Tutqun mineral-termal su hövzələridir" ki, bu da heç də Çex Respublikasındakı Karlovı Varının termal-mineral bulaqlarından geri qalmır.

Gəncə-Qazax turizm bölgəsi- bu ərazidə yerləşən Naftalan kurortunda möcüzəvi və müalicəvi neft dəri xəstəlikləri, oynaq, əzələ-hərəkət sistemi, sinir sistemi, periferik damar xəstəlikləri olan insanların müalicəsi üçün istifadə olunur. Beşulduzlu otel statusuna sahib olan " Qarabağ Spa & Resort ", "Gashalti Health Hotel " və " Chinar Hotel & Spa" xarici və yerli turistləri qəbul edir. Göygöl Milli Parkı nadir heyvan növləri, o cümlədən nəcib Qafqaz maralı və foreli ilə məşhurdur. Buraya müxtəlif ekoturlar təşkil olunur.

Bakı-Abşeron turizm bölgəsi -YUNESKO-nun Dünya İrs Siyahısına düşən İçərişəhər kompleksi (Şirvanşahlar sarayı, Qız qalası, qədim məscidlər, karvansara və b.), Bibi-Heybət məscidi, "Atəşgah" məbədi, Xəzəryanı müdafiə qurğuları, qalalar, karvansaralar və (Mərdəkan qalası və qüllələri, Nardaran və Ramana qalaları) tarixi abidələrdir. Azərbaycan haqqında müəyyən vaxtlarda beynəlxalq televiziya proqramlarında sənədli filmlər nümayiş olunur. CNN və BBC telekanalı Azərbaycanla bağlı müsahibə hazırlamış, National Geographic jurnalında məlumatlar dərc edilmişdir. Azərbaycanın mədəni irsi, təbiəti, mətbəxi (xüsusilə yeməkləri) haqqında çoxsaylı bədii kitablar və təlimatlar var – Azərbaycana səfər edən turistlər xüsusilə buradakı İçərişəhər mədəni irsini ziyarət edirlər . Xəzərin Bilgəh, Nardaran, Pirşağı, Buzovna, Zuğulba, Novxanı sahillərindəki qumlu çimərliklər turizmin inkişafı baxımından əlverişlidir. Bakıdakı ATƏŞPƏRƏSTLƏR MƏBƏDİ — ATƏŞGAH (Od

evi) paytaxt qonaqlarının böyük marağına səbəb olur. SURAXANI qəsəbəsində yerləşən Atəşgah (XVII əsr) qaya üzərində yerləşir. Burada minilliklər boyu yerdən təbii şəkildə çıxan qaz yanmışdır. MƏMMƏDLİ kəndinin yaxınlığında çox maraqlı bir təbii hadisəni müşahidə etmək olar: burada qayanın ətəklərində yerdən çıxan təbii qazlar fasiləsiz yanır. Buna görə də həmin yer "YANARDAĞ" adlanır. Abşeronun QALA kəndində yerləşən "QALA" Bakı Dövlət Tarix-Etnoqrafiya qoruğunda qədim məscidlər, yollar, ovdanlar, qədim qəbristan (XV əsr), hamamlar, tunc dövrünə aid insan məskənləri qorunub saxlanır.

1.2. Regionlararası turizm fəaliyyətinin təsnifatına metodik yanaşmaları

Regionlarda turizmin idarə edilməsi və fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi yönündə alimlərin fərqli yanaşmaları vardır. Regionların iqtisadi inkişafında turizm mühüm rol oynayır. Turizmin inkişafı dövlət və bölgələrdə yerli büdcələrin gəlirlərinin artması, regionların sosial-iqtisadi inkişafı, yenidənqurma işlərinin aparılması ilə regionların infrastrukturunun bərpası istiqamətlərində tədbirlərin reallaşmasına səbəb olur. Regionların turizm imkanlarının və onlardan düzgün istifadə yollarını təyin edərək ölkənin ümumi iqtisadi inkişafına təsiri proqnozlarını təyin etmək mümkündür. Turizmin inkişafı prinsipləri 2 istiqamətdə öyrənilir. 1) Makro iqtisadi meyarlara əsasən 2) Regionların sosial-iqtisadi inkişafına təsirinə əsasən. Makro iqtisadi meyarlar dedikdə bura turizmin inkişafının ümumi ölkənin iqtisadiyyatına olan təsirləridir. Belə ki beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiya etmək, xarici valyutanın cəlb edilməsi, irimiqyaslı turizm tədbirlərinin təşkili ilə turizm şirkətlərinin fəaliyyətinin dəstəklənməsi kimi bir çox təsir istiqamətləri mövcuddur. Regionlarda turizmin inkişafı istiqamətində tədbirlərin görülməsi bölgələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi, bu istiqamətdə subsidiyalar ayrılması, turizm ehtiyatlarının istehsalə cəlb edilməsi və regionların idarə edilməsi prinsiplərinin stimullaşdırılması ilə başlayır. Regionlarımız turizm tutumu baxımından əlverişli şəraitə malikdir. Bu əlverişli şərait düzgün

istiqlamətdə istifadə edildiyi təqdirdə regionun kompleks inkişafını təmin edir (Əlirzayev Ə.Q., 2010).

Turizmin regionlarda səmərəli təbliği baxımından turizm marşrutları yaradılır. Turizm marşrutları yerli və beynəlxalq olmaqla 2 yerə ayrılır. Yerli marşrutlar ölkə daxili, beynəlxalq marşrutlar 2 və daha çox ölkənin ərazisindən keçməklə ölkələrarası əməkdaşlığı artırır. Bakı-Xaçmaz, Bakı-Balakən, Bakı-Astara və Bakı-Qazax, Bakı-Abşeron yarımadası, Bakı-Dağlıq Qarabağ, Bakı-Naxçıvan ölkə daxili turizm marşrutlarıdır. Turizm marşrutlarının əsas rolu keçdiyi regionların turizm potensialını tanıtmə, təkcə bir bölgənin deyil, ümumi regionlararası inkişafa təkan verməkdir. Beynəlxalq turizm marşrutları turizm perpektivinin beynəlxalq miqyasda tanınmasında, turizm imkanlarımızın geniş miqyasda yayılmasında böyük əhəmiyyətə malikdir. Böyük İpək Yolu”, “Şərab, mədəniyyət və turizm mübadiləsi”, “Aleksandr Düma Qafqazda”, “Azərbaycanda alman məskənləri” və “Polyak izləri” layihələri bu tip turizm marşrutlarına aid olan nümunədir. “Aleksandr Düma Qafqazda” layihəsi Azərbaycan, Dağıstan və Gürcüstanda turizmin inkişafına əsaslanan beynəlxalq turizm layihəsidir. Azərbaycan Respublikası və Fransa Hökuməti arasında beynəlxalq turizm marşrutlarının yaradılması məqsədilə turizm sferasında ölkələr arasındakı əməkdaşlıq edilməsi haqqında sənəd imzalanıb. Avropa Şurasının Mədəni Marşrutlar İnstitutunun ekspertləri” Şəki-Zaqatala və Quba-Xaçmaz iqtisadi coğrafi rayonlarının turizm imkanlarını tanıtmə məqsədilə Qusar-Quba-Sumqayıt-Bakı-Şamaxı-Şəki-Zaqatala-Balakən” adlı turizm marşrutunu təsdiq etmişlər. Ölkəmizdə üzümçülük və yerli şərab istehsalının inkişafını dünya bazarına çatdırmaq üçün Bakı, Şamaxı, İsmayıllı, Şəki, Gəncə, Tovuz şəhər və rayonlarını əhatə edən “Şərab, mədəniyyət və turizm mübadiləsi” mədəni turizm marşrutu yaradılıb. Hətta xarici turistlərin bu turizmə olan marağını nəzərə alaraq Gəncə şəhərində III Beynəlxalq Şərab Festivalı keçirilib və yerli istehsal müəssisələrinin məhsulları nümayiş olunub, eləcə də Moldova, Gürcüstan, Fransa, İtaliyadan gələn şərab assosiasiyalarla əməkdaşlıq edilib. Mədəni-tarixi irsimizin, tarixi abidələrin, multikulturalizm mühitinin tanınması məqsədli

“Azərbaycanda alman məskənləri” və “Polyak izləri” turizm marşrutları və 2015-ci ildə “Azərbaycanda arxeoloji turizm” adlı mədəni turizm marşrutu xalqımızın mədəni dəyərlərini təbliği istiqamətində təşkil olunub. Yerli mətbəximizlə xarici turistlərin tanışlığının artırılması yönündə Masallıda “Cənubun dadı” adlı kulinariya turları təşkil edilib. Astroturizmin təşkili məqsədilə 2016-cı ildə Nəsirəddin Tusi adına Şamaxı Astrofizika Rəsədxanasında teleskop köməyi ilə kosmosun nümayişi, astronomiya muzeyi ilə tanışlıq, kosmik obyektlər haqqında informasiya verilməsi kimi xidmətlərin olduğu turlar təşkil olunub. “Beş dövrün beş paytaxtı” adlı turizm marşrutu Azərbaycan torpaqlarında yaranan qədim dövlətlərin və xanlıqların paytaxtı olan Qəbələ, Bakı, Şamaxı, Gəncə, Bərdəyə turlar təşkil edir və tarixi hadisələrlə bağlı turistlər məlumatlandırılır. Ölkəmiz fauna və flora tərkibi, müxtəlif təbiət obyektləri, milli parklar, yasaqlıqlarla zəngindir. Bu məqsədilə müxtlif eko turizm marşrutları pasportlaşdırılıb. Buraya Şirvan Milli Parkında təşkil olunan (Bird watching) “Quşları müşahidə”, Quba, Şamaxı rayonlarında “Cip Safari”, İsmayıllı, Basqal, Lahıc ərazilərinin daxil olduğu “Qırxotaq əfsanələri” və “Fit qalası” marşrutu, Qaradağ rayon ərazisində Lökbatan-Daşgil-Qoturdağ və Şamaxı rayonunda yerləşən Dəmirçi palçıq vulkanlara səfər etmək, Masallı və Lənkəranda isə “Cənub mirvarisi” adlı ekoloji turizm marşrutları aiddir (<https://azim.az/turizm/5233-olkmizin-znginliklerini-tanidan-turizm-marsrutlari.html> 2018).

Turizm marşrutlarının təşkilində məqsəd digər dövlətlərlə turizm sahəsində qarşılıqlı əlaqələr qurulması və beynəlxalq turist qruplarını cəlb etməkdir. İnfoturların təşkilində qarşıda dayanan hədəflər regionlara gələn turist sayını artırmaq, bölgələrdə çoxçeşidli turizm xidmətləri təşkil etmək və beynəlxalq turizm şirkətləri ilə əməkdaşlıq edilməsidir.

1.3. Regionlararası turizm fəaliyyətinin inkişafının effektiv nəticələri

Məlumdur ki, turizm sferasında olan dəyişikliklər ilk növbədə ÜDM, büdcənin formalaşması, ölkənin tədiyyə balansına öz təsirlərini birbaşa və dolayı yolla göstərir. Turizmin inkişafı bir çox istiqamətlərə öz müsbət təsirlərini göstərir:

1. Qeyri-neft sektoru olan turizmin inkişafı makroiqtisadi göstəricilərin dəyişməsinə, xüsusilə də ÜDM - öz nəticələrinin dəyişməsinə təsir edir.

2. Turizm sektorunda olan dəyişikliklər tədiyyə balansının formalaşmasına öz birbaşa təsirlərini göstərir.

3. Büdcənin gəlirlərinin formalaşmasında vergilərin xüsusi rolu vardır. Turizm sektorunun inkişafı ilə vergidaxilolmaları artır və bu da büdcə gəlirlərinə təsir edir.

Turizm sektorunun inkişafı ilə multiplikativ təsir etdiyi digər istiqamətlər aşağıdakılardır:

1. Əhalinin məşğulluq problemləri
2. Regional iqtisadiyyatın inkişafı və yerli büdcələrin formalaşması
3. İnfrastrukturun qurulması və yenidən bərpası
4. Əmtəə, təsərrüfat subyektləri və xidmətlər bazarının təkmilləşdirilməsi
5. İnvestisiyalar və sahibkarlıq subyektlərinin dəstəklənməsi

Ölkədə turizmin inkişafı istiqamətləri aşağıdakılardır:

1. Turizm sənayesinin yaradılması və müasir tələblərə cavab verən, rəqabətqabiliyyətli infrastruktur qurmaq

2. Yeni turizm marşrutlarının, rekreasiya – turizm zonalarının yaradılması

3. Turizmin inkişaf etdiyi xarici ölkələrlə kadr hazırlığı, mehmanxana fəaliyyəti, yeni turizm xidmətləri kimi fəaliyyətlər üzrə əməkdaşlıq qurulması

4. Turizm sahəsində yeni standartların tətbiqi

- Azərbaycanın təbii-coğrafi mövqeyi, təbii resurslar, tarix və mədəniyyət beşiyi olması turizmin inkişafında və effektiv nəticələr almaqda əsas perspektivdir. Belə ki, 2012-ci ildə reallaşan ümumilikdə 42 ölkənin iştirak etdiyi “Avroviziya -2012” mahnı müsabiqəsi ölkəmizə, eləcə də turizm sektoruna öz müsbət təsirlərini göstərdi. İlk

növbədə, Azərbaycan haqqında, onun iqtisadiyyatı, güclü, sülhsevər, nə dərəcə də qonaqpərvər olduğumuzu bir daha dünyaya göstərməkdə vasitəçi oldu. Bu müsabiqə özü ilə bərabər ölkəmizə 20 000-dən çox turist gətirdi. Avropa ölkələrindən gələn turistlər “həm ziyarət, həm ticarət” prinsipi ilə ölkəmizdə müxtəlif xidmət sferalarından (Azərbaycan mətbəxi, otel, mehmanxana, kiçik xidmət sferaları) istifadə etmişlər və hal-hazırda onun nəticəsidir ki, ölkəmizə gələn turistlərin sayı ildən-ilə artır. 2015-də Bakıda keçirilən I Avropa İdman Oyunları, 2016-cı ildə Formula I, 2017-ci ildə İslam oyunları və Formula II ölkə üzrə idman turizminin inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynadı. Həmin ildə oyunları izləmək üçün Azərbaycana çoxlu sayda turist səfər etmişdir. Ölkədə keçirilən Avropa oyunları və Formula yarışlarından sonra 22% gəlme turizmdə artım qeydə alınmışdır. Belə yüksək səviyyəli tədbirlərə ev sahibliyi sayəsində Azərbaycanda artıq turizmin daha bir istiqaməti-MİCE (işgüzar) turizmi sürətlə inkişaf etməyə başlayıb. Son illər ölkədə reallaşan tədbirlər, Jara musiqi festivalı, Qəbələ Beynəlxalq musiqi festivalı beynəlxalq mətbuatı ölkəyə cəlb edərək ölkənin potensialını dünyaya tanıتماğa vasitəçi olur. Eyni zamanda gələn qonaqlar turistik xidmətlər istifadə edir. Hər il keçirilən Novruz şənlikləri və istifadə edilən tarixi ornamentlər gələn turistlərin maraq dairəsində olur. Regionlarda turizm sektorunun yaradılması üçün investisiyaların cəlb edilməsi ilə yerləşdirmə, kommunikasiya, nəqliyyat, yeni turizm infrastrukturunun yaradılması, regionun turizm potensialından düzgün istifadə etməklə yeni turizm növlərini yaradılması, turizm məhsuluna alıcı qruplarının cəlb edilməsi istiqamətində işlərin görülməsi, yerli turistlərə endirimli tur paketlərin təqdimi, turizm yönündə tədbirlərin həyata keçirilməsi, xarici ölkələrdə turizm sərgilərinin təşkil olunması, turizm sahəsində çalışan işçilərin bilik və bacarıqlarının artırılması istiqamətində xarici mütəxəssislərin iştirakı ilə təlimlərin həyata keçirilməsi, bələdçi kurslarının yaradılması və bələdçi heyətinin yaradılması, yeni turizm marşrutlarının açılması kimi işlərin görülməsi lazımdır. Ümumi dünya təcrübəsində turizmin inkişaf etdiyi ölkələrdə turizm inkişaf proqramlarının hazırlanmasında iştirak edən təşkilatlar mövcuddur. Bu təşkilatlara nümunə olaraq

İngiltərədə, İtaliyada, İrlandiyada, İspaniyada, Norveçdə rast gəlmək olar. Belə təşkilatların digər ölkələrdə öz nümayəndəlikləri vardır. Bu təşkilatlar ölkəyə turist axınının yaradılması, ölkənin turizm potensialı haqqında məlumatların paylanması yönündə proqramlar həyata keçirir, kiçik şəhərlərdə turizmin inkişafı, turizmin komplekslərində yeni iş yerlərinin açılması və əhalinin məşğulluq problemini həll etməklə, əmək miqراسiyanın azaldılması məsələlərində əsas rol oynayır. Ölkəmizdə də turizmin inkişafı məqsədilə “Baku Expo Center”-də turizm biznesinin peşəkarları üçün keçirilən Azərbaycan Beynəlxalq Turizm və Səyahətlər sərgisi 40-dan çox ölkənin 2 200 şirkətini bir araya toplayaraq Azərbaycan turizminə müsbət imic formalaşdırmaq, işgüzar fəaliyyəti dah da gücləndirmək, turizm müəssisələrinin maliyyə fəaliyyətlərini yaxşılaşdırmaq məqsədilə ölkəmizin daxili turizm potensialını, regionlardakı turizm sahələrini, reallaşdırılan turizm strategiyalarını nümayiş etdirir. Aydın olduğu kimi, turizm regionların sosial-iqtisadi inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb etməsi, gəlirlərin artması, ərazidə infrastrukturun qurulması, işsizliyin və yoxsulluğun azaldılması və beynəlxalq səviyyədə tanınmasında böyük bir təsirə malik qeyri-neft sektoru sahəsidir. Regionlarda turizmin inkişafı ilə bağlı dövlət islahatları, proqramları, qərarlar verilməsi, tədbirlərin həyata keçirilməsi ölkədə turizmin yeni bir dövrə keçdiyini göstərir. Ölkədə turizmin dinamik inkişafı ilə bağlı elektron marketing fəaliyyətinin rolunun artırılması, regionlara turizm sferalarına investisiya cəlb edilməsinin yüksəldilməsi, regionlarda turizm sahələrində kadr hazırlığının təkmilləşdirilməsi həyata keçirilən mühüm tədbirlərdir. Ölkəmizin turizm perspektivinin xarici turizm bazarında tanınması, xarici turistlərin məlumatlılığının artırılması məqsədilə <https://azerbaijan.travel/> adlı saytın müxtəlif xarici dillərdə istifadəyə verilməsi mühüm reklam xarakterli tədbirlərdən biridir. CNN, Euronews, “World Travel Channel”, TRT 1, “Kanaltürk” kimi məşhur telekanallarda ölkədaxili turizm videoçarxlarının nümayişi və verilişlər yayımlanır. Ümumi dünya təcrübəsində görmək olar ki, hətta zəif inkişaf etmiş ölkələr belə məhz turizmin inkişafı ilə ümumi dünya bazarında iqtisadi irəliləmələr əldə ediblər. Bu da ilk növbədə ölkənin turizm ehtiyatlarını düzgün

qiymətləndirməsi və səmərəli istifadəsi, daxili turizm bazarını düzgün formalaşdırması ilə başlayır. Turizm bazarında effektivliyin əldə edilməsi üçün əsas vacib şərtlər aşağıdakılardır:

- Azad rəqabətin təmin edilməsi ilə turizm bazarında istehsalçıların minimum xərcə məhsul istehsal edib maksimum gəlir əldə etməsinə şərait yaradılması

- Təklif edilən məhsulun və ya xidmətin keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərinin üst-üstə düşməsi, təhlükəsizlik tədbirlərinə əməl edilməsi

- Turizm məhsulunun və xidmətin turist qrupları üçün əlçatanlılığının təmin edilməsi

- İstehlakçılara azad seçim hüququnun verilməsi ilə bağlı tədbirlərin görülməsi

Müasir dünya bazarında rəqabəti nəzərə alaraq demək olar ki, digər qeyri-neft sektoru sahələrində fərqli olaraq turizm riskli sahə olduğundan daim bu sahəni diqqət mərkəzində saxlamaq lazımdır. Bunun üçün turizm bazarını daim nəzarətdə saxlamaq, yeni turizm xidmətləri təqdim etmək, müxtəlif turist qruplarını segmentləşdirmək və ona uyğun turizm xidmətləri təklif etmək və beynəlxalq miqyasda müsbət imic yaratmaq, ölkədaxili turizmlə bağlı xarici turistlərdə müsbət dayanıqlı fikirlər formalaşdırmaq lazımdır. Prezident İlham Əliyevin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi layihəsi məhz turizmin ölkədaxili inkişafı ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsini ön görür. Bura ÜDM-in tərkibində turizmdən əldə edilən gəlirlərin faizinin artırılması, 2025-ci ilədək dinamik inkişafa nail olmaqla inkişaf etmiş turizm ölkələri və qonşu ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanda rəqabətə davamlı turizm sənayesi yaratmaqdır. Bu məqsədlə əsas qoyulan Dövlət Turizm Agentliyi və Azərbaycan Turizm Bürosu kadr hazırlığı məqsədilə xarici mütəxəssisləri cəlb edir, turizm şirkələri ilə vaxtaşırı tədbirlər təşkil edir və yeni turizm imkanları, xidmətləri ilə tanışlığın təmin edilməsi məqsədilə “Experience Azerbaijan” jurnalını dərc etdirib.

