

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**“QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN  
YARADILMASI VƏ İNKİŞAFI”**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**Quliyev Pünhan Nizami**

**BAKI – 2022**

**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**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ **20\_\_-ci il**

**“QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN**  
**YARADILMASI VƏ İNKİŞAFI”**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**İxtisasın şifri və adı: 060407-Menecment**

**İxtisaslaşma: “Menecment (sahələr üzrə)”**

**Qrup: 238**

**Magistrant:**

**Quliyev Pünhan Nizami oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər:**

**i.ü.f.d, dos. Ağarzayev Azər**

**Hüseyn oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Proqram rəhbəri:**

**i.ü.f.d., dos. Şamxalova Samirə Oqtay qızı**

\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri:**

**i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar**

**Atakişi oğlu**

\_\_\_\_\_ **imza**

**BAKI – 2022**

## **Elm andı**

Mən, Quliyev Pünhan Nizami oğlu and içirəm ki, “Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafı” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

# QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN YARADILMASI VƏ İNKİŞAFI

## XÜLASƏ

**Tədqiqatın aktuallığı:** Qarabağın iqtisadi rayonun işğaldan azad olunması ilə ölkənin istər iqtisadi, istərsə də siyasi inkişafı üçün böyük fürsətlər çıxmışdır. Lakin indiki vəziyyətdə infrastruktur və təhlükəsizlik baxımından bu ərazilər yaxşı vəziyyətdə olmadığından burada tez bir zamanda geniş dəyişikliklər etmək biraz çətin olacaq.

**Tədqiqatın məqsədi:** Qarabağ iqtisadi rayonunun işğaldan yeni azad edilmiş ərazilərində turizmin yaradılması və inkişafını həyata keçirərkən qarşılaşıla biləcək potensial problemlər və onların həll yollarının tapılması.

**İstifadə olunmuş tədqiqat metodları:** Təhlil və sintez, deduksiya və induksiya və məntiqi ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilməsi məqsəduyğundur. Yerli və dünya təcrübələrinin yığılması və ümumiləşdirilməsi metodlardan istifadə üzrə ilk mərhələdir. Aparılan təhlillər əsasında yerli bazarda olmayan, tədqiqat obyektinə olan Qarabağa tətbiqi uyğun olan startap və texnoparklar sintez edilir. Məntiqi uyğunlaşdırma metodu vasitəsilə sintez edilmiş ən yaxşı variantlar qabağa çəkilir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Müxtəlif konfransların materiallarından, yerli və xarici müəlliflərin elmi məqalələrindən, əsərlərindən, dərsliklərdən istifadə edilmişdir. Məlumatlar internet resurslarından, elektron kitabxanalardan, qanunlardan toplanır. Dövlət Statistika Komitəsinin resursları və xarici statistik məlumatlar nəzərdən keçirilmişdir.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** Qarabağ iqtisadi rayonunun yenidən işğaldan azad edilməsi, regionda vəziyyətin araşdırma üçün əlçatan olmaması, tədqiqatı aparmaqda bir sıra məhdudiyyətlər yaratmışdır. Həm də ölkə üzrə deyil, ayrı bir region üzrə statistik məlumatların olmaması ilə bağlı problemlər mövcuddur.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri:** Ondan ibarətdir ki, onun elmi müddəaları Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafı ilə bağlı təsəvvürü artırır.

**Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:** Tədqiqatın nəticələrindən əldə edilmiş əsas müddəalar, nəticələr və tövsiyələrdən ölkənin müxtəlif icraedici qurumları, tədqiqat institutları, təşkilatlar, universitetlər və s. istifadə edilə bilər.

*Açar sözlər: turizm, Qarabağ iqtisadi rayonu, turist, iqtisadi*

# CREATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM IN KARABAKH ECONOMIC REGION

## SUMMARY

**Relevance of the research:** Great opportunities have been created for the country's economic and political development with the liberation of the Karabakh economic region from occupation. However, in the current situation, these areas are not in good condition in terms of infrastructure and security, so it will be difficult to make large-scale changes in the near future.

**The purpose of the research:** Potential problems encountered in the establishment and development of tourism in the newly liberated territories of the Karabakh economic region and finding solutions to them.

**Research methods used in the research:** It is expedient to use the methods of analysis and synthesis, deduction and induction, and logical generalization. Gathering and summarizing local and world experiences is the first step in using the methods. According to the analysis, startups and technoparks that are not in the local market and are suitable for application to Karabakh, the object of research, are synthesized. The best options synthesized by the method of logical adaptation are put forward.

**Research database:** Materials of various conferences, scientific articles, works, textbooks of local and foreign authors were used. Information is collected from Internet resources, electronic libraries, laws. The resources of the State Statistics Committee and foreign statistics were reviewed.

**Limitations of the research:** The recent liberation of the Karabakh economic region, the lack of access to research in the region, and a number of restrictions on research. There are also problems with the lack of statistics, not for the country, but for a particular region. **Scientific novelty and practical results of the research:** It consists of the fact that its scientific provisions increase the perception of the creation and development of tourism in the Karabakh economic region.

**Areas where the results can be used:** From the main provisions, results and recommendations obtained from the results of the research, various executive bodies of the country, research institutes, organizations, universities, etc. can be used.

*Keywords: tourism, Karabakh economic region, tourist, economic*

## İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

<b>Aİ</b>	Avropa İttifaqı
<b>AZPROMO</b>	Export and Investment Promotion Agency of the Republic of Azerbaijan
<b>AZTA</b>	Azərbaycan Turizm Assosiasiyası
<b>GATT</b>	General Agreement On Tariffs And Trade
<b>HES</b>	Hotel Energy Solutions
<b>IATA</b>	International Air Transport Association
<b>ICAO</b>	International Civil Aviation Organisation
<b>MN</b>	Mədəniyyət Nazirliyi
<b>NEZEH</b>	Nearly Zero Energy Hotel
<b>TRASECA</b>	Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia
<b>UNDP</b>	United Nations Development Program
<b>ÜTT</b>	Ümumdünya Turizm Təşkilatı

## MÜNDƏRİCAT

<b>GİRİŞ.....</b>	<b>8</b>
<b>I FƏSİL. TURİZMİN YARADILMASI VƏ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI.....</b>	<b>11</b>
1.1. Turizmin yaradılması və formalaşdırılmasının nəzəri metodoloji əsasları və tarixi.....	11
1.2. Ümumdünya ölkələrin praktikasında turizmin yaradılması və inkişafının mövcud vəziyyəti .....	20
<b>II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZMİN CARİ VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ .....</b>	<b>29</b>
2.1. Azərbaycan turizminin mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi.....	29
2.2. Beynəlxalq təcrübədə turizmin yaradılmasının ölkə turizmi ilə müqayisəli təhlili .....	47
<b>III FƏSİL. QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN YARADILMASI VƏ İNKİŞAFININ TƏHLİLİ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>60</b>
3.1. Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafının qarşılaşa biləcəyi potensial problemlər və onların təhlili .....	60
3.2. Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması yönündə qarşılaşılacaq potensial problemlərə həll yolları və təkliflər .....	62
<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>66</b>
<b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SIYAHISI.....</b>	<b>69</b>
Cədvəllərin siyahısı.....	73
Qrafiklərin siyahısı.....	73

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Turizm bir iqtisadi sahə kimi dünyada neft hasilatı və avtomobil istehsalından sonra ən çox gəlir gətirən üçüncü sahədir. Hal-hazırda Azərbaycanın iqtisadiyyatının böyük bir payını neft və qaz hasilatından gələn xeyir tutur. Təbii ki, tək bir sahə üzərində fokuslanmaq iqtisadiyyatı daha zəif vəziyyətə gətirib çıxarır və bu da özlüyündə yetərli bir səbəbdir ki, Azərbaycan kimi rəngarəng landşaftı olan bir ölkədə turizm çox yaxşı inkişaf etdirilə bilər.

Qarabağ iqtisadi rayonunun ərazisinin işğaldan yeni azad edilməsi ilə burada turizm yenidən ölkə iqtisadiyyatının mərkəzində oldu. Yenidənqurma işləri sürətlə getməyə başlandı.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:** Qarabağ iqtisadi rayonunun işğaldan azad edildikdən sonra burada turizm prioritet sahə kimi görülür. Tədqiqatda yerli və xarici alimlərin, professorların və tədqiqatçıların praktikalarından öyrənilmişdir: Abbasov İ.M., Əliyev T.N., B.Ə. Bilalov, Ç. Gülləliyev, Ə.Q Əlirzayev, İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyev, Jennifer Blanke, Thea Chiesa, Kotler, Philip–Keller, Kevin Lane və s.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri :** 1. Qarabağ iqtisadi rayonunun hazırki turizm ,səviyyəsinin müəyyən edilməsi ; 2. Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafı üçün potensialın müəyyən edilməsi; 3. Qarabağ iqtisadi rayonunun işğaldan yeni azad edilmiş ərazilərində turizmin yaradılması və inkişafını həyata keçirərkən qarşılaşıla biləcək potensial problemlər və onların həll yollarının tapılması; 4. İqtisadi rayonda infrastrukturun formalaşdırılması.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti:** Tədqiqat işinin obyektı yenicə işğaldan azad edilmiş Qarabağ iqtisadi rayonudur. Tədqiqatın predmeti isə Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafı prosesinin təhlili və qiymətləndirilməsidir.

**Tədqiqat metodları:** Tədqiqatda təhlil və sintez, deduksiya və induksiya və məntiqi ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilməsi məqsədə uyğundur. Yerli və



dünya təcrübələrinin yığılması və ümumiləşdirilməsi metodlardan istifadə üzrə ilk mərhələdir. Daha sonra yığılan məlumatların təhlil prosesi gedir. Aparılan təhlillər əsasında yerli bazarda olmayan, tədqiqat obyektinə olan Qarabağa tətbiqi uyğun olan startap və texnoparklar sintez edilir. Məntiqi uyğunlaşdırma metodu vasitəsilə sintez edilmiş ən yaxşı variantlar qabağa çəkilir və tədqiqatın əsas təklifləri olur.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Dissertasiya işində müxtəlif konfransların materiallarından, yerli və xarici müəlliflərin elmi məqalələrindən, elmi əsərlərindən, dərsliklərdən istifadə edilmişdir. Məlumatlar internet resurslarından, elektron kitabxanalardan, qanunlardan toplanır. Həmçinin Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin materialları və xarici statistik məlumatlar nəzərdən keçirilmişdir.

Dissertasiya işində, həmçinin yerli və xarici idarəçilərin və iqtisadçıların çıxışlarından istifadə edilərək toplanmış məlumatlar öz əksini tapacaqdır.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə startap və texnoparkların yaradılması yeni və aktual mövzu olmaqla, bu sahədə kifayət qədər tədqiqatların aparılmaması və statistik məlumatların olmaması ilə bağlı problemlər müəyyən edilmişdir. Həm də ölkə üzrə deyil, ayrı bir region üzrə statistik məlumatların olmaması ilə bağlı problemlər vardır.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi:** Tədqiqat işində işğaldan azad olunmuş ərazilərdə yenidənqurma və bərpa işlərinin təhlili nəticəsində burada turizmin yaradılması zamanı yarana biləcək problemlərin qiymətləndirilməsi aparılmışdır. Turizm sahəsində aşağıdakı dəyişikliklərin nəticəsinə gəlinmişdir.

1. İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə vahid turizm mərkəzinin yaradılması;
2. Buraya daha çox polis və digər mühafizə orqanlarını cəlb edərək təhlükəsizliyi yüksək səviyyəyə çıxarmaq;
3. Minalı əraziləri təmizləməkdən ötrü xüsusi innovativ texnologiyaların alınması və sair;

4. Bu ərazidə otel və rekreasiya yerlərinin sayının çoxaldılması üçün yerli orta və böyük sahibkarlara lazımi şəraitin yaradılması;
5. Xarici investorların cəlb edilməsi ilə iqtisadi rayondakı turizmin inkişafını sürətləndirmək əsas

**Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri:** Tədqiqatın nəticələrindən əldə edilmiş əsas müddəalar, nəticələr və tövsiyələrdən ölkənin müxtəlif qanunverici və icraedici qurumları, tədqiqat institutları, təşkilatlar və s. istifadə edilə bilər.

# I FƏSİL. TURİZMİN YARADILMASI VƏ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI

## 1.1. Turizmin yaradılması və formalaşdırılmasının nəzəri metodoloji əsasları və tarixi

Bəşəriyyət tarixinin ən ilkin vaxtlarından turizm formalaşmağa başlamışdır. İlk vaxtlar insanlar qəbilələrinin, tayfalarının yaşadığı ərazilərdən uzaqlaşaraq daha yaxşı yaşam standartlarına çatmaq üçün daha yaxın ərazilə köçərək turizmdən istifadə edirdilər. Bu səfərlər zamanla dənizlərlə, çaylarla və hətta okeanlarla olan səfərlərlə gətirib çıxardı və beləcə insanlar təkcə yaşadıkları coğrafi ərazilər daxilində deyil yarımadalar, adalar və hətta materiklər səviyyəsində turizmdən yararlandılar.

Biz bilirik ki, mədəniyyətlər və xalqlar başqa əraziləri fəth etmək, ticarət yollarına və müxtəlif resurslara nəzarət etmək üçün silahlı qüvvələrini ətrafa köçürdülər. Bu, gələcək səyahətlər üçün əsas yaratdı. Misir, Roma və Şərqi Aralıq dənizi İmperiyaları yarandıqca zəruri səyahətlər turizmə çevrildi. Məsələn, Finikiyalılar təkcə ticarət yollarını inkişaf etdirmək üçün deyil, həm də maraq ucbatından səyahət edirdilər. Onların Aralıq dənizinin o ərazisindən kənarında nə olduğunu kəşf etmək arzusu var idi. Və yəqin ki, başqa xalqlar da eyni şeyi edirdilər. Müasir Meksikadakı Mayalar və müasir Çindəki Şanq sülaləsinin üzvləri öz sərhədlərindən kənarında olanları görmək üçün səyahət etdilər. Onlar da təbii ki, öz sivilizasiyalarını yaymaq istəyirdilər. Tarixçilər qədim səyahətlərə dair sübutlar - qazıntılar zamanı başqa yerlərdən tapılan artefaktlar tapa biliblər, qədim insanların öz turizm forması olmasa, orada ola bilməzlər.

Turizmin tarixindən danışarkən onu əsasən 7 əsas dövrə bölə bilirik, hansı ki, turizm tarixini daha ətraflı və hərtərəfli dərk etməmizə kömək edə bilər:

1. Qədim dövrlər;
2. İmperiyalar dövrü;

3. Orta əsrlər və intibah dövrü;
4. Böyük turlar dövrü;
5. Hərəkətlilik dövrü;
6. Modern dövr;
7. Post-modern dövr (<https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>, 2020) .

Sadə səyahətin nə vaxt turizm olaraq adlandırıldığını bilmək çətinidir. Qeyd edildiyi kimi, İmperiyalar Erasında (Qədim Misir, Qədim Roma və Qədim Yunan imperiyası) səyahət və turizmin inkişafında təsirli olmuşdur. Zaman keçdikcə insanlar daha çox səyahət edirdilər. Onlar əsasən müxtəlif səbəblərlə səyahət edirdilər: ticarət, təhsil, dövlət, dini məqsədlər və sair. Qədim Misir (e.ə. 4850-715) kimi müxtəlif mərkəzi yerlərdə qurulmuş birləşmiş hökumətlərlə səyahət etmək zərurət idi.

Səyahət bir zərurət olduğu üçün əsas ehtiyaclar da var idi. Başqa bölgələrdən gələnlər üçün yaşayış yeri və yemək təmin edilməli idi ki, bu da yəqin ki, başqa yerə səyahət edə biləcəyinizi başa düşməyə imkan verdi. Bu xüsusilə yunanlara (e.ə. 900-200) aiddir. Onlar yeni yerlərdə əylənmək istəyirdilər - ümumi dildən istifadəni təşviq etdilər və pulları ümumi valyuta formasına çevrildi.

Hökumətin fəaliyyəti baxımından əhəmiyyətli olan yerlər turistik adlandırma biləcəyimiz yerlərə çevrildi. Bazarlar, yemək və içmək üçün yerlər, izləmək üçün idman, oyun və hətta teatr ilə fərqli bir əraziyə səyahət ediləsi çox yer var idi. Bu, Qədim Romada daha da inkişaf etdi. İmperiyanın dövründə (e.ə. 500 - eramızın 300-cü illəri) yollar hazırlanmış və su yolları yaxşılaşdırılmışdır. Mehmanxanalar bir-birindən təxminən 30 mil məsafədə açıldı – belə ki, bu mehmanxanalar arasında olan məsafəni turistlər bir gün ərzində qət edə bilirdilər və buna görə də həmişə gecələr qalmaq üçün yer var idi. Burada hətta atlar icarəyə götürülə bilirdi.

Roma yolları 50.000 mil sistemi ilə genişləndi. Valyutalarının demək olar ki, hamı tərəfindən qəbul edilməsi və yunan və latın kimi ümumi dillərin istifadə edilməsi ilə,

səyahət daim asanlaşdı. Sonra ümumi hüquq sistemi formalaşdırıldı. Bu, istər əyləncə istərsə də iş səyahətləri ərzində insanlara səyahət edərkən özlərini daha təhlükəsiz və qorunmuş hiss etmələrinə imkan verdi . Roma imperiyasının bütün şəhərləri (məsələn, Pompey) orta və yuxarı siniflərin boş vaxtlarında araşdırmaq üçün yerlərə çevrildi.

Orta əsrlər boyu (5-14-cü əsrlər) səyahət demək olar ki, mümkün deyildi. Roma İmperiyasının süqutundan sonra turizm daha da təhlükəli hala gəldi. Əvvəllər xalqlar arasında ümumilik mövcud idisə, indi feodal quruluşu sayəsində muxtar ərazilər var idi. Ümumi nəqliyyat, dil və pul vahidi aradan qalxmışdı və bu, fərqli bir yerə səyahət etməyi əvvəlkindən daha çətin etdi. Roma Katolik Kilsəsinin güc qazanması ilə eramızın 1096-1291-ci illəri arasında Müqəddəs Torpağı geri almaq üçün doqquz səlib yürüşü baş verdi. Lakin onların hamısı uğursuz oldu və insanlarda dünyanı öz yerlərindən kənarında görmək arzusu ilə tərk etdilər. İnsanlar müxtəlif sivilizasiyaları yaşamağa can atırdılar. Marko Polo kimi tacirlər uğursuz səlib yürüşlərindən sonra çox uzaqlara getməyə başladılar. Xüsusilə Polonun səyahətləri (1295-1295-ci illər) haqqında olan izahatlarından sonra, insanlar yenidən səyahətə maraq göstərməyə başladılar (<https://www.britannica.com/biography/Marco-Polo>, 2021).

Böyük Tur (1613-1785) dövrü (The Grand Tour Era), bildiyimiz kimi turizmin həqiqətən də sürətli inkişaf vaxtı idi. Cəmiyyətin ən zənginlərindən başlayaraq insanlar öyrənmək üçün səyahət edirdilər. Artıq turizm bir dəb idi və tezliklə öz qaydasında status simvoluna çevrildi. Zadəgan ailəsindən olanlar öz ölkələrindən başqa ölkələrdə incəsənət, memarlıq, elm və daha çox şey görmək üçün bütün Avropanı gəzirdilər. Ümumiyyətlə, ən çox ziyarət edilən yerlər Fransa, İsveçrə, Almaniya və İtaliya olub. Hər bir Böyük Tur bir neçə il davam edirdi. İnsanlar vaqonla səyahət edərdilər və onlarla birlikdə köməkçilər, müəllimlər, mühafizəçilər və hətta atları da səyahətə edirdi.