Turizm sektorunda nailiyyətlərin əldə edilməsində qarşıda dayanan əsas vəzifələrdən biri dövlət dəstəyi və xarici təcrübənin səmərəli tətbiqidir. Azərbaycanın

əlverişli iqtisadi coğrafi mövqedə yerləşməsi və təbii resurslarla zənginliyi turizmin gələcək dövrlərdə düzgün strategiyanın tətbiqi ilə uğurlar qazanacağına zəmin yaradır. Turizm sənayesi bir çox dövlətlərin iqtisadiyyatında əsas gəlir mənbəyi rolunu oynayır. Qonşu dövlətlərin, xüsusilə Türkiyənin turizm sənayesinə baxsaq görərik ki, turizmdən əldə edilən gəlirlər illik 20-30 mlrd dollar arasında dəyişilir. İqtisadiyyatın inkişafının yalnız neft sektorundan asılı olmadan qeyri-neft sektorlarının inkişafı ilə də təmin etmək lazımdır. Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində qarşıya qoyulan əsas məqsədlər ÜDM-in gəlir faizləri arasında turizmin gəlirlərini artırmaq, yerli büdcə gəlirlərini artırmaq, turizm üzrə dayanıqlı və davamlı inkişafa zəmin yaratmaq, turizm infrastrukturunun müasir tələblərə cavab verən istiqamətdə qurulması, rəqabətqabiliyyətli idarəetmə sisteminin yaradılmasıdır. Turizm bir çox iqtisadi və sosial sahələr üzrə problemlərin həll tapmasında əsas həlledici rola malikdir.

Bu nəticəyə nail olmaq üçün turistlərə göstərilən xidmətin keyfiyyət və kəmiyyətini artırmaq, kreativ ideyalarla və yeni turizm təklifləri ilə beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiya etmək, regionlarda turizmin inkişafı üçün kommunal, yol problemlərini həll etmək və yerli və xarici turistlərə edilən xidmətin keyfiyyətini yüksəltmək lazımdır.

II FƏSİL. REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASI VƏ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

2.1. Regionlararası turizm layihələrinin normativ-metodik təminatı

Ölkə iqtisadiyyatının inkişaf strategiyasında əsas istiqamətlərdən biri kimi turizmin inkişafı və bu yöndə görülən tədbirlərin davamlılığı Azərbaycan Respublikasının turizm məkanı kimi əsas mövqe tutmasına yönləndirilmişdir. Bu tədbirlərin keçirilməsi mövcud potensial və resurslardan səmərəli istifadə etmək, yaradılan turizm xidmətlərinin keyfiyyət göstəricilərini artırmaq və turizm sferasında əməkdaşlığın yaradılmasıdır. Regionlarda turizmin dayanıqlılığının təmini və uğurlu olmasında dövlət siyasətinin də öz əhəmiyyəti vardır. Dövlətin sosial-iqtisadi siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri regionlarda turizmin inkişafıdır. Vacib olan məqamlardan biri isə turizmin regionlarda yaradılması və onun inkişafı üçün düşünülmüş və dəqiq siyasətin həyata keçirilməsidir. Regionların inkişafı üzrə müxtəlif normativ sənədlər, regional qanunvericilik aktları, sosial proqramlar həyata keçirilir. Təşkil olunan sosial proqramlarda regionlarda turizm infrastrukturunun yaradılması və inkişafı əsas məsələ kimi qoyulur. Ölkənin davamlı sosial-iqtisadi inkişafının əsas tərkib hissəsi məhz regionların inkişafıdır. Regionların inkişafı üçün həyata keçirilən dövlət proqramları bölgələrdə qeyri-neft sektorunun, regionun sosial infrastrukturunun, kommunal xidmətlərin, regionun inkişafına yönələn investisiya qoyuluşlarının, sahibkarlıq mühitinin yaradılmasını və regionların rəqabətqabiliyyətinin artırılmasını təmin edir. Bilavasitə olaraq reallaşan dövlət proqramları bölgələrdə yeni iş yerlərinin açılması, bununla işsizliyin azaldılması və məşğulluğun təmin edilməsi, kəndlərdə, rayonlarda əmək miqراسiyasının, yoxsulluğun qarşısının alınmasına yönəlir. Bunların təmin edilməsi üçün Ölkə Prezidenti“ Regionların 2019-2023-cü illərdə davamlı sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı “nı imzaladı. Bu dövlət proqramında qeyri-neft sektorunun inkişafı ilə regionlarda gəlirliyinin artırılması və yerli büdcələrin çox zaman dövlət dəstəyi belə almadan formalaşmasının təmin edilməsi öz xüsusi

yerini alır. Belə ki 2004-2018-ci illərdə regionların inkişafı üzrə keçirilən dövlət proqramlarının nəticəsi olaraq ÜDM-in tərkibində qeyri-neft sektorunun payı 2,8 dəfə artmış, işsizliyin səviyyəsi 5%, yoxsulluq 5, 1 % azalmış, bölgələrdə kənd təsərrüfatı 1.7 dəfə artmışdır. Qeyri-neft sektorunda inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulan əsas sahələrindən biri də turizmdir. Çünki turizm lokomotiv rolu oynayaraq bölgənin həm infrastrukturunun formalaşması və təkmilləşdirilməsi, regionun potensialının üzə çıxarılması və onun inkişafı istiqamətində istifadəsi, regionun gəlirlərinin artırılması və ÜDM-in formalaşmasında regionlardan əldə edilən iqtisadi nəticələrin yer alması, yeni iş yerlərinin açılmasında əsas iqtisadi elementdir. Bu proqram da əsas nəzərdə tutulan məqamlar məhz regionda yol infrastrukturunun təmini, kommunal xidmətlərlə yerli əhalinin təminatı, müəssisələr açaraq yeni iş yerlərinin yaradılmasıdır və ya kənd təsərrüfatının da kiçik və orta sahibkarlara dəstək olunmasıdır.

Beləki son 10 il ərzində regionlarda turizmin yaradılmasına və region iqtisadiyyatında turizmin payının artırılmasına yönələn turizm layihələri və dövlət proqramları icra olunub. “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”-da məqsəd müasir turizm bazarının formalaşdırılması və turizmin iqtisadiyyatın əsas inkişaf dayaqlarından birinə çevirməkdir. Bu dövlət proqramının qarşısında dayanan əsas məqsədlər turizm infrastrukturunu yenidən qurmaq, bütün regionlarda turizm fəaliyyətini stimullaşdırmaq, turizmin müxtəlif növlərini inkişaf etdirmək və yeni turizm marşrutları yaratmaqdır. Turizm sektoruna yerli və xarici investorları cəlb etmək, regionlarda yerləşdirmə müəssisələrinin sayını artırmaq, göstərilən turizm xidmətlərinin keyfiyyətlərinin artırılması və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması əsas məqsədlərdir. Bu dövlət proqramı eyni zamanda regionlarda turizm sahəsində kiçik və orta sahibkarlara dəstək, təbiətin mühafizəsi, regiona xas turizm xidmətlərinin təklifini əsas tutur. Bu dövlət proqramının gerçəkləşdirilməsinin nəticəsi olaraq 2002-ci ildə ölkə üzrə 94 mehmanxana və mehmanxana tipli yerləşdirmə müəssisələri fəaliyyət göstərirdisə, 2010-cu ildə sayı 4 dəfə artaraq 370 olmuşdur. Bakıda aparıcı

brendlərin otelləri Four Seasons”, “Fairmont”, “Marriott”, “Hilton”, “Kempinski”, “Jumeirah” istifadəyə verilib. Qubada “Rixos” hoteli, daxilində dünya çempionatları keçirməyə imkan verən müasir böyük qolf meydançası, Qusar və Qəbələ rayonlarında dağ xizəyi kompleksləri, “Şahdağ” qış-yay turizm mərkəzi və onun ərazisində “Şahdağ”, “Pik Palas”, “Zirvə” hotelləri, Naftalanda müalicə mərkəzi ilə yanaşı “Çinar”, “Rixos” və “Qarabağ” otelləri və sair tikilib. Turizm infrastrukturunun yaradılması, bu sahənin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması, normalar çərçivəsində turizm xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi, ÜDM də turizmin payının artırılması, bölgələrdə turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması və bu sferada tədbirlərin görülməsi, milli parkların ekoturizmdə xüsusi yer alması xüsusi başlıq olaraq qeyd edilir. ”2009–2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafı üzrə Dövlət proqramı “ölkə ərazisində istifadəsiz qalan turizm-kurort obyektlərinin yenidən bərpası və yeni kurortların yaradılmasına şərait yaradıb. “Şahdağ”, “Duz dağ”, “Naftalan” kimi istirahət və müalicə komplekslərinin yaradılması və standartlara cavab verən xidmətlərin göstərilməsi, körpülərin, yol qovşaqlarının tikilməsi, magistral yolların çəkilməsi, rabitə və kommunikasiya xidmətlərinin yaxşılaşdırılması proqramda göstərilir. Həm də perspektivi nəzərə alaraq bölgələrdə dini, balneoloji, ekoturizmin, kənd, ovçuluq, dağ turizminin inkişafını vurğulayır. Bilavasitə turizmin inkişafı ilə regionların potensialının onun sosial-iqtisadi inkişafı yönündə istifadəsi, turizm şəbəkəsinin genişləndirilməsi, eləcə də təyin olunan turizm marşrutları boyunca bölgələrdə dünyasəviyyəli otellərin, mehmanxanalın tikilməsi, müalicə, istirahət turizminin potensialından səmərəli istifadə olunması proqramın əsas məqsədidir.

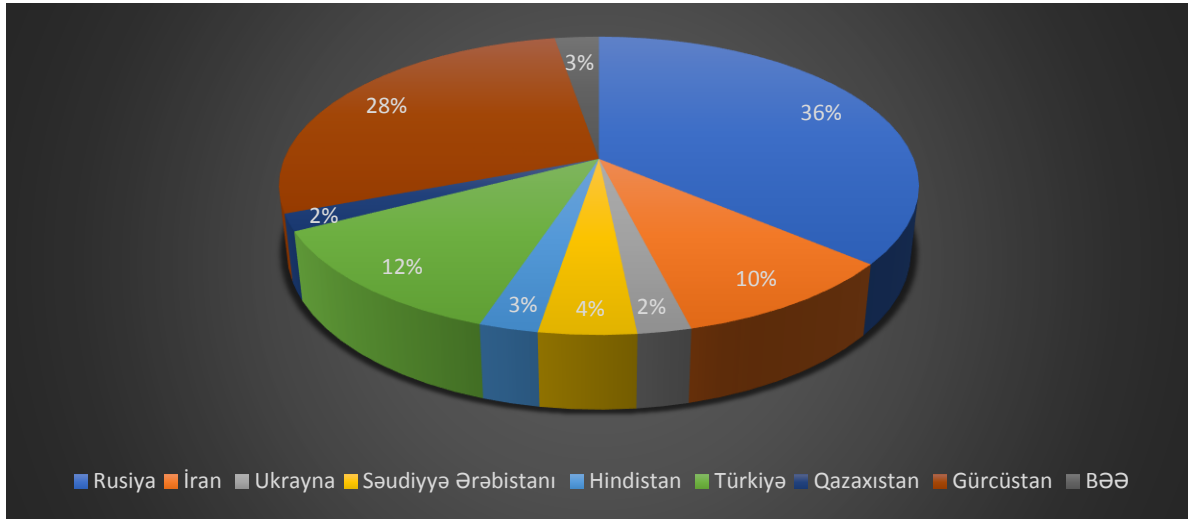
Turizmin bir ölkə üçün əsas nəticəsi milli dəyərlərin, mədəni irsin beynəlxalq miqyasda tanınması, ekoloji dayanıqlılığın təyini, zəif inkişaf etmiş regionların iqtisadi irələməyə nail olması, ölkə imicinin yaxşılaşdırılması, məşğulluğun kəndlərdə artırılması, əməyin miqrasiyasını azaldan, gəlirliyi artıran bir iqtisadi sahədir. “Strateji Yol Xəritəsi” layihəsində göstərilən təhlillərə əsasən 2010- 2015-ci illərdə turizm ölkə üzrə ÜDM və məşğulluqdakı ümumi payı 2.8 və 2.6 % təşkil edir. Bu layihə

Azərbaycanda turizmin global miqyasda tanınması və turizm məkanına çevrilməsi üçün ölkədəki mövcud yerli dəyərlərin dünya miqyasında təbliği, hava, quru əlaqəsində, nəqliyyat infrastrukturunda əlçatanlılığının artırılmasını, potensialı nəzərə alaraq regionlarda turizm növlərinin yaradılmasını ön görür. Layihədə 4 əsas hədəf mövcuddur ki, 1-ci hədəf Bakının turizm potensialından tam istifadə etmək, 2-ci hədəf ölkə üzrə turizmdə mövsümlilik amilinin aradan qaldırılması, rekreasiya zonalarının yaradılması, viza prosesinin sadələşdirilməsi, milli səviyyədə idarəetmənin daha yaxşı təşkili, 3-cü hədəf regional turizm təşəbbüsləri reallaşdırmaq, qış, müalicə, ekoturizm, kənd turizminin inkişafına investisiyalar həyata keçirmək, 4-cü hədəf yeni turizm proqramları, layihələri həyata keçirmək, standartlaşdırma və sertifikasiyalaşdırmanı təkmilləşdirməkdir. Bu proqram çərçivəsində aparılan təhlillərə əsasən, 2010-2015-ci illərdə turizm sektorunda məşğulluğun səviyyəsində 6 %, turizm məqsədilə ölkəyə gələn turistlərin sayında 8,5 %, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayında isə 4,5 % artım olmuşdur.

Görünən nəticələrdən də aydın olur ki, ölkəmizə turistlərin daha çox müraciət etdikləri ölkələr qonşu ölkələr-Türkiyə, Rusiya, İran, Gürcüstandır. Daha sonra 2-ci sırada Fars körfəzi ölkələri-Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, Qətər və BƏƏ-dir. MDB ölkələri- Qazaxıstan, Türkmənistan, Özbəkistan, Ukrayna, eləcə də Böyük Britaniya, Çin, Koreya, Hindistan da gələnlər üstünlük təşkil edir. Qonşu ölkələr və MDB ölkələrindən turistlərin daha çox gəlməsində səbəb coğrafi yaxınlıq, ümumi dəyərlərin oxşar olması və məlumatlılığın olması və gediş-gəlişin daha asan olmasıdır. Eyni zamanda etnik azərbaycanlıların da yaşaması, uyğun qiymətə tur paketlərin əldə edilməsi daha çox turisti ölkəmizə cəlb edir. Körfəz ölkələri ilə viza rəsmiləşdirilməsi və qısamüddətli uçuşların təyini gələn turistlərin sayında xeyli artıma səbəb olub. Turizm bazarının beynəlxalq və müasir standartlara cavab verməsi üçün ilk növbədə xidmət sahələri, maddi-texniki təchizatı, kadr sferası həmin standartlara uyğun formalaşdırılmalı və müasir elmi-texniki tərəqqini tətbiq etməklə yüksək gəlirlilik qabiliyyətinə malik sahəyə çevirmək lazımdır.

Aşağıdakı verilmiş Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin 2019-cu ilin rəsmi məlumatları əsasında hazırladığım diaqramda da daha çox hansı ölkələrin turizm məqsədilə müraciət etdiyini görmək mümkündür.

Diaqram 1: Azərbaycana turizm məqsədilə ən çox müraciət edən ölkələr

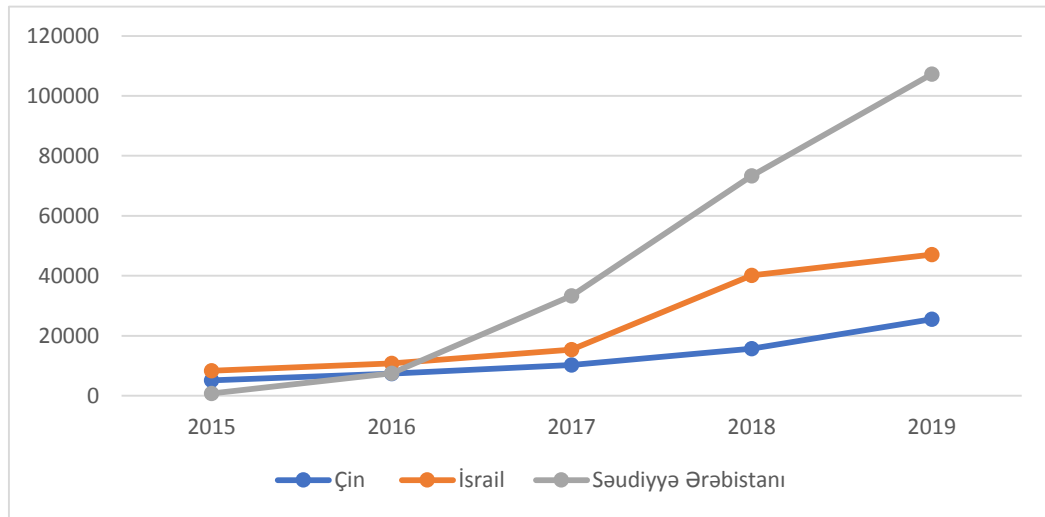


Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Diaqramda verilən faizlərə əsasən anlaşıdır ki, turizm məqsədilə gələn ölkələrdə üstünlük təşkil edən məhz ətraf qonşu ölkələr, ərəb ölkələri və MDB ölkələridir, lakin Avropa ölkələri və Qərb ölkələri bu sıralamada daha az yer tutur. Və bu sıralamada üstünlük təşkil edən Rusiya(36%), Gürcüstan(28%), Türkiyə(12%), İran(10%), Səudiyyə Ərəbistanı(4%), BƏƏ(3%), Hindistan(3%), Qazaxıstan(2%), Ukraynadır(2%). Məhz bu proqramın məqsədi ölkəmizin turizm potensialını, perspektivini daha uzaq məsafələrə daşımaq və təbliğ etməkdir. Qərb ölkələrinin, Avropa ölkələrinin turist axını ölkəmizə yönləndirməkdir. Bu proqramda həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan strategiyaların nəticəsi olaraq onu demək olar ki, müxtəlif ölkələrdən gələn turistlərin sayında xeyli artım olmuşdur.

Aşağıda göstərdiyimiz diaqramda 3 fərqli ölkənin illər üzrə müəyyən fərqlə gəlmə turizmdə turistlərin sayındakı fərqi görə bilərik.

Diaqram 2: 3 ölkə üzrə Azərbaycana turizm məqsədilə gələn turistlərin sayındakı artım fərqi



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatı əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir (2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Onu da əlavə edim ki, təhlil üçün götürdüyüm 3 ölkənin 2015 və 2019-cu illərdə gəlmə sayındakı fərqi baxsaq, görərik ki, Səudiyyə Ərəbistanında 2015 –ci ildə 727, 2019-da isə 107230 nəfər olub, təbii ki bu da böyük bir faiz artımıdır. Çindən 2015-də 5094, 2019-da isə bu artım 25542 nəfər, 2015-ci ildə İsraildən gələnlərin sayı 8325, 2019-da bu rəqəm 47056 olub. Məlum olduğu kimi belə yüksək artımın olma səbəbi təbii ki, ölkədə tətbiq edilən layihələrin, dövlət proqramlarının uğurlu olması, sadələşdirilmiş viza sisteminin yaradılması, milli idarəetmə sisteminin yaxşı təşkil edilməsi, eləcə də hava nəqliyyatının, yerüstü nəqliyyatın əlçatanlığının təmin edilməsi, yeni turizm marşrutlarının yaradılması və ölkədə festivalların, şənliklərin keçirilməsi, beynəlxalq arenalı idman yarışlarına ev sahibliyi etməsi və yerləşdirmə məkanlarının artırılması və yerlərdə xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsidir.

Lakin gələn turistlərin əksəriyyəti məhz paytaxtda toplanır. Turistləri regionlara cəlb etmək və bölgələrin turizm məkanları, turizmin müxtəlif növləri ilə tanış etmək lazımdır. Bunun üçün Bakıdan bölgələrə doğru rahat, sürətli, təhlükəsiz avtobus, qatar nəqliyyat xidmətlərinin göstərilməsi, turistlərin tələbatlarına, zövqlərinə uyğun turizm marşrutları ilə məlumatlandırılması və regionlarda əyləncə, restoran, kafe kimi əyləncə məqsədli infrastrukturun təkmilləşdirilməsi lazımdır. Bildiyimiz kimi regionlarımızda

balneoloji, müalicə turizmi baxımından böyük bir perspektiv vardır. Sadəcə sanatoriyalar, müalicə kompleksləri yaratmaq, məhsulların satışının reallaşdırılması və dünya bazarına çıxarılması təmin edilməlidir. Müalicəvi Naftalan neftindən hazırlanan məhsullar sertifikatlaşdırılmalı və turist qruplarına təqdim edilməli və satışı həyata keçirilməlidir. Qonşu ölkələrlə müqayisədə qoruqların, milli parkların sayı çox olsa da, ekoturizmin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üçün çay, dağ, meşə gəzinti marşrutları yaratmaq, bunun üçün təcrübəli bələdçilərin tətbiqi, kempinq məkanlarının qurulması gərəklidir. Kənd turizminin inkişafı üçün kəndlərdə əhaliyə turizm vərdisləri aşılamaq, kəndlərdə xidmətin səviyyəsini artırmaq, fərdi sahibkarlara dəstək olmaq lazımdır.