Bu, təxminən 1750-ci ildə sənaye inqilabının tətbiqi ilə bir qədər dəyişdi. İqtisadi və sosial strukturlar kökdən dəyişməsi turizmə olan baxış açısını da kökdən dəyişdi. İnqilabla birlikdə fabrik və zavodların sayı çoxaldı və ailələr də artıq bu cür turlardan

öncə, öz biznes həyatlarına daha çox fokuslanmağa başladılar. Bu cür olduğu halda nəqliyyat da struktur dəyişikliklər meydana gəldi, iqtisadiyyatlar böyüdükcə və texnologiya inkişaf etdikcə daha səmərəli oldu. Beynəlxalq bazarlar artıq fərqli ölkələrdə daha böyüyürdü və bu da öz növbəsində fərdlərin gəlirlərini daha yüksək edirdi. Səyahət indi iş və istirahət üçün idi, lakin artıq işlə bağlı vaxt məhdudluğu olduğu üçün səyahətlər qısaldıldı. Turizm sənayesi potensial müştərilərin yeni tapılan ehtiyaclarını qarşılaya bilməsini təmin etmək üçün sürətli inkişafa çatdırıldı.

Zaman keçdikcə iqtisadiyyat (və şəxsi sərvət) böyüməyə davam etdi. Artan asudə vaxt və daha əlçatan səyahətlər turizmin çiçəklənməsi demək idi. Daha az insan təsərrüfat işi kimi hər şeyi tələb edən işlərə bağlandığından və daha çoxu ofislərdə, işlərdə və fabriklərdə işləməyə keçdi, daha çox boş vaxt var idi. Hərəkətlilik dövrü (1800-1944) həm yaxın, həm də uzaq yeni yerlərə səyahətlərin artması ilə müəyyən edildi.

Yeni yollar, sənişin qatarları, vaqonlar və yelkənli gəmilərin daha çox yayılmış olması ilə turizm böyüməyə davam etdi. Fransa və Böyük Britaniyada səyahət ideyasını insanlara daha da əlçatan edən keyfiyyətli yol və dəmir yolu sistemləri var idi. Daha sonra geniş ictimaiyyətə səyahət və turizm gətirməkdə şübhəsiz hesab edilən bilən Tomas Kuk gəldi. Tomas Kuk turizm tarixinin ən məşhur adlarından biridir. O, ilk tur paketini təqdim etdi - səyahət və yaşayış, çox vaxt yemək də daxil. 1841-ci ildə o, Loughboroughdan Leicesterə səyahət etmək üçün 570 nəfərə yaxın bir tur təşkil etdi. Bir şilling ilə səyahətə yemək və əyləncə daxil idi. Eyni şeyə daha çox tələbat var idi və beləliklə, səyahət xidmətlərinin təşkili və təmin edilməsi üzrə tam zamanlı biznes yarandı.

Kütləvi turizm 20-ci əsrin birinci yarısında inkişafını davam etdirdi. Corc Vestinqhaus işdən ödənişli məzuniyyət ideyasını təqdim etdi, işçilərə ödənişli məzuniyyət vaxtının verilməsinin ümumilikdə məhsuldarlıq səviyyələri üçün faydalı olacağına qəti inamla. Bu, müəyyən ölkələrdə işləyən və orta təbəqələrə səyahət

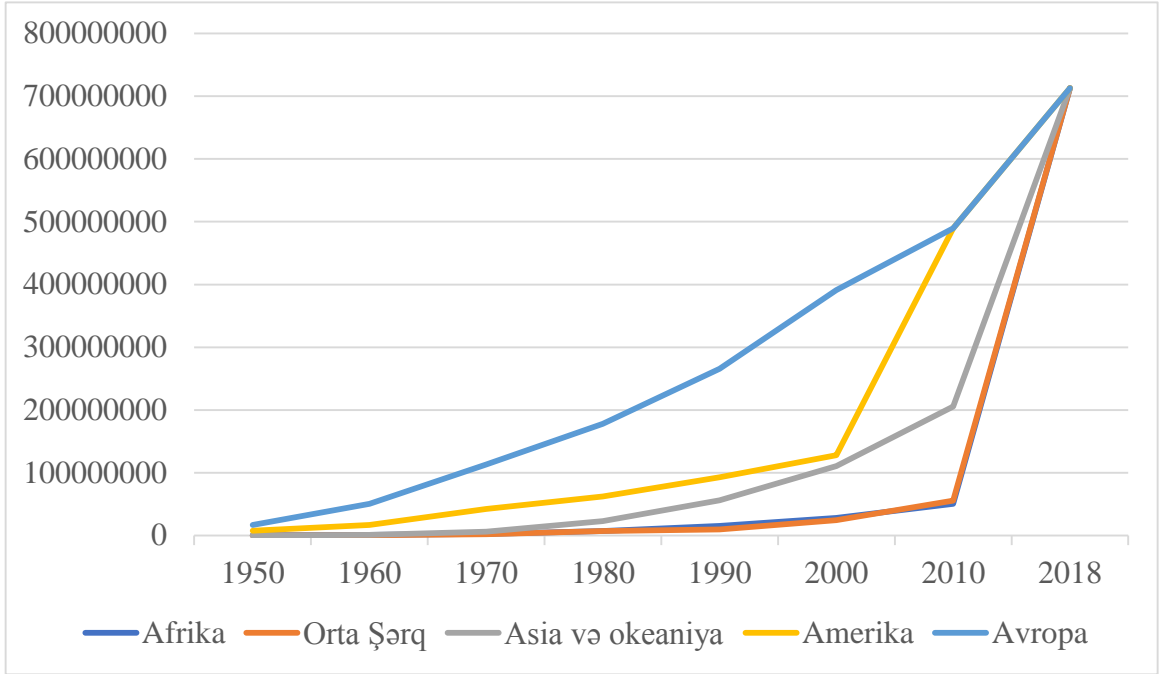
xəyallarını həyata keçirmək üçün vaxt və pul verdi - buna görə də turizmə tələbat artdı.

İkinci Dünya Müharibəsi 1940-cı illərdə sona çatdıqda, müharibə zamanı səyahət etmək məcburiyyətində qalanlar bu təcrübəni daha müsbət bir şəkildə təkrarlamaq istədilər. Onlar indi əylənmək üçün səyahətə can atırdılar! Onlar həmçinin bunu sevdikləri ilə bölüşmək istəyirdilər, istər birlikdə səyahət etmək, istərsə də bu insanların da səyahət etmək istəyinə səbəb olan hekayələri paylaşmaqla. İqtisadiyyatların böyüməsi və avtomobillərin yenidən kütləvi istehsalı ilə insanlar öz avtomobillərində səyahət edirdilər. Bu, xüsusilə motel biznesinin həqiqətən də inkişaf etdiyi Amerikada daha dolğun idi.

Səyahət sənayesinin sürətli şəkildə böyüməsinə bir çox amillər kömək etdi. Otellər və motellər biznesin genişlənməsinə və franşayzinq modelinin istifadəsini sürətləndirdilər və reaktiv səyahət 1950-ci illərdə düzgün şəkildə təqdim edildi və bu 1960-cı illərdə daha da populyarlaşdı. Turizmin sürətlə inkişafına əsas təkanlardan biri də kredit kartları oldu. Əvvəlcə Diners Club kartı adlandırılan kartlar, səyahət edənlərə valyuta mübadiləsi və nağd pul daşıma problemi olmadan dünyanın hər yerindən asılı olmayaraq məhsul və xidmət almaq imkanı verirdi. Bu günə qədər də, kredit kartları səyahət edənlərin ən çox istifadə etdiyi ödəniş yoludur.

Aşağıda göstərilən Qrafik 1-dən, 1950-2018 ci illər arasında insanların turizmə meylinin daha da artmasını müşahidə edə bilərik.

**Qrafik 1. Regionlara görə illik beynəlxalq turist gəlişləri**



**Mənbə:** <https://ourworldindata.org/tourism> , 2019.

Beləliklə, insanların vaxtları, pulları var idi, səyahət təhlükəsiz və daha da əlçatan oldu. Turizm o vaxtdan bəri sadəcə olaraq böyüməyə davam etdi. Hal-hazırda kütləvi turizm böyük hal alıb və bununla məşğul olan insanları iki qrupa bölmək olar. Bunlar paket sövdələşmələrindən və əvvəlcədən hazırlanmış marşrutlardan istifadə edən “ korporativ kütləvi turistləri” və “ fərdi kütləvi turistlər”dir. İkinci qrup müstəqil səyahət edir, lakin mediada təbliğ olunan kütləvi turizm xidmətlərindən (hava yolları, otel şirkətləri və s.) istifadə edirlər. Birinci qrup insanlar üçün isə adətən təşkilat tərəfindən turizm təşkil edilir.

Səyahət hələ də daim dəyişir. İnsanlar artıq turizmi uzun illər davam edən ənənəvi formada yox, cəmiyyətdə müəyyən status əldə etmək üçün daha çox istifadə edirlər. Turizm və sənaye ilə səyahət şirkətləri artıq fərqli və çoxsahəli tələblərə cavab verirlər. 21-ci əsr boyu İnternetə çıxış daha çox yayılmış və yeni sərhədlər açılmışdır. Daim artan imkan və vətəndaşların hərəkətliliyi daha çox inkişaf edib. Müxtəlif ölkələr turistlər üçün cəlbedici olduqca onların iqtisadiyyatı böyüyür və bu da öz



növbəsində təyinatı daha cəlbədicə edir. Buna görə də turizm dövlətlər üçün vacib bir rol oynayır.

Turizmə gəlinə, həmişə sürətli inkişaf və enişlər olur. Terrorizm, sağlamlıq qorxuları və siyasi və iqtisadi qeyri-sabitlik çox vaxt insanları səyahətdən çəkindirir. İndi hava limanlarında, sərhədlərdə və attraksionlarda təhlükəsizlik prosedurları gücləndirilib ki, bu da insanların daha da rahat səyahət etməsinə kömək edir.

Postmodern turizm dövründə istehlakçılar daha fərasətli, daha diqqətli və daha çox məlumatlıdır. İndiki vaxtda insanlar ətraf mühitin mühafizəsi, ictimaiyyətə təsir, iqtisadi proses və digər bu kimi məsələlərə daha çox əhəmiyyət verir, səyahətlərini planlaşdırıb həyata keçirərkən daha diqqətli olurlar. Həmçinin, insanlar indi orijinal təcrübələr axtarır və müxtəlif turizm növlərini yaşamağa çalışırlar. Sektor daxilində işləyən təşkilatlar indi 2020-ci ilin Koronavirus epidemiyası zamanı geniş istifadə olunan virtual turizm kimi daha ağıllı turizm təcrübələri təklif edə bilirlər.

Turizmin müasir tarixindən danışarkən beynəlxalq turizm təşkilatlarından yan keçmək olmaz. Belə ki, turizm təşkilatları bildiyimiz ilk beynəlxalq qurumların yaranması ilə, əsasən ikinci dünya müharibəsindən sonra daha çox yaranması diskussiya mövzusu olmuşdu. Bir neçə il ərzində hökumətləri, eləcə də özəl sektoru təmsil edən bir çox beynəlxalq turizm təşkilatları yaradılmışdır. Hal-hazırda dünyada yüzlərlə belə turizm qurumları var hansı ki, bu qurumlar turizmi sadələşdirib daha əlçatan etmiş, ölkələr arası və ölkədaxili turizmlərə böyük tövələr vermişdir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (1975-ci ildə yaradılmışdır) hökumətlərarası qurumdur. 1947-ci ildən I GIS-ə qədər mövcud olan Beynəlxalq Rəsmi Səyahət Təşkilatları İttifaqının (IUOTO) davamçısıdır (<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418268>, 2021). Birləşmiş Millətlər Təşkilatının ixtisaslaşmış təşkilatı olaraq ÜTT-nin üzvü dünyanın 113 hökumətini və səyahət və turizm sənayesindən 170-dən çox filial üzvündən (beynəlxalq və regional turizm təşkilatları) ibarətdir. ÜTT-nin mərkəzi Madriddə (İspaniya) yerləşir və onun üç şurası mövcuddur:

- ÜTT Katibliyi (Madriddəki daimi ofis)
- Baş Assambleya (iki ildən bir toplanır)
- İcra Şurası (ildə iki dəfə toplanır)

Bu şuraların əsas məqsədləri isə aşağıdakı kimi izah edilmişdir:

“İrqindən, cinsindən, dilindən və dinindən asılı olmayaraq, iqtisadi inkişafa, beynəlxalq anlaşmaya, sülhə, rifaha və hamı üçün insan hüquqlarına və əsas azadlıqlara ümumbəşəri hörmət və riayət edilməsinə töhfə vermək məqsədi ilə turizmin təşviqi və inkişafı. Təşkilat bu məqsədə çatmaq üçün bütün lazımi tədbirləri görməlidir. Təşkilat bu məqsədi həyata keçirərkən inkişaf etməkdə olan ölkələrin turizm sahəsində maraqlarına xüsusi diqqət yetirməlidir”.

Burada yadda saxlamaq lazımdır ki, ÜTT əməliyyat sektoru üçün açıq olan yeganə hökumətlərarası təşkilatdır. Dövlət və özəl sektorun bu cür iştirakı sənayeye təsir edən strateji məsələlərə praktiki yanaşmanı təşviq edir. ÜTT həmçinin sənaye üçün “səyahət və turizmin çərçivələrini və qlobal standartlarını yaratmaq” üçün forum təqdim edir. Dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sənayələrindən birini birləşdirməyə çalışır.

ÜTT əsasən fəaliyyətini əsas bir neçə sahəyə şaxələndirir. Bunlar Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının (UNDP) icraçı qurumu kimi ÜTT davamlı turizmin inkişafı, investisiya ehtiyacları və texnologiya transferindən tutmuş marketing və təşviqata qədər geniş spektrli turizm məsələlərində hökumətlərə yardım göstərir. 1980-ci ildən artıq dtXI layihələri həyata keçirilir. Bu layihələr çərçivəsində ölkələrdə təhsil və təlim, ətraf mühit və planlaşdırma, sadələşdirilmə və liberallaşdırılma, marketing və digər üsullarla turizmin inkişafına nəzər yetirilir.

Təhsil və Təlim. Təhsil və təlim səyahət və turizm sənayesinin əsas struktur bloklarından biridir. Digər layihələrə ÜTT təhsil və təlim mərkəzləri şəbəkəsinin yaradılması və turizm üzrə təhsil və təlim müəssisələrinin direktorluğunun nəşri daxildir.

Ətraf Mühit və Planlaşdırma. Davamlı turizmin inkişafı məqsədi ÜTT-nin ətraf mühit və planlaşdırma sahəsində işinin əsasını təşkil edir. Fəaliyyətlərə Kanadada Rio Earth Sammiti və Globe seminarları kimi turizm və ətraf mühitlə bağlı forumlarda iştirak daxildir. ÜTT həmçinin Avropa Birliyinin Mavi Bayraq Proqramı əsasında turizm üçün təmiz çimərliklər üzrə qlobal proqram hazırlayır.

Bir sıra nəşrlər, o cümlədən Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ətraf Mühit Proqramı ilə birgə üç hesabat, kurortlarda, icmalarda və milli parklarda turizmin planlaşdırılmasına mühüm töhfə verir.

Asanlaşdırma və Liberallaşdırma. ÜTT turizm qarşısındakı maneələrin aradan qaldırılması istiqamətində çalışır. Bu sahədə fəaliyyətlərə əlillərin turizmə çıxışının yaxşılaşdırılmasının təşviqi, Kompüter Rezervasyon Sistemləri üzrə tədqiqatlar, Ticarət və Tariflər üzrə Baş Saziş (GATT) prosesinə cəlb olunması, sağlamlıq və təhlükəsizlik məsələləri üzrə yardım daxildir.

Marketing və Təşviq. ÜTT davamlı olaraq 165-dən çox ölkədə səyahət və turizm meyllərini izləyir və təhlil edir ki, bu da strateji planlaşdırma və marketing üçün əvəzolunmaz məlumatlar təqdim edir. Turizmin qlobal təriflərini müəyyən edən 1991-ci ildə ÜTT-nin Ottava Turizm Statistika Konfransı da eyni dərəcədə əhəmiyyətli olmuşdur. Bununla da turizm axınlarının vahid ölçülməsi üçün əsaslı baza yaradılmışdır.

Nəşrlər. ÜTT-nin də bir sıra nəşrləri var. Onlara daxildir:

- Turizm statistikasını illiyi;
- Turizm statistikasının toplusu (illik);
- Səyahət və turizm barometri (rüblük);
- Kurort inkişafına inteqrasiya edilmiş yanaşma;
- Turizm daşıma qabiliyyəti;
- 2000-ci il və sonrakı illər üçün Dünya Turizmi Proqnozları və s.

Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Assosiasiyası (IATA) qeyri-hökumət təşkilatıdır və üzvlük praktiki olaraq bütün hava daşıyıcılarından ibarətdir. Fəal üzvlər beynəlxalq

əmaliyyatlarla məşğul olur, Assosiativ üzvlük isə yerli aviaşirkətlərdən ibarətdir.

IATA-nın məqsədləri:

- səyahət edənlərin rifahı üçün etibarlı, müntəzəm və iqtisadi hava nəqliyyatının sabitliyini təşviq etmək;
- hava ticarətini təşviq etmək və onların daxilindəki problemləri öyrənmək və sənaye ilə bağlı problemləri araşdırmaq;

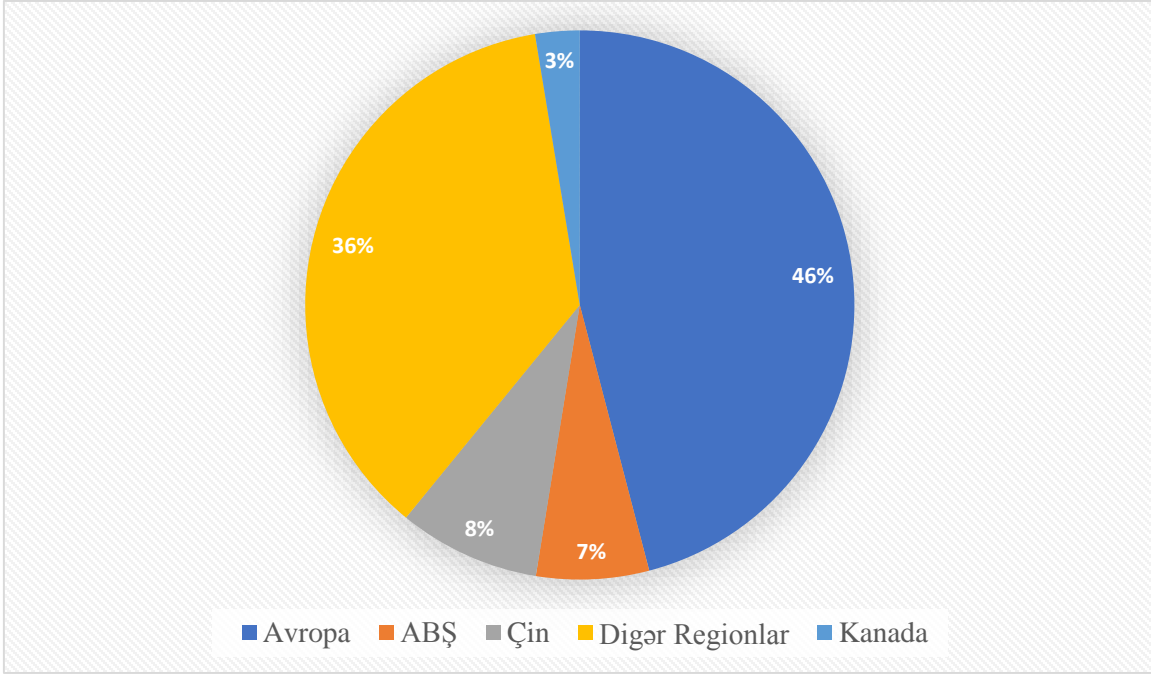
1945-ci ildə əsası qoyulan IATA-nın fəaliyyəti illər keçdikcə artıb. Bu gün onun xidmətləri və rollarına aşağıdakılar daxildir:

- üzv aviaşirkətlər üçün uyğun olan qlobal marşrutlarda tariflərin müəyyən edilməsi,
- beynəlxalq uçuşlar üçün vaxt cədvəllərinin planlaşdırılması,
- baqajın yoxlanılması, rezervasiya və s. kimi müəyyən xidmətlərin standartlaşdırılması və əlaqələndirilməsi.

## **1.2. Ümumdünya ölkələrin praktikasında turizmin yaradılması və inkişafının mövcud vəziyyəti**

Turizm sahəsinin 2-ci Dünya müharibəsindən sonra inkişaf etməsilə bir çox ölkələr turizmə istər siyasi, istərsədə iqtisadi səbəblərdən digərlərindən daha çox önəm verməyə və inkişaf etdirməyə fokuslandılar. Sözsüz ki, hal-hazırda turizm sahəsinin ən yaxşı inkişaf etdiyi ölkələr Avropada ölkələridir. Bunu aşağıda göstərilən Qrafik 2-dən də daha aydın görmək olar.

**Qrafik 2. Beynəlxalq turist gəlişlərinin dünya ölkələri üzrə payı, 2020**



**Mənbə:** <https://www.eea.europa.eu>, 2020.

Qrafikdən də göründüyü kimi Avropa ölkələri 2020-ci il üzrə turist gəlişinə görə digər bütün ölkə və regionlardan daha çox turist qəbul edir. Bunun səbəblərini araşdırarkən turizmin ölkələrdəki inkişafına və hazırkı durumuna bir neçə əsas aspektdən baxa bilərik. Turizmin yaradılması və ya yenidən formalaşdırılması üçün əsas göstərici və ya aspektlər aşağıdakılardır.

- Davamlı iqtisadi inkişaf
- Sosial inklüzivlik, məşğulluq və yoxsulluq azaldılması
- Resurs səmərəliliyi, ətraf mühitin mühafizəsi və iqlim dəyişikliyi
- Mədəni dəyərlər, müxtəliflik və irs

Belə ki, yuxarıda qeyd olunan göstəricilər əsasında, bəzi dövlətlərin turizm sahəsində etdiyi səmərəli dəyişikliklər nəticəsində ölkədə turizm sahəsinin inkişafına necə töhvə verdiyini bir neçə misalla izah etmək olar. Burada İspaniyanın Kanar adalarında yerləşən Lanzarote adasından danışmaq olar. Lanzarote aparıcı Avropa məkanıdır və İspaniyanın Kanar adalarının ən şərqindədir. Adanın bənzərsiz

mənzərəsini nəzərə alaraq, yerli rəssam və memar Sezar Manrik Lanzarotenin ətraf mühitini və mədəniyyətini qoruyub saxlamaq, eyni zamanda onun gözəlliyini dünyaya göstərmək, incəsənət və təbiət arasındakı ahəngdar əlaqəni araşdıran müdaxilələri əhatə edən iddialı yaradıcı layihə hazırlamışdır. Beləliklə, İncəsənət, Mədəniyyət və Turizm Mərkəzlərinin (CACTs) əsasları 1966-cı ildə qoyuldu. Manrike Lanzarote'nin Cabildo (ada hökuməti) üçün turizm mərkəzləri şəbəkəsini inkişaf etdirməyə başladı, həmkar rəssam Jesús Soto və bir sıra görkəmli sənətkarlar – bağbanları, dəmirçilər, daş ustaları, dülğərlər və Cabildo işçiləri buraya cəlb etdilər. Bu gün Mərkəzlər şəbəkəsi doqquz turizm attraksionunu əhatə edir. Birlikdə, hər il 2,9 milyon ziyarətçi qəbul edirlər. Məkanlara mağara (Cueva de los Verdes), vulkan (Jameos del Agua), digər təbiət möcüzələri (Jardín de Cactus, Mirador del Río və Montañas del Fuego/Timanfaya), qala (Castillo de San José), və sualtı muzeyi (Museo Atlántico) və mədəni irs yerləri (La Casa Amarilla və Monumento al Campesino) aiddir (<https://www.statista.com/statistics/772012/annual-number-of-tourists-on-lanzarote-canary-islands/>, 2021).

Təkcə 2016-cı ildə 2,9 milyon ziyarətçi (bilet) qəbul edən İncəsənət, Mədəniyyət və Turizm Mərkəzləri inkişaf edir. Müvafiq təşəbbüslər, məsələn, ziyarətçilərin 30,81%-ə qədər artdığını göstərən və indi CACTs-in sualtı muzeyinə inteqrasiya olunmuş akvalanq mərkəzləri kimi buna nümunədir. CACTs 2016-cı ildə 7,637 işçini saxlamaqla 215,6 milyon avro (257 milyon ABŞ dolları) birbaşa xərcə görə məsuliyyət daşıyırdı. Həmin il Lanzarote bələdiyyələrinə 4,4 milyon avro köçürülərək faydalar paylaşıldı. Bu məbləğ bələdiyyələrin büdcələrinin əhəmiyyətli bir hissəsini əhatə edir – məsələn, Tinaxo bələdiyyəsinin büdcəsinin 17%-ni təşkil edir.

Mərkəzlərdə 7637 nəfər iş yeri yaradılmışdır ki, onlardan 300 nəfəri birbaşa işçidir. Məşğulluqdan başqa, Mərkəzlər bacarıqların inkişafı üçün mərkəzdir. 2016-cı ildə hər bir işçi orta hesabla 68 saat təlim keçib. Sosial inklüzivlik əhalinin CACT-lərlə əlaqəsi vasitəsilə təşviq edilir – həmin il yerli əhalinin 36,5%-i ən azı bir

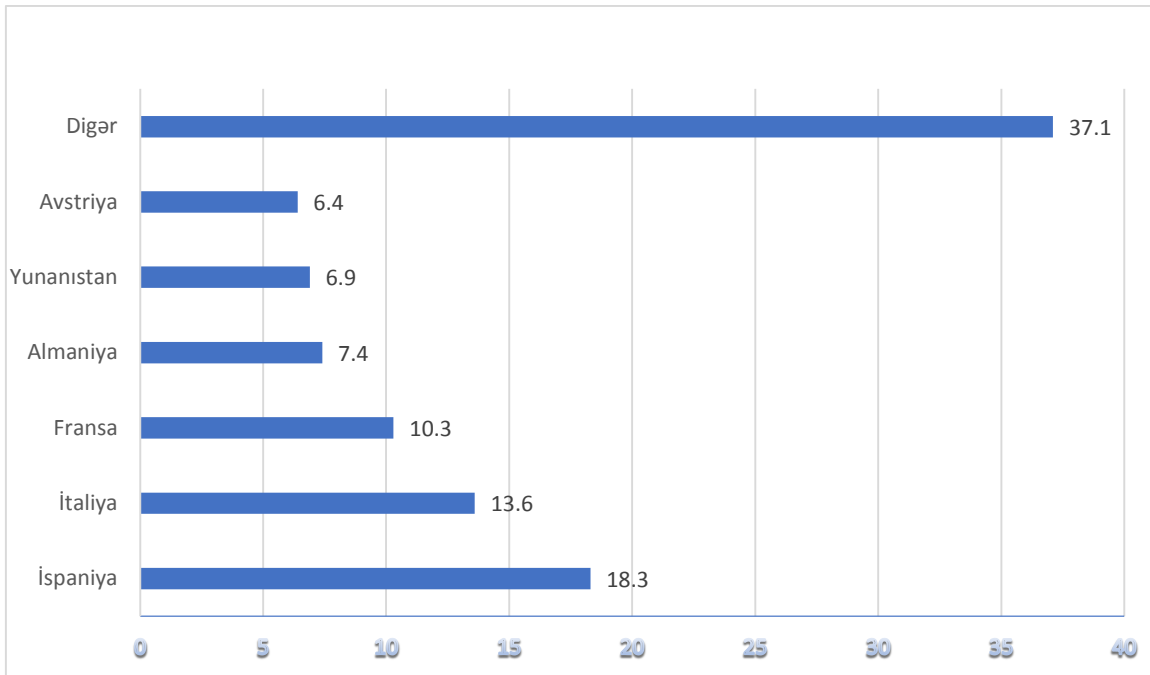
Mərkəzə baş çəkib, Lanzarotedəki məktəblərin 42%-i (<https://www.atlanticohomes.com/info/market-info>, 2021).

Mərkəzlərin tullantıları yenidən istifadəyə sövq etməsi CACT-lərin avtomobil parkının təxminən 12,5%-nin elektrikle işləməsində əks olunur. Ətraf mühitin mühafizəsi və resursların səmərəliliyi ilə bağlı məlumatlılıq dəstəklənir – 2016-cı ildə işçilərin 90%-i davamlılıq mövzusunda təlim keçib. İl ərzində zibil istehsalında da əvvəlki illə müqayisədə 27,2% azalma qeydə alınıb. Bundan əlavə, Mərkəz adanın botanika bağında ağ kor xərçəng (*munidopsis polymorpha*) və 4000-dən çox bitki və 620 növ də daxil olmaqla endemik növlərin qorunmasına sadıqdır.

CACT-ların büdcəsinin 2,8%-i irsin qorunmasına ayrılır. Mədəniyyət həm də mərkəzlərin Lanzarotenin unikal təbii və bədii irsinin davamlı təbliği ilə qorunur. Bu misaldan da göründüyü kimi İspaniya dövlətinin Lanzarote adasına etdiyi investisiyalar müəyyən müddət ərzində özünü doğrultmuş və adanın işsizlik dərəcəsinə, bələdiyyə büdcəsinə və s. böyük iqtisadi yardım etmişdir.

Aşağıda göstərilən Qrafik 3-dən İspaniyanın turizmə etdiyi investisiyalarının nəticələrini aydın bir şəkildə görə bilərik. Belə ki, qrafikdə 2019-cu ildə Avropa Birliyi ölkələrinin nə qədər turist qəbul etdiyini və İspaniyanın da digərlərindən daha çox turistə ev sahibliyi etdiyini görə bilərik. 2019-cu ildə İspaniya beynəlxalq turistlər üçün ən populyar AB məkanı olub, 299 milyon gecə turistlərin yerləşdirilməsində və ya AB-nin ümumi sayının 18.3%-ni təşkil edib.

**Qrafik 3. Avropa ölkələrinin turist qəbulu (faizlə)**



**Mənbə:** [https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_top\\_destination](https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Tourism_statistics_-_top_destination), 2019.

Avropada turizmin digər regionlardan əsas fərqlərindən biri də, buranın daim innovativliyə uyğunlaşmasıdır. Buna misal olaraq neZEH (nearly zero energy hotels) hotelləri misal çəkə bilərik. neZEH layihəsi enerji istehlakında 70%-ə qədər azalma nümayiş etdirərək otel enerjisinin yenilənməsinə rəhbərlik edir və daha dayanıqlı, enerjiyə qənaət edən turizm sektoru istiqamətində global replikasiyaları ruhlandırır.

Binalar Avropa İttifaqının (Aİ) ümumi enerji istehlakının 40%-ni və CO2 emissiyalarının 36%-ni təşkil edir. Turizm sektorunun CO2 emissiyasının 21%-nə məskunlaşma yerləri cavabdehdir. Halbuki bu sahədə qənaət üçün böyük potensial var, qonaqpərvərlik sektorunun parçalanmış təbiəti bu məqsəd üçün problemlər yaradır. Təxminən Sıfır Enerji Binaları (nZEB) üçün Aİ direktivləri tətbiq olunduqca, Avropanın qonaqpərvərlik sektoru bu tələblərə əməl etməli olacaq. Nearly Zero Energy Hotels (neZEH) Konsorsiumu otellərə enerjiyə qənaət etmək, onların karbon izini azaltmaq və daha rəqabətə davamlı və davamlı qonaqpərvərlik sektorunun



qurulmasına kömək etmək üçün yaradılmışdır. O, AI-nin enerji səmərəliliyi və iqlim dəyişikliyi üzrə öhdəliklərinə (2020 və 2050 hədəfləri), xüsusilə də Avropanın tikinti fondunu Təxminən Sıfır Enerji Binalarına çevirmək siyasətinə cavab olaraq, otelləri Təxminən Sıfır Enerji səviyyələrinə çatdırmaq üçün dəstəkləyir. neZEH təşəbbüsü mehmanxanalara xüsusi texniki məsləhətlər verir, yaxşı təcrübələri paylaşır və enerjinin yenilənməsi ilə bağlı potensialın artırılmasını həyata keçirir. Layihə sağlam, uyğunlaşdırılmış təlimat, praktiki təlim və neZEH e-alət dəsti kimi faydalı alətlər təklif edir. Bu pulsuz onlayn alət otellərə enerji səmərəliliyi sahəsində müvafiq həlləri müəyyən etməyə kömək edir. Alətlər dəsti və ümumi neZEH layihəsi resurs səmərəliliyi vasitəsilə rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün 1540-dan çox otel tərəfindən istifadə edilən Hotel Energy Solutions (HES) təşəbbüsü əsasında qurulur. Bu günə qədər, 2013 və 2016-cı illər arasında dəstəklənən 16 Nearly Zero Energy Hotel ilə yeddi AI üzv dövlətində təmir layihələri həyata keçirilib. Enerji istehlakının 70% azaldılmasına səbəb ola biləcək bir yanaşmanı dəstəkləyən bu innovatorlar daha çox inkişafa doğru ilham verir. davamlı qonaqpərvərlik sektoru.

neZEH enerjinin yenilənməsinə 6,3 milyon avro (7,7 milyon ABŞ dolları) investisiya yatırır (<http://www.nezeh.eu/home/index.html>, 2021) . 2020-ci ilə qədər bu məbləğin 80 milyon avroya (97,6 milyon ABŞ dolları) çatacağı proqnozlaşdırılır. Bu cür əhəmiyyətli investisiyalar iqtisadi artıma təkan verdi və CO2 emissiyalarının azalmasına uğurla səbəb oldu, eyni zamanda otellərə:

- Onların davamlılığını və rəqabət qabiliyyətini artırmaq;
- Əməliyyat xərclərini azaltmaq;
- Enerji müstəqilliyinin artırılması;
- AI maliyyələşdirməsindən faydalanmaq;
- Öz imicini və xidmətlərini təkmilləşdirmək;
- Davamlılıq bazarına açıq olmaq; və
- Karbon izlərini azaldın.

Bu kimi dəyişikliklər Avropada bu tipli hotellərin daha da inkişaf etməsinə gətirib çıxardır və dolayısıyla bu ölkələrin turizminin daimi inkişaf etməsini və rəqabətə davamlı olmağını sadələşdirdi.

Avropa ölkələrinin turizminin böyüklüyündən danışarkən əsas bir məqam qeyd olunmalıdır. Belə ki, Avropa Birliyinə daxil olan ölkələr arasında turizm digər ölkələrdən güclü inkişafının səbəbi bu ölkələrin vahid bir turizm siyasətlərinin olmasıdır. Hal-hazırda Avropa turizminin qarşısında dayanan problemlər olduğu kimi, onların həlli də, asanlaşdırılır. Bu problemlərə aşağıdakıları misal çəkmək olar:

- Davamlılıq
- Siyasi qeyri-sabitlik
- Qeyri Avropa ölkələrində turizmin sürətli inkişafı
- Viza siyasəti
- Onlayn xidmətlərin rəqəmsallaşdırılması və tənzimlənməsi
- Yeni xidmətlərə və keyfiyyətin yüksəldilməsinə ehtiyac və s.

Davamlılıq turizm üçün əsas problemlərdən biridir. Turizm müvafiq istiqamətlərə nəqliyyatı əhatə etdiyi üçün CO<sub>2</sub> emissiyalarının artmasına səbəb olur. Kütləvi turizm həmçinin təbii ehtiyatların pisləşməsinə, biomüxtəlifliyin məhvəsinə və ya səskü çirklənməsinə səbəb ola bilər. Qlobal istiləşmə, kütləvi turizm kimi, məsələn, yağınlarla və ya meşələrin qırılmasına səbəb olmaqla, müəyyən turizm istiqamətlərini daha az cəlbedici edə bilər. Uzunmüddətli perspektivdə dəniz səviyyəsinin qalxması adalar və sahilyanı ərazilər üçün təhlükə ola bilər. Temperaturun artması səbəbindən qarların əriməsi də qış xizək kurortlarının azalmasına səbəb ola bilər.

Turizm həmçinin terror hücumları, siyasi qeyri-sabitlik və onların gətirdiyi iqtisadi itkilər kimi digər amillərə də həssasdır. Məsələn, Paris terror hücumları Fransa paytaxtında turistlərin sayını kəskin şəkildə azaltmışdı. 2012-ci ildə Grexit ilə bağlı spekulyasiyalar Yunanıstana turist gəlişini bir il ərzində 3,3% azaltmışdı və ərəb dünyasındakı siyasi təlatümlər turizmin bazar payını 2010-cu ildəki 6,4%-dən 2012-ci

ildə 5,0%-ə endirdi (<https://hospitality-on.com/en/activites-hoteliere/terrorist-attacks-paris-impact-hotel-industry>, 2015). Ərəb baharı başlayandan bəri Cənubi Avropa ölkələri, turistlərin sayının artmasından qazanc əldə etmiş kimi görünür.

Digər bazarlardan gələn rəqabət AI turizm istiqamətləri üçün başqa bir narahatlıqdır. Dünyanın daha çox ölkəsi turistlər üçün əlçatan olmaq üçün səylərini artırıdığca, daha çox təklif əlçatan olur. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatlarından istifadə edən EPRS tədqiqatı göstərsə də, AI-nin növbəti onillikdə bazar mövqeyini ən çox qəbul edən ölkə kimi qoruyacağı gözlənilir, onun payının 60-dan aşağı düşəcəyi proqnozlaşdırıldığı üçün bu yolda ciddi çətinliklərlə üzləşəcək. Bu, AI daxilində səyahət edənlərin daha qısa səfərlər etmələri ilə izah olunur. Məsələn, AI statistikasına görə, qısa səfərlər (bir-üç gecə) AI sakinləri tərəfindən həyata keçirilən səfərlərin sayının yarısından çoxunu təşkil edir.