Regionlarda turizmin səmərəli təbliği üçün həm bölgələrdəki təsərrüfatların, yol qovşaqlarının, yerləşdirmə infrastrukturunun inkişafı, həm də yerli dəyərlərin təbliği və tanıtılması üçün bir çox layihələr icra olunur. 2019-cu ildə “Şəhərdən-Kəndə” adlı aqroekoturizm layihəsi həyata keçirildi. Bu layihə kənd turizmin formalaşmasına istiqamətlənən bir fəaliyyətdir. Bu layihənin ərsəyə gəlməsindəki məqsəd bölgələrdəki kənd təsərrüfatını inkişaf etdirmək və mövcud potensialın, inkişafın turizm yönündə istifadəsini nəzərdə tutur. Son illər ölkəyə gələn turistlərin sayı artdıqca onların təkəcə müasir, dəbdəbəli şəhərlərdə deyil, eyni zamanda əsrarəngiz təbiəti, müasir infrastrukturu, mədəni dəyərləri zəngin olan bölgələrdə yerləşdirmək, tanış etmək lazımdır. Aqroekoturizmin inkişafı yerli və xarici turistlərin rayonlara gedərək kənd şəraiti ilə tanış olmasına, kənd evlərində müvəqqəti yerləşməsinə, kənd məhsullarında istifadəyə və onları yerində almağa, milli mətbəxi dadmağa və onların hazırlanmasında yaxından iştirak etməyə, asudə vaxtları daha səmərəli keçirməyə, şəhər əhalisinin aqro sahəyə olan marağını artırmağa şərait yaradır. Bu layihənin nəticəsi olaraq görünən isə rayonlarda, kəndlərdə sosial və iqtisadi rifah halını yüksəltmək, yeni xidmət sferaları açmaq və bu yerlərdə bölgələrdəki yerli əhalinin məşğulluğunu təmin etmək, ailə bizneslərinə kömək etmək və kiçik, orta sahibkarlar yaratmaqdır. Təbii ki, bu da regionlarda yerli əhalinin miqrasiyasının qarşısını alacaq və işsizliyi azaldacaq. Onu da qeyd etmək olar ki, aqroekoturizm yerli məhsullardan hazırlanan orqanik qidaların

növbəti dövrlərdə beynəlxalq miqyasda alıcı qrupları tapmasında, fermerlərin məhsul satışını həyata keçirməsində öz vasitəçi rolunu göstərəcək. Bu layihə eyni zamanda kəndlərdə yerli əhalinin ənənəvi məşğuliyyətlərini biznes fəaliyyətinə çevirməyə, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmağa və gəlirləri artırmağa şərait yaradacaqdır. İlk mərhələdə İsmayıllı, Şamaxı, rayonlarına turlar təşkil olunmuş və Şamaxıda Meysəri kəndində turistlər yerli və xarici üzüm sortlarını yetişdirildiyi sahələrdə və üzümün yığılmasında iştirak etmiş, bu ərazidə yerləşən şərab zavodunda yerli şərabın hazırlanma qaydası ilə tanış olmuşlar. İsmayıllının Təzəkənd kəndində isə yerli əhali ilə birgə təsərrüflə məşğul olmuş və kənddə yerləşən Vəlbinə gölündə balıq tutma həyəcanı yaşamışlar. Bu fəaliyyət şəhər əhalisi üçün bir yenilikdir və onların maraq dairəsinə uyğun gəlir. Gələcəkdə daha çox xarici turistləri bura cəlb etmək üçün kəndlərdə yol, yerləşdirmə infrastrukturunu yaxşılaşdırmaq, kəndlərdə turistik potensialı aşkalayaraq onları turistlərə daha yaxşı üsulda təqdim və əlçatan etmək, milli parklar, qoruq, memarlıq abidələri, milli-mədəni ənənələr ilə yaxından tanış etmək lazımdır (<https://agro.gov.az/az/news/seherden-kende-layihesi> 2019).

Onu da əlavə edim ki, təkcə ölkə daxili reallaşan turizm layihələri, dövlət proqramları deyil, ölkəmizin turizm potensialının digər xarici ölkələrdə təbliği üçün sərgilərin keçirilməsinin, beynəlxalq səviyyəli turizm təşkilatların təyin etdiyi proqramlarda iştirakın öz rolu vardır. İndiyə kimi Londonda, Moskvada, Berlində, İstanbulda keçirilən 20-dən çox beynəlxalq səviyyəli sərgilərdə ölkəmiz iştirak edib. 2002-ci ildən Dövlət Turizm Agentliyi və Azərbaycan Turizm Bürosunun birgə iştirakı ilə Azərbaycan nümayəndə heyəti Böyük Britaniyada təşkil olunan “Dünya Səyahət Bazarı“ (World Travel Market) adlı beynəlxalq sərgidə turizm şirkətlərimizin məhsulları nümayiş olunub. 2018-ci ildə Londonda təşkil olunan Sərgidə ölkəmiz 12 turizm şirkəti ilə təmsil olunmuş və burada 232 kv. metrlik sahədə ölkəmizin turizm brendinə uyğun dizaynda qurulmuş stenddə ölkəmizin turizm məhsulları, məkanları, tur paketlər, mehmanxana, otellər və müalicə mərkəzləri təqdim olunmuşdur. Bu kimi sərgilərdə iştirak dünya turizm bazarında münasibətlərin qurulmasında, yeni turist

qruplarının marağını çəkməkdə mühüm əhəmiyyəti vardır. Böyük Britaniyada reallaşan bu sərginin nəticəsi olaraq onu göstərmək olar ki, 2019-cu ildə 36 914 nəfər bu ölkədən gələn turistlərin sayında 2018-ci illə 29 417 nəfər müqayisədə 23.5 % artım olmuşdur. Bu bir növ ölkənin tanınması və turistlərin ölkəmizin turistik şəraiti ilə tanış olması, məlumatlılığın artırılması deməkdir (<https://tourism.gov.az/news/azerbaycanin-turizm-potensial-londonda-boyuk-sergi-stendi-ile-teblig-olunur> 2019).

Ölkəmizdə turizm xəttinin daha da sürətli inkişafı üçün Bakıda son illər Azərbaycan Beynəlxalq Turizm və Səyahətlər sərgisi "Baku Expo Center"-də müxtəlif ölkələrin turizm təşkilatlarının, şirkətlərinin iştirakı və eləcə də müxtəlif bölgələrdən turizm şirkətlərimizin birgə fəaliyyəti ilə keçirilir. 29 ölkədən 330 turizm şirkətinin birgə iştirakı ilə sərgi təşkil edilir. Bolqarıstan, Gürcüstan, Dominikan, Hindistan, İndoneziya, İran, İspaniya, Serbiya, Tayland, Türkiyə, Xorvatiya, Monteneqro, Çexiya və Ukrayna, Belarusiya, Latviya kimi dövlətlərin stendləri sərgi salonunda nümayiş olunur. Bu sərginin nəticəsi kimi onu demək olar ki, bu ölkələrdən gələn turizm şirkətləri və qonaq qismində gələn turistlər öz yerində ölkəmizin turizm sektorundakı nailiyyətləri və turizm məkanları ilə də tanış olurlar.

2.2. Klaster yanaşması əsasında regionlararası turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi sisteminin formalaşdırılması

Klaster fəaliyyəti bir-birinə qarşılıqlı təsir edən təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətidir. Klaster yanaşmasının əsasında rəqabətqabiliyyətli iqtisadi fəaliyyəti təmin etmək dayanır. Klaster siyasəti ərazinin təsərrüfat fəaliyyətinin təkmilləşməsi, ixrac potensialının yüksəldilməsinə bilavasitə təsir edir. Regionların klaster yanaşma əsasında inkişafının təmin edilməsi aktual məsələlərdən biri olaraq qalır və bugünkü bazar iqtisadiyyatında praktik əhəmiyyətə malikdir. Regionların rəqabətqabiliyyətli inkişafının təmin edilməsi prinsiplərinin klaster yanaşma əsasında qurulması regionun ixtisaslaşmasına təsir edir. Klaster siyasəti region iqtisadiyyatında ixrac potensialı və idxalı əvəzləyə bilən məhsullar istehsal edən sahibkarlıq fəaliyyətinə də əsaslı təsirlər edir. Regionların inkişafı üzrə aparılan klaster siyasəti təkcə sahibkarlıq fəaliyyəti deyildir, eləcə də keçirilən dövlət islahatlarını da özündə cəmləşdirir. Klaster fəaliyyətinin əsasında klasterlərin yaradılması dayanır. Yaradılan klasterlər bölgə üzrə inkişaf nöqtələri rolunu oynayaraq milli və regional səviyyədə yerli resursların cəlb edilməsi ilə regionun sosial-iqtisadi inkişaf prioritetlərini müəyyən edir və stimullaşdırır.

Regionlarda turizmin idarə olunmasında klaster yanaşmanın əsas götürülməsində məqsəd turizm resursları ilə zəngin olan ölkəmizin turizm sektoru üzrə sahələrin bir-biri ilə əlaqəli inkişafını təmin etməkdir. Çünki klaster yanaşma özü də bir sektorun inkişafının digər sahələrə olan multiplikativ təsiridir. Regionlarda turizm fəaliyyətinin idarə edilməsi dedikdə buraya mehmanxanaların fəaliyyəti, sahibkarlıq subyektləri, eyni zamanda kənd təsərrüfatının turizm istiqamətində təşkili və istifadəsi istiqamətləri və s. aiddir. Turizm fəaliyyətinin klaster yanaşma əsasında təşkili də məhz bir-birilə qarşılıqlı şəkildə inkişafın olmasıdır.

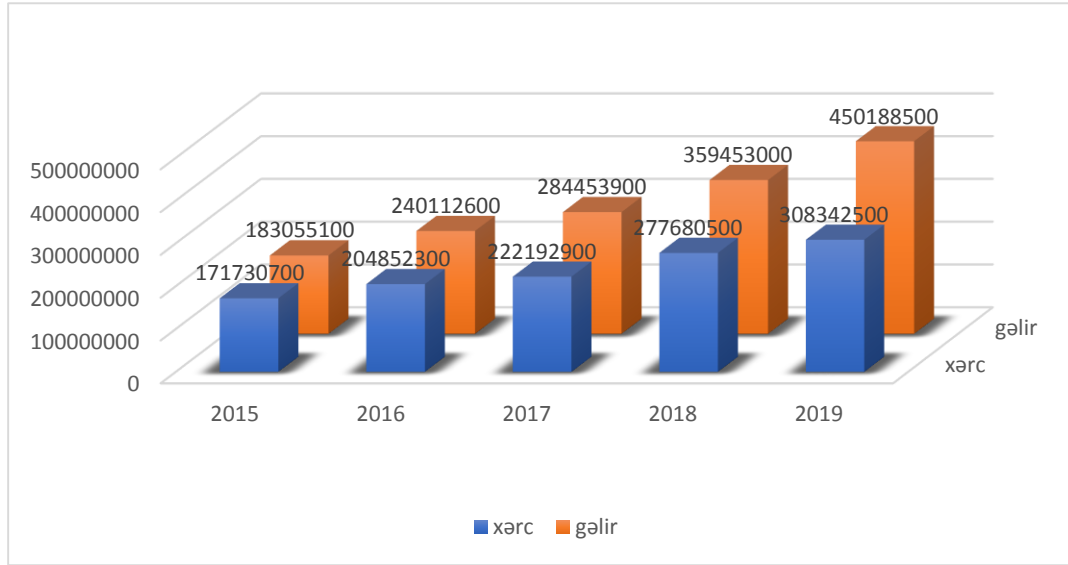
Regionlarda kənd turizminin inkişafı ilk növbədə nəqliyyat və digər infrastruktur sahələrinin inkişafını tələb edir. Ölkə başçısı cənab İlham Əliyevin regionların inkişafı ilə bağlı çıxışlarından birində söyləmişdir ki, müasir yol infrastrukturunun qurulduğu

regionlarda inkişafa nail olmaq mümkündür. Çünki lazımi yol infrastrukturu yoxdursa, regionlarda yerləşdirmə kompleksləri, yüksək yüksəklərə cavab verən istirahət mərkəzləri olsa da, gələnər olmayacaqdır. Buradan da aydın olduđu kimi klaster yanaşmada nəqliyyatın inkişafı və bərpası kənd turizminin inkişafında əsas rol oynayır. Bildiyimiz kimi əsas kənd turizm mərkəzləri məhz dağlıq ərazilərdə Quba, Qusar, Xaçmaz, Masallı, Şamaxı, Qəbələ, İsmayilli, Şəki kimi rayonlarda yerləşir. Turistlərin də ən çox müraciət etdiyi məhz bu dağlıq relyefə malik regionlardır. Məhz həyata keçirilən nəqliyyat infrastrukturu layihələrinin uğurlu nəticəsidir ki, rahat gediş-gəlişin təmini ilə gələn turistlərin sayı ildən-ilə artır. İsmayilli rayonuna gələn turistlərin sayı 2018-ci ildə 10 000 nəfər idisə, 2019-cu ildə bu rəqəm 110 000-nə çatıb. Gələn turistlərin 50%-dən çoxu məhz Lahıc qəsəbəsinə üz tutublar. Təbii ki, bu son illər qəsəbəyə çəkilən yerli əhəmiyyətli Dəmirçi-Lahıc avtomobil yolunun gələn turistlər, nəqliyyat vasitələri üçün rahatlığı təmin etməsidir. Eyni zamanda yerləşdirmə infrastrukturlarında səmərəli idarəetmənin klaster yanaşma əsasında həyata keçirilməsi mehmanxanaların idarəedilməsində və mənfəətində öz təsirlərini göstərir. Hazırda ölkə üzrə mehmanxana biznesində yeni, yüksək dərəcəli otellərin sayı regionlarda getdikcə artır. Mehmanxanaların rəqabətədavamlı fəaliyyətinə nail olmaq üçün idarəçiliyin sadə və çevik üsullarından istifadə etməlidirlər, yəni gəlir və xərclərə xüsusi nəzarət olunmalıdır.

Təbii ki bu da regionlar və paytaxt üzrə turizmdə idarəetmənin səmərəli təşkilinin nəticəsidir ki, gələn turistlərin sayının artması ilə sahibkarlara dövlətin dəstəyi və güzəştli kreditlərin təbliği ilə mehmanxana tipli komplekslərin sayının artması, yolların bölgələrə, ucqar kəndlərə çəkilməsi, əlçatanlılığın yaradılması və ticarət mərkəzlərinin, əyləncə sektorunun inkişafı, çoxalması turistlərin tutduqları gecələmələrin sayını artırmış, eləcə də bu da gəlirləri artıraraq mənfəətə səbəb olmuşdur.

Aşağıdakı göstərdiyim diaqramda ümumi ölkə üzrə yerləşdirmə müəssisələrinin gəlir və xərclərinin statistik göstəricilərini baxa bilərik.

Diqram 3: Son 5 ildə ümumi ölkə üzrə yerləşdirmə müəssisələrinin gəlir və xərcləri



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatı əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir (2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Ümumi ölkə üzrə yerləşdirmə komplekslərinin son 5 il üzrə gəlir və xərclərə baxsaq görərik ki, 2015-ci ildə 171 730,7 mln manat xərc, 183 055, 1 mln manat gəlir əldə edilmişdir. Buradan əldə edilən mənfəət 11 324,4 mln manatdır. 2019-cu ildə xərc göstəricisi 308 342,5 mln manat, gəlir isə 450 188, 5 mln manatdır. Əldə edilən mənfəət isə 141 846,0 mln manat olmuşdur. 2019-cu ildə əldə edilən mənfəət 2015-ə nisbətən 12 dəfə artım müəyyən olunub. Mənfəət üzrə 2015-ci illə müqayisədə 2016, 2017, 2018-ci illər üzrə isə müvafiq olaraq 3 dəfə, 5 dəfə, 7 dəfə artım qeydə alınmışdır. Gördüyümüz qədəri ilə son 5 ildə mehmanxanalar mənfəətlə fəaliyyət göstərsələr də, qonşu ölkələrin statistik göstəricilərinə nisbətən bizdə mənfəət o qədər də böyük göstəriciyə malik deyildir və çəkilən xərclərin illər üzrə sayı artır. Klaster yanaşmanın rolu məhz burada başlayır. Mehmanxanaların əsas çəkdikləri xərclərin 15%-i məhz içkilərin və yeməklərin hazırlanması üçün alınan mallara çəkilən xərclərdir. Kənd təsərrüfatının inkişafı, yəni yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının artırılması və mehmanxanaların yerli məhsullarla təmin edilməsi daha ucuz qiymətə məhsul almasına səbəb olacaqdır. Hətta 2019-cu ildə kənd təsərrüfatında ümumi məhsulun istehsal həcmi, bitkiçilik məhsullarında, heyvandarlıq üzrə müvafiq olaraq 7.2%,

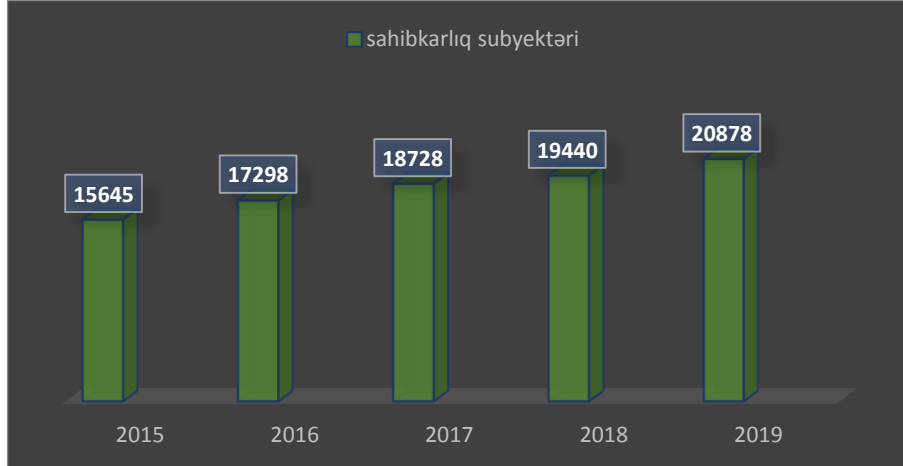
11.7%, 3.5 % artım qeydə alınmışdır. Bu regionlarda kənd məhsullarının istehsalının artması deməkdir. Yerli fermerlərin istehsal etdiyi yerli kənd təsərrüfatı məhsullarını mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin qida ehtiyaclarını (meyvə-tərəvəz, ət) ödəmək olar. Bu da qida sektoru üzrə çəkilən xərcləri xeyli azaldacaqdır. Çünki xaricdən istehsal edilən məhsullara nisbətən daha ucuz başa gələcəkdir. Eyni zamanda ümumi ölkə üzrə xaricdən gətirilən kənd təsərrüfatı məhsullarına olan tələbatı və idxalı azaldacaq, ÜDM-də öz müsbət təsirlərini göstərmiş olacaq və yerli fermerlərə və fermer sahibkarlara dəstək olmaqla bərabər dövlətin idxal xərclərini azaldacaqdır. Yəni idxal yerli istehsalla əvəz olunacaqdır. Çəkilən xərclərin mehmanxanalarda azaldılması gələn turistlərə daha ucuz qiymətə xidmət göstərilməsi, güzəştli turpaketlərin təqdim edilməsinə səbəb olacaqdır.

Klaster yanaşmanında məhz burada məqsədi bir amilin inkişafı ilə digərlərinə öz müsbət təsirini göstərməsidir. Təkcə mehmanxanaların fəaliyyəti deyildir, sahibkarlıq fəaliyyətində də bu yanaşmanın istiqamətlərini göstərmək olar. Bölgələrin iqtisadi potensialından istifadə etmək məqsədilə sahibkarlığa dəstək çərçivəsində büdcədə planlaşdırılan vəsaitin bir hissəsinin turizm sahəsində biznes planlarına yönəldilməsi daha tez gəlir gətirməsinə imkan verə bilər. Turizmdə sahibkarlığın səmərəli təşkilininin təmin olunmasını, vergi və gömrük güzəştləri tətbiq etməklə stimullaşdırmanı tələb edir. Yerli və xarici iş adamlarının turizm sahibkarlığına meylini artırmaq məqsədilə eyni şəraitin yaradılması, kredit və lizinq xidmətində eyni faiz dərəcələrinin tətbiq edilməsi rəqabət mühitində inhisarçılığın qarşısını ala bilər. Turizm sahibkarlığında dövlətin antiinhisar tədbirləri görməli, xarici investorların daha böyük nail olma istəklərinə nəzarət edilməli, bürokratik əngəlləri aradan qaldırmalı, dövlətin iqtisadi siyasətinə uyğun olaraq bölgələrdə əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilən tədbirləri dəstəklənməlidir. Bununla yanaşı turizmin regionlarda inkişafı üçün daxili infrastrukturun yaradılması birbaşa dövlətin görəcəyi əsas tədbirlərdəndir. Turizmdə kiçik sahibkarlığın bölgələrdə artması, iaşə, ənənəvi

məşğulluq, kустar sənaye, az tutumlu kiçik istirahət evlərinin, kempinqlərin, motellərin genişlənməsinə təkan verir.

Turizm sektorunun klasterial inkişafının təmin edilməsi və və bu sektorun ölkədə həyat səviyyəsinin yüksəlməsində rolunun artması mikro və kiçik müəssisələrin bu imkanlardan yararlanma qabiliyyətlərinin və imkanlarının mövcudluğu ilə birbaşa bağlıdır. Bölgələrdə yüksək ixtisasa malik olmayan insanların özünəməşğulluğunun və ümumiyyətlə məşğulluğun təmin olunması üçün maliyyə resurslarının əlçatanlığı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Aşağıdakı diaqramda ictimai iaşə sahibkarlıq subyektlərinin sayı ilə bu sahəyə olan dəstəyin nəticəsini görmək mümkündür.

Diaqram 4: İaşə fəaliyyəti göstərən sahibkarlıq subyektlərinin ölkə üzrə sayı



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Turizmin inkişafı və gələn turistlərin sayının artması ilə sahibkarlıq subyektlərinin də sayı artır. 2015-ci ildə bu göstərici 15645, 2019-da isə 20878 dir . Bu da 33% artım deməkdir. Artan bu müəssisələr turistlər üçün əlçatanlığı təmin edir. Həm də dövlət dəstəyinin nəticəsidir ki, bu yüksək artım dinamikası ilə davam edir. Böyük turist sayı və artan tələbatla xarakterizə olunan sektorlarda turizm məhsulları və xidmətlərinin əksər hissəsi məhz kiçik turizm müəssisələrinin vasitəsilə təchiz edilir. Nümunə olaraq, dil məktəbləri, kənd təsərrüfatı məhsullarının emal edən istehsal müəssisələri, zavodlar, kirayə evlər, mini-hotellər, böyük restoranlar, kafelər, istirahət bazaları, avtobus

şirkətləri, səyahət agentliklərini göstərmək olar. Belə müəssisələr adətən turizm xidmətləri, turizm məhsulları və ya turizm bazarlarının konkret hədəf seqmentləri üzrə ixtisaslaşırlar. Bu işə müəssisləri sahibkarların fəaliyyəti ilə bərabər, yerli əhalinin də məşğulluq probleminin həllində öz yerini alacaqdır.