Viza siyasətləri- Qeyri-adekvat və sərt viza siyasəti turizmin inkişafı üçün başqa bir maneə təşkil edir. Komissiyanın 2013-cü ildə qısamüddətli viza rejiminin sadələşdirilməsinin turizm sənayesinə iqtisadi təsiri ilə bağlı araşdırmasına görə, təkcə 2012-ci ildə AI Çin, Hindistan, Rusiya, Səudiyyə Ərəbistanı, Cənubi Afrika və Ukraynadan ümumilikdə viza müraciəti ilə bağlı çətinliklərə görə 6,6 milyon turist itirib.

Turizm xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılması da bir problemdir. Getdikcə artan sayda insanlar öz təttilini təşkil etmək, köçürmə, səyahət və ya yerləşdirmə xidmətlərini onlayn sifariş etmək üçün internetdən istifadə edir. Bundan əlavə, turizmlə bağlı müxtəlif xidmətlərə daxil olmaq üçün çoxsaylı smart cihazlar getdikcə daha çox istifadə olunur. Paylaşma iqtisadiyyatı həm də yerləşdirmə və köçürmə üçün yeni həmyaşd xidmətlərlə yeni imkanlar gətirdi. Bununla belə, bu inkişaf tənziqləmə, vergitutma, xidmətlərin göstərilməsi üçün qanunla müəyyən edilmiş standartlara nəzarət və s. baxımından da xeyli problemlər yaradır. Müxtəlif provayderlərin təklif etdiyi xidmətlərlə bağlı onlayn fırıldaqçılıqla mübarizə də mühüm problemdir.

Bundan əlavə, turizm kifayət qədər rəqabətqabiliyyətli sənaye olduğundan, Avropa turist provayderləri global bazarda öz paylarını saxlamaq üçün məhsul və xidmətlərini təkmilləşdirmək və zənginləşdirmək və ya yenilərini icad etməklə onların keyfiyyətinin yüksəldilməsi ilə məşğul olmalıdırlar. Brend təyinatları və AI istiqamətlərinin dinamik təşviqi rəqabəti azaltmağa kömək edə bilər. Yeni cəlbedici tətill paketlərinin təqdim edilməsi yolu ilə turizm mövsümünün uzadılması başqa bir vacib şərtidir, çünki AI turizmi adətən iyul və avqust aylarında başlayır.

## II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZMİN CARİ VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

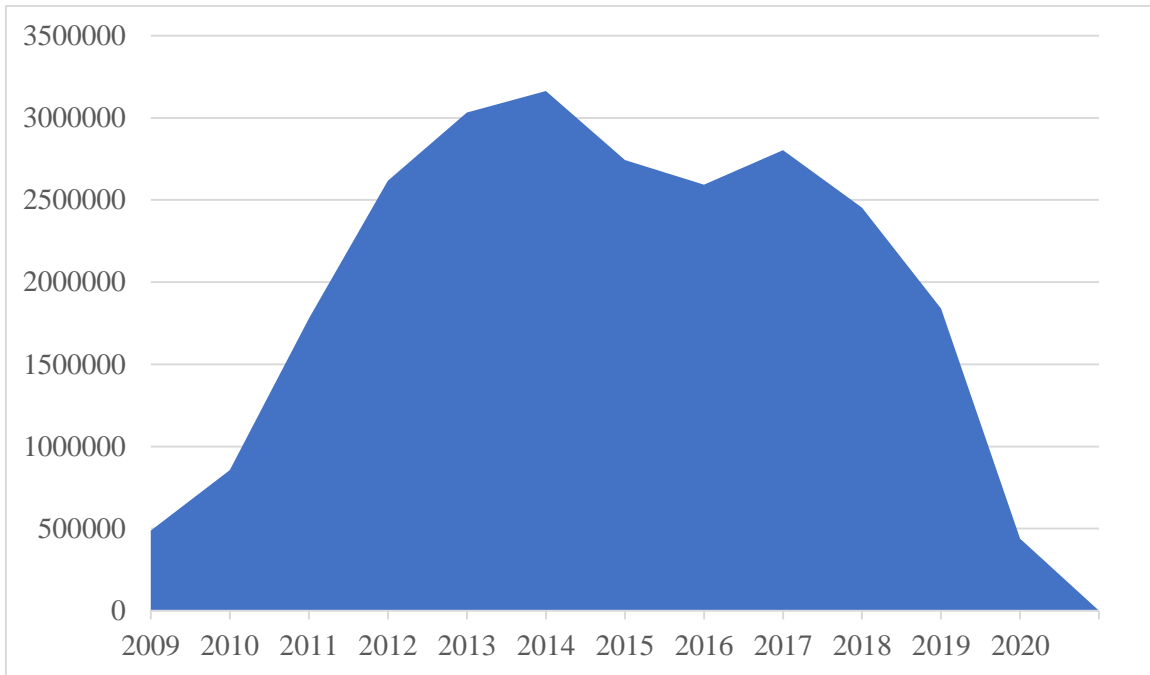
### 2.1. Azərbaycan turizminin mövcud vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi

Tarixi faktlardan da bilindi ki kimi indiki Azərbaycan Respublikası ərazisi qədim zamanlardan bəri istər öz təbii gözəlliyi, istərsə coğrafi yerləşməsi və istərsə də sərvətləri ilə daim böyük imperatorluqlar, dövlətlər tərəfindən hər zaman diqqət mərkəzində olmuşdur. Elə buna görədir ki, əsrlər boyu xarici güclər tərəfindən hər zaman indiki Azərbaycan torpaqları olan ərazilərə hücumlar təşkil olunmuş və burada vahid və müstəqil bir dövlətin yaranmasına maneə olmuşlardır.

Azərbaycan SSRİ-nin tərkibindən ayrıldıqdan sonra Ermənistanla müharibə, daxili siyasətdə çoxşaxəlik, iqtisadi böhran səbəblərindən ilk zamanlar turizmin formalaşması çətin hal almışdı. Lakin Heydər Əliyevin hakimiyyətə gəlməsi ilə Azərbaycan həm siyasi, həm də iqtisadi cəhətdən sürətlə inkişaf etməyə başladı.

Bu inkişaf İlham Əliyevin də hakimiyyətdə olduğu illərdə daha da artdı. Belə ki, 2003-cü ildən iqtisadiyyatın bir sıra sahələrində sərəncamlar hazırlanmış və icrasına başlanılmışdır. Azərbaycanda turizmi təşviq etmək üçün hökumət iri beynəlxalq tədbirlərə ev sahibliyi etmək üçün imic yaratmaq kampaniyaları ilə məşğul olub. Məsələn, Bakıda 23 ölkədən 150-dən çox şirkətin iştirakı ilə 10-cu Azərbaycan Beynəlxalq Turizm və Səyahətlər Sərgisi (AITF-2011) təşkil edilmişdir. Bundan əlavə, Azərbaycan 2000-dən çox turistin iştirak etdiyi 2012-ci ildə Bakıda Eurovision Mahnı Müsabiqəsinə ev sahibliyi etmişdir. Azərbaycana səfər edib. 2011-ci ilin “Turizm ili” elan edilməsi, 2010-2014-cü illərin əhatəli Turizm Dövlət Proqramı, AITF və Eurovision Mahnı Müsabiqəsi kimi genişmiqyaslı qlobal tədbirlərin təşkili turistlərin sayının artmasına səbəb oldu. Aşağıda göstərilən qrafikdə Azərbaycanın 2009-2020-ci illər arasında turist axını qeyd olunmuşdur.

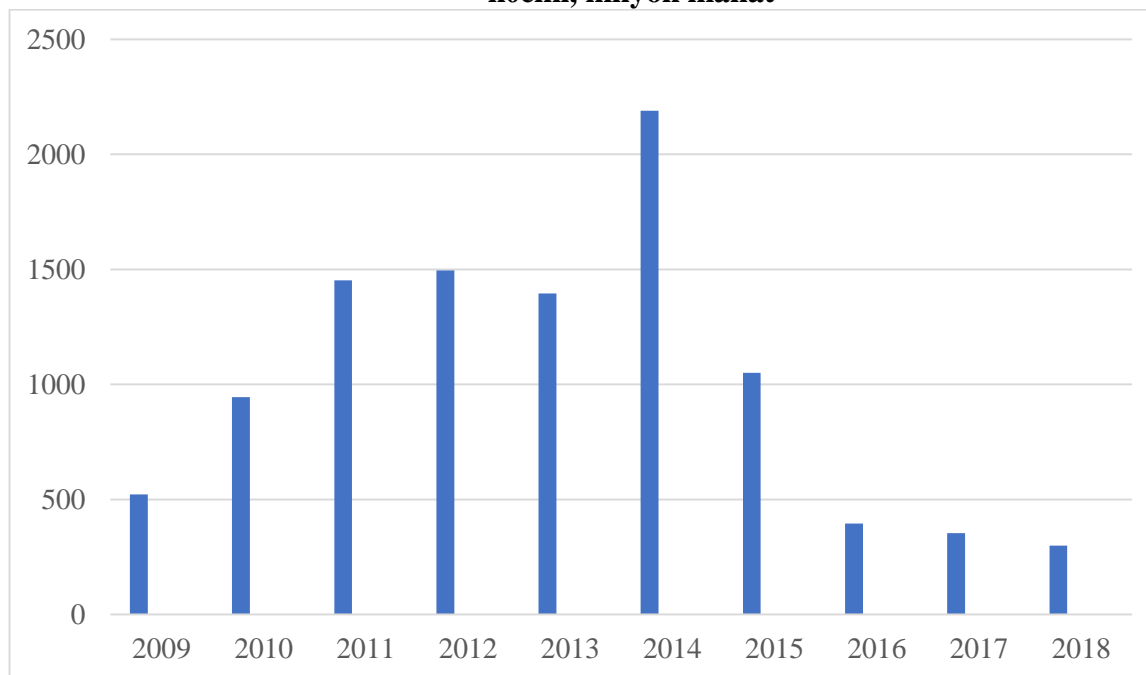
**Qrafik 4. Azərbaycan Respublikasında 2009-2020-ci illər arasında turist qəbulu**



**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> , 2021.

2000-ci illərin sonlarında neft gəlirlərinin artması ilə ölkə iqtisadiyyatına investisiyalar daxili mənbələr hesabına artdı. Hökumət, əsasən, neft sənayesindən əldə edilən gəlirləri qeyri-neft sənayesinin inkişafına investisiya etmək qərarına gəldi. 18 Investisiya və daha böyük inkişaf üçün işarə edilən sektorlardan biri də turizm idi. Aşağıdakı Şəkil 1-də 2009-2018-ci illərdə turizm sənayesinə qoyulan investisiyaların həcmi göstərilir. Xüsusilə, 2009-2012-ci illər arasında turizm sektoruna qoyulan investisiyaların həcmi nəzərəcarpacaq dərəcədə artmışdır. Belə ki, 2009-cu ildə turizm sektoruna qoyulan investisiyalar 527,8 milyon manat olduğu halda, 2012-ci ildə kəskin şəkildə 1478,2 milyon manata yüksəlmişdir. 2010-2014-cü illər üçün Dövlət Proqramı, turizm sektoruna yerli investisiyalar sənayeyə qoyulan investisiyaların həcmnin artmasına səbəb olmuşdur. Bununla belə, statistik məlumatlara görə, sənayedə məşğulluq nisbəti 2009-2013-cü illər arasında 11,8% - sərmayə qoyuluşunun artımına uyğun gəlməmişdir.

**Qrafik 5: Azərbaycanda 2009-2018-ci illərdə turizm sənayesinə qoyulan investisiyaların həcmi, milyon manat**



**Mənbə:** [https://cesd.az/new/wp-content/uploads/2019/08/CESD\\_Paper\\_Tourism\\_2019.pdf](https://cesd.az/new/wp-content/uploads/2019/08/CESD_Paper_Tourism_2019.pdf), 2019.

Aşağıdakı Cədvəl 1-də 2006-2018-ci illər arasında Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşların bəyan edilmiş səyahət məqsədləri təsvir edilmişdir. 2014-cü ilə qədər Azərbaycana səfər edən turistlərin əsas hissəsi istirahət və istirahət turizmi məqsədi ilə gəlib. 2002-2005-ci illər üçün turizm siyasətində Azərbaycanda müxtəlif turizm növlərinin təşviqinin həyata keçirilməsi qeyd olunsada, bu illər ərzində ölkənin turizm məhsulunda müxtəlifliyi qeyd etmək mümkün deyil.

**Cədvəl 1. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların səfər məqsədləri üzrə bölgüsü (min nəfərə)**

Tarix	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>İstirahət Asudə vaxt</b>	587,2	661,7	519,8	687,8	705,2	709,9	668,8	697,1	839,3	1 042,4
<b>İş üçün</b>	380,0	547,6	591,9	595,3	648,9	670,5	632,3	691,7	834,4	787,4
<b>Tibbi Turizm</b>	11,1	14,1	33,3	43,0	46,2	46,3	36,5	41,5	49,1	63,1
<b>Dini turizm</b>	6,0	10,2	10,5	13,2	13,7	13,7	11,5	12,6	14,7	15,3

<b>Ailə üzvləri, yaxınlar üçün</b>	...	...	374,7	607,8	673,7	677,1	542,0	562,0	674,9	651,6
<b>Başqa məqsədlər</b>	21,1	46,2	31,7	38,8	41,8	42,2	30,8	39,8	41,6	45,5

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en> , 2019.

Yuxarıdakı statistikaya əsasən, həm istirahət, həm də işgüzar turizm kateqoriyaları Azərbaycan üçün turizmin iki əsas növüdür və yeni yaradılmış “Dostların və qohumların ziyarəti” kateqoriyası üçüncü yeri tutacaq. Müşahidə olunan digər maraqlı hadisə isə müalicəvi turizmin sayının artmasıdır. Xüsusilə Azərbaycanın rekreasiya zonalarında turizm infrastrukturunun yaradılması turistlərin sayının müalicə məqsədi ilə artmasına təsir göstərir.

Ümumiyyətlə, ən çox ziyarətçilərin qonşulardan olduğu müşahidə edildiyi üçün 2015-2020-ci illərdə Azərbaycana sərhədyanı ölkələrdən gələn xarici vətəndaşların sayı Şəkil 4-də göstərilmişdir. Asan gediş-gəliş və nəqliyyatda nisbətən ucuz qiymət və qonşu ölkələrdən gələn qonaqlar üçün turizm şərtlərinin asanlaşdırılması Azərbaycanı qonşu dövlətdən gələn turistlərə daha əlçatan edir

**Cədvəl 2. Sərhəd ölkələri üzrə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı**

Ölkələr	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Rusiya	685 555	744 125	854 331	880 029	932 984	225 201
İran	149 600	248 632	363 528	241 124	255 628	72 783
Türkiyə	288 620	313 341	301 924	291 499	316 628	160 504
Qazaxstan	27 145	31 994	36 360	37 824	47 551	8 498
Gürcüstan	571 648	506 306	538 213	610 556	725 465	184 228

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en> , 2021.

2014-cü ildə dünya bazarlarında neftin qiymətinin kəskin ucuzlaşması və ardınca Azərbaycan manatının devalvasiyası hökuməti qeyri-neft sektorunun inkişafına diqqət ayırmağa məcbur etdi. Belə ki, turizm sektorunun inkişafı Azərbaycanın makroiqtisadiyyatını gücləndirməyin səmərəli yollarından biri idi. Belə



olan halda neftin qiymətinin şoku Azərbaycanın turizm strategiyasına təsir göstərüb, buna görə də turizm infrastrukturunu yaradılıb, miqrasiya və viza rejimləri işlənilib hazırlanıb. Qeyri-neft sektorunun sürətli inkişafına nail olmaq, iqtisadiyyatın səmərəliliyini, rəqabət qabiliyyətini və innovasiyaya əsaslanan inkişafını artırmaq məqsədilə Azərbaycan hökuməti turizm sahəsində mühüm tədbirlər həyata keçirmişdir. Müvafiq olaraq, qeyri-neft sənayesinin inkişafı üzrə hökumət strategiyalarına uyğun olaraq, 2014-cü ildə turizm sənayesinə investisiyaların həcmi kəskin şəkildə - 38% artıb. Lakin 2014-cü ildə neftin qiymətinin düşməsindən sonra manatın dəyəri kəskin şəkildə azaldı, buna görə də hökumətin turizm sənayesinə investisiyası iki dəfə - 2014-2015-ci illər arasında 2,2040 milyard manatdan 1,0639 milyard manata qədər azaldı. Beləliklə, bu proses 2016-cı ildə də davam edib: dövlət büdcəsinin gəlirlərinin 11% azalması (2014-2017) hesabına turizm sektoruna investisiyalar 66% azalıb. Qeyd edək ki, 2014-cü ildən turizmə qoyulan investisiyalar ildən-ilə eyni istiqamətdə azalır.

2014-cü ildə “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa turist vizalarının məzmunu ilə bağlı maddə əlavə edilmiş, turist vizası üçün qalma müddəti 30 günə qədər artırılmışdır. Bundan başqa, yeni qətnamə turizm baxımından böyük rekreasiya potensialına malik bölgələrdə turizm zonalarının genişləndirilməsi və yeni infrastrukturun inkişaf etdirilməsi məqsədi daşıyırdı. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin tabeliyində “Şahdağ Turizm Mərkəzi” Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 10 sentyabr 2015-ci il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir. Bundan əvvəl Şahdağ Qış-Yay Turizm Kompleksi 2012-ci ildə istifadəyə verilmişdir. Şahdağ Azərbaycanın şimal-şərqində Quba-Qusar rayonunda 4243 m yüksəklikdə dağdır. O, Azərbaycanın Böyük Qafqaz silsiləsində - Şahdağ Milli Parkının yaxınlığında yerləşir və qış turizmi üçün əlverişli təbii şəraitə malikdir. Sərəncamdan sonra rayonda yeni infrastruktur – 500 nəfərlik 3 turizm mehmanxanası, uzunluğu 6000 metrədən çox olan 7 kabel yolu, 13 min metr enişli 11 xizək zolağı yaradılmışdır.<sup>24</sup> “Şahdağ Turizm Mərkəzi” Qapalı

Səhmdar Cəmiyyəti (QSC) Azərbaycanı qış turizmi məkanı kimi tanımaq, hədəf turistlər üçün marketinqi gücləndirmək məqsədi ilə yaradılmışdır.

21 sentyabr 2018-ci il tarixdə “Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı imzalanmışdır. Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəciliyini təkmilləşdirmək məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ləğv edilmiş, onun yerinə Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi və Mədəniyyət Nazirliyi yaradılmışdır. Tənzimləmənin əsas məqsədi dövlət çərçivəsində turizm və mədəniyyət sahələrinə ayrıca və fərdi şəkildə diqqət yetirmək idi. Dövlət Turizm Agentliyi turizm sektorunda inzibatçılıq və idarəetmə tədbirlərinə cavabdehdir. Dövlət Turizm Agentliyinin əsas fəaliyyət istiqamətləri müvafiq sahədə dövlət siyasətinin formalaşdırılmasında iştirak etmək və bu siyasətin həyata keçirilməsini təmin etmək, Azərbaycan Respublikasına gəliş turizminin və daxili turizmin inkişafına dair məqsədyönlü proqramlar hazırlamaqdan və nəhayət, ölkədə turizm infrastrukturuna və sənayesinə investisiyaların cəlb edilməsi üçün müvafiq tədbirlər görməkdən ibarətdir. Bu reqlamentin əsas məqsədlərindən biri fərdi olaraq turizm sənayesinə diqqət yetirmək, turizm strategiyalarının hazırlanmasında xarici təcrübənin artırılması və Azərbaycan üçün yeni turizm brendinin yaradılmasıdır.

Azərbaycanda turizmdən danışarkən 2016-cı ildə qəbul edilmiş turizmin strateji yol xəritəsindən də yan keçmək olmaz. Belə ki, “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir (<https://static.president.az/pdf/38542.pdf>, 2016) .

Uzunmüddətli məqsəd kimi Strateji Yol Xəritəsi turizmin inkişafının dəstəklənməsi, yerli və global bazarda yüksək keyfiyyətli və rəqabətədavamlı turizm xidmətlərinin göstərilməsi, yerli dəyərlərlə turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, müasir ideyalara və innovasiyalara əsaslanan yeni investisiya layihələrinin təşviqi

kimi bəndləri özündə birləşdirir. Bu sənəd qlobal iqtisadi yavaşlamanın mənfi təsirlərini minimuma endirmək üçün birgə tədbirlər və qanunvericilikdən ibarətdir. O, qısamüddətli (2016-cı ildən 2020-ci ilə qədər), ortamüddətli (2020-ci ildən 2025-ci ilə qədər) və uzunmüddətli (2025-ci ildən sonrakı) üçün yeni inkişaf modellərinin yaradılmasına imkan verir. Strateji Yol Xəritəsində turizm sektorunun nəzərdə tutulmuş müddətdə inkişafının dəstəklənməsi, beynəlxalq və yerli bazarlarda yüksək keyfiyyətli və rəqabətqabiliyyətli turizm xidmətlərinin göstərilməsi, milli dəyərlərə uyğun turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, müasir ideyalara əsaslanan yeni investisiya layihələrinin stimullaşdırılması və innovasiyalar və turizmin inkişafında müvafiq qurumların əməkdaşlığı.

Azərbaycanda turizmin davamlı inkişafında uğur qazanmaq üçün qarşıya 4 əsas məqsəd qoyulmuşdur:

1. Bakı şəhərinin turizm potensialından yararlanmaq. Müxtəlif növ turizm fəaliyyətinin təşviqi və şəhərdaxili turizm infrastrukturunun məqsədyönlü inkişafı kimi inkişaf təmin edilmişdir.
2. Hava nəqliyyatında irəliləyiş əldə etməklə yanaşı, əlavə turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması və Viza prosedurlarının sadələşdirilməsi yolu ilə turizmin idarə edilməsi sistemini milli səviyyədə daha yaxşı təşkil etmək.
3. Müəyyən edilmiş regional turizm layihələrini həyata keçirməklə Azərbaycanda turizmi inkişaf etdirmək. Beləliklə, investisiyaları daha inteqrasiya olunmuş turizm sektoruna nail olmaq və turizm mövsümliliyini aradan qaldırmaq üçün sağlamlıq, qış, eko və digər xüsusi turizm növlərinin inkişafına yönəlmək.
4. Turizm sektorunda təhsil proqramlarına investisiya qoymaq və turist məmnunluğunu artırmaq üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemlərini təkmilləşdirmək.

Bundan əlavə Strateji Yol Xəritəsinə əsasən, xüsusi və birbaşa hədəfə alınması üçün 5 əsas turizm mənbəyi müəyyən edilib. Azərbaycan (daxili turizm üçün) – Strateji Yol Xəritəsinə uyğun olaraq, hökumət ölkənin mikroiqtisadiyyatını qurmaq

üçün təkcə xarici turizmin deyil, həm də daxili turizmin inkişafına diqqət yetirir. Qonşu ölkələr, o cümlədən Türkiyə, İran, Gürcüstan və Rusiya – bu ölkələr ənənəvi olaraq Azərbaycana turizm üçün ən çox mənbə ölkələri olduğundan, Strateji Yol Xəritəsinin məqsədi bu ölkələrdən turistlərin sayını artırmaqdır. Fars körfəzi ölkələri, o cümlədən BƏƏ, Bəhreyn, Küveyt, İraq, Oman, Qətər və Səudiyyə Ərəbistanı – son vaxtlar Azərbaycan Fars körfəzi ölkələrindən gələn turistlərin, xüsusən də istirahət və dini turizm məqsədləri üçün üstünlük təşkil etdiyi turizm məkanına çevrilib və viza şərtlərinin də sadələşdirilməsi turist axınının daha da böyüməsinə gətirib çıxarıb. Beləliklə, hökumət bu tendensiyadan daha çox faydalanmaq istəyir və bu ölkələrdən gələn ziyarətçilərin sayının artırılması hələ də Yol Xəritəsinə əsasən əsas məqsəddir. MDB ölkələri, o cümlədən Qazaxıstan, Ukrayna və Özbəkistan - bu ölkələrin yerləşdiyi yer və ortaq dəyərlərə əsaslanaraq, adıçəkilən ölkələr Azərbaycan üçün mümkün turist mənbəyi kimi kütləvi turizm ölkələri, o cümlədən Kanada, Çin, Aİ ölkələri, Hindistan, Yaponiya, Cənubi Koreya və ABŞ – Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə, adı çəkilən ölkələr dünyada ən populyar turist mənbələridir. Azərbaycanın beynəlxalq turizmə ən çox pul xərcləyənlər sırasında turizm məkanı kimi tanındılması beynəlxalq turizm bazarında daha yaxşı reputasiya qazanmaq baxımından hökumətin ən mühüm məqsədlərindən biridir.

Ölkənin turizmindən bəhs edərkən infrastrukturundan da yan keçmək olmaz. Belə ki, daha yaxşı anlamaq üçün infrastrukturunu bir neçə hissəyə bölüb danışmaq olar:

Transport-Hava limanları və hava yolları. Azərbaycana hava yolu ilə gedən qapı Bakıdakı Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportudur. Azərbaycanda altı beynəlxalq hava limanı (Bakı, Gəncə, Lənkəran, Naxçıvan, Qəbələ və Zaqatala) və dörd yerli hava limanı (Ağstafa, Bakı, Balakən, Yevlax) olmaqla 10 beynəlxalq hava limanı fəaliyyət göstərir. Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportu Bakıdan 25 kilometr şimal-şərqdə yerləşir. Onun iki terminalı (beynəlxalq və daxili reyslər) və iki uçuş-enmə zolağı (2700 m, 3200 m) olan iki yük terminalı var. “Azərbaycan Hava Yolları” dövlət aviaşirkəti beynəlxalq hava limanında Kiyev (Ukrayna), Aktau (Qazaxıstan),

Moskva, MDB ölkələrinin Mineralniye Vodı, Novosibirsk (Rusiya), Tbilisi (Gürcüstan) və Dubay, Ankara ilə, Körfəz ölkələrində London, Kabil, Paris, Milan, İstanbul, Roma, Təl-Əviv, Tehran, Urumçi, Pekin, Yaxın Şərq, Avropa ölkələri və Asiya ölkələrindən müntəzəm reyslər həyata keçirir. Hava limanında fəaliyyət göstərən digər aviaşirkətlər 64 hava marşrutu (hava limanı) ilə birləşdirən 30-dan çox aviaşirkət, o cümlədən Aeroflot, Qatar Airlines, Turkish Airlines, Austrian Airlines, Uzbekistan Airlines, Astana Airlines (Qazaxıstan) və s. 2014-cü ildə Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportunda reyslərin və sənişinlərin sayı müvafiq olaraq 2 966 725 və 34 794 nəfər təşkil edirdi . Aviaşirkətlərin və hava əlaqəsi marşrutlarının artması səbəbindən hava limanında uçuşların və sənişinlərin sayı ildən-ilə artır. Aviaşirkətlərin tendensiyaları ilə bağlı Azərbaycanda turizm sənayesində xarici və yerli aviaşirkətlər, dövlətə məxsus Azərbaycan Hava Yolları daxili reyslərdə mərkəz kimi Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanından istifadə edir və Gəncə (həftədə 4 reys) və Naxçıvana (gündə 5 reys) uçuşlar həyata keçirir. Hazırda Naxçıvan anklavdır və xarici turistlər üçün adətən hava yolu ilə daxil olur.

Yollar, Avtobuslar və Taksi Paytaxt Bakı şəhəri ilə Azərbaycanın iri şəhərlərini birləşdirən əsas yollar və magistral yollar təmir olunub, asfaltlanıb və nisbətən yaxşı vəziyyətdədir. Bakı şəhərində magistral yollar 8 zolaqlı (bir tərəfdən 4 zolaqlı), Bakı şəhərindən kənarında, şəhərləri birləşdirən avtomobil yolları isə 6 zolaqlıdır. İki magistral yol var, biri Bakı, Arat, Gəncə və Qazaxdan Gürcüstan sərhədinə şərq-qərb marşrutu olmaqla ümumi uzunluğu 503 km olan Avropa Qafqaz Asiya Nəqliyyat Dəhlizi Proqramı çərçivəsində yolun inkişafı layihəsinin bir hissəsi kimi hazırlanıb (TRACECA). Digəri isə Rusiya sərhədindən Xəzər dənizi sahili ilə Arat, Astra, Lənkərandan İran sərhədinə qədər olan şimal-cənub marşrutu üzrə ümumi uzunluğu 521 km olan reabilitasiya işləri aparılıb. Azərbaycanın Bakı ətrafı ərazilərində və rayon ərazilərində magistral yollardan turizm obyektlərinə qədər olan yol hissələri hələ də asfaltlanmamış və zədələnmişdir ki, abadlıq və təmirə ehtiyac var. Kənd yerlərində əsas yolun kənarında turistlər üçün istirahət və xidmət obyektləri çox azdır.

Bakı şəhərinin mərkəzində 10 km şimalda və Sumqayıt yolunun girişinə yaxın ərazidə Bakı Beynəlxalq Avtovağzal yerləşir. Avtovağzalda Azərbaycanın iri şəhərləri ilə qonşu dövlətlər olan Gürcüstan, Türkiyə, Rusiya və İranla əlaqə saxlayan şəhərlərarası gündə 1000-dən çox avtobus gəlib-gəlir. Bakı Beynəlxalq Avtovağzalının onlayn rezervasiyasına ([www.bbak.az](http://www.bbak.az)) istinadən xəbər verir ki, artıq şəhərlərarası avtobuslar Azərbaycanın 74 şəhərinə, o cümlədən Şəki, Gəncə, Lənkəran, Quba, Göyçay, Quba, Göyçay və 31 şəhərə qoşulur. Qonşu ölkələrə avtobus biletlərini internet saytındakı onlayn rezervasiyadan sifariş etmək olar. Amma sayt yalnız Azərbaycanlıdır və əsasən azərbaycanlılardan istifadə olunur. Xarici səyahətçilər avtobus biletlərini adətən tur şirkətlərindən alırlar. Hazırda xarici səyahətçilər avtobusdan nadir hallarda istifadə edirlər. Naxçıvana çıxışa gəlincə, Ermənistanın sərhədi hazırda bağlı olduğu üçün birbaşa quru yolu ilə getmək mümkün deyil. Rusiyanın böyük şəhərlərinə uzun məsafəli avtobuslar Avtovağzaldan yola düşür, lakin əcnəbilər Rusiyaya gedən avtobusa minə bilmirlər, çünki onların Azərbaycanla Rusiya arasında quru sərhədindən keçməsinə icazə verilmir. 2015-ci ilin avqust ayından Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportu ilə Bakı şəhəri arasında hava limanı avtobusu (28 May metrostansiyasına çatır) fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanda Dəmir Yolları və Metro Dəmiryolu XIX əsrin ikinci yarısından Rusiya imperiyası dövründə dövlətə məxsus Azərbaycan Dövlət Dəmir Yolları (1880-ci ildə yaradılmış) tərəfindən istismar edilir. Azərbaycanda dəmir yolu şəbəkəsi Bakı şəhəri ilə iri şəhərlər arasında inkişaf etdirilir. Dəmir yolu şəbəkəsinin ümumi uzunluğu 2918 km-dir. Bakı şəhəri ilə qonşu ölkələrin iri şəhərlərini birləşdirən beynəlxalq dəmir yolu marşrutları Rusiya ərazisində 4 marşrut (Bakı-Moskva, Bakı-Sankt-Peterburq, Bakı-Rostov, Bakı-Tümen, Bakı-Mahaçqala), Ukraynada 2 marşrut (Bakı-Kiyev, Bakı-Xarkov) təşkil edir. Gürcüstanda isə sadəcə bir marşrut (Bakı-Tbilisi) mövcuddur. Bakı şəhəri ilə digər şəhərləri birləşdirən daxili dəmir yolu marşrutları Bakı-Köçərli-Balakən (Şəki vasitəsilə), Bakı-Astara, Bakı-Ağstafa, Bakı-Gəncə və Bakı-Mingəçevirdir. Mövcud dəmir yollarında yük və sərnişin vaqonları

var. Dəmir yolu sərnişin daşınması üçün çox istifadə edilmir. İndiki dəmir yolu vaqonları keçmiş sovet dövründə işlənib hazırlanmış və indi də istifadə olunur. Vaqonların və relslərin xarab olması, sürətin aşağı olması, sürməyin narahat olması, avtomobil nəqliyyatı ilə müqayisədə daha çox səyahət vaxt alması, şəhərlərarası avtobuslara nisbətən yüksək gediş haqqı, və əməliyyatların sayını məhdudlaşdırdı. Adi vaqonlarla yanaşı, yataq vaqonu da idarə olunur. Azərbaycanın daxili nəqliyyatda dəmir yollarından istifadə edən səyahətçilər digər nəqliyyat növləri ilə müqayisədə olduqca azdır. Bəzi əcnəbi səyahətçilər yataq avtomobillərindən istifadə edirlər, çünki yataq maşınının gediş haqqı hotellərdən daha ucuzdur.

Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu (ümumi uzunluğu 826 km) Bakıdan Gürcüstanın paytaxtı Tiflis vasitəsilə Türkiyənin Qars şəhərini birləşdirən regional dəmir yolu xəttidir və tikintisi davam edir və 2017-ci ildə tamamlanması planlaşdırılır. Sürətli dəmir yolu xətti Azərbaycan, Gürcüstan və Türkiyə ilə üç ölkəni birləşdirən BTC boru kəməri (Bakı - Tbilisi - Ceyhan boru kəməri) boyunca "İpək Yolu dəmir yolu" adlanır. Sürətli dəmir yolunun açılması ilə dəmir yolu xətti Qarsdan İranın sərhədi olan Astraya qədər birləşir. Dəmir yolu şəbəkəsinin bərpası və inkişafının səyahət vaxtını azaltmaqla dəmir yollarından istifadə edən turistlərin sayını artıracığı və Çindən Türkiyəyə, o cümlədən Azərbaycana qatarla İpək Yolu tur proqramını planlaşdırma biləcəyi gözlənilir. Metro isə yalnız Bakı şəhərində mövcuddur və 1967-ci ildən keçmiş Sovet İttifaqı dövründə fəaliyyətə başlayıb. Hazırda 2 marşrut (cənub-şərq xətti, şimal-şərq xətti), o cümlədən ümumi uzunluğu 34 km olan 29 stansiya xidmətdədir. Bakı Metropoliteni səhər saat 6:00-dan ertəsi gün səhər saat 24:00-a qədər işləyir. Metronun sərnişini IC tipli kartı "BAKI KART" adlı bilet kimi Metronun girişindəki bilet satışı aparatı vasitəsilə 2 manata (AZN) almalı və bilet satışı aparatı ilə birlikdə kartdakı pulu hesablamalıdır. Məsafədən asılı olmayaraq, metroda gediş haqqı 0,30 AZN təşkil edir. Metro stansiyalarında bələdçi və təyinat lövhələri üç dildə Azərbaycan, rus və ingilis dillərində yazılıb. Metronun girişini göstərən bir neçə lövhə vardır. Metronun genişləndirilməsi ilə bağlı üçüncü marşrutun

inkişafı və Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanına qoşulması nəzərdə tutulur; lakin bu planlar hələ də həyata keçirilməyib.

Azərbaycanda dəniz transportu da inkişaf etmişdir. Belə ki, Bakı şəhəri Xəzər dənizinin sahilində yerləşir və burada bir neçə dəniz limanı mövcuddur. Türkmənistanın Türkmənbaşı və Qazaxıstanın Aktau şəhərləri arasında bəre xidmətləri var. Bakıda dənizkənarı parkın körpüsündə turistlərin Xəzər dənizini görməkdən həzz ala biləcəkləri gəzinti gəmiləri üçün geniş yeri də mövcuddur.

Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycan turistlər tərəfindən 2015-2020-ci illər arasında istifadə olunan transport növləri üzrə neçə nəfərin ölkəyə daxil olduğu göstərilmişdir.

**Cədvəl 3: Azərbaycanda turistlərin nəqliyyat növündən istifadəsi**

Transport Növü	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Avtomobil	660,0	701,2	1089,6	1130,8	1268,2	505,0
Dəmiryolu	230,7	256,8	306,9	361,4	408,9	14,9
Hava nəqliyyatı	968,9	1164,9	1151,5	1183,8	1285,2	219,4
Su nəqliyyatı	32,1	16,8	18,9	28,3	24,5	19,7
Digər	114,5	109,1	129,8	145,3	183,6	36,7

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en>, 2021.

### Sanitariya, Elektrik və Telekommunikasiya

Bakıda, xarici turistlərin istifadə etdiyi mehmanxana və restoranlarda gigiyena baxımından xüsusi problem yoxdur. Zibil qutuları ictimai yerlərdə, məsələn, səkilərdə, parklarda, ictimai obyektlərdə və s. yerləşdirilir. Bakı şəhəri zibillərin yığılması və təmizlənməsi təmizlik şirkətinə həvalə edilib ki, şəhərin abadlaşdırılması davam etdirilsin. Digər tərəfdən, yerli şəhər və kəndlərdə restoranlarda gigiyena və tualetlərdə sanitariya şəraitinin yaxşılaşdırılması zəruridir.

Azərbaycanın əsas enerji mənbələri neft, təbii qaz və su elektrik enerjisidir. 2014-cü ildə daxili elektrik istehsal gücünə (6860 MVt) nisbət istilik elektrik stansiyası üçün 86%, su elektrik stansiyası üçün isə 14% təşkil edir. “Yaşma Qaz Kombinə Dövrü Elektrik Stansiyası Layihəsinin Tikinti Layihəsinin Hazırlanması Tədqiqatına dair Hazırlıq Tədqiqatının Yekun Hesabatı”-na əsasən, 2014-cü ilə olan



vəziyyətə görə, mövcud elektrik istehsal müəssisələrinin istehsal gücü daxili enerji tələbatını ödəyir. Bununla belə, elektrik istehsal müəssisələrinin xarab olması və elektrik ötürülməsinin itirilməsi səbəbindən ümumi elektrik istehsal gücü 5000 MVt ilə məhdudlaşır. Elektrik enerjisinə tələbat proqnozuna əsasən, elektrik enerjisinə tələbatın 2025-ci ildə 5600 MVt olacağı, mövcud elektrik enerjisi istehsalı obyektləri tərəfindən verilən elektrik enerjisinin həcmninə qeyri-kafi olacağı təxmin edilir. Ona görə də Bakı şəhərinin kənarında yeni elektrik enerjisi istehsalı obyektlərinin tikintisi planı öyrənilir. Digər tərəfdən, Azərbaycanda hasil edilən neft və təbii qaz boru kəməri ilə Gürcüstan, Türkiyə və Rusiyaya ixrac olunur. Azərbaycanda elektrik enerjisinin hazırkı vəziyyətinə gəlincə, Bakı şəhərində elektrik enerjisinin kəsilməsi olmasa da, yerli şəhər və kəndlərdə elektrik enerjisinin ötürücü qurğularının xarab olması və sıradan çıxması səbəbindən elektrik enerjisinin kəsilməsi kimi problemlər yarana bilər. Otellərdə, restoranlarda və yanacaqdoldurma məntəqələrində elektrik kəsildiyi halda generatorlar quraşdırılıb. Xəstəxanalar, yanğınsöndürmə, polis kimi ictimai xidmətlər üçün 24 saat elektrik enerjisi vermək mümkündür. Yerli şəhərlərdə və kənd yerlərində enerji çatışmazlığının qarşısını almaq və elektrik enerjisinə olan tələbata cavab olaraq elektrik enerjisi ilə təmin etmək üçün hökumət yeni elektrik stansiyalarının tikintisini və külək enerjisi, su enerjisi və geotermal enerji istehsalı kimi bərpa olunan enerjinin tətbiqini nəzərdən keçirir.