2.3. Regionlararası perspektivli turizm fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üzrə yerli təcrübənin təhlili (Şəki – Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonu)

Azərbaycanda turizm strategiyasının düzgün planlaşdırılması və bu yöndə tədbirlərin həyata keçirilməsi hələ də ölkəmiz üçün nisbətən gənc olan bu xidmət sektorunun hərtərəfli inkişafı üçün nəzərdə tutulub. Onu da əlavə edək ki, turizmin hərtərəfli inkişafı məqsədilə qanunvericilik bazası, normativ aktların qəbul olunması ilk həyata keçirilən addımlardandır. Turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətli olması üçün dövlətin həyata keçirdiyi əsas strateji planlardan biri də məhz regionların iqtisadi inkişafı proqramı çərçivəsində bölgələrdə turizmin keyfiyyət standartlarını artırmaq və əsas prioritet sahəyə çevirməkdir. Dövlətin reallaşdırdığı tədbirlər planına layihələri, dövlət proqramlarını göstərə bilərik. Bu tədbirlər planının əsas məqsədləri bunlardır:

1. Ölkə daxilində rahat və standartlara cavab verən turizm mühitinin təşkili və turizm - rekreasiya komplekslərinin yaradılması;
2. Həm daxili, həm də beynəlxalq miqyasda rəqabətə dözümlü gətirən turizm məhsulunun istehsalı;
3. Turizmdən əldə edilən gəlirlərin ÜDM - dəki çəkisinin artırılması;
4. Regionlarda turizmin inkişafı ilə insanların yaşayış səviyyəsini artırmaq və əhalinin iş yönümündəki problemlərinin həlli;
5. Yerli sahibkarların, xarici investorların, dövlət idarəetmə orqanlarının və yerli əhalinin turizmin inkişafı ilə bağlı maraqlarının balanslaşdırılması;

6.Bölgələrdə turizmin inkişafı üçün qeyri-ənənəvi turizm növləri infrastrukturunun yaradılması və kənd təsərrüfatının regionlarda turizm sektorunda aparıcı amilə çevirmək.

Dövlətin regionlarda turizmin təkmilləşdirilməsinə göstərdiyi əsas diqqət olaraq 2016-cı ildə Ölkə Prezidentinin fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin dair Strateji Yol Xəritəsi “nin nəticələrini göstərə bilərik ki, 2015 və 2019-cu illərin apardığımız təhlilə əsasən gələn turistlərin sayında 1.7 dəfə artım, ümumi ölkə üzrə yerləşdirmə komplekslərinin şəraitin yaxşılaşdırılması, sayının artırılması ilə mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərində 2.5 dəfə artım qeydə alınmışdır. Eləcə də gələn turistlərin təkcə Bakı deyildir, iqtisadi rayonlara olan tələbatı artmışdır. Belə ki iqtisadi rayonlarda yerləşdirilən turistlərin sayında isə 2.4 dəfə artım qeydə alınmışdır. Proqramın əsas məqsədi ölkəni turistlərin daha müraciət etdikləri turistik məkana çevirmək, beynəlxalq təcrübənin tətbiqi ilə turizm sektorunda inkişaf etmiş ölkələrlə rəqabətə davamlı mühit yaratmaq və maksimum səviyyədə regionların turizm ehtiyatlarından istifadə etməkdir. Xarici və yerli turist qruplarını segmentləşdirərək yeni turizm növləri və xidmətləri ilə turizm bazarına inteqrasiya etməyi təmin etmək və uzunmüddətli inkişaf strategiyası ilə çıxış etməkdir. Azərbaycan Respublikası regionlarının turizm ehtiyatlarından istifadə sosial problemlərin həllinə, iqtisadiyyatın inkişafına yol açır. Qeyd edək ki, bu nəticənin əldə olunmasına imkan verən Azərbaycanın əlverişli-coğrafi mövqeyi, dağ və düzənlik relyefinin mövcudluğu, dəniz sahilində yerləşməsi, iqlim tiplərinin müxtəlifliyi, flora və faunanın zənginliyi, mədəni-tarixi irsi vardır.

Ölkəmizin böyük turizm-rekreasiya potensialı ilə seçilən Şəki-Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonu Azərbaycanın şimal-şərqində, Böyük Qafqazın cənub ətəyində və Qanıx-Əyriçay vadisində yerləşir. Bu iqtisadi rayon Balakən, Zaqatala, Şəki, Qax, Oğuz, Qəbələ inzibati rayonlarını əhatə edir. Regionda mineral, termal bulaqlar, etnoqrafik abidələr, təbiət abidələri yerləşir. İqtisadi rayon turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı baxımından böyük ehtiyatlara sahibdir.

İqtisadi rayonda ekoturizmin inkişafı üçün əlverişli turizm resursu olan İlisu dövlət qoruğu, Zaqatala dövlət qoruğu, Qaxda Acınohur göl, Malarasa aşırımı, Qəbələdə yerləşən “Yeddi Gözəl“ şlaləsi, Nohurgöl, Xalaxi gölü mövcuddur. Hətta Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin maliyyə dəstəyi ilə “Qəbələ-sağlam mühit” ictimai birliyi Balakən rayonunda 2018-ci ildə “Şəki-Zaqatala regionu üzrə ekoturizmin inkişafı məsələləri” adlı layihə çərçivəsində tədbir həyata keçirtmişdir. Məqsəd regionun ekoturizm potensialını inkişaf strategiyasına çevirmək, turist axımına nail olmaqla bərabər ərazi haqqında yüksək imic formalaşdırmaqdır.

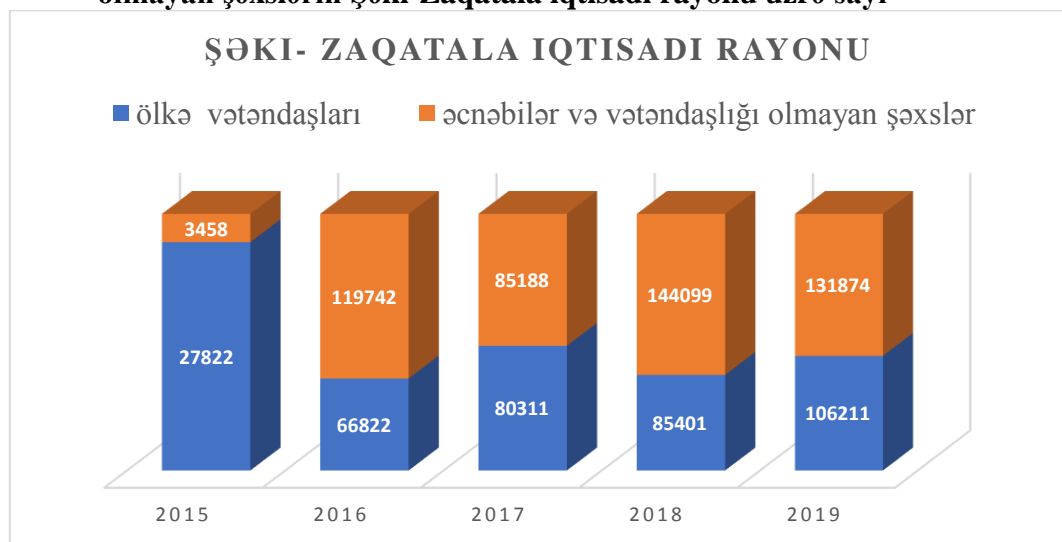
Şəki-Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonu 9 şirin və 150-dən artıq mineral su yataqları potensialını özündə daşıyır. Bu isə balneoloji turizmin inkişafında böyük bir potensial deməkdir. Çimçimax, Moxsu, Bum, Xalxa, Buğuşor, Suskən mineral-termal su mənbələri ürək-damar, əsəb, əzələ xəstəliklərinin müalicəsində yerli əhəmiyyətə malikdir. 4 mineral bulaq Qax rayonu üzrə, 22 mineral, termal bulaqlar Zaqatala rayonu üzrə, Qəbələ rayonunda 3, Oğuz rayonu üzrə 3, Şəki rayonunda isə 1 müxtəlif kimyəvi tərkibə sahib mineral su mənbəyi aşkar edilmişdir. Bu mineral və termal bulaqlardan yüksək temperatur səbəbi ilə həm termal enerji, həm də ətrafında kurortların qurulması məqsədilə istifadə edilə bilər.

Region eyni zamanda tarixin mədəni irsi nümunələrində özündə daşıyan 400 tarixi abidələr vardır. Bu tarixi abidələrə nümunə olaraq Şəki şəhərində yerləşən Şəki xanlarının evi, Aşağı karvansaray, Ağvanlar hamamı, Gavur qalası, Gələrsən-Görərsən, Kiş kəndi ətrafında yerləşən Kiş məbədi misal gətirmək olar. Zaqatala rayonu ərazisində yerləşən Şeytan qalası, Zaqatala qalası, Pəri qala qədim xanlıqların ölkəmizdə mövcudluğunu əks etdirən tarixi nümunələrdir. Rayon ətrafı Mamrux, Çardaxlar, Mazıx kəndlərində qədim alban məbədləri, abidələri, qüllələri hələ də mövcuddur. Qəbələ rayonu ərazisində isə 90-dan artıq tarixi-etnoqrafik abidələr qeydiyyatda alınmışdır. Bu tarixi abidələri qorumaq və nəzarətdə saxlamaq məqsədi ilə Qəbələ tarix-mədəniyyət qoruğunun əsası qoyulmuşdur. Regionda tarixi incilər olan qədim daş kurqanlar, Surxay qalası, IV əsrə aid olan Alban məbədi, Həzrə kəndi

ətrafında yerləşən türbələr, 8 güşəli məscid, Cümə məscidi, Komurad məqbərəsi yerləşir. Oğuz rayonu ərazisində 39 tarixi memarlıq abidəsi vardır ki, buaraya Muxas qülləsi, Surxayxan qalasının qalıqları, Sarısu çayının üstündə Daşüz körpüsü, tarix-diyarşünaslıq muzeyinin yerləşdiyi alban məbədi daxildir. Bu tarixi abidələr etnoqrafik turizm resursu olaraq böyük əhəmiyyətə malikdir. Abidələrin bərpası və bu destinasiyaların etnoqrafik turizm marşrutlarında yer alması turistlərin həm məlumatlılığını, həm də gələn turistlərin sayının artıracaqdır.

Baramaçılığın və ipəkçiliyin təbliği, ipəyin və ondan kələğayılının necə hazırlanması prosedurlarının turistlərə təqdim edilməsi, ekskursiyaların təşkili turistlərin maraq dairəsi çərçivəsindədir. Turizmin müxtəlif növlərinin təşkili, rayonda turizmin təbliği gələn turistlərin sayında illər üzrə xeyli artıma səbəb olmuşdur. Aşağıdakı cədvəldə yerləşdirmə müəssisələrində yerləşdirilən şəxslərin sayını görə bilərik.

Diaqram 5: Yerləşdirmə müəssisələrdə yerləşdirilmiş ölkə vətəndaşları və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə sayı



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

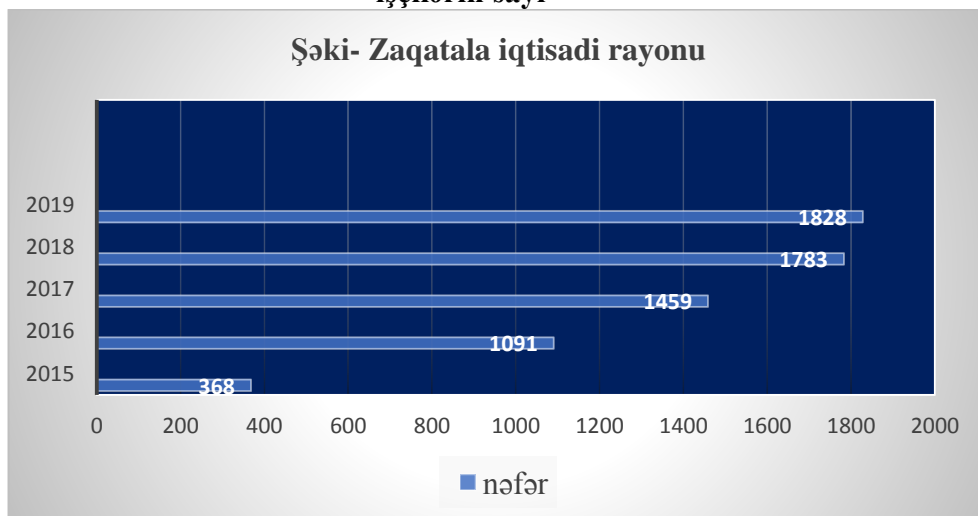
Diaqramdan da aydın olduğu kimi gələn turistlərin sayında artımın olması ilə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrə olan tələbat artmışdır. Belə ki 2015-ci

ildə 31280 ümumi, 2019-da isə bu 238085 ümumi turist gəlmişdir. Bu da yerləşdirmə komplekslərinə olan müraciətdə 7.6 dəfə artımdır. Təbii ki bu reallaşdırılan dövlət proqramlarının, keçirilən layihələrin uğurlu nəticəsidir. Lakin burada kiçik bir nüansa diqqət yetirmək lazımdır ki, diaqramda göy hissədə verilən rəqəmlər ölkə vətəndaşlarının, narıncı rəngdə verilən hissə isə əcnəbilər və vətəndaşların sayıdır. 2015-ci ildə edilən müraciətlərin 27822-89%-i ölkə vətəndaşlarının müraciəti, qalan 11% - 3458 isə xarici vətəndaşlardır. Amma 2016-cı ildə edilən müraciətlərin 119742-56% -i xarici vətəndaşlar, 44 % -66822 isə ölkə vətəndaşlarıdır. Cəmi 1 il fərq ilə gələn xarici vətəndaşların sayında 45% artım olmuşdur. 2017, 2018, 2019-cu illərdə də ümumi gələnlərin sayı artmış və yenə də üstünlüyü xarici vətəndaşlar təşkil edir. Xarici turistlərin üstünlük təşkil etməsində səbəb yol infrastrukturunun bərpa edilməsi, gözəl istirahət mərkəzlərinin və yüksək səviyyəli xidmətlər təklif edən otellərin istifadəyə verilməsi və paytaxta gələn xarici turistlərin regionun turizm potensialı tanışlığının artırılması və turlar vasitəsilə regiona yönləndirilməsidir.

Regional turizmin əsas xüsusiyyətləri hər regionun turizm potensialını sosial-iqtisadi istiqamətlərdə iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək və bunun iqtisadi-sosial nəticələrini regionun inkişafı istiqamətində istifadə etməkdir. Təhlillərdən də bildiyimiz qədər ilə turizm regionun inkişafında lokomotiv olan qeyri-neft sektoru sahəsidir və ən əsası yerli əhalinin işsizlik probleminin həllində, yoxsulluğun azalmasında böyük rol alır. Açılan mehmanxana və mekmanxana tipli yerləşdirmə müəssisələrində yerli əhalini müəyyən təlim keçib, işə cəlb edərək həm də urbanizasiya problemini həllinə və yerli əhalinin dünya görüşü, savadlılığın artırılmasına da nail olmaq mümkündür. Gələn turistin sayı artıqca bu yeni iaşə obyektlərinin açılması yerləşdirmə komplekslərinin artımını tələb edir. Gələn turistləri yerləşdirmək üçün də mehmanxana, otel kimi komplekslər də onlara xidmət göstərən personal tələb olunur ki, bu da regionda yerləşən əhalinin işlə təmin olunması deməkdir.

Aşağıdakı diaqramda da bu yerləşdirmə komplekslərində işləyən işçilərin sayını görə bilərik.

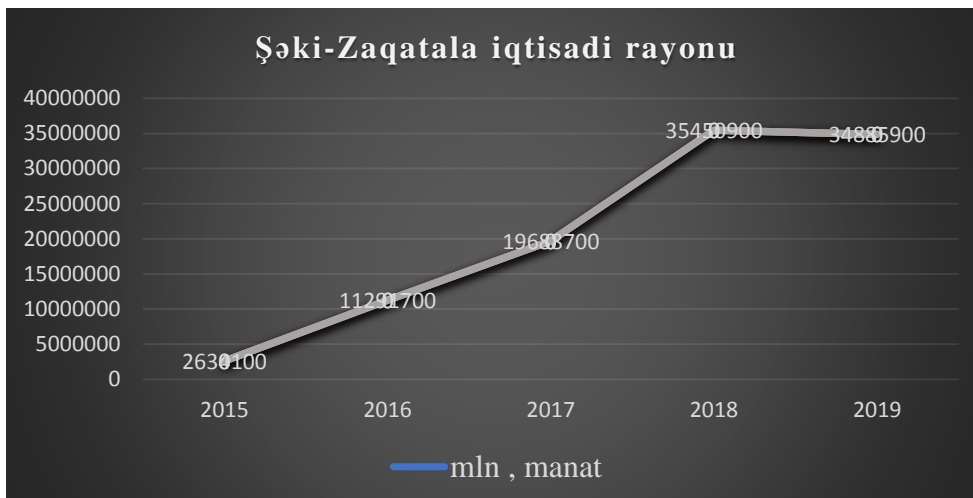
Diaqram 6: Şəki – Zaqatala İqtisadi rayonu üzrə yerləşdirmə müəssisələrdə çalışan işçilərin sayı



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Apardığımız araşdırmadan da aydın oldu ki, turizmin regionlarda inkişafına təkan vermək və regionlarda yüksək səviyyəli, müxtəlif turistik tələblərə cavab verən otel, mehmanxana inşa edərək və infrastrukturu bərpa edərək, turistləri paytaxtdan regionlara yönləndirmək və burada otellərdə yerli əhalini işlə təmin edərək, eyni zamanda zəif inkişaf edən regionların iqtisadi cəhətdən irələməsinə belə nail olmaq mümkündür. Aydın olur ki, gələn turistlərin sayı artıqca və mehmanxana tipli komplekslər çoxaldıqca bu işə götürülənlərin sayında da artım deməkdir. 5 ilin yenə də müqayisəli təhlilinə baxsaq görürük ki, 2015-ci ildə işəgötürülənlər 368, 2019-cu ildə isə 1828 nəfər olub. Bu 5 dəfə artımın olduğu bir sosial nəticədir. Və illər üzrə bu artım dinamikası ilə davam edib. Turizmin bir regionda inkişafı sosial problemin həllində böyük bir vasitəçidir. Yoxsulluğu müəyyən bir çərçivədə azaldır, ixtisaslı kadrların əmək miqrasiyasını azaldır və regionlarda kadr çatışmazlığı problemini qismən də olsa, həll edir və turizmin regionda bu sosial effektidir. Eləcə də gənc kadrları bölgələrdə yaşamağa sövq edir. Gələn turist özü ilə bərabət xarici valyutanı da ölkəyə gətirir. Turist mehmanxanada kirayə otaq götürərək və ya regiona xas məhsulu almaqla öz pulunu xərcləyir. Bu da dolaylı olaraq həm yerli əhalinin gəlirlilik qabiliyyətini artırır, həm də yerli büdcələri formalaşdırır. Diaqramda bunun aydın şəkildə izahını görmək olar.

Diaqram 7: Yerləşdirmə müəssisələrin Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə gəlirləri



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında magistrant tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Gördüyümüz kimi, turizm sektoru həqiqətəndə regionlarda yerli büdcənin formalaşmasında vasitəçi rolu oynayan bir iqtisadi sahədir. Gələn turist ilk növbədə mehmanxana, otel kimi yerləşdirmə müəssisələrinə müraciət edir. Və onun bu yerləşdirmə komplekslərindəki xərclədiyi vəsait bu müəssisələrin gəlirləridir. Onu da əlavə edim ki, regionlarda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdən əldə edilən gəlir bölgələrdə sahibkarların fəaliyyətini dəstəkləyir və tək bir yerləşdirmə kompleksindən əldə olunan vəsait yerli büdcəni müəyyən faiz formalaşdırır. Müqayisəli təhlilə baxsaq görərik ki, 2015-ci ildə yerləşdirmə müəssisələrindən əldə olunan gəlir 2 630, 1 mln manat, 2019-cu ildə bu vəsait isə 34 885, 9 mln manatdır. Və 1-ci diaqramdan da anlaşıldığı kimi 2015-ci ildən sonra turistlərin sayında olan 7.6 dəfə artım həmin illərin müqayisəli təhlilində təkə yerləşdirmə müəssisələrinin gəlirlərini 17 dəfə artırıb. Bu iqtisadi irəliləməni əldə etməyin səbəbi beynəlxalq səviyyəli sərgilərdə iştirak, turizm marşrutları təşkil olunaraq xarici turistləri rayonun perspektivi ilə tanış etmək və informasiya kommunikasiya vasitələri ilə məlumatlılığı artırmaq, eləcə də yeni turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi, nəqliyyat və yerləşdirmə infrastrukturunun təkmilləşdirilməsidir. Belə ki, təhlillərdən əldə etdiyimiz nəticələrə əsasən iqtisadi rayonun SWOT təhlilini apara bilərik.