### 3) İctimai Xidmətlər

Bakı şəhərində əcnəbiləri qəbul edə bilən tibb müəssisələri mövcuddur və çox operativ işləyir. Rayon şəhərlərində xəstəxana və poliklinika kimi tibb müəssisələri də var və tibb müəssisələrinin və avadanlıqların keyfiyyəti o qədər də aşağı deyil, buna baxmayaraq, tibbi xidmətlərin keyfiyyəti aşağıdır və ingilis dilində danışan və başa düşən tibb işçiləri və mütəxəssisləri yetərincə deyil. Rayon və digər şəhərlərdəki tibb müəssisələrinə müraciət etmək üçün Azərbaycan və ya rus dilində daha yaxşı başa düşülür və xidmət göstərilir. Təcili tibbi yardım gündə 24 saat işləkdir.

Polis Azərbaycanda polis Daxili İşlər Nazirliyinin nəzarəti altındadır. Bakı şəhəri və rayon şəhərlərində polis əməkdaşları tez-tez öz maşınları ilə şəhər daxilində və ətraflarında patrul xidməti həyata keçirirlər. Polis əsas turizm obyektlərində və ictimai yerlərdə təhlükəsizliyin idarə edilməsinə, qeyri-qanuni parklanmaya, yol hərəkəti qaydalarının pozulmasına və s.-yə nəzarət etmək üçün məsuliyyət daşıyır. Bakı şəhəri və rayon şəhərlərində turizm obyektlərində təhlükəsizlik nisbətən yaxşı səviyyədədir.

Azərbaycanda turizmin hazırda sürətlə inkişaf etməsinin əsas sürətləndirici faktorlarından biri də, istər dövlət, istərsə də özəl təşkilatlarının effektivliyidir.

Dövlət təşkilatları-Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi (MN) Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə 2001-ci ildə Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyi yaradılmışdır. 2006-cı ildə Mədəniyyət Nazirliyi və Turizm Nazirliyi birləşdirilərək Mədəniyyət Nazirliyinə çevrilmişdir. və Turizm. MN-nin əsas vəzifəsi turizm sektoru üzrə təlimat və qaydaların yaradılması, turizmin inkişafı və turizmin təşviqi üzrə siyasət, strategiya, layihə və proqramların formalaşdırılması, tədbirlərin, layihə və proqramların həyata keçirilməsi və idarə edilməsindən ibarətdir. MN-nin təşkilati strukturu Nazirlər Şurasından (nazir və dörd nazir müavini), 16 departamətdən və hər bir departament daxilində şöbələrdən ibarətdir. MNT-də Turizm Departamenti dörd Şöbəyə bölünür (Regionda Turizm, Turizm Sənayesi ilə İş, Planlaşdırma və İnkişaf, Marketing) və şöbə müdirləri də daxil olmaqla, işçilərin ümumi sayı 17 nəfərdir. Turistlərə turistik məlumatların verilməsi, turizmin təbliği və tədbirləri kimi müxtəlif fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi məqsədilə MTN 11 Turizm İnformasiya Mərkəzi (TİM) yaratmışdır. Prezidentin 1 sentyabr 2016-cı il tarixli Sərəncamı ilə Turizm Nazirliyinin tabeliyində müvafiq nazirliklər, turizmlə bağlı dövlət və özəl qurumlar arasında əməkdaşlığın və əlaqələndirmənin təşviq edilməsi məqsədi ilə “Turizm Şurası”-nın yaradılması qərara alınıb. Turizm Şurasına MN Naziri sədrlik edir və 18 üzvdən, aidiyyəti nazirlik və qurumların nazir müavinlərindən, turizmlə bağlı qurumların rəhbərlərindən ibarətdir.

İqtisadiyyat Nazirliyi (TN) Azərbaycanın iqtisadi inkişafı, dövlət investisiyaları, iqtisadi əlaqələr, xarici investisiyalar, davamlı inkişaf və biznesin təşviqi fəaliyyətlərinə cavabdeh olan dövlət qurumudur. TN-in Bakı şəhəri istisna olmaqla, 9 iqtisadi rayonda 22 idarəsi, regional şöbəsi mövcuddur. TN “İqtisadiyyat Nazirliyinin 2014-2016-cı illər üçün Strateji Planı”nı və yuxarıda qeyd olunan “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2014-2018-ci illər)”nı işləyib hazırlayıb və tədbirlər planında müxtəlif planların icrası və idarə olunması, TN-nin aidiyyəti idarələri, aidiyyəti dövlət qurumları və yerli özünüidarəetmə orqanlarının aidiyyəti şöbələri ilə əməkdaşlıq şəraitində həmin planların strategiyalarına uyğun olaraq layihə və proqramlar həyata keçirir. “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2014-2018-ci illər)” üçün TN-nin Regionların inkişafı və Dövlət Proqramları şöbəsi məsuldur.

Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi (ETSN) təbii mühit, ətraf mühitin mühafizəsi, milli parklar, təbiət qoruq əraziləri və təbii ehtiyatlardan istifadə ilə bağlı fəaliyyətlərin tənzimlənməsi və idarə edilməsinə cavabdeh olan dövlət qurumudur. Təbii sərvətlər, strategiya və tədbirlərin, layihə və proqramların formalaşdırılması və həyata keçirilməsi. ETSN-nin tədqiqat obyektləri var və Xəzər dənizi, şəhər əraziləri, meşə əraziləri və s. kimi ekoloji şəraitin tədqiqatları, monitorinqi və təhlili aparır. ETSN həmçinin ətraf mühitə təsirlər və problemlər kimi müxtəlif ekoloji məsələlər haqqında məlumat yayır. ETSN həmçinin 9 milli park, 11 dövlət təbiət qoruğu və 24 dövlət təbiət yasaqlığı mühafizəsi ərazilərinin idarə olunması, istismarı və məlumatların təmin edilməsinə də cavabdehdir. Hər bir milli parkda ziyarətçi mərkəzi, trekking və yetkin gəzinti marşrutları və ziyarətçilər üçün məlumat lövhəsi var. ETSN Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə əməkdaşlıq və koordinasiya əsasında quşlara baxış, təbiəti müşahidə, trekking, düşərgə kimi ekoturizm fəaliyyətlərinin istismarı və təşviqinə cavabdehdir.

Dövlət Statistika Komitəsi Milli Statistika Komitəsi demografik, iqtisadi, sosial, sənaye və ətraf mühitlə bağlı statistik məlumatları toplayır, tərtib edir, təhlil edir, statistik hesabat hazırlayır və statistik məlumatları internet saytında yerləşdirir. Komitə Şura üzvlərindən, o cümlədən sədrdən, 21 şöbə, Bakı şəhəri və rayon statistika idarələrindən ibarətdir. Komitənin məlumatına görə, regional statistika idarələrində çalışan işçilərin sayı təxminən 1800 nəfərdir. Komitənin turizm sektoru üzrə statistik məlumatlarla məşğul olan bölməsi var və o, cəmi dörd ştat vahidində məsul vəzifələr yerinə yetirir. Turizm Statistikası Bölməsində tətbiq olunan statistik toplama və analitik üsullar Avropadakı statistik metodlara və beynəlxalq standartlara əsaslanır. Turizm statistikası bölməsi həmçinin Turizm Peyk Hesabının metodologiyasını təqdim etmişdir. Azərbaycanın sərhəd məntəqələrindən, o cümlədən hava limanlarından immiqrasiya məlumatları Dövlət Sərhəd Xidmətindən əldə edilir. Statistika regionların təsnifatı İqtisadi Zona və rayon və şəhər kimi inzibati bölgüyə görə bölünür. Səyahət agentlikləri vasitəsilə ziyarətçi məlumatlarını almaqla yanaşı, siyahıyaalma nəticəsində yerli turistlərin tendensiyaları da öyrənilir. Ölkə daxilində mehmanxanada yerləşdirmə məlumatlarının əldə edilməsi üsulu Vergilər Nazirliyində biznes operatoru kimi qeydiyyatdan keçmiş mehmanxanalardan yerləşdirmə məlumatlarının aylıq alınmasıdır. Ümumi statistik məlumatlar təhlil edilir və təhlil edilən statistik məlumatlar rüblük, yarımillik və illik əsasda tərtib edilir və ildə bir dəfə turizm statistikası hesabatı hazırlanır. Milli Statistika Komitəsi turizm üzrə statistik hesabatı MN və digər aidiyyəti nazirlik və təşkilatlara göndərir.

Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (AZPROMO) AZPROMO TN-nin tərkibində 2003-cü ildə yaradılmış dövlət-özəl tərəfdaşlıq təşkilatıdır və ofisdə çalışan işçilərin sayı 30 nəfərdir. AZPROMO birbaşa xarici investisiyaları (BXİ) təşviq edir qeyri-neft sektorunu, Azərbaycanın davamlı iqtisadi inkişafı üçün investisiya sahələrini və xarici şirkətlərin imkanlarını seçir və təhlil edir. Xüsusilə, turizm infrastrukturunu və turizm obyektləri kimi turizmin inkişafı Azərbaycan üçün çox vacibdir ki, AZPROMO xaricdən turizm sektoruna

investisiyaların cəlb edilməsinə diqqət yetirsin. AZPROMO həmçinin yerli turizm biznes şirkətlərinə lazımi köməklik göstərir ki, turizm biznesi şirkətləri xarici şirkətlərlə əlaqə saxlaya və iş apara bilsinlər. Bundan əlavə, AZPROMO Azərbaycanda maraqlı olan xarici şirkətlərə sərmayə qoyuluşu ilə bağlı lazımi məlumatı verə bilən və investisiya ilə bağlı müxtəlif prosedurlara dəstək verən “bir pəncərə” xidmətləri göstərir. Bundan əlavə, AZPROMO-nun altı ölkədə, Gürcüstan, Böyük Britaniya, Çin, Avstraliya, Almaniya və ABŞ-da xaricdə ofisləri var

Özəl qurumlar- Azərbaycan Konvensiya Bürosu (AzCB) iclas, təşviqlər, konfrans və sərgi cəlb etmək və bu fəaliyyətlərini idarə etmək məqsədi ilə 2013-cü ildə MNT-nin kənar təşkilatı kimi yaradılmışdır. AzCB Dövlət-Özəl Tərəfdaşlıq sistemi ilə idarə olunur. AzCB-nin üzvü olan şirkətlər mehmanxanalar, Azərbaycan Hava Yolları və s. kimi özəl şirkətlərdir. AzCB-də ümumi işçilərin sayı 4 nəfərdir. AzCB-nin fəaliyyəti və idarə olunması üçün maliyyə mənbələri üzv şirkətlərin üzvlük haqqı və hökumətin töhfələridir. AzCB-nin maliyyə mənbələrinin payı hökumət üçün 60-70%, üzvlük üçün isə 30-40% təşkil edir.

Azərbaycan Turizm Assosiasiyası (AZTA) Azərbaycan Turizm Assosiasiyası (AZTA) mehmanxana və turagent kimi özəl turizm müəssisələrinin birliyidir və 2009-cu ildə Azərbaycanda turizm sənayesini inkişaf etdirmək, xidmətlərin təkmilləşdirilməsi, turistlərin cəlbediciliyini artırmaq məqsədilə yaradılmışdır. Xarici turistlərin qəbulu və turizmin inkişafı üçün Azərbaycanda hazırda AZTA-nın üzvü kimi 150 turizm agentliyi və 100 mehmanxana qeydiyyatdan keçib. AZTA Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə sıx əməkdaşlıq edir. AZTA-nın nümayəndəsi Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) Avropa bölməsinin sədridir və AZTA UNWTO-nun müxtəlif tədbirlərində fəal iştirak edir. AZTA-nın əməkdaşlarının sayı yeddi nəfərdir. AZTA problemləri müzakirə etmək və məlumat mübadiləsi aparmaq, müxtəlif KİV-lərin qəbulunu təşkil etmək üçün hər ay üzvlərlə görüş keçirir. Bundan əlavə, AZTA mehmanxana və restoranların müxtəlif kursları (front-ofis, təsərrüfat işləri və s.) üçün treninqlər və təlimi bitirənlərə

sertifikatlar təqdim edir. Bundan başqa, AZTA Azərbaycanda turizm sektoru və turizm biznesi ilə bağlı müxtəlif problemlərin və problemlərin təkmilləşdirilməsi və həllinə dəstək verir. AZTA, həmçinin, TN ilə əməkdaşlıq çərçivəsində daxili və beynəlxalq turizm tədbirlərinin (Eurovision 2015, F1 Qran Pri, Beynəlxalq Turizm Sərgisi və s.) hazırlanması turizm haqqında qanunun yenidən işlənməsi üçün yardım göstərir. AZTA-da üzvlük haqqının ödənilməsi bütün üzvlər üçün məcburi deyil ki, AZTA-nın əməliyyat xərcləri müxtəlif dəstək fəaliyyətləri vasitəsilə əldə edilsin.

Azərbaycanın turizminin zəif və güclü tərəflərini aydınlaşdırmaqdan ötrü SWOT analizindən istifadə edə bilərik. Belə ki, analizin bu növündə analiz olunan obyekt və ya subyektin zəif və güclü tərəfini, təhlükələri və fürsətləri aydınlaşdırılır.

**Cədvəl 4: Azərbaycan turizminin SWOT analizi**

Strenght (güclü tərəflər)	Weakness (zəif tərəflər)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zəngin təbiət Xəzər dənizindən və vulkanik relyef formalarından Şərqi, Qafqaz dağlarına qədər.</li> <li>• İpək Dövrünün strateji əhəmiyyətli nöqtəsində yerləşən, İslam, Xristian, Zərdüşti və digər mədəniyyətləri birləşdirən mədəniyyətə malikdir və tarixi binalardan tutmuş müasir memarlığa qədər geniş çeşiddə turizm resursları təklif edir.</li> <li>• Böyük miqdarda neft pulları sayəsində otellər və konqres mərkəzləri kimi obyektləri modernləşdirib və Avroviziya və Avropa Oyunları kimi tədbirləri uğurla cəlb edir.</li> <li>• Məsuliyyəti turizm sektoru ilə bağlı dövlət və özəl sektorları əlaqələndirmək və maraqlı tərəflər arasında əməkdaşlıq əlaqələrini gücləndirmək olan Turizm Şurasının mövcudluğu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistləri yerli məlumatlarla təmin etmək üçün təşkilatlar və imkanlar, məsələn, turizm məlumat Onun turizm resursları paytaxtı Bakının ətrafında cəmləşib və kənd yerlərində turizmin inkişafı geridə qalır.</li> <li>• Kənd yerlərə ictimai nəqliyyat və nəqliyyat infrastrukturunu zəifdir mərkəzləri (TIC) və turist cəlbədiçi xəritələr kimi materiallar yoxdur.</li> <li>• Turizm sənayesi kadrlarının hazırlanması geridə qalır, ixtisaslaşmış yerli turizm agentlikləri və tur bələdçiləri çox azdır.</li> <li>• Ölkədaxili hava yolları, dəmir yolları və avtobuslar kimi ictimai nəqliyyat daha zəifdir və inkişaf etməmişdir.</li> <li>• 3-4 ulduz kimi orta səviyyəli otellər və biznes otelləri azdır.</li> </ul>
Opportunities (fırsətlər)	Threats (təhlükələr)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Azərbaycan Avrasiyanın mərkəzində yerləşir və onu Avropa, Asiya, Rusiya və Yaxın Orta Şərqi üçün potensial mərkəzə çevirir.</li> <li>• Qafqaz regionunda yeganə müsəlman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onun qonşusu, dənizə çıxışı olmayan Ermənistanla (Dağlıq Qarabağ) mübahisəli bölgəsi var.</li> <li>• Ölkənin 2020-ci ildə müharibədə olması ölkəni digər dövlətlərin gözündə daha təhlükəli</li> </ul>

<p>ölkəsi olduğu üçün digər Qafqaz ölkələrindən fərqli mədəniyyət və yeməklərə malikdir, ona görə də digər ölkələrdən fərqlənməklə və onlarla tərəfdaşlıq etməklə geniş çeşiddə turizm xidmətləri inkişaf etdirilə bilər.</p>	<p>olaraq fikirləşmələrinə səbəb olub</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Azərbaycanın sənətkarlıq sənətləri və emal edilmiş kənd təsərrüfatı məhsulları qonşu Türkiyə və İrandan daha az tanınır və turizmlə əlaqəli sektor ümumilikdə cəlbedicilik və rəqabət qabiliyyətinə malik deyil.</li> </ul>
---	--

**Mənbə:** Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

## **2.2. Beynəlxalq təcrübədə turizmin yaradılmasının ölkə turizmi ilə müqayisəli təhlili**

Azərbaycanın coğrafi quruluşunun mükəmməlliyindən danışmaqla bitməz. Belə bir ərazidə də turizmin yaradılması və inkişafı daha asan və sürətli olur. Lakin bildiyimiz kimi, Qarabağ müharibəsi ölkənin 90-cı illərin əvvəlindən bəri çətin və keçməkeçli yollara atdı. Təbii ki, sonradan Heydər Əliyevin uğurlu siyasəti nəticəsində bu hal məharətlə aradan qaldırıldı. Azərbaycanın turizmini daha yaxşı başa düşmək üçün onu bir sıra ölkələrin turizmi ilə müqayisə etmək ən doğru variant olardı. Bunun üçün də, biz əsasən SSRİ dağıldıqdan sonra formalaşan müstəqil dövlətlərin turizm yaradılması prinsipləri ilə qarşılıqlı təhlil aparmaq daha uyğundur. Bu ölkələrə ən yaxşı misallar Azərbaycanla quru həmsərhəd olan Gürcüstan və Ermənistan olar.

Gürcüstanın turizm bölgələrinə Batumi, Kobuleti, Gonio qalası, Maxuntseti şlaləsi və Tamari körpüsü, Mtirala Milli Parkı və başqaları bunlara çox yaxşı nümunə olar. Gürcüstan şimalda Böyük Qafqaz dağ silsiləsi ilə cənubda Kiçik Qafqaz (Mesxeti) arasında sıxılmış torpaq sahəsinə malikdir. Buna görə də ölkənin 50%-dən çoxu dağlıq, 30%-ə yaxını isə dağlıqdır. 4 iqlim qurşağı olan Gürcüstanın faunası və florası çox müxtəlifdir. Bölgədə isti və rütubətli meşələr, bataqlıq rayonlar, yüksək dağlıq ərazilər, alp ekosistemləri, quraqlıq bölgələr kimi təbii mühitə əsaslanan çoxlu yerli canlılar yaşayır. Hazırda Resursların Mühafizəsi ölkə ərazisinin təxminən 20%-ni və ya 87 yeri qorunan ərazilər kimi təyin etmişdir. Həmin ərazilərdən 18-də ekoturizm təbliğ olunur. Belə qorunan ərazilərdə bir neçə trekking yolları, velosiped kursları,

düşərgələr, gəzinti zonaları və at sürmə yolları hazırlanır. Ziyarətçilər arzu etdikləri ekoturizm növündən həzz ala bilirlər. Bundan əlavə, mühafizə olunan ərazinin yaxınlığında ziyarətçi mərkəzləri yaradılıb, burada eko bələdçilər təmin olunub və trekking, velosiped və atlar üçün bel çantaları, çadırlar və yataq çantaları icarəyə götürülə bilər. Həmçinin, ziyarətçilər yaşayış haqqında məlumat əldə edə bilirlər. Səyahətçilər üçün lazım olan giriş haqqı, avadanlığın icarəsi xərcləri, trekking cığıruları haqqında məlumat (xəritələr daxil olmaqla) və qorunan ərazilərdə və onların yaxınlığında yaşayış yerləri haqqında məlumat kimi, həmçinin Mühafizə olunan Təbiətlər Agentliyinin internet saytından da əldə etmək olar. Gürcüstanın statistik qurumlarının təqdim etdiyi ziyarətçilərin sayına dair statistik məlumatlara əsasən, təbiət qoruqlarına gələn turistlərin əksəriyyəti yerli səyahətçilər olduğu halda, son 5 ildə xarici səyahətçilərin səfərləri 6 dəfəyə yaxın artıb. Gürcüstanın 18 qoruq zonasına həm Gürcüstandan, həm də xaricdən gələnlərin sayı 2010-cu ildə 126 min nəfər idisə, 2015-ci ildə bu rəqəm 518 min nəfərə yüksəlib. 2016-cı ilin oktyabr ayına olan məlumata görə, 723 min turist qeydə alınıb ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə xeyli çoxdur. Hər halda, Gürcüstanda ekoturizm hələ inkişaf mərhələsindədir. Gələcəkdə müxtəlif təbii ehtiyatlardan istifadə edən ekoturizmin mədəni sərvətlərlə yanaşı turizm məhsulu kimi daha da inkişaf etdirilməsi gözlənilir.

Şərab turizmi Qədim dövrlərdən bəri Gürcüstanda şərab Qevri adlanan yumurta formalı gil qablardan istifadə etməklə ənənəvi üsulla istehsal olunurdu. 2013-cü ildə 8000 ildir davam edən bu ənənəvi şərab istehsalı üsulu YUNESKO-nun Qeyri-Maddi Mədəni Mülkiyyət siyahısına daxil edilmişdir. Bundan əlavə, Gürcüstanda yüzlərlə üzüm növü istehsal olunur. Onlardan 525 növünün Gürcüstan üçün endemik növ olduğu deyilir. Beləliklə, gürcü şərabının güclü hekayəsi və unikalığı var və həvəskarların və başqalarının ən azı görmək və ya sınamaq üçün marağına səbəb olan turizm resursu kimi yaxşı keyfiyyətə malikdir. Bundan əlavə, UNWTO-nun sponsorluğu ilə dünyada ilk beynəlxalq şərab konfransı 2016-cı ilin sentyabrında Gürcüstanın Kaxeti bölgəsində keçirilib və bu, gürcü şərab brendini daha da



möhkəmləndirdi və şərab turizminin təşviqini gücləndirdi. Əslində, şərab turizminin inkişafı turizm resursu kimi artıq irəliləyir. Ən böyük məhsul verən üzüm növlərinin çox olduğu və bol şərab istehsalı ilə məşhur olan Kaxeti bölgəsində çoxsaylı böyük şərab zavodları nəinki öz şirkətlərinin şərab fabriklərinə turlar təşkil edir, həm də geniş spektrli fəaliyyətlər planlaşdırır və təklif edirlər. Məhsul mövsümündə üzüm yığımı, şərabçılıq turları və şərabçılıq restoranında gürcü mətbəxinin tədqiqi, gürcü çörəyinin praktiki hazırlanması və şərab zavodlarının ətrafına ekskursiyalar. Bundan əlavə, Gürcüstanda və ondan kənarında bir çox turizm agentlikləri tərəfindən gələn səyahətçilər üçün Gürcüstan şərab turları keçirilir. Bu kontekstdə olduqca unikal olan Gürcüstan şərabının turistlərin cəlb edilməsinə və xərclərin artmasına töhfə verən turizm resursu kimi başa düşülür. Gürcüstanın dövlət qurumları da gürcü şərabının tanınmasını artırır və şərab turizmini təşviq edirlər. Gürcüstan “Şərab marşrutu” ilə işarə lövhələrinin yaradılması, yerli şərab zavodları üçün məlumat bazasının hazırlanması və pulsuz xəritələrin yayılması kimi tədbirləri həyata keçirir. Bundan əlavə, şərab turizmi üçün xaricdə tanıtım fəaliyyəti olaraq, gürcü şərablarının nümayişi və nümunələri xarici səyahət yarmarkalarında, eləcə də ticarət yarmarkalarında həyata keçirilir.

Gürcüstanda hava marşrutu infrastrukturunda son illərdə sürətli təkmilləşmə müşahidə olunur. Hazırda üç beynəlxalq hava limanı (Tbilisi Beynəlxalq Hava Limanı, Kutaisi Beynəlxalq Hava Limanı və Batumi Beynəlxalq Hava Limanı), habelə kommersiya təyyarələri üçün liman kimi fəaliyyət göstərən bir daxili hava limanı (Queen Tamar Airport) mövcuddur. Beynəlxalq hava limanları Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatı (ICAO) tərəfindən müəyyən edilmiş beynəlxalq standart dəyərlərinə uyğun fəaliyyət göstərir, lakin Tbilisi Beynəlxalq Hava Limanı və Kutaisi Beynəlxalq Hava Limanı Türkiyənin hava limanlarının əməliyyatlarının idarə edilməsi şirkəti olan TAV Airports Holding-ə 2019-cu ilin fevral və may aylarından etibarən əməliyyatların idarə edilməsini həvalə etmişdir. Dörd hava limanına xidmət göstərən aviaşirkətlər Türk Hava Yolları, Georgian Airways, Ukrayna Beynəlxalq

Hava Yolları, Qatar Airways, Lufthansa, Pegasus Airlines, Wizz Air və Sibir Airlines olmaqla beynəlxalq uçuşlar üçün 32 şirkət və daxili uçuşlar üçün bir şirkətdən ibarətdir. Bu hava yollarından istifadə edən beynəlxalq ziyarətçilərin sayına nəzər saldıqda görmək olar ki, 2015-ci ildə ən çox istifadə edilən uçuş marşrutu Türk Hava Yolları olub (Gürcüstana hava yolu ilə gələn ziyarətçilərin 19,8%-i Türk Hava Yollarından istifadə edib), ikinci yerdə Gürcüstan Hava Yolları (11,6%) gəlir. və Ukrayna Beynəlxalq Hava Yolları (9,7%). Bundan əlavə, 2012-ci ildə Kutaisi Beynəlxalq Hava Limanının tikintisi başa çatdıqdan sonra hökumət Gürcüstana uçmaq istəyən digər özəl şirkətlərini cəlb etdi. 2016-cı ilin dekabr ayından etibarən Pegasus, Wizz Air və Flydubai kimi şirkətləri xidmətə başlayıb və beynəlxalq ziyarətçilər arasında müvafiq olaraq 6.6%, 4.6% və 4.1% Gürcüstana səfər etmək üçün həmin reyslərindən istifadə edib. Bu tendensiyaların göstərdiyi kimi, Gürcüstana beynəlxalq uçuşlar çox böyük sürətlə inkişaf edir. Digər tərəfdən, aviaşirkət marşrutları bu şəkildə davamlı olaraq genişlənsə də, hər bir hava limanının saatda yerləşdirmə qabiliyyəti kifayət qədər məhduddur: Tbilisi Beynəlxalq Hava Limanında saatda 2000 nəfər, Kutaisidə saatda 600 nəfər Beynəlxalq Hava Limanı, Batumi Beynəlxalq Hava Limanında saatda 300 nəfər və Kraliça Tamar Hava Limanında saatda 50-70 nəfər.

Yol infrastrukturu Gürcüstan hökumətinin əsas prioritet məsələ kimi məşğul olduğu sahədir. Azərbaycan sərhədini Qara dəniz sahilinə birləşdirən Şərqi-Qərbi avtomobil yolu kimi magistral və beynəlxalq magistral yollar, eləcə də Rusiya ilə Türkiyə sərhədini birləşdirən Şimal-Cənub yolları dayaq sayəsində yaxşı vəziyyətdədir və yaxşı asfaltlanmışdır. Əsas magistrallardan ayrılan bəzi yollar, eləcə də regional yerli yollar hələ də çınqıl və ya asfaltsızdır, lakin əksər turizm sahələri əsas magistral yolların kənarında və ya asfaltlanmış yollarda yerləşir. Buna görə də, müddətli avtobuslar və vaqonlarla qrup halında səyahət edən turistlər, eləcə də ictimai nəqliyyatdan və ya icarəyə götürülmüş avtomobillərdən istifadə edən fərdi turistlər üçün turizm obyektlərinə giriş əhəmiyyətli maneə deyil. Digər tərəfdən, qış

mövsumündə rayon ərazilərinə, xüsusən də dağlıq ərazilərdə və ya yüksək dağlıq ərazilərdə yerləşən turizm obyektlərinə və ya istirahət mərkəzlərinə səfərlər zamanı əlverişsiz hava şəraitinin yolları qarla bağlaması, küçələrin bağlanması və ziyarətçilərin çarəsiz qalmasına səbəb olur.

İctimai Nəqliyyat Böyük şəhərləri birləşdirən bir neçə nəqliyyat vasitəsi var, məsələn, uzun məsafəli avtobuslar, ümumi mikroavtobuslar (marshrutka) və dəmir yolları. Şəhərlərarası avtobuslara gəlincə, Tbilisi, Kutaisi və Batumi kimi şəhərlərdə bazası olan özəl avtobus şirkətləri şəhərlərarası avtobuslar təklif edir, ortaq mikroavtobuslar isə yaxınlıqdakı rayonları qeyri-rəsmi xidmətlərlə birləşdirirlər. Bundan əlavə, şəhərin təşəbbüsü ilə yaradılmış Tbilisi Nəqliyyat Şirkəti Tbilisi daxilində avtobus xidmətləri təklif edir. Dəmir yollarına gəldikdə, ölkə tərəfindən idarə olunan beynəlxalq dəmir yolu Gürcüstan Dəmiryolu Abxaziya, Tbilisi və Bakı arasında keçən Qara dəniz və Xəzər dənizini birləşdirir. Qatar biletlərini uçuşdan 2 həftə əvvəl stansiyanın kassasından və ya internetdən almaq olar. Qatarların hərəkət cədvəlinə gəlincə, Tbilisi ilə Bakı arasında beynəlxalq gediş-gəliş xətti gündə iki dəfə səhər və gecə, Tbilisi ilə İrəvan arasında isə gündə iki dəfə, hər gün işləyir. Yay aylarında Batumi ilə İrəvan arasında hər gün qatarlar hərəkət edir. Bundan əlavə, 2007-ci ildən Azərbaycan, Gürcüstan və Türkiyə hökumətləri dəmir yolunun tikintisinə və Xəzər dənizi ilə Avropanı birləşdirəcək yeni gecə qatarı xidmətləri təklif etmək üçün hazırlıqlara rəhbərlik ediblər. Dəmir yolunun açılışı 2017-ci ildə nəzərdə tutulub. Bundan başqa, ölkədaxili səyahətlər üçün hər gün Tbilisidən digər iri şəhərlərə (Batumi, Kutaisi və s.) təxminən 4 qatar gəlib-gedir. Tiflis paytaxtında metro sistemi də fəaliyyət göstərir. Metro iki xəttədən ibarətdir və cəmi 22 stansiyadan 20-si yerin altında, 2 stansiya (Didube və Qotsiridze) isə yerin üstündə yerləşir. Metronun tikintisinə ilk olaraq 1952-ci ildə sovet dövründə başlanılıb və müstəqillik əldə etdikdən sonra elektrik enerjisi çatışmazlığı və digər məsələlərə görə metronun fəaliyyətinin dayandırıldığı vaxtlar olub. Hazırda Tbilisi metropoliteni stansiyaların

və qatar vaqonlarının təkmilləşdirilməsi, eləcə də digər obyektlərin yenilənməsini əhatə edən genişmiqyaslı islahat layihəsi həyata keçirir.

Ölkənin əksər böyük şəhərlərində su qurğuları çəkilmişdir və yerli sakinlər kran suyundan istifadə edirlər. Əcnəbi turistlərin istifadə etdiyi mehmanxana və restoranlarda gigiyena ilə bağlı xüsusi problem yoxdur. Bununla belə, bəzi yerli restoranlarda gigiyenik nəzarəti təkmilləşdirmək üçün bir yer var, məsələn: manqal yeməkləri hazırlamaq üçün istifadə edilən yeməxanalar açıq açıq yerlərdə və kiçik restoranlarda, məsələn, ailələr tərəfindən idarə olunan restoranlarda, yeməklər hazırlanarkən geyilənlər hər gün müntəzəm olaraq istifadə edilənlərlə eynidir. İctimai hamamlara gəlincə, onları kilsələr, muzeylər və s. kimi ən görməli yerlərdə, eləcə də turistik restoranlarda tapmaq olar və ümumiyyətlə təmiz saxlanılır. Digər tərəfdən, turistlərin gəzintidən həzz alacağı şəhər və qəsəbələrdə onlara demək olar ki, rast gəlinmir.

İnfrastrukturunu mobil telefon və internet kimi telekommunikasiya sistemi ilə bağlı Gürcüstanın yerli ərazilərində belə yaxşı inkişaf etmişdir. Ölkədə bir neçə mobil telefon şirkəti var. Demək olar ki, bütün regionlarda hətta kənd yerlərində və dağlıq ərazilərdə də mobil telefonlar qəbul edilir. Hətta regional şəhər ərazilərində də internet əlaqələri yaxşı əlaqəsi olan otel və restoranlarda mövcuddur.

Tibbi turizmi inkişaf etdirmək planları ilə xəstəxana avadanlıqlarının, eləcə də xidmətlərin keyfiyyəti və tibb işçilərinin təcrübəsi son illərdə, xüsusən də özəl sektorda yaxşılaşdırılmışdır. Bununla belə, Qərbi Avropa ölkələri ilə müqayisədə tibb müəssisələri, xidmətlər və müalicədən sonrakı idarəetmə kimi bir çox sahələr hələ də geridədir. Ölkədən kənarında təhsil almış yüksək ixtisas biliyə malik həkimlər azdır və buna görə də bir neçə dildə, o cümlədən ingilis dilində danışa bilən həkimlər azdır. Təhlükəsizlik 2008-ci ildə Gürcüstan və Cənubi Osetiya arasında hərbi qarşıdurma baş verdi və bu, Abxaziya və onun ətraf ərazilərində hərbi münaqişələrə səbəb oldu. Nəticədə Gürcüstan hökuməti ilə Cənubi Osetiya, eləcə də Abxaziya arasında gərginlik hələ də davam edir və bu regiona səfər etmək üçün Gürcüstan hökumətindən

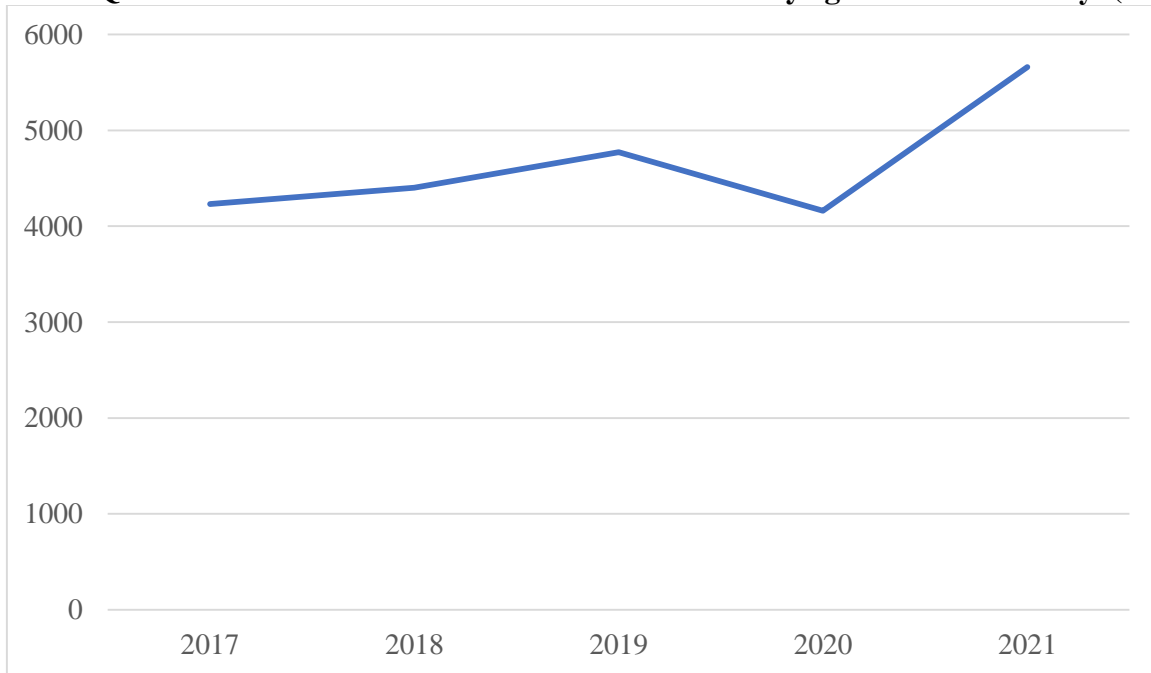
icazə tələb olunur. Bunun da göstərdiyi kimi, müəyyən regionlarda siyasi münaqişələrə görə təhlükəsizlik narahatlıqları var, lakin ümumilikdə Tbilisidə və digər iri şəhərlərdə təhlükəsizlik səviyyəsi nisbətən yüksəkdir

Gürcüstanda Turizmin İnkişafı Siyasəti və Strategiyaları Dünya Bankı və Beynəlxalq Valyuta Fondunun (BVF) dəstəyi ilə Gürcüstan hökuməti 2003-cü ildə "Gürcüstanın İqtisadi İnkişafı və Yoxsulluğun Azaldılması Proqramı"nı tərtib etmişdir. Məqsəd sürətli və davamlı iqtisadi inkişaf və makroiqtisadiyyatın sabitləşdirilməsi, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, insan resurslarının inkişafı, turizm və kənd təsərrüfatı sektorlarının gücləndirilməsi kimi sahələrə üstünlük verilməklə yoxsulluğun azaldılması. Bundan əlavə, 2014-cü ildə hökumət "Gürcüstan 2020" adlanan "Gürcüstanın Sosial-İqtisadi İnkişaf Strategiyası" adlı uzunmüddətli sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasını hazırlayıb. Bu strategiyada iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün işləmək üçün prioritet istiqamətlər aşağıdakı kimi göstərilmişdir; (1) özəl sektorda rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi, (2) insan resurslarının inkişafı və (3) maliyyə vəsaitinin cəlb edilməsi üsullarının təkmilləşdirilməsi. Turizm sektoru hər üç prioritet məsələ ilə kəşişən şəkildə bağlı olan sahədir və demək olar ki, turizm sektorunun inkişafı əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri hesab olunur. Turizm strategiyasına gəlinə, Dünya Bankının dəstəyi ilə "Gürcüstan Turizm Strategiyası (2015–2025)" adlı turizm sektorunun uzunmüddətli inkişaf strategiyası hazırlanıb. Strategiyanın məqsədi turizmin təşviqi yolu ilə ölkə vətəndaşları və iqtisadi inkişaf naminə dayanıqlı və dünya səviyyəli turizm sənayesi yaratmaqdır. Bundan əlavə, beynəlxalq turizm sahəsində yüksək göstəricilərə nail olmaq üçün sadalanan strateji hədəflər aşağıdakılardır:

- 1) təbii və mədəni irsin qorunması və istifadəsi;
- 2) bu cür təbii və mədəni irslər ətrafında fırlanan təcrübələrdən istifadə etmək üçün unikal məhsulların inkişafı;
- 3) dünya səviyyəli xidmətlər təklif etməklə rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi;

- 4) yüksək effektiv marketing və tanıtımlardan istifadə etməklə Qərbi Avropa ölkələri kimi yüksək xərc tələb edən bazarların cəlb edilməsi;
- 5) turizm sənayesi ilə bağlı məlumatların toplanması və təhlillərinin gücləndirilməsi, habelə sənayenin fəaliyyətini ölçmək imkanları;
- 6) dövlət və özəl sektorlar tərəfindən turizm sektoruna investisiyaların genişləndirilməsi;
- 7) ölkə daxilində və xaricdən investisiyaları təşviq edən biznes mühitinin gücləndirilməsi;
- 8) hökumətlərlə əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması.