Güclü tərəflər

- Regionun tarixi-mədəni abidələrə, füsunkar təbiətə, əlverişli coğrafi-strateji mövqeyə sahib olması

- Region turizminin dövlətin diqqət mərkəzində olması

- Müalicə, kənd, dağ, ekoturizmin, etnoqrafik turizmin inkişafı üçün potensialın olması

Zəif tərəfləri

- Mövsümlilik amilinin təsiri ilə turizmə marağın regionda azalması və bununla əlaqədar kənd ehtiyatı problemi

- Müalicə turizmi üçün potensial olsa da, müalicə-sanatoriya komplekslərinin qismən az sayda olması

- Regionda müxtəlif xarici dillərdə danışanların azlıq təşkil etməsi

- Turizm informasiya mərkəzlərinin regionun dağlıq ərazilərində mövcud olmaması

İmkanlar

- Turizm ehtiyatlarının yeni turizm xidmətlərinin yaradılması yönündə istifadəyə əlverişli olması

- Dövlət dəstəyi ilə bərabər xarici investisiya şirkətlərinin regionda turizm sektorunun yaradılmasına maraqlı olması

Təhlükələr

- Lazımı infrastrukturun olması üçün maliyyə çatışmazlığı, xarici investorların daha böyük paya sahib olma istəkləri

- Təbliğat fəaliyyətlərinin məqsədə müvafiq şəkildə həyata keçirilməməsi

SWOT təhlilin izahı olaraq deyə bilərik ki, Şəki-Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonu turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf perspektivini özündə saxlayan rayondur. Güclü tərəflərə izah olaraq onu qeyd edə bilərik ki, regionların dağlıq relyefe malik olması, müalicəvi sular, mineral bulaqlarla zənginliyi, sıx meşə örtüyü, tarixi abidələr, müalicə, dağ, etnoqrafik turizm, ekoturizmin, dini turizmin inkişafı üçün böyük bir zəmin

yaradır. Əhalinin əksər hissəsinin kənd təsərrüfatı ilə məşğul olması kənd yaşıl turizminin fəaliyyətinin genişləndirilməsində böyük rol oynayır. Yerli əhalinin statusu daha da güclənir, əhali artıq təkcə ənənəvi kənd təsərrüfatı ilə məşğul olmaqdan savayı da, bu fəaliyyəti turizm xidmətinə də çevirməyi öyrənir. Bu da dağlıq ucqar regionlarda gəlirlilik qabiliyyətini artırır, yerli əhalinin mədəni və yerində xidmət səviyyəsini inkişaf etdirir və qlobal dünyaya inteqrasiya etməyə şərait yaradır. 1-ci fəsildə də haqqında bəhs etdiyimiz dövlətin icra etdiyi Şəhərdən-Kəndə turizm layihəsinin də məqsədi kənd turizmini inkişaf etdirib turistlərə daha yaxşı xidmət təqdim etməkdir. Zəif tərəfləri olaraq yay mövsümündə xidmət göstərilməsi digər fəsillərdə bu sferada çalışan işçi heyətini işsiz qoyur və yerlərdə turizmə olan marağı azaldır. Bunun qarşısının alınması üçün qış turizminin inkişaf etdirilməsi əsas məsələlərdən biridir. Lazımi infrastrukturun olmaması mineral bulaqların, termal suların tam perspektivindən istifadə etməyə, bu müalicəvi suların əhəmiyyətini, perspektivini qlobal miqyasda tanıtməyə imkan vermir. Gələn xarici turistlərə lazımi dərəcə də xidmət göstərmək, nələrdən razı və ya narazı qaldıqlarını öyrənmək, daha nələri görmək istədiklərini bilmək, bir sözlə qarşılıqlı anlaşmanı tam etmək üçün dil biliklərinin turizm işçiləri, yerli əhali arasında inkişaf etdirmək lazımdır. Çünki gələn turistin maraqlarını öyrənmək üçün dil bilikləri kifayət qədər lazımi səviyyədə olmadıqda bu problemlər yaradacaqdır. Bəzən regionlara müraciət edən turistlərin narazı qaldıqları əsas məsələ bölgənin turizm informasiya mərkəzlərində turizm fəaliyyəti ilə bağlı bukletlərin, kitabçaların, turizm saytlarının olmaması və ya lazımi səviyyədə işləməməsidir. Bu da gələn turistin rayonda əyləncə, kafe, istirahət mərkəzləri, mehmanxana və digər yerləşdirmə müəssisələri haqqında tam informasiya əldə etməməsinə səbəb olur. Diaqram1-dən də gördüyümüz kimi dövlətin reallaşdırdığı turizm layihələrinin, turizm sərəgilərinin uğurlu nəticəsi olaraq xarici turistlərin sayı yerli turistləri ötmüşdür. Deməli turizm imkanlarını daha da artırmaq üçün viza proseslərinin asanlaşdırılması, turistlərin daha da çox gəlməsi üçün nəqliyyat infrastrukturunun bərpası gəlmə turizmdə yüksəlməyə səbəb olur. Dövlətin

sahibkarlara dəstək olması ilə ictimai iaşə fəaliyyətinin artması turistlər üçün regionda əlçatanlığı artırır. Bəzən bölgələrdə xarici investorların regionun potensialını istehsala çevirmək arzuları regionlardan gələn gəlirin daha böyük bir payına səbəb olma istəkləri ilə sonlanır. Bu da yerli büdcələrin formalaşmasında problemlərə, xarici şirkətlərin bölgədə daha böyük bir paya sahib olması ilə nəticələnir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ REGIONLARARASI TURİZM FƏALİYYƏTİNİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ HƏLLİ YOLLARI

3.1. Azərbaycanın regionlararası turizm fəaliyyətinin resurs potensialı və qiymətləndirilməsi

Ölkədə turizmin inkişafında əsas amil təbii ki, turizm potensialının olmasıdır. Ölkənin turizm potensialı dedikdə təbii, antropogen, sosial-iqtisadi turizm resursları nəzərdə tutulur. Turizm resurslarının tərkibinə isə təbii, iqlim, dini, tarixi-arxitektur, sosial-mədəni kimi resurslar daxil edilir. Dörd mövsümün xüsusiyyətlərini özündə daşıyan, qonaqpərvər xalqa malik, tarixi, mədəni və təbii gözəlliklərin iç-içə yaşandığı Azərbaycan turizmin inkişafı üçün əsas turizm resurslarına malikdir. Planetdə mövcud 11 iqlim zonasından 9-nun ölkəmizdə mövcudluğu, Böyük və Kiçik Qafqaz dağları ilə əhatə olunması və geniş meşə örtüyü, əzəmətli çaylar və göllərin mövcudluğu, milli parklar, yasaqlıqlar, təbii qoruqlar, zəngin flora və fauna tərkibinin olması, ölkəmizin Xəzər dənizi sahilində yerləşməsi, mineral bulaqlar və palçıq vulkanları, müalicəvi Naftalan neftinin mövcudluğu turizmin müxtəlif növlərinin inkişafı (çimərlik, eko, dağ, müalicə, kənd turizminin) baxımından əlverişlidir. Azərbaycan qədim tarixi irsə və mədəniyyətə sahib bir ölkədir. Ümumi olaraq 6 mindən çox ölkə üzrə tarixi- memarlıq abidələri mövcuddur. Qız qalası, Qobustan qayaüstü rəsmləri, atəşpərəstlik abidələri, türbələr, sərdabələr, alban kilsələri, qədimdən ölkəmiz Böyük İpək yolu üzrə yerləşdiyindən karvansaraların qalıqları, saraylar tarixi- etnoqrafik turizmin inkişafında böyük turizm resurslarıdır.

Regionlarımızın turistik potensialı müxtəlif yeni turizm növlərinin inkişafı üçün əlverişli zəmin yaradır. Dünya təcrübəsinə əsaslanaraq müxtəlif turizm növlərini lazımi səviyyədə inkişaf etdirmək mümkündür. Əsas qarşıya qoyulan məqsəd ümumi turizm tələbatının regionlarda formalaşdırılması və regionun sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasında turizmin əsas vasitəçi olmasıdır. Qonşu Türkiyənin, Gürcüstanın

təcrübəsinə əsaslanaraq qastronomik turizmin inkişafını təmin etmək lazımdır. Bu turizm növünün inkişafı üçün mövcud potensial da vardır. Dünyada səfər edən turistlərin 88.2 % getdikləri ölkənin ilk növbədə milli mətbəxi ilə maraqlanırlar. Məhz bu səbəbdən qastronomik turizmin inkişafı üzrə islahatların aparılması vacibdir. Regionların özünə məxsus milli mətbəxini, yeməkləri nəinki turistlərə təqdim etmək, eyni zamanda Azərbaycan mətbəxi brendi adı altında dünyada tanıtdırmaq lazımdır. Və bunun üçün çoxlu sayda tədbirlər, festivallar keçirilir. Qəbələdə mürəbbə festivalı keçirilir və festivalda 25 ölkə və yerli istehsal müəssisələrimiz öz istehsal etdikləri məhsullarla çıxış edirlər. Bu festivalın müsbət nəticəsi olaraq xarici turistlər iştirak edirlər və yerli mətbəxlə tanış olurlar. Qubada oktyabrda alma festivalı qeyd edilir. Hətta 2019-cu ildə keçirilən tədbirdə 20 000 yerli və xarici vətəndaşlar iştirak ediblər. Nardan çeşidli kulinariya məhsullarının hazırlandığı, əl işlərinin nümayiş olunduğu Nar bayramı qeyd edilir və bu festival Gəncədə noyabr ayında təşkil olunur. 2005-ci ildən keçirilən Nar bayramı UNESCO-nun Rerezentativ siyahısına salınıb. Gəncə şəhərində dekabr ayında eyni zamanda yerli müəssisələrin istehsal etdiyi məhsulların nümayiş olunduğu Şərab festivalı keçirilir. Ağsu, İsmayıllı, Gəncə, Şamaxı, Şəmkir rayonlarında əkilən yerli üzüm sortlarından hazırlanan şərablar nümayiş olunur. Bu tədbirin məqsədi yerli brendi tanıtmaq və gələn xarici turistlərin yerli istehsalla olan tanışlığını yaratmaqdır. Balakən rayonunda noyabr ayında Xurma festivalı keçirilir. Festival çərçivəsində rayonda yaşayan müxtəlif xalqların nümayəndələrinin adət-ənənələri, kənd təsərrüfatı məhsulları və fərqli kulinariya məhsulları sərgilənir. 2017-ci ildə Lənkəranda keçirilən “Çay, çəltik və sitrus” festivalında 30 000 xarici və yerli turistlər iştirak edib. Keçirilən festivallar gəlmə turizmin inkişafında, yerli istehsal müəssisələrinin həm yerli məhsulun nümayişi ilə bərabər, eləcə də növbəti dövrlərdə yeni alıcı qrupları tapmasında və yerli markanın tanınmasında, ictimailəşməsində mühüm rol oynayır. Xarici dövlətlərin qastronomik turizmin inkişafı təcrübələrini tətbiq edərək nəticələr əldə etmək mümkündür. Koreya dövlətinin turizminin inkişafında olan son 10 ildəki inkişaf strategiyasına baxsaq görürük ki, turistlərin

artımındakı böyük payı olan məhz gastronomik turizm olmuşdur. Belə ki, digər dövlətlərdə çoxlu koreya restoranlarının açılması və müasir dövrün tələblərini nəzərə alaraq sosial şəbəkələrdə koreya mətbəxi ilə tanışlığın artırılması olmuşdur. Bu da dünyanın dörd bir yanından böyük kütlənin ictimai marağına səbəb olmuş və ölkəyə gələn turistlər məhz kore yeməklərinin dadına baxmaq üçün ölkəyə səfər edirlər və turizm gəlirlərində gastronomik turizmin inkişafı ilə 40%-lik artım olmuşdur. Azərbaycan mətbəxini dünyada tanıtdırmaq və yerli brend adı altında bu turizm növünü inkişaf etdirmək mümkündür. Bunun bir nümunəsi olaraq youtube da təqdim olunan “Kənd həyatı“ telelayihəsini göstərə bilərik ki, bu yerli yeməklər, onların hazırlanma qaydası bu turizm növünün həvəskar turistləri üçün həm motivasiyaedici, eləcə də məlumatlılığın artırılması baxımından böyük bir addımdır. Ölkəmizin milli yeməklərini tanıdan restoranlar şəbəkisini dünyanın 4 bir yanında açaraq turistləri milli mətbəximizlə tanışlığını artırmaq olar.

Müalicə turizmini kükürlü suların, mineral bulaqların, palçıq vulkanların, Naftalanın müalicəvi neftin və Naxçıvanın duz mağaralarının olması potensialını nəzərə alaraq inkişaf etdirmək mümkündür. Ölkəmizdə mövcud olan vulkan palçığı neftlə qarışıq olduğu üçün daha keyfiyyətli və müalicəvidir. Bu səbəbdən də palçıq vulkanlarının dünya miqyasında ekoturizmə daxil edilməsi günün tələbidir. Dünyada olan palçıq vulkanlarının 70 faizə qədəri Azərbaycanda, xüsusən də Abşeron yarımadası, Qobustan ərazisi, Şirvan, Dağlıq Şirvan və Ceyrançöl ərazilərindədir. İslandiya hökumətinin təcrübəsinə baxsaq görərik ki, tək-cə termal su hövzəsi olan Blue Laqun ətrafında sanatoriya-istirahət kompleksi infrastrukturunu yaratmaqla 2019 ildə 125 milyon avro gəlir əldə edib. Bu həm də həmin ölkənin turizm sektorunda böyük bir təsirə sahib olmuşdur. Məhz zəif iqtisadi mövqeyə malik Abşeron, Qobustan ərazisində palçıq vulkanları ətrafında sağlamlıq sanatoriyaları inşa etmək mümkündür. Turizmin vasitəçi olması müalicəvi tərkibə malik bu palçıq vulkanlarının dünya miqyasında tanınmasında, bölgə ətrafında yol infrastrukturunu, yerləşdirmə infrastrukturunu yaratmaqla həmin regionda şəhərsalma, daha sıx məskunlaşmaya

səbəb olacaqdır. Yerli əhalinin işsizlik probleminin həllində yardımçı olacaqdır. Turistlərin gətirdikləri valyuta da bölgələrin yerli büdcəsinin formalaşmasında mühüm yer alacaqdır.

Bölgələrimizdə kənd turizminin inkişafı həmin regionlarda yaşayan yerli əhali üçün yeni gəlir mənbələri rolunu oynayır və yeni biznes imkanları, anlayışı yaradır. Almaniya, İtaliya, Vietnam kimi ölkələrin təcrübəsində kənd turizmi turistlərin daha müraciət etdikləri turizmdir. Əgər əvvəllər kənd təsərrüfatı dedikdə ağıllara əkinçilik və heyvandarlıq kimi məşğulluq növləri gəlirdisə, lakin indi kənd turizmi anlayışı yerli əhaliyə turizm vərdişləri aşılamaq, yeni məşğulluq növləri yaratmaqda böyük rola malikdir. Kənd əhalisinin təbiətə əvvəlki münasibətlərinin dəyişməsində və artıq onların turizm fəaliyyəti haqqında düşünməsinə zəmin yaradır. Eyni zamanda kənd turizmi gələn turistləri yerləşdirmək üçün öz evlərini kirayə verən kiçik sahibkarlar yaradır. Bilavasitə olaraq, kənd turizminin inkişafı ərazi üzrə nəqliyyat, səhiyyə xidməti, kommunikasiya, habelə yolların bərpası və düzəldilməsi işlərinə də öz təsirini göstərir. Buna misal olaraq son illər İsmayilli rayonunda yerləşən Lahıc qəsəbəsini, Şəkini misal göstərmək olar ki, turizmin burada inkişafı yerli əhalinin suvenir, aksesuar satışlarından, misgərlik məhsullarının və regiona xas olaraq hazırlanan qida məhsullarının satışından gəlirlərini artırmış, insanların kiçik ticarətlə məşğul olmağa həvəsləndirmiş və turistlərin və yerli əhalinin gediş-gəlişinin asanlaşması üçün yeni yolların çəkilməsinə səbəb olmuşdur. Bu da nəticə olaraq yerli əhalinin və gələn turistlərin xidmətlərə olan əlçatanlılığını artırır.

Azərbaycanda çay turizminin təşkili üçün əlverişli coğrafi mövqe mövcuddur. Kür çayı boyunca lazımi infrastruktur qurmaqla, turistlərin təhlükəsizliyini təmin edərək kiçik qayıqlarla səyahət, balıq tutmaq kimi turlar təşkil etmək olar. Avropa ölkələri, Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin yerli təcrübəsində çay turizminin çox müraciət edilən alternativ turizm olduğunu görmək olar. Bu yeni turizm xidmətinin yaradılması həm də yerli əhalinin məşğulluq fəaliyyətini artırmış olacaq, əhali məskunlaşması baxımından zəif inkişaf edən Kür çayı ətrafı rayonlarda məhz turizmin inkişafı ilə,

yeni turistik infrastruktur (mehmanxana, otel, kafe, restoran, qonaq evləri, rabitə - kommunikasiya şəbəkəsi) qurmaqla, ticarət mərkəzləri açaraq şəhərlərdən gələn və yerli əhalini burada işlə təmin etmək, şəhərlərin abadlaşmasına regionun perspektivini artırmağa təkan verəcək.

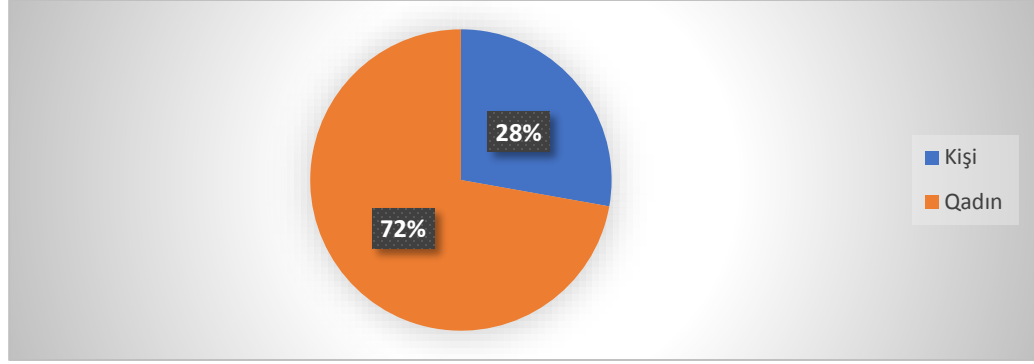
Dağlıq ərazilərdə ekstremal turizmin təşkili dünya təcrübəsində çox müraciət olunan turizm növüdür. Çin, Nepal Himalay dağları, İsveçrə, Fransa Alp dağları, Yaponiya Mount Fuji dağına hər il 100 minlərlə turlar təşkil edirlər. Azərbaycanda da Böyük və Kiçik Qafqaz dağları dağ idman növləri baxımından böyük perspektivi vardır. Qafqaz dağlarının meşə vadiləri, mənzərəli dərələri, mağaraları, əzəmətli zirvələri və buzlu gölləri turistlər üçün hər zaman böyük maraq kəsb edib. Paraşütdən tullanma, alpinizm, trekinq və piyada turizmi bu ərazilərdə təhlükəsizlik tədbirləri nəzərə alınaraq təşkil oluna bilər.

Regionlarda turizm potensialının tam istehsala çevrilməsi, turizm inkişafının və turizm resurslarının cəlb ediciliyinin artırılması, uğurlu reklam-təbliğat işlərinin aparılması, əhalinin turizm xidmətlərindən istifadəsinin təmini qarşıda dayanan əsas hədəflərdəndir. Dövlət dəstəyi ilə investisiyalar ayırmaq və bu vəsaitlərin regionların yenidən qurma işlərinə cəlb edilməsi, regionlarda turizm biznes mühitinin qurulması, maliyyə problemlərinin həlli kimi iqtisadi məsələlər qarşıda dayanır.

Regionlarda turizm fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi, yerli turistlərin ölkədaxili regionlarda turizm xidmətlərindən istifadəsi və xidmətlərin keyfiyyəti ilə bağlı fikirlərini öyrənmək məqsədi ilə biz anket vasitəsilə əhali arasında sorğu təşkil edib fikirləri öyrənməyə çalışdıq. Təşkil etdiyimiz sorğunun məqsədi regionlarda mövcud turizm vəziyyətini təhlil etmək, turizm xidmətlərindən istifadə edən respondentlərin keyfiyyət və kəmiyyət göstəriciləri ilə bağlı rəylərini öyrənmək və mövcud çatışmazlıqlara uyğun həlli təklifləri verməkdir.

Tərtib etdiyimiz anket 20 sualdan ibarətdir.

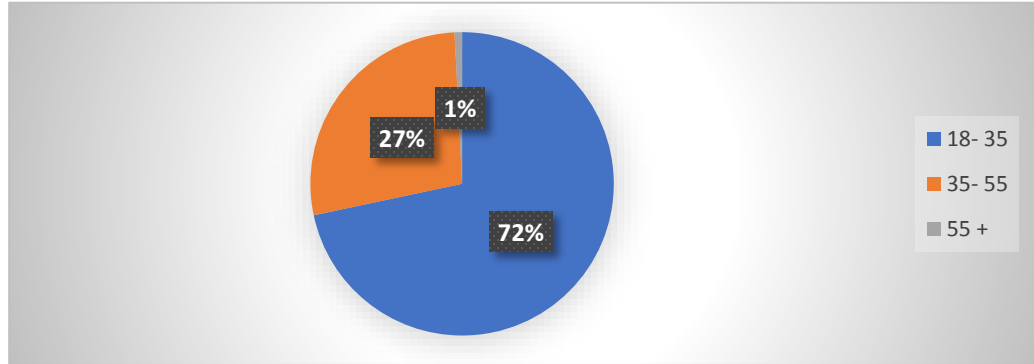
Diaqram 8: Respondentlərin cinsi



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Diaqramdan da görüldüyü kimi, respondentlərin 78 nəfəri qadın , 30 nəfəri kişidir. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti isə müvafiq olaraq 72%- i qadın, 28% -i isə kişidir.

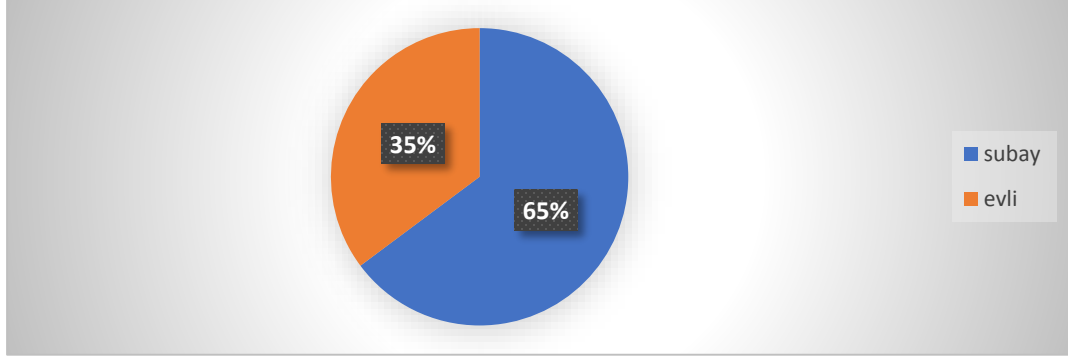
Diaqram 9: Respondentlərin yaşı



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 77 nəfəri 18- 35 yaş, 28 nəfəri 35-55 yaş, 3 nəfər 55+ yaş qrupuna daxildir. Aydın olur ki, turizmdən istifadə edənlərin böyük bir qrupu gənclərdir. Gənclərin üstünlük təşkil etməsi gəzib-görmək, kəşf etmək istəklərinin daha çox olması ilə bağlıdır. Bu qrup insanların daha çox asudə vaxtları olduğundan turizm xidmətlərinə daha çox müraciət edirlər. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti isə müvafiq olaraq 72%, 27% , 1 % -dir.

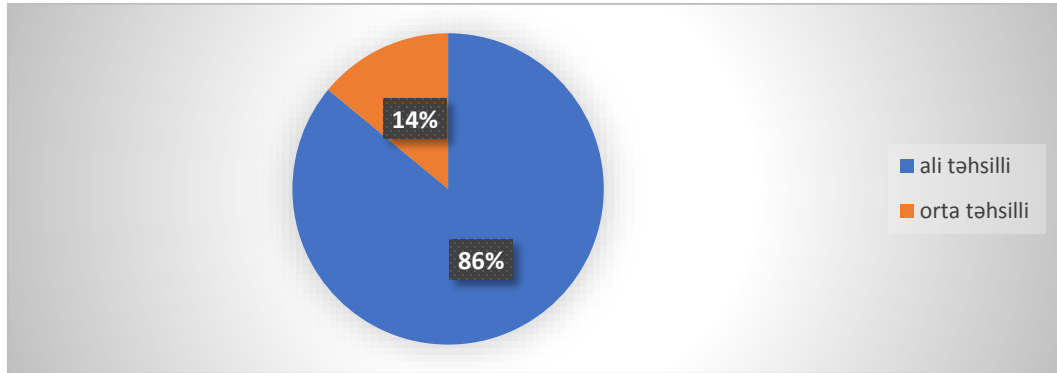
Diagram 10: Respondentlərin ailə vəziyyəti



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 70 nəfəri subay, 38 nəfəri ailəlidir. Ailəli olmayan şəxslərin turizm xidmətlərindən çox istifadə etməsi son vaxtlar universitet tələbələrinin qrup yoldaşları ilə birgə turlarla, məktəblilərin regionlara ekskursiya məqsədilə səfər etməsi ilə bağlıdır. Evli olmayan şəxslərin əldə etdikləri gəlirlərin təkəcə öz yaşam tərzlərinə kifayət etdiyinə görə, əlavə xərcləri çox olmadığı üçün istirahətə daha çox yönəlirlər. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 65%, 35 %-dir.

Diagram 11: Respondentlərin təhsil səviyyəsi

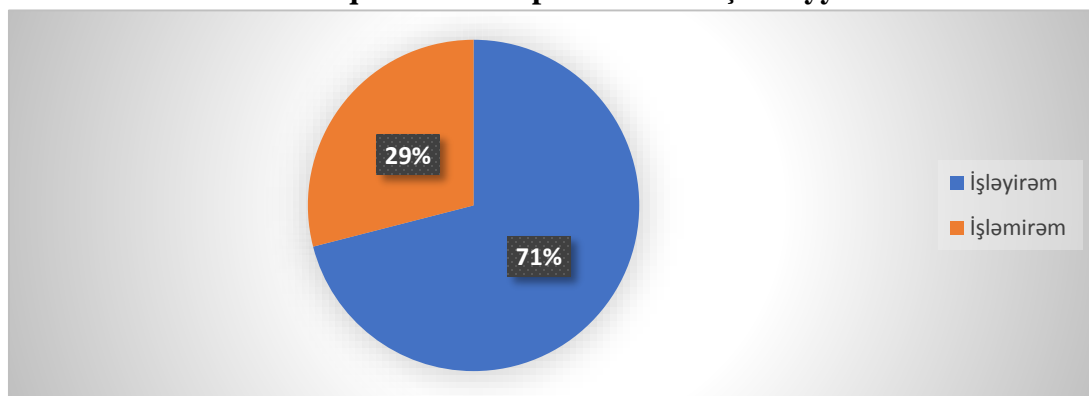


Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 92 nəfəri ali təhsilli, 16 nəfəri orta təhsillidir. Ali təhsilli şəxslərin daha çoxu işlədikləri üçün bu iş yerlərindən onlara verilən ezamiyyət, məzuniyyəti daha yaxşı dəyərləndirmək istəkləri və turizm xidmətlərindən daha çox istifadə etməkləri ilə

əlaqəlidir. Belə ki, respondentlərin fəaliyyət göstərdikləri müəssisələrdən onlara verilən pulsuz tur paketlərin, tələbələrə turizm müəssisələrində müəyyən güzəştlərin edilməsi ilə bağlıdır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 86%, 14%-dir.

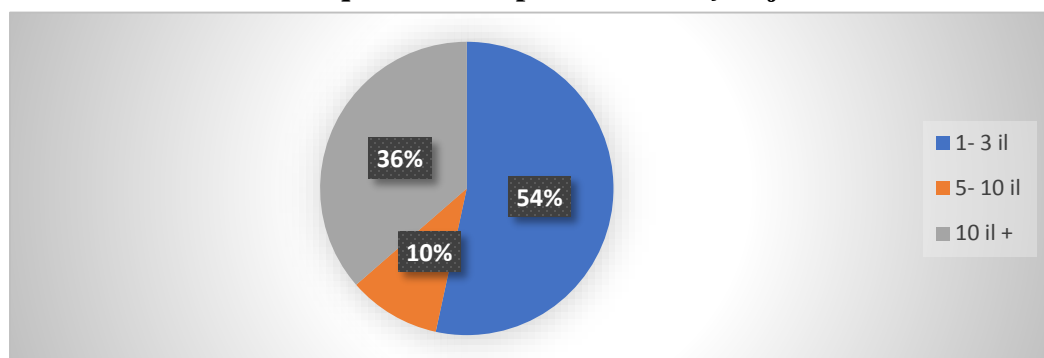
Diaqram 12: Respondentlərin iş fəaliyyəti



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 77 nəfəri məşğuldur, 31 nəfəri işsizdir. İşləyən respondentlər müxtəlif ixtisas üzrə çalışırlar. Təbii ki, işləyən şəxslərin işsizlərə nisbətən turizm xidmətlərindən istifadə etməsi normal bir haldır. Çünki aylıq maaş alan şəxsin günəməzd çalışan və ya heç işləməyən şəxsə nisbətən istirahətə çıxmaq üçün daha çox şansı vardır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 71% , 29% -dir.

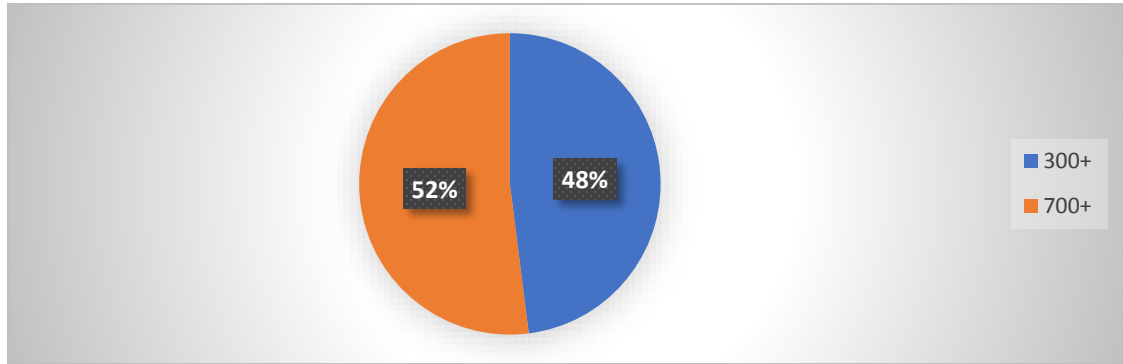
Diaqram 13: Respondentlərin iş stajı



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Çalışan 77 nəfər respondentin 41 nəfəri 1- 3 il , 27 nəfəri 10 ildən çox , 9 nəfər 5-10 il arasında iş stajına malikdir. Görünən odur ki, 1-3 il aralığında iş stajına malik olanlar məhz çoxu gənclərdir. Diaqram 3. 2-də də dediyimiz kimi gənclərin gəzmək, görmək, kəşf etmək istəklərinin, motivasiyalarının yüksək olması, qayğılarının daha az olması kimi faktorların təsiri ilə səfərlərə çox çıxırlar. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 54%, 36% , 10% -dir.

Diaqram 14: Respondentlərin aylıq gəliri



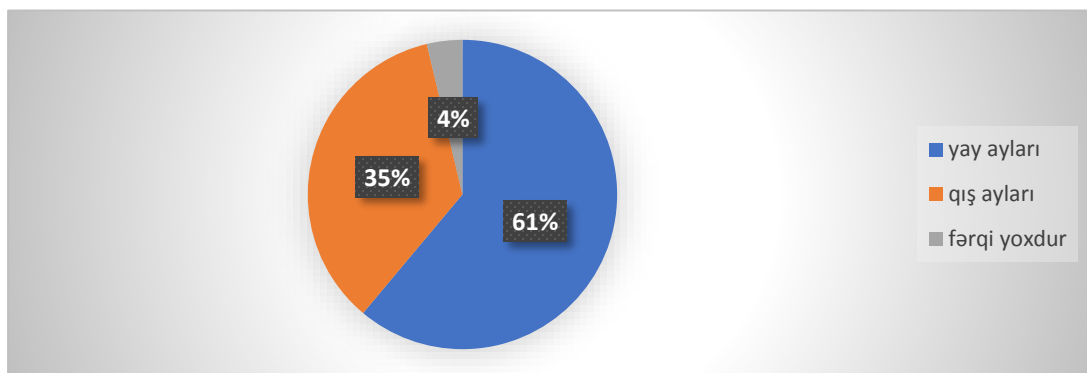
Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Çalışan 77 nəfər respondentin 40 nəfəri 700+, 37 nəfəri 300+ aylıq gəlirə malikdir. Fəaliyyət göstərən və əmək haqqı alanların əksəriyyəti gənclər olduğundan öz xərcləmələrindən əlavə vəsaitləri qaldığı üçün onları turizm xidmətlərinə yönləndirirlər. Gəlirlərin daha yuxarı olması turizmin müxtəlif növlərinin əlçatanlığına səbəb olur, daha yaxşı xidmətlərdən istifadə etmək şansını yaradır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 52%, 48%-dir.

Respondentlərin 66 nəfəri yay aylarında, 38 nəfəri istənilən aylarda, 4 nəfəri isə qış aylarında turizm xidmətlərindən istifadə edirlər. Çalışanların çoxu öz məzuniyyətlərini yay aylarında götürməsi və məktəblərin, universitetlərin yay aylarında bağlanması ilə əlaqəlidir. Yay aylarında istirahətə üstünlük verilməsi əhalinin havanın istisindən dəniz, çimərlik, ecazkar təbiətə yönəlməyə, daha yaxşı zövq almağa imkan verir. İstənilən ayda istirahətə gedənlərdə az deyildir. Bu da son zamanlar Şahdağ qış turizmi kurortunun açılması, qışın təbiətdə yaratdığı füsunkar gözəllikdən

əhalinin zövq almaq istəyi ilə və ilin bütün fəsilərində turizm xidmətlərinin təklif edilməsi ilə bağlıdır. Eyni zamanda bu işləyən qrup insanların həftəsonu günlərini daha səmərəli keçirmək istəkləri ilə əlaqədardır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 61%, 35%, 4%-dir. Aşağıdakı verilən diaqram 10-da qeyd olunanlar öz əksini tapmışdır.

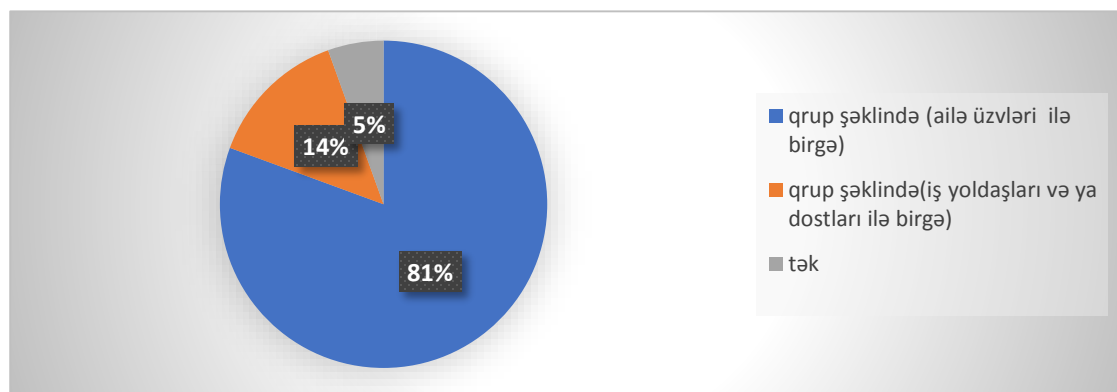
Diaqram 15: Respondentlərin istirahətə üstünlük verdikləri aylar



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Aşağıdakı diaqramda respondentlərin istirahətə kiminlə getmə göstəriciləri verilmişdir.

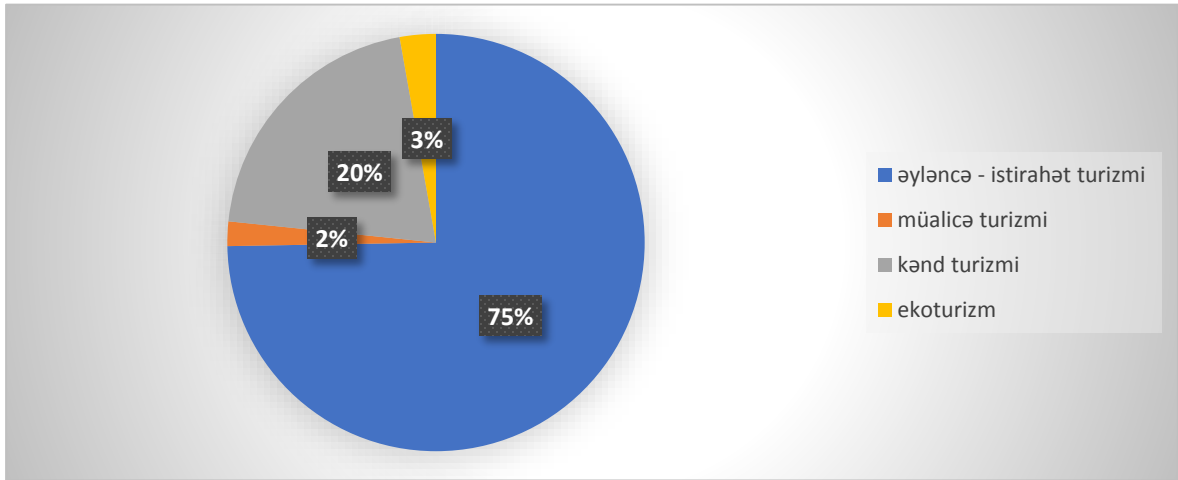
Diaqram 16: Respondentlərin istirahətə kiminlə getmə göstəriciləri



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 87 nəfəri ailə üzvləri ilə birgə, 15 nəfəri çalışdıqları sahədə iş ortaqları və ya dostları ilə birgə, 6 nəfər tək səfərə çıxır. Respondentlərin çoxu ailə üzvləri ilə birgə səfərə çıxırlar. Burada psixoloji faktorlar xüsusi rol oynayır. Mentalitet amili burada xüsusi önəm daşıyır. Səfər edən gənclər içərisində tələbələr olduğundan onların səfər xərcləri valideynləri tərəfindən ödənilir və birgə səfər edirlər. Ölkəmizdə də turizm müəssisələri ailə üzvləri ilə birgə səfər edənlərin çoxluğunu nəzərə alaraq münasib yerlər təklif edirlər. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 81%, 14%, 5% -dir.

Diaqram 17: Respondentlərin üstünlük verdikləri turizm növü

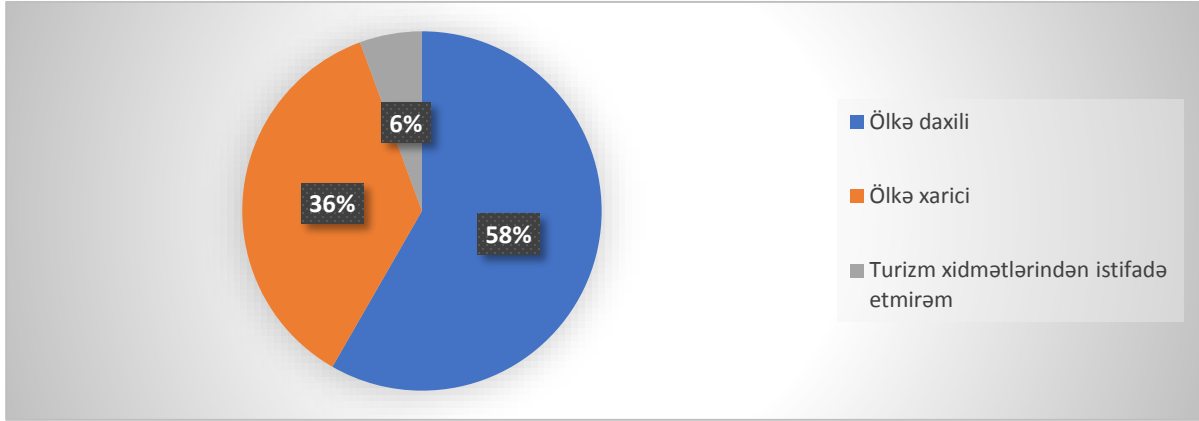


Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 81 nəfəri əyləncə-istirahət, 21 nəfəri kənd turizmi, 3 nəfəri ekoturizm, 2 nəfəri isə müalicə turizminə üstünlük verir. Turizm növünün seçilməsində yaş, zövq, sağlamlıq, maraq dairəsi kimi faktorlar təsir edir. Sorğuda iştirak edənlərin əksəriyyəti gənclər olduğundan yaş amili və respondentlər gündəlik iş stressi, problemlərdən uzaqlaşmaq kimi psixoloji təsirlər əyləncə - istirahət turizminin daha çox seçilməsinə səbəb olmuşdur. Kənd turizminin 2-ci sırada yerləşməsi isə orta yaşlı təbəqənin daha çox üz tutması və öz rayon və kəndlərinə istirahətə çıxmaqları ilə bağlıdır. Ekoturizmin seçilməsi təbiət həvəskarlarının, müalicə turizmi isə daha yaşlı

təbəqənin sağlamlıq problemləri ilə əlaqədar seçildikləri səfərdir. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 75%, 20%, 3% , 2% -dir.

Diagram 18: Respondentlərin daxili və xarici səfərlə bağlı fikirləri

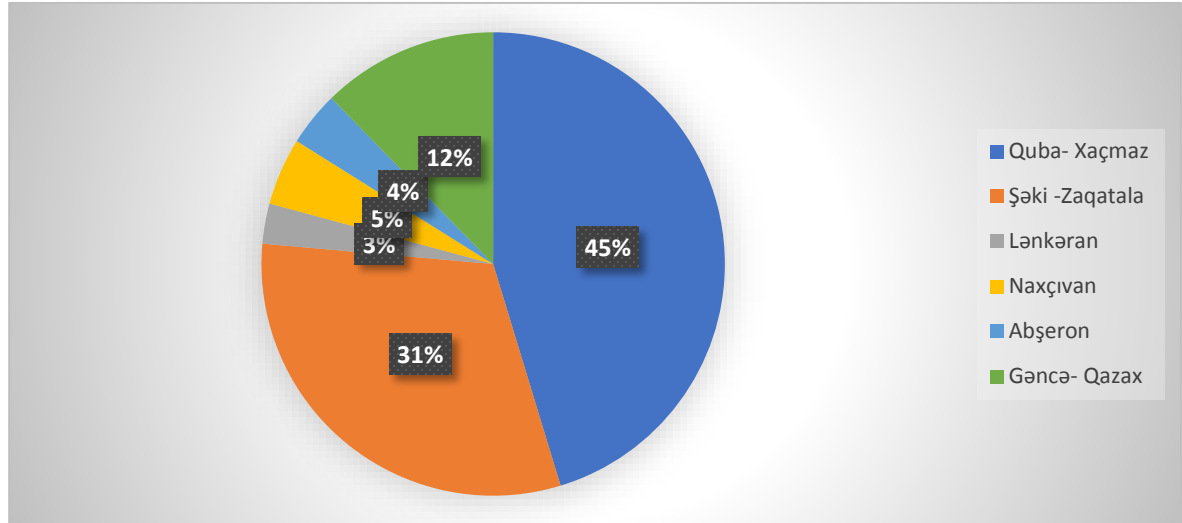


Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 62 nəfəri ölkə daxili, 39 nəfəri ölkə xarici turizmə üstünlük verir, qalan 6 nəfər isə turizm xidmətlərindən istifadə etmir. Ölkə daxili səfərə üstünlük verilməsi vaxt və məsafə cəhətdən müxtəlif istehlakçılar üçün uyğundur. Məsələn respondent çimərlik turizminin Azərbaycan və Türkiyədə istehlakından eyni dərəcədə razıdırsa, təbii ki, onun üçün növbəti dövrlərdə Azərbaycanda çimərlik turizmindən istifadə etmək daha məqsədə uyğundur. Bu həm istehlakçının yol xərclərini azaldacaq və bu xərcini daha uzun müddətli istirahətinə yönləndirə bilər. Son vaxtlar regionlarla paytaxt arasında nəqliyyat infrastrukturunun yaxşılaşdırılması və yenidənberpası, rayonlara, kəndlərə əlçatanlılığın təmin edilməsi, gediş- gəlişin asanlaşması ölkə daxili turizm xidmətlərindən daha geniş istifadəni təmin edir. Xarici dövlətlərə səyahət daha çox xərc tələb etdiyindən turizm tələbatının ölkə daxilində ödənilməsi daha məqsəduyğundur. Son vaxtlar Pandemiya şəraiti ilə əlaqədar olaraq da xarici dövlətlərə səfərlərdə məhdudiyətlər yarandığından ölkə daxili turizm xidmətlərindən istifadə edənlər də artıb. Ölkə xarici səfər edənlərin böyük əksəriyyəti isə maraq və

istəklərindən asılı olaraq səyahətə çıxırlar. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 58%, 36% , 6% -dir.

Diaqram 19: Respondentlərin ölkə daxilində turizm məqsədilə üstünlük verdiyi iqtisadi region



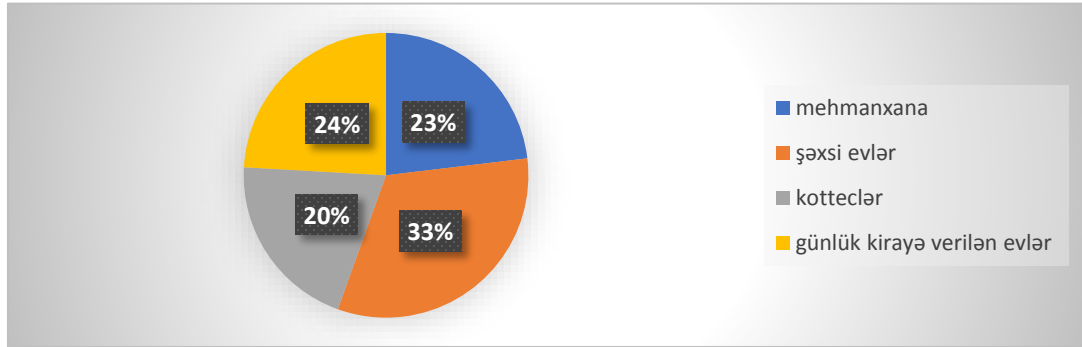
Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 48 nəfəri Quba- Xaçmaz, 33 nəfəri Şəki-Zaqatala, 13 nəfəri Gəncə-Qazax, 5 nəfəri Naxçıvan, 4 nəfəri Lənkəran, 3 nəfəri isə Abşeron iqtisadi regionunda istirahətə üstünlük verir. Sorğuda iştirak edən respondentlərin böyük qismi Quba-Xaçmaz və Şəki- Zaqatala iqtisadi coğrafi rayonlarına üstünlük verirlər. Bu ilk növbədə Quba və Qusarda yaradılan Şahdağ qış-yay turizm kompleksinin açılması, füsunkar təbiəti, Şəki- Zaqatalada Qəbələ, İsmayilli rayonlarında gözəl meşə örtüyü, qoruqlar, təbiət qoynunda tikilən mehmanxana kompleksləri bu regionların çəkiciliyini artırır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 45%, 31% , 12% , 5%, 4% , 3% -dir.

Respondentlərin 25 nəfəri mehmanxana, 35 nəfəri şəxsi evlər, 22 nəfəri kotteclər, 26 nəfəri günlük kirayə verilən evlərə üstünlük verir. Şəxsi evlərə üstünlük verilməsi regionlara səfərə çıxanlar öz kəndlərinə, rayonlarına getdiklərindən əlavə xərclərdən qaçmaq üçün öz şəxsi və ya tanışlarının evlərində yerləşirlər. Mehmanxana və

kotteclərdən az istifadə edilməsi isə qiymətlərin hər istehlakçı üçün uyğun olmamasıdır. Çünki respondentlərin çoxu ailə üzvləri ilə birgə getdiyindən adambaşına düşən xərclər daha çox olur. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 23%, 33% , 20%, 24%-dir. Aşağıdakı verilən diaqram 20-də qeyd olunanlar öz əksini tapmışdır.

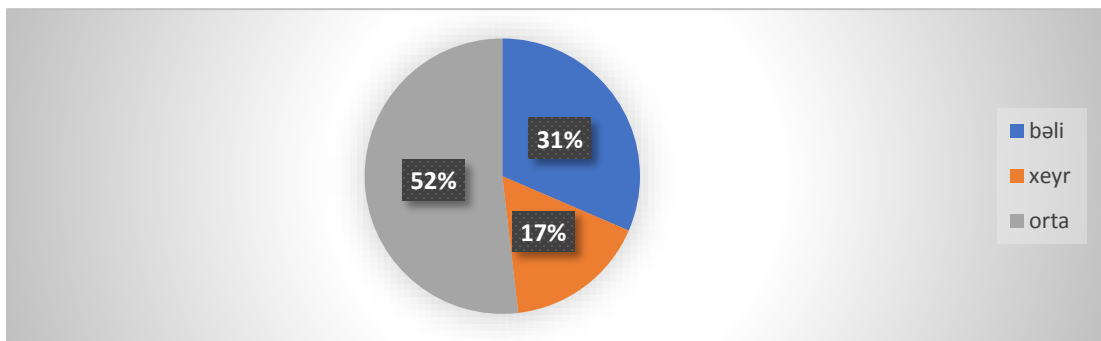
Diaqram 20: Respondentlərin müraciət etdikləri yerləşdirmə kompleksləri



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdkt05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Aşağıdakı diaqramda respondentlərin turizm məqsədilə getdiyi regionlarda göstərilən xidmətin keyfiyyəti, nəqliyyat, yerləşdirmə kompleksləri ilə bağlı məmnuniyyət cavabları qeyd olunmuşdur.

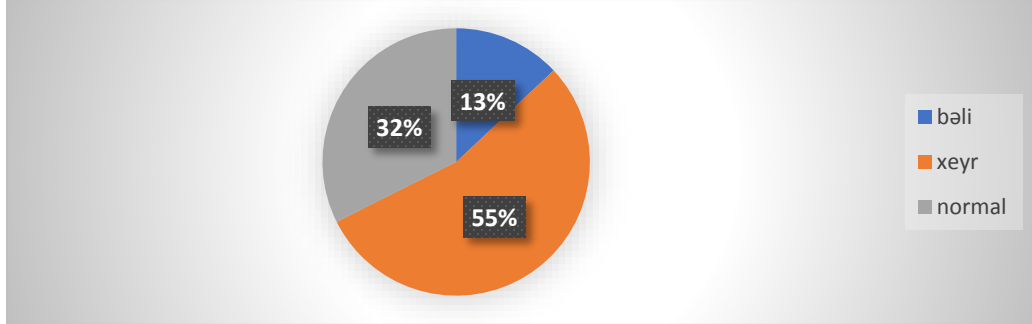
Diaqram 21: Respondentlərin turizm məqsədilə getdiyi regionlarda göstərilən xidmətin keyfiyyəti , nəqliyyat , yerləşdirmə kompleksləri ilə bağlı məmnuniyyət cavabları



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdkt05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 56 nəfəri “orta”, 34 nəfəri “bəli”, 18 nəfəri isə “xeyr” cavabı vermişdir. “Xeyr” cavabı verənlər digər 2 cavablara nisbətən daha aşağıdır. Məmnunluq səviyyəsinin orta və yaxşı olması yeni turizm növlərinin inisaf etdirilməsi, gediş-gəlişin asanlaşması ilə bağlıdır. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 52%, 31%, 17% -dir.

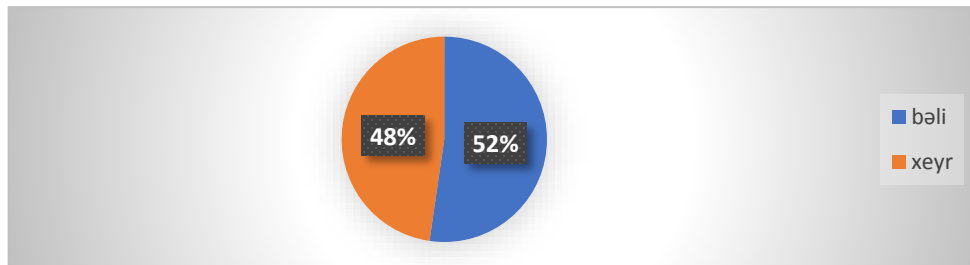
Diaqram 22: Turizm qiymətlərinin respondentlərin büdcə gəlirləri ilə uyğunluğu



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 59 nəfəri “xeyr”, 35 nəfəri “normal”, 14 nəfəri isə “bəli” cavabını vermişdir. Sorğuda iştirak edənlərin böyük bir qismi gənclərdir və səyahətə çıxanların çoxu ailə üzvləri ilə getdiklərindən qiymətlərin yüksək olması və ya xidmətin keyfiyyəti ilə qiymətin üst-üstə düşməməsi naraçılıqlara səbəb olur. Mövcud turizm resurslarından istehlakçılar istədikləri səviyyədə yararlanma bilmirlər. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 55%, 32% , 13% -dir.

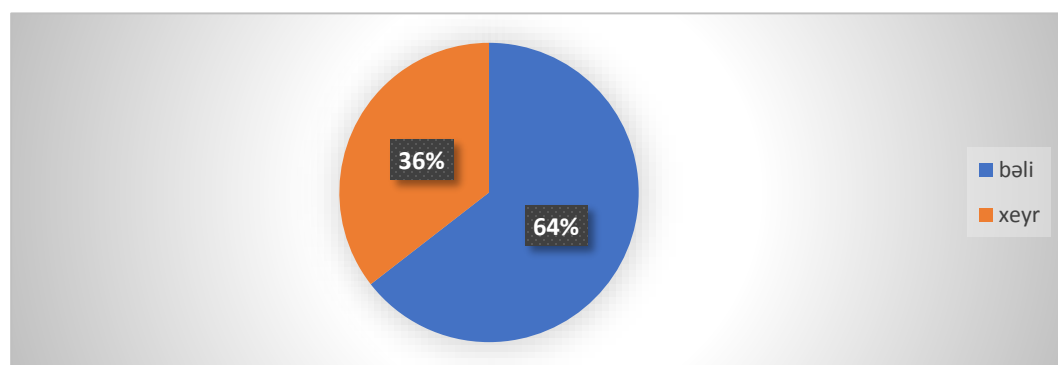
Diaqram 23: Respondentlərin turlardan istifadə etmə cavabları



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 56 nəfəri “bəli”, 52 nəfəri isə “xeyr” cavabı vermişdir. Turlara daha çox müraciət olunması respondentlərin bələdçilər vasitəsilə regionun daha çox turistik potensialı ilə tanış olma imkanı əldə etməsi, rahat gediş-gəlişin təmini kimi amillərin təsiri ilə bağlıdır. “Xeyr” ilə cavabı verənlər isə əvvəldə də dediyimiz kimi qiymət amilini əsas gətirirlər. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 52%, 48% -dir.

Diagram 24: Respondentlərin görmək istədikləri turizm xidmətləri ilə bağlı cavabları



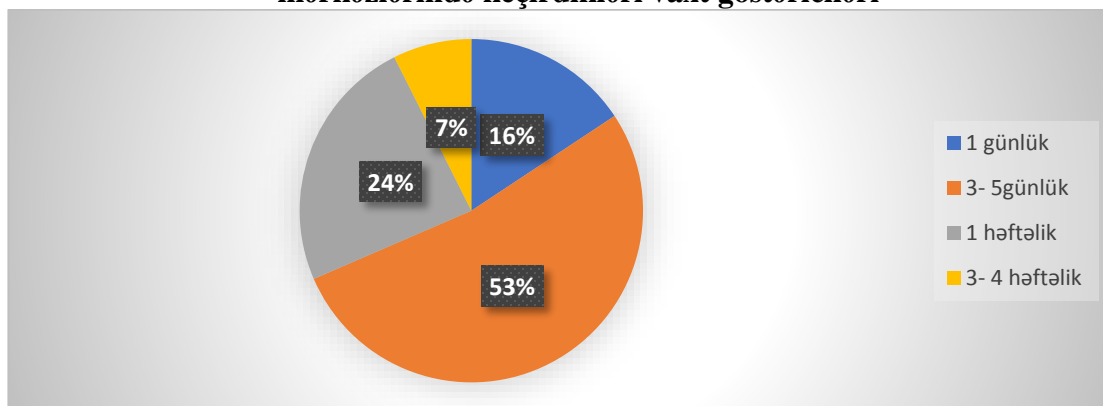
Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdk05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 69 nəfəri “bəli”, 39 nəfəri “xeyr” cavabı vermişdir. Görünən odur ki, ölkə daxili turizm sektorunda istehlakçılar üçün lazımı turizm xidmətləri təşkil olunub. Bu da mövsümlilik amilinin aradan qaldırılması ilə qış turizminin inkişafı, müasir standartlara cavab verən mehmanxana və mehmanxana tipli komplekslərin qurulması ilə əlaqəlidir. “Xeyr” cavabı verənlər isə xarici turizm bazarı ilə müqayisədə bizdə qiymətlərin yüksək, keyfiyyətin və kəmiyyətin aşağı olduğunu, mehmanxanalarda peşəkar kadrların az olmasını vurğulayırlar. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 64%, 36%-dir.

Respondentlərin 57 nəfəri 3-5 günlük, 26 nəfəri 1 həftəlik, 17 nəfər 1 günlük, 8 nəfər isə 3-4 həftəlik səfərə çıxırlar. Daha az vaxt göstəricilərinin üstünlük təşkil

etməsinə qrup şəklində getdiklərində güzəştlərin təyin edilməməsi, qiymət amili, yanlış yer seçimi, istədikləri diqqəti görmədikləri kimi faktorları sadalayırlar. Bəzi respondentlər əmək məzuniyyəti götürmədiklərindən yalnız həftəsonları 1 və ya 2 günlük səfərə çıxırlar. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 53%, 24%, 16%, 7 % -dir. Aşağıda əks olunan diaqram 25-də qeyd olunanlar öz əksini tapmışdır.

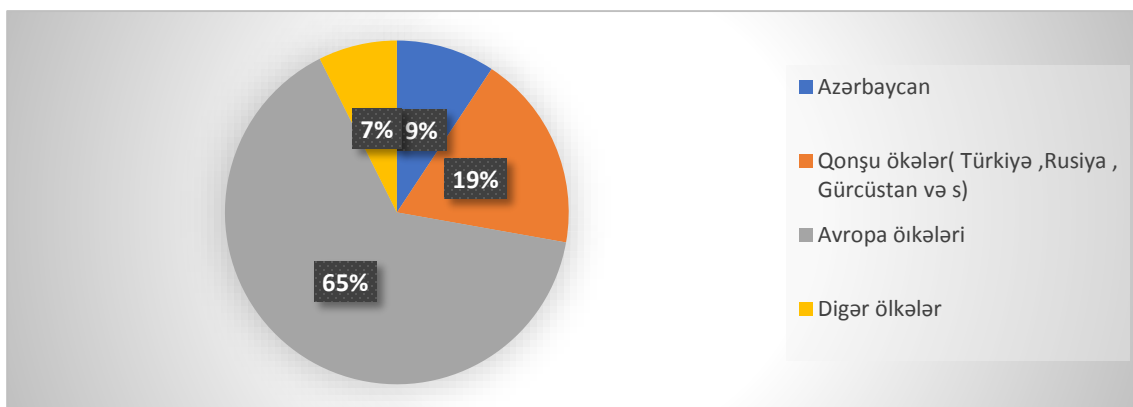
Diaqram 25: Respondentlərin büdcə gəlirlərinə uyğunluğu baxımından istirahət mərkəzlərində keçirdikləri vaxt göstəriciləri



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdkt05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Aşağıdakı diaqramda gəlirləri hal-hazırdakından çox olduğu təqdirdə respondentlərin müraciət edəcəyi ölkələr üzrə göstəricilər verilib.

Diaqram 26: Gəlirləri hal-hazırdakından çox olduğu təqdirdə respondentlərin müraciət edəcəyi ölkələr



Mənbə:Magistrant tərəfindən anket sorğusu əsasında tərtib edilmişdir. <https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjdkt05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Respondentlərin 70 nəfəri Avropa ölkələri, 20 nəfəri qonşu ölkələr (Türkiyə, Gürcüstan, Rusiya), 10 nəfər Azərbaycan, 8 nəfəri digər ölkələri seçib. Respondentlərin gələcək dövrlərdə xarici dövlətdə istirahət etmək maraqları yeni məkanlar görmək, dünyagörüşlərini genişləndirmək istəkləri ilə bağlıdır. Ölkə xaricinə səfər edən tanışlarının onlarda yaratdıqları təəssürat marağa səbəb olur. Ümumi göstəricidə faiz nisbəti müvafiq olaraq 65%, 19%, 9%, 7 %-dir.

Sonuncu tərtib etdiyimiz sual açıq sualdır. Ölkədə turizmdən hamının səmərəli istifadəsi üçün hansı təklif irəli sürə bilərsiniz? başlığı adı altında qoyulmuşdur. Ümumi cavablardan əldə etdiyimiz orta nəticəyə əsasən respondentlərin önə sürdükləri təkliflər əsasən qiymət amili ilə bağlıdır. Qiymətlərin istirahət mərkəzlərində aşağı salınması yolu ilə həm rəqabət yaradaraq keyfiyyəti yüksəltmək, orta aylıq əmək haqqını nəzərə alaraq çeşidli münasib turizm məhsullarını təklif etmək , həm də hər kəsin bu xidmətlərdən yararlanma bilməsini təmin edə bilmək lazımdır. Çox bahalı 5 ulduzlu otellərlə müqayisədə hər kəsin faydalana biləcəyi 3 ulduzlu otellərin sayının artırılması, xarici tərübədən yararlanaraq orta təbəqənin də gedə biləcəyi istirahət zonaları təşkil etmək, regionlarda bələdçilərin sayının artırılması və bununla da turistlərin məlumatlı olmadığı ərazilərlə tanışlığı təmin edilməlidir.

3.2. Respublikada ölkədaxili və gəlmə turizminin inkişafı üçün məqsədli proqramların həyata keçirilməsi şəraitində regionlararası turizm fəaliyyətinin strateji istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi

Qeyri-neft sektoru olan turizmin inkişafı, regionda turizm sənayesinin yaradılması, ölkənin yerli ehtiyatlarından istifadə, müxtəlif istiqamətlər üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi, maliyyə axınının yaradılması kimi amillərin həllini nəzərdə tutur. Müəyyən şərtlər çərçivəsində ölkəyə turist axınını artırmaq turizm sektorunun inkişafı məsələlərində qarşıda dayanan əsas hədəfdir. Bunun üçün son illər turizm məqsədilə ölkəyə gələn turistlərin və ölkə vətəndaşlarının xarici ölkələrə turizm məqsədilə səfəri üzrə statistik göstəricilərə baxsaq nəticə çıxarmaq mümkündür.

Cədvəl 1: Turizm məqsədilə ölkəyə gələn xarici turistlərin və xarici ölkələrə gedən ölkə vətəndaşlarının sayı

	Min, adam				
	2015	2016	2017	2018	2019
Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayı; cəmi	1 921,9	2 044,7	2 454,0	2 605,3	2 863,5
Xarici ölkələrə səfər edən ölkə vətəndaşları	3 256,2	3 592,1	3 447,4	4 096,7	4 347,3

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Cədvəldən də aydın olur ki, əgər 2015-ci ildə turizm məqsədilə gələn xarici turistlərin sayı 1921.9 min nəfədirsə, 2019-cu ildə bu rəqəm 2863.5 min nəfərdir. Statistik olaraq bu gələn turistlərin sayında 49%-lik artımdır. Amma bununla da paralel olaraq xaricə səfər edən ölkə vətəndaşlarının sayı 2015-ci ildə 3256.2 min nəfər, 2019-cu ildə isə 4347.3 min nəfər olub. Bu istiqamətdə isə 33% artım olmuşdur. Statistik göstəricilərdən anlaşılır ki, son 5 ildə turizm məqsədilə xaricə səfər edən ölkə vətəndaşlarının sayı Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayından üstünlük təşkil edir. Bu da o deməkdir ki, turizm üzrə 5 ildə tədavül saldosu mənfidir. Gələn turistlərin sayı illər üzrə artsa da, hələ də xaricə istirahətə yollanan vətəndaşlarımızın sayı artmaqda davam edir. Bununla əlaqədar olaraq apardığımız anket sorğusunda da rəy bölümündə öz şəxsi fikirlərini bildiren respondentlər ölkə daxili turizm sahəsində xarici ölkələrlə

nisbətədə qiymətin daha baha olduğunu və ya qiymətlə keyfiyyətin üst-üstə düşmədiyini, xüsusi güzəştlərin edilmədiyini bildirmişlər. Bildiyimiz qədəri ilə hər bir ölkə üçün turist və gətirdiyi valyuta gəlir mənbəyidir. Ölkədən turizm məqsədilə çıxan ölkə vətəndaşı isə maliyyə itkisi deməkdir. Çünki o, istirahətə getdiyi ölkəyə öz valyutasını aparır. Və təklif edilən turizm xidmətləri nə qədər çoxdursa, bu da turistin xərclərinin artması ilə həmin ölkənin gəlirlərini artırır. Aşağıdakı cədvəldə bu xərcləmələrin müqayisəsini görə bilərik.

Cədvəl 2: Turizm məqsədilə ölkəyə gələn xarici turistlərin və xarici ölkələrə səfər edən ölkə vətəndaşlarının çəkdiyi xərclər

	Mln, manat				
	2015	2016	2017	2018	2019
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: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir(2020) <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Göründüyü kimi 2015-ci ildə turizm məqsədilə Azərbaycana gələn xarici turistlərin turizm xidmətlərinə çəkdiyi xərclər 1132.4 mln manat, 2019-cu ildə 2971.4 mln manat olmuşdur. Bu isə xərcləmələrdə 2.6 dəfə olan artımdır. Turizm sferasında belə bir qanunauyğunluq vardır ki, turistə nə qədər çox turizm xidməti təklif edirsənsə, onun xərcləmələri də bir o qədər çox olacaqdır. 2019-cu ilin ilk 3 ayı ərzində Yaponiya, ABŞ, Qətər, BƏƏ, Küveyt kimi ölkələrdən gələn bir turistin xərclədiyi vəsait 2000+ manat, Fransa, İtaliya, B.Britaniya, Almaniya, Hindistan, Çin,İsrail kimi ölkələrdən gələn bir turistin xərclədiyi vəsaitin məbləği 1000+ manat, Türkiyə, Gürcüstan, Rusiya, İran kimi qonşu ölkələrdən gələn bir turistin xərclədiyi vəsait isə 300 + manatdır. Ancaq xarici ölkələrə səfər edən ölkə vətəndaşlarının turizm xidmətlərinə çəkdiyi xərclər 2015-ci ildə 1816.9 mln manat, 2019-cu ildə 2407.6 mln manat olmuşdur. Bu isə

xərcləmələrdə olan 1.3 dəfə artımdır. Görünən odur ki, ölkə vətəndaşlarımızın da xaricə səfərlərinin artması ilə xərcləmələri də artır.

Ölkədaxili turizmi stimullaşdırmaq üçün tək-cə xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək istiqaməti ilə kifayətlənmədən ölkə vətəndaşlarının da turizm tələbatlarını ölkə daxilində ödəməsi və ölkə valyutasını xaricə çıxarmadan yerli tədavülə cəlb etmək lazımdır. Ölkədə turizmin yüksək tempə inkişafı daxili turizmin necə qurulmasından başlayır. Bunun üçün görüləcək ilk tədbirlər ölkə vətəndaşlarına güzəştlərin edilməsi, endirimli tur paketlərin təyini, mövsümlilik amilini aradan qaldırmaq, nəqliyyat və yerləşdirmə qiymətlərini müxtəlif turist qruplarına uyğun təyin etmək lazımdır. Buna misal olaraq qonşu Türkiyənin təcrübəsinə əsaslanıb turistlərin azaldığı mövsümlərdə əhalinin azgəlirli qrupuna güzəştlə qiymət təyini ilə həm ölkə üzrə mövsümlilik amilini azaltmaq, eləcə də yerli müəssisələrin fəaliyyətini davam etdirməsinə, işçi qruplarının fəaliyyətinin davamına nail olmaq mümkündür. Əhalinin bir qrupu yeni yerlər kəşf etmək, yeni xidmətlərdən istifadə etmək məqsədilə xaricə səfərlər edirlər. Əhalinin çox gəlirli qrupunu nəzərə alaraq isə daha yeni turizm məkanları yaratmaq, göstəriləcək xidmətlərin kəmiyyətini və keyfiyyətini artırmaq lazımdır. Məsələn yerləşdirmə kompleksi olaraq mehmanxana, otel kimi infrastrukturlarla bərabər həvəskar, yenilikçi axtarışında olan turist qrupları üçün bunqalo kompleksləri (mağara evlər, sualtı otellər) yaratmaq mümkündür. Bunqalo komplekslərini dağlıq relyefə malik Şəki-Zaqatala, Qub-Xaçmaz, işğaldan azad edilmiş, dağlıq relyefə malik Qarabağ bölgəsində gerçəkləşdirmək olar. Bu həm yeni, kreativ ideya olaraq yeni turizm xidməti önə sürmək yeni turist qrupları cəlb etməkdə və turistlərin zövqünü oxşamaqda böyük bir vasitəçi ola bilər. Bunu qonşu Türkiyənin, Meksika, Baham adaları, İtaliya, İspaniya kimi dövlətlərin təcrübəsindən görmək olar ki, adi otellərə nisbətən qiymət yüksək olsa da, belə otellərə müraciət edənlər xarici turistlər daha çoxdur. Belə komplekslərin dağlıq relyefə malik olan ərazilərdə yaradıldığını nəzərdə tutsaq, gələcək dövənlərdə bu həm dağlıq ərazilərdə infrastruktur məsələlərin həllinə, yerli əhalinin belə otellərdə işlə təmininə şərait yarada bilər. Ölkəmizin təbii- coğrafi şəraiti də bu da imkan verir.

Yeni turist qruplarının gəlməsi ilə də gəlmə turizmi inkişaf etdirmək olar. Qonşu Türkiyənin təcrübəsində 2019-cu ildə 4 milyona yaxın, 2020-ci ili pandemiya ili olsa da, hələ də həvəskar turist qruplarının gəlməsi ilə 1 milyona yaxın turist məhz mağara otellərdə qalmaq, hava balonlarında səfər üçün müraciət etmişdir. Türkiyədə yerləşən Kapadokya hava balonu turlarını, ölkəmizdə Xınalıqda lazımi infrastrukturu qurmaqla yaratmaq, yeni turizm növü kimi təqdim edərək həm yeni gəlmə turizm üçün, həm də yerli turistlərin zövqünü oxşamaq mümkündür.

Turizm sahəsində irəliləyişin əldə olunmasında əsas faktorlardan biri də təhlükəsizliyin təmin edilməsidir. İndiyə qədər ki dövrdə gəlmə turizmin inkişafına mane olan amillərdən biri torpaqlarımızın işğal altında olması idi. Bu turizm təhlükəsizliyi baxımından bəzi turist qruplarını qorxudurdu. Lakin artıq torpaqlarımızın işğaldan azad olunması növbəti dövrlər üçün bu maneəni də aradan qaldırır. Qarabağın füsunkar təbiətinin, mədəni – tarixi irsimizin yerli və xarici turistlərə təqdim edilməsi üçün ilk 5 il ərzində ərazinin dövlət, özəl sektorun birgə dəstəyi ilə infrastukturun sıfırdan qurulması, insanların həyatı üçün təhlükə yarada biləcək minalardan, partlayıcı maddələrdən təmizlənməsi lazımdır. Sonrakı 5 il ərzində turizm sektoru önə çəkilərək xüsusilə ekoturizmin, müalicə turizminin inkişafı, dağlıq relyefə malik olması alpinizm, dağçılıq turizm fəaliyyəti, Xudafərin, Azıx mağarasına gələcəkdə turizm marşrutlarının açılması gəlmə turizmin inkişafına böyük təsir edəcəkdir.

Pandemiya və Post Pandemiya dövründə ümumi dünya turizm sektoru böyük təhlükələrlə üz-üzə qalmışdır. Dünya turizm iqtisadiyyatının zərəri 1.2 trilyon ABŞ dolları həcmində qiymətləndirilir və turizm sektorunda 120 milyon iş yerinin itirilməsi təhlükəsi yaranmışdır. Bu isə o deməkdir ki, pandemiya bitsə belə hələ də psixoloji faktor olaraq insanların səyahət etməkdən çəkinmə halları olacaqdır və başqa ölkələrə səfərlər azalacaqdır. Bu isə xarici turistlərin sayının azalması ilə regionlarda turizm müəssisələrinin gəlirlilik qabiliyyətinin azalması deməkdir. Pandemiya ilə əlaqədar yaranan məhdudiyyətlərə bağlı olaraq ölkəmizdə 2020-ci il yanvar ayının göstəriciləri ilə müqayisədə 2021-ci ilin yanvar ayı ərzində 105 müxtəlif ölkədən gələn turistlərin

sayı 36.1 min nəfər olmuş və 6.3 dəfə azalma qeydə alınıb. Azərbaycana son 5 il üzrə gələn turistlərin üstünlük təşkil etdiyi ölkələr qonşu ölkələr və MDB ölkələri, körfəz ölkələri olmuşdur və müraciət edən turistlərin sayı ilə bağlı Türkiyə, Belarus, İran, Böyük Britaniya, Ukrayna, Rusiya, Özbəkistan, Qazaxıstan, Gürcüstan üzrə müvafiq olaraq 2.3, 2.6, 2.8, 3.5, 5.3, 5.5, 6, 12.6, 15.1 dəfə azalma, körfəz ölkələri üzrə gəlmə turizmdə isə 7.3 dəfə azalma qeydə alınmış və 4.8 min nəfər olmuşdur. Lakin səfərlərin çoxu isə turizm məqsədi ilə olmayıb. Eləcə də 2020-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə xarici səfər edən ölkə vətəndaşlarının da sayında 15.6 dəfə azalaraq 27.8 min nəfər qeydə alınıb (<https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4824> 2020).

Bu günümüzdə regionlararası turizm fəaliyyətinin əsas strateji istiqamətləri gəlmə və daxili turizmin inkişafı ilə regionların sürətli inkişafına nail olmaq, səmərəli idarəetməni formalaşdırmaq, postpandemiya dövrünün inkişaf trendlərinə uyğunlaşaraq fəaliyyəti təmin etmək lazımdır. Postpandemiya dövründə regionlarda turizm fəaliyyətinin yenidən bərpası üçün turizm sektoru yerlərdə reabilitasiya olunmalı, turizm zərərlərini aradan qaldırmaq və maliyyə sabitliyini təmin etmək üçün vergi güzəştləri tətbiq edilməlidir, dövlət-özəl sektor anlayışını əsas tutaraq turizm subyektlərinə, sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyi göstərilməlidir. Yerli turistlərin Covid-19 xəstəliyi səbəbi ilə xaricə gedə bilmədiklərini nəzərə alaraq öz yerli turizm müəssisələrimiz güzəştli qiymətlərlə həm öz fəaliyyətlərini təmin edə bilərlər və eyni zamanda burada çalışan işçilərin öz iş yerlərini itirməməsinə səbəb olacaqdı

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Regionlarda turizmin təşkili regionun sosial-iqtisadi inkişaf istiqamətləri üzrə lazımlı nəticələr əldə etməsinə şərait yaradır. Turizmin regionlarda inkişafı üzrə aparılan islahatların və tədbirlərin nəticəsi olaraq UNESCO-nun Qeyri-Maddi Mədəni İrs üzrə Rerezentativ Siyahısına hər il qeyd edilən Nar bayramı, Novruz bayramı və Lahıç misgərlik sənəti daxil edilmişdir. Eləcə də ölkəyə gələn turistlərin sayında 2015-2019-cu illərin statistikasına əsasən 49%-lik artım qeydə alınıb. Lakin xarici turizm bazarı üzrə nə qədər müsbət nəticəyə nail olsaq da, apardığımız anket sorğusunda respondentlərin şəxsi rəyləri əsasında əldə etdiyimiz nəticələrə əsasən ümumi ölkə üzrə hələ də yerli turizm bazarında müəyyən çatışmazlıqlar vardır.

Bu ilk növbədə qiymət faktoru ilə bağlıdır. Qiymətlərin keyfiyyətlə üst-üstə düşməməsi yerli turistlərin narazılıqlarına səbəb olur və xarici ölkələrə üz tuturlar. Bu problemin həllinə göstərəcəyim əsas təklif xarici və yerli turistlərə eyni qiymətin təyin edilməməsi, əksinə yerli turistlər üçün orta və aşağı gəlir qrupunu, tələbələri nəzərə alaraq qiymət təyini, endirimlərin, güzəştlərin edilməsi və qiymətlərin ümumi ölkə üzrə orta aylıq əmək haqqına uyğun qoyulmasıdır. Turizm müəssisələrində, istirahət mərkəzlərində qiymətlərin aşağı salınması yolu ilə həm rəqabəti təmin edib keyfiyyəti yüksəltmək, həm də hər kəsin bu xidmətlərdən yararlanma bilməsini təmin edə bilmək lazımdır. Çünki qiymət faktoru hamının büdcəsinə uyğun təyin edilərsə, xarici turistlərin daha az səfər etdiyi vaxtlarda yerli turistlərin müraciətləri ilə turizm müəssisələrinin fəaliyyətini ilboyu davam etdirmək mümkün olacaqdır. Bu həm mövsümlük faktorunu azaldacaq və regionlarda turizm fəaliyyəti göstərən sahibkarlara da öz fəaliyyətlərini davam etdirmək imkanı verəcəkdir.

Regionların turizm potensialından düzgün istiqamətdə istifadə etmək lazımdır. Çünki turizmin inkişaf etdiyi regionda həm yerli əhəlinin işlə təmini və yerli büdcələrin turistlərin gətirdikləri valyuta hesabına və regionun formalaşması mümkündür. Bunun üçün yeni turizm növlərinin yaradılması və mövcud turizm resursunun lazımı

infrastrukturu yaratmaqla turizm xidmətlərinə çevrilməsi gərəklidir. Dissertasiya işində apardığımız təhlillərin nəticəsinə əsasən o qənaətə gəldik ki, turizmin ölkə daxilində regionlar üzrə ən zəif inkişaf etdiyi Aran regionudur. Həm turistlərin az müraciəti, eləcə də turizm infrastrukturunun az olması onu göstərir ki, turizm sektoru bu regionda zəif qurulmuşdur. Buna həll yolu olaraq onu göstərə bilərəm ki, Kür çayı və Araz çayının turizm üçün əlverişli nöqtələrində üzərində lazımi infrastruktur yaratmaqla çay turizminin yaradılması, balıq tutmaq kimi turizm xidmətlərinin turistlərə təklif edilməsi ilə həm ölkədə yeni turizm növü, yeni turizm xidməti olacaq və zəif inkişaf Kür ətrafi rayonların sosial-iqtisadi problemlərinin həllində yardımçı olacaqdır. Eləcə də kənd, dağ, eko, müalicə, qastronomik turizminin inkişafı istiqamətində islahatların aparılması və təşkili üzrə tədbirlərin görülməsi yeni turist qruplarının cəlb edilməsinə və xarici, yerli turistlər üçün geniş turizm imkanları yaradacaqdır.

Turizmin inkişafı ilə bağlı əsas təsiredici amil informasiya amilidir. Müasir dövrdə sosial şəbəkələrin üzərimizdə olan təsirini nəzərə alaraq regionlarda mövcud turizm məkanlarını, turizm xidmətlərini reklam-təbliğat işlərini düzgün aparmaq lazımdır. Çünki ümumi dünya təcrübəsində də məlumatlılıq amilinin önəmini nəzərə alsaq görürük ki, ölkənin turizm məkanlarının beynəlxalq miqyasda tanıtılması və yeni turizm xidmətlərinin xarici ölkələrdə sərgilər keçirilərək xarici turist qruplarının bu xidmət və turizm məkanları ilə tanışlığının artırılması növbəti dövrlərdə gəlmə turizmin inkişafına müsbət təsir edəcəkdir. Eyni zamanda məlumatlılıq amilində turların və turizm marşrutlarının böyük bir əhəmiyyəti vardır. Turların təşkili eyni zamanda gələn turistlərin təkcə paytaxtda toplanması məsələsinin də həllində böyük bir yardımçı seqmentdir. Turların təşkili və turizm marşrutları boyunca bələdçilərin turistləri regionların turistik məkanları ilə tanış etməsi və məlumatlandırması, yeni məkanlarla tanışlıq məhz informasiya amilinin təbliğində böyük bir rol alacaqdır.

Regionlarda turizmin səmərəli təşkilinin digər mühüm istiqamətlərindən biri də region iqtisadiyyatının dəstəklənməsidir. Bura kiçik bizneslərin, sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyəti dəstəklənməsi, regionlarda idarəetmənin stimullaşdırılması,

regionların sosial və yerləşdirmə infrastrukturunun müasir tələblərinə uyğun qurulmasıdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan Respublikasında 2016-cı il üzrə ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi
2. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı
3. "Azərbaycan turizmi: bu gün və sabah": IV Respublika elmi-praktiki konfransının materialları (2013)
4. “Azərbaycan-2020 gələcəyə baxış “ İnkişaf Konsepsiyası
5. “Azərbaycan Respublikasında 2010 – 2014 – cü illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı
6. Turizmin davamlı inkişafı yerli planlaşdırılma üzrə mütəxəssislər üçün vəsait, 2012, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Bakı
7. Abadov M.K (2014). “Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri”, Bakı, Şərq-Qərb, 248 səh.
8. Bahadur B. Ə (2006). Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi, Bakı, Mütərcim, 280 səh .
9. Cabbarov Ə.X (2015). Turizmin iqtisadi əsasları, Bakı, ADPU, 267 səh.
10. Əlirzayev Ə.Q (2010). Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi, Bakı, İqtisad Universiteti, 494 səh.
11. Əsgərov Ələmdar Tağı oğlu, Bilalov Bahadur Ənvər oğlu, Güllaliyev Çingiz Güllalı oğlu (2011). Ekoloji turizm, Bakı, Adiloğlu, 276 səh.
12. Həsənov A.N (2016) “Regional turizm komplekslərinin inkişaf strategiyasının formalaşdırılması “ – Gəncə
13. Kasumov.R. M (2012). “Beynəlxalq Turizm bazarı “ Bakı, İqtisad Universiteti, 270 səh.

14. Məmmədov E.Q. (2013). Azərbaycanca turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri, Bakı, Gənclik, 172 səh.

15. Soltanova. H (2015) . “Azərbaycanda turizm və onun inkişafı “ Bakı, AzTU , 475 səh.

16. Turizm və Rekreasiya XXI ərsdə: Problemlər və Perspektivlər (2019). 292 səh.

İngilis dilində

1. Philip Kotler, John T. Bowen, James Makens , Seyhmus Baloglu(2017) “ Marketing for Hospitality and Tourism, seventh edition, p.658

2. David Newsome, Susan A. Moore and Ross. K. Dowling (2012) Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management, p. 927

3. World Tourism Organization, Annual Report 2011, UNWTO, Madrid, 2012, p.86

Rus dilində

1. Зализняк Е.А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития. Вестник Волгоградского Государственного Университета. Серия 3, Экономика, 2011, 70-76 стр

Türk dilində

1. Kozak Nazmi, Kozak Meryem Akoğlan , Kozak Metin (2014) Genel turizmin: ilkeler ve kavramlar, s192

2. Alp Timur (2014) Turistik Ürün Politikası- (Ankara, Detay yayıncılık nəşr evi), s411

Internet resursları

1. <https://azerbaijan.travel/>
2. <https://tourism.gov.az/>
3. www.world-tourism.org
4. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
5. <https://www.unwto.org/>

6. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
7. <https://agro.gov.az/az/news/seherden-kende-layihesi>
8. <https://tourism.gov.az/news/azerbaycanin-turizm-potensialini-londonda-boyuk-sergi-stendi-ile-teblig-olunur>

ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1.

Anket sorğusunun sualları

- Qeyd etdiyimiz ilk 7 sual respondentlərin cinsi, yaşı, ailə vəziyyəti, təhsil səviyyəsi, çalışdığı sahə, iş stajı və aylıq gəliri ilə bağlıdır.

- İstirahətə hansı aylarda üstünlük verirsiniz?

- Turizmin hansı növünə üstünlük verirsiniz?

- Turizm məqsədilə hara üstünlük verirsiniz?

- Ölkə daxilində turizm məqsədilə ən çox üstünlük verdiyiniz region?

- Regionlarda daha çox müraciət etdiyiniz yerləşdirmə kompleksləri?

- Turizm məqsədilə getdiyiniz regionlarda göstərilən xidmət səviyyəsi (qarşılama, yemək, yol infrastrukturu, yerləşdirmə) sizi qane edirmi?

- Qiymət olaraq bizim ölkədə turizm qiymətləri büdcənizə uyğundurmu?

- Turizm səfərinə çıxan zaman turlardan istifadə edirmisizmi?

- Ölkə daxilində görmək istəyiniz turizm xidmətləri mövcuddurmu ?

- Regionlarda qiymətlərin büdcənizə uyğunluğu baxımından neçə günlük tətillə çıxma bilirsiniz?

- Maddi imkanınız indikindən daha da üst səviyyədə olsa idi yenə də harada istirahəti seçərdiz ?

- Ölkədə turizmdən hamının səmərəli istifadəsi üçün hansı təklif irəli sürə bilərsiniz ?

<https://docs.google.com/forms/d/1BTfZmrvVubOXjkt05B4UVTYced7OKIJRLv1QPK8j0c/edit#responses>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Turizm məqsədilə ölkəyə gələn xarici turistlərin və xarici ölkələrə gedən ölkə vətəndaşlarını sayı	69
Cədvəl 2: Turizm məqsədilə ölkəyə gələn xarici turistlərin və xarici ölkələrə səfər edən ölkə vətəndaşlarının çəkdikləri xərclər	70

Diaqramların siyahısı

Diaqram 1: Azərbaycana turizm məqsədilə ən çox müraciət edən ölkələr	31
Diaqram 2: 3 ölkə üzrə Azərbaycana turizm məqsədilə gələn turistlərin sayındakı artım fərqi..	32
Diaqram 3: Son 5 ildə ümumi ölkə üzrə yerləşdirmə müəssisələrinin gəlir və xərcləri.....	38
Diaqram 4: İşə fəaliyyəti göstərən sahibkarlıq subyektlərinin ölkə üzrə sayı.....	40
Diaqram 5: Yerləşdirmə müəssisələrində yerləşdirilmiş ölkə vətəndaşları, vətəndaşlığı olmayan şəxslərin Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə sayı.....	44
Diaqram 6: Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə yerləşdirmə müəssisələrində çalışanların sayı..	46
Diaqram 7: Yerləşdirmə müəssisələrinin Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə gəlirləri.....	47
Diaqram 8: Respondentlərin cinsi.....	56
Diaqram 9: Respondentlərin yaşı.....	56
Diaqram 10: Respondentlərin ailə vəziyyəti.....	57
Diaqram 11: Respondentlərin təhsil səviyyəsi.....	57
Diaqram 12: Respondentlərin iş fəaliyyəti.....	58
Diaqram 13: Respondentlərin iş stajı.....	58
Diaqram 14 : Respondentlərin aylıq gəliri.....	59
Diaqram 15: Respondentlərin istirahətə üstünlük verdikləri aylar.....	60
Diaqram 16: Respondentlərin istirahətə kiminlə getmə göstəriciləri.....	60
Diaqram 17: Respondentlərin üstünlük verdikləri turizm növü.....	61
Diaqram 18: Respondentlərin daxili və xarici səfərlə bağlı fikirləri.....	62
Diaqram 19: Respondentlərin ölkə daxilində turizm məqsədilə üstünlük verdiyi iqtisadi region.....	63
Diaqram 20: Respondentlərin müraciət etdikləri yerləşdirmə kompleksləri.....	64
Diaqram 21: Respondentlərin turizm məqsədilə getdiyi regionlarda göstərilən xidmətin keyfiyyəti, nəqliyyat, yerləşdirmə kompleksləri ilə bağlı məmnuniyyət cavabları	64
Diaqram 22: Turizm qiymətlərinin respondentlərin büdcə gəlirləri ilə uyğunluğu.....	65
Diaqram 23: Respondentlərin turlardan istifadə etmə cavabları.....	65
Diaqram 24: Respondentlərin görmək istədikləri turizm xidmətləri ilə bağlı cavabları.....	66
Diaqram 25: Respondentlərin büdcə gəlirlərinə uyğunluğu baxımından istirahət mərkəzlərində keçirdikləri vaxt göstəriciləri	67
Diaqram 26: Gəlirləri hal-hazırdakından çox olduğu təqdirdə respondentlərin müraciət edəcəyi ölkələr	67

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Regionlararası turizm fəaliyyətinin təsir istiqamətləri.....	15
---	----