**Qrafik 6: Gürcüstan üzrə 2017-2021-ci illərdə ölkəyə gələn turistlərin sayı (minlə)**



**Mənbə:** <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/102/inbound-tourism> , 2022.

Ermənistan- İrəvandan 12 km aralıda Zvartnots Beynəlxalq Hava Limanı və Gümrüdəki Şirak Beynəlxalq Hava Limanları kimi iki beynəlxalq hava limanı var. Moskva və Gümrü arasında aşağı büdcəli aviaşirkətlər istisna olmaqla, bütün beynəlxalq reyslər Yerevan arasında həyata keçirilir. Üç yerli hava limanı var (Stepanavan, Giris, Erebuni), lakin bu üç hava limanı Sovet İttifaqının dağılmasından

bəri fəaliyyət göstərmir. Zvartnots Beynəlxalq Hava Limanı 2002-ci ildən 30 il müddətinə konsessiya müqaviləsi əsasında Argentinanın hava limanı şirkəti ilə birgə sərmayə hesabına yaradılmış “Zvartnots Beynəlxalq Hava Limanı” şirkəti tərəfindən idarə olunur. 2011-ci ildən yeni terminal binası istismara verilib. Zvartnots Beynəlxalq Hava Limanında ümumilikdə 23 aviaşirkət fəaliyyət göstərir, o cümlədən Aeroflot-Rusiya Hava Yolları, Ukrayna Hava Yolları, MDB ölkələrindən Ural Hava Yolları, Yaxın Şərqdən Fly Dubai və Qatar Hava Yolları, Avropadan Air France və Avstriya Hava Yolları. Avropadan birbaşa uçuşlar yalnız Paris, Vyana və Afina kimi üç şəhərə məhduddur. Ermənistan və Yaponiya arasında uçuş əlaqəsinə gəlincə, Aeroflot-Rusiya Hava Yolları və Avstriya Hava Yolları əsas daşıyıcı idi (bu gün Avstriya Hava Yolları Yaponiya marşrutundan çıxdı). 2016-cı ildən Qatar Airlines və Emirates Airlines (Fly Dubai) Ermənistana uçuşlar həyata keçirir. Ermənistan milli 153 aviaşirkəti olaraq Air Armenia da daxil olmaqla səkkiz aviaşirkət uçuş xidməti həyata keçirir. 2015-ci ildə İrəvan və Gümrü hava limanlarında reyslərin sayı və sərnişinlərin sayı müvafiq olaraq 9609 reys və İrəvanda 1896807 sərnişin, Gümrüdə isə 130 reys və 34747 sərnişin təşkil edib.

Ermənistanın yolu ilə bağlı yol, keçmiş Sovet İttifaqı dövründən İrəvandan hər bir rayona əsas magistral yollar çəkilib və kənd yollarının əksəriyyəti də asfaltlanıb, buna görə də turistlər YUNESKO-nun Ümumdünya İrsi kimi qeydə alınmış əsas turizm obyektlərini ziyarət edə bilirlər. Digər tərəfdən, əsas magistral yollar istisna olmaqla, köməkçi yolların asfalt örtüyünün vəziyyəti nisbətən zəifdir, kənd yolunun yol örtüyünün pisləşməsi xüsusilə dağlıq ərazilərdə, məsələn, şimalda Lori vilayəti və cənubda Sünik vilayətində diqqəti çəkir. Yol tikintisi layihələri xarici şirkətlərin investisiyaları tərəfindən qarşılır. İrəvandan Ermənistanın ikinci ən böyük şəhəri Gümrüyə gedən şimal-cənub magistralları da daxil olmaqla iki zolaqlı magistral yolun bərpası və genişləndirilməsi üçün həyata keçirilir.

İctimai Nəqliyyatlar Ermənistanda şəhərlərarası ictimai nəqliyyata gəldikdə, dəmir yolu, avtobus və taksi var. Onların arasında insanlar əsasən taksidən (sayğac

sistemi, şəhər daxilində və xaricində fərq qoyulmadan) istifadə edirlər, çünki gediş haqqı nisbətən ucuzdur. Dəmir yoluna gəlincə, 2008-ci ilin iyun ayından istismar hüququ Rusiya Dəmir Yollarına və onun yerli törəmə şirkəti olan “Cənubi Qafqaz Dəmir Yolu” QSC 30 il müddətinə konsessiya müqaviləsi əsasında Ermənistanda dəmir yolu istismarı edir. Hazırda dəmir yolu şirkəti yalnız Gürcüstan arasında beynəlxalq xətt üzrə fəaliyyət göstərir. İrəvan-Tbilisi xətti həftədə üç dəfə qışda, hər gün yayda, həmçinin yay mövsümündə İrəvandan Qara dəniz sahilindəki kurort olan Batumiyə qatarlar işləyir. Yerevanda metro da yerli nəqliyyat vasitəsi kimi fəaliyyət göstərir. Digər tərəfdən, avtobusların və taksilərin əksəriyyəti keçmiş Sovet İttifaqı dövründə istehsal edilib. Dəmir yolu da daxil olmaqla ictimai nəqliyyat xarici turistlər üçün rahat deyil və ingilis dilində yazılan lövhə yoxdur. Buna görə də Ermənistanda ictimai nəqliyyatdan yalnız yerli əhali istifadə edir.

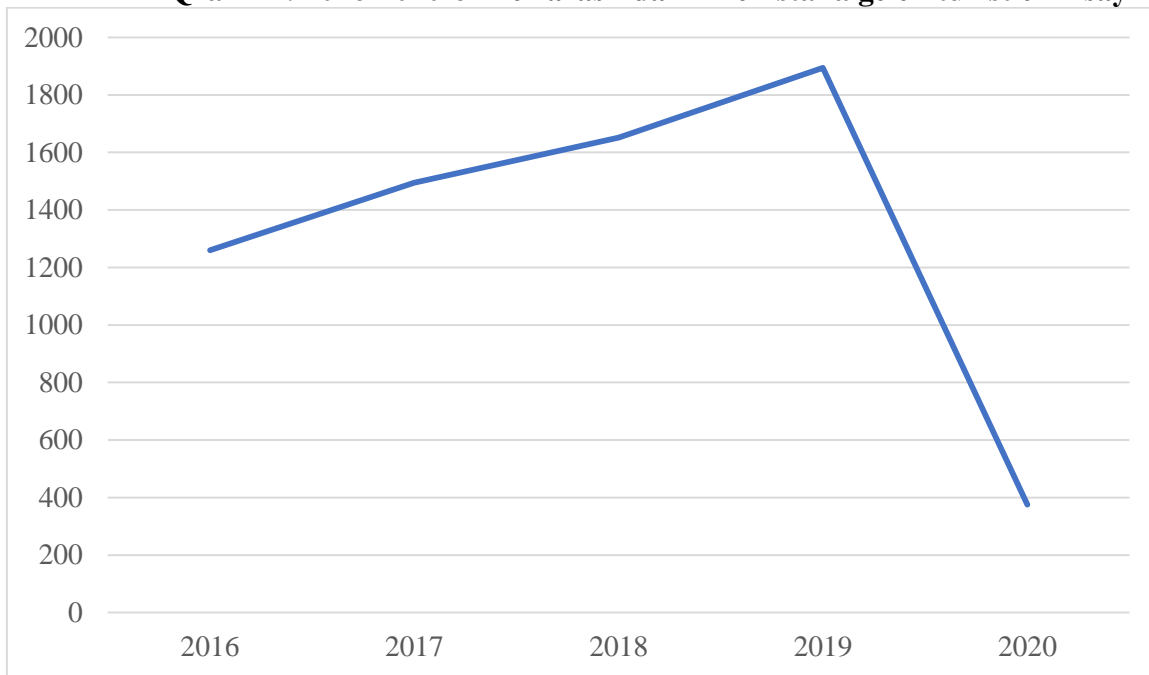
Sanitariya, Elektrik və Telekommunikasiya Ermənistanın turizm infrastrukturuna gəlincə, elektrik enerjisi, kanalizasiya, telekommunikasiya və s., hətta kənd yerlərində də yaxşı inkişaf etmişdir. Telekommunikasiyaya gəlincə, əvvəlcədən ödənişli mobil telefon Ermənistanda geniş yayılmışdır və Beeline, Vivacell-MTS və Orange kimi bir neçə mobil telefon şirkətləri hətta kənd yerlərində və dağlıq ərazilərdə demək olar ki, bütün regionları əhatə edir. İnternet xidmətinə gəlincə, turistlər təkcə İrəvanda deyil, həm də kənd yerlərində əsas yolun kənarında yerləşən otellərdə, restoranlarda və yanacaqdoldurma məntəqələrində pulsuz Wi-Fi nöqtələrində internet xidmətləri ala bilərlər.

Ermənistanla Azərbaycan arasında Dağlıq Qarabağda siyasi məsələ həll olunmayıb və ölkənin daxilində də tariflərin artırılmasına qarşı, siyasətçilərə qarşı nümayişlər olur. Digər tərəfdən, faktiki olaraq, İrəvanda və kənd yerlərində mövcud təhlükəsizlik şəraiti nisbətən yaxşıdır. Ermənistan isə xarici turistlər üçün ən təhlükəsiz ölkələrdən biri hesab olunur. Kənd yerlərindəki əsas turizm yerlərində yerli polisə təcili zənglərin sayı lövhədə göstərilir. Ermənistanda istər Yerevanda, istərsə də kənd yerlərində mütəmadi olaraq təmizlik işləri aparılır və yolun kənarında plastik



butulkalar və plastik torbalar kimi bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə rast gəlinən zibillər demək olar ki, yoxdur. Tibbi şərtlərə görə, dövlət tibb müəssisələrində yalnız köhnə imkanlar var, buna görə də əcnəbilər özəl tibbi xidmətlərə müraciət edirlər, səyahət sığortası istifadə edildikdə və az sayda həkim ingiliscə danışdıqda iki dəfə konsultasiya haqqı alınır.

**Qrafik 7: 2016-2020-ci illər arasında Ermənistana gələn turistlərin sayı**



Mənbə: [www.data.worldbank.org/](http://www.data.worldbank.org/), 2021.

Nümunələrdən görüldüyü kimi SSRİ dağıldıqdan sonra Gürcüstan və Ermənistanda istər iqtisadi vəziyyət baxımından, istərsə də dövlətin icra etdiyi siyasətdən dolayı, turizm bu ölkələrdə Azərbaycana nisbətən daha az inkişaf etmiş və dolayısıyla ölkələrin iqtisadiyyatı daha zəif formalaşmışdır. Səyahət və Turizm Rəqabətlik İndeksinə əsasən, Gürcüstan 140 ölkə arasında reytingdə yeddi pillə irəliləyərək – 2011-ci ildəki 73-cü mövqedən 2013-cü ildə 66-cı yerə yüksəlib və həm Ermənistan, həm də Azərbaycanla müqayisədə turizmdə lider ölkədir (Blanke və Chiesa, 2013).

**Cədvəl 5: Səyahət və turizmin rəqabətlik indeksi**

140 üzərindən qiymətləndirmə	Rəqabət Qabiliyyəti İndeksi	tənzimləyici çərçivə	Biznes Mühiti və İnfrastruktur	İnsan, Mədəni və Təbii Resurslar
Gürcüstan	66	30	80	91
Ermənistan	79	51	88	94
Azərbaycan	78	46	87	96

**Mənbə:** [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf) , 2014.



### **III FƏSİL. QARABAĞ İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN YARADILMASI VƏ İNKİŞAFININ TƏHLİLİ VƏ TƏKLİFLƏR**

#### **3.1. Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması və inkişafının qarşılaşa biləcəyi potensial problemlər və onların təhlili**

Qarabağ iqtisadi rayonu 7 iyul 2021-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin fərmanı əsasında yenidən formalaşdırılmışdır. Bu iqtisadi rayona Xankəndi şəhəri, Şuşa, Ağdam, Ağcabədi, Tərtər, Xocalı, Bərdə, Fizuli və Xocavənd rayonları daxildir. Bildiyimiz kimi Qarabağ iqtisadi rayonunun əksər əraziləri 30 illik bir müddət ərzində Ermənistanın işğalı altında qalmışdır. Bu da ölkənin bu ərazisinin daha az inkişafına gətirib çıxarmışdır.

Qarabağ iqtisadi rayonu erməni işğalı altında olarkən burada turizmdən həm iqtisadi həm də siyasi cəhətdən istifadə edilmişdir. Belə ki, Ermənistan sərt viza tələblərindən yan keçmək və viza almaq üçün sadələşdirilmiş prosedurlardan və ya vizasız gediş-gəlişdən qeyri-qanuni faydalanmaq üçün tabeliyində olan separatçı rejimin agentlərinə Ermənistan pasportları, o cümlədən diplomatik pasportlar verməklə onların xarici ölkələrə səfərlərini asanlaşdırır və təşkil edir. Səyahətlə bağlı hansı məqsədə çatmaqdan asılı olmayaraq, onlar beynəlxalq ictimaiyyəti çaşdırmaq və aldatmaq, diqqəti Ermənistanın Azərbaycan ərazilərinin güc tətbiqi, kütləvi vəhşilik, etnik təmizləmə yolu ilə davam etdirdiyi qanunsuz işğalından yayındırmaq kimi aşkar məqsəd güdürlər və beynəlxalq hüququn digər kobud pozuntularını 30 il boyunca ediblər. Bu cür səfərlər yalnız qanunsuz separatçı rejimin təbliğatına xidmət edir. Ötən illər ərzində baş verənlər göstərdi ki, erməni tərəfinin təxribatçı addımlarına adekvat reaksiya verilməməsi yalnız onun cəzasızlıq və yolverilməzlik hissənin artmasına kömək edir, Ermənistanı sülh prosesində öz güzəştəz mövqeyini saxlamağa sövq edir. Ermənistan turizmi ilhaqçı siyasəti üçün bir alət kimi istifadə etməkdə davam edir. Xüsusilə, Ermənistan tərəfindən qeyri-qanuni separatçı qurumu təbliğ etmək və işğalın nəticələrini möhkəmləndirmək üçün maliyyə vəsaiti yaratmaq üçün

turizmdən sui-istifadə edilirdi. Bir sıra hallarda beynəlxalq turizm yarmarkaları və digər tədbirlərdən geniş ictimaiyyəti çaşdırmaq üçün istifadə olunurdu. Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərini “turizm məkanı” kimi, xüsusən də bu ərazilərdə Ermənistan tərəfindən yaradılmış qanunsuz separatçı qurum haqqında köşklər yaratmaq və materialları yaymaqla təhrif olunmuş məlumatların təsiri altında bəzi turizm şirkətləri Dağlıq Qarabağ regionunu özlərinin tərkibinə daxil edirdilər, halbuki bu region Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə tanınmış ərazisidir. Nəticədə həssas vəziyyətdən xəbərsiz olan bəzi xarici vətəndaşlar işğal olunmuş ərazilərdə apardıqları bu cür “təbliğət kampaniyalarına” məqsədyönlü şəkildə aldanaraq bu təhlükəli plana sürüklənirdilər.

Hələ işğaldan əvvəl tək-cə mədəncixarma, metallurgiya, qida, emal, əczaçılıq, taxılçılıq sektorları ilə deyil, həm də Ermənistanın işğalı nəticəsində Azərbaycanın Yuxarı Qarabağ bölgəsində və ona bitişik ərazilərdə yaranan təhlükəsizlik problemləri, turizm və rekreasiya sahəsində geniş inkişaf potensialı, eləcə də bu rayonlarda ermənilər tərəfindən dağıdılmış infrastruktur indiki mərhələdə orada turizmin inkişafını mümkünsüz edir.

Təbii ki, Dağlıq Qarabağ bölgəsinin və ətraf rayonların turizm imkanlarından tam istifadə etmək yalnız üç əsas amil təmin edildikdən sonra mümkün ola bilər: təhlükəsizlik, əhalinin geri qaytarılması və infrastrukturun yaradılması.

Belə ki, müharibə bitməsinə baxmayaraq hələ də burada təhlükəsizlik tam həll olunmayıb. Minalardan təmizlənməmiş ərazilər təəssüf ki, 2 il vaxt ötməsinə rəğmən hələ də insanların ağır yaralanma və ölüm səbəbləri olur. Bir yandan isə Ermənistanın silahlı qüvvələri tərəfindən demək olar ki, hər gün atəşkəs pozulur. Bu da burada istər turizm, istərsə də yaşayış və infrastruktur qurmağa maneə olur.

Əhalinin geri qaytarılması da burada yaşana biləcək əsas problemlərdəndir. Belə ki, bundan ötrü əvvəlcə burada təhlükəsizlik tam təmin olunmalıdır. Buna isə ekspertlərin fikrincə təxminən 5-10 il vaxt tələb olunur. 44 günlük müharibədən öncə də ermənilərin dinc əhaliyə silahla atəş açdığının şahidi olurduq. Bu onların həm yaşamına, həm də

təsərrüfatına ağır ziyan verirdi. Bu ərazilərə insanları yenidən geri döndərmək də ayrı bir problem təşkil edir. Qaçqın və məcburi köçkünlərin əksəriyyəti artıq ya dövlət tərəfindən evlərlə təmin edilmiş ya da özləri bu məsələyə həll yolu tapmışdır. Yaşamağa evlərinin olmasından əlavə, artıq bu insanlar özlərinin social və iş həyatını digər şəhər və ya rayonlarda 30 il ərzində qurmuşdular və bu da onları bu ərazilərə geri döndərməkdə dövlət üçün problem yarada bilər.

Müharibənin ən çox zərər vurduğu məsələlərdən biri də infrastrukturudur. İnfrastruktur dedikdə burada yollar, elektrik enerjisinin verilişi, su və kanalizasiya, telefon və internet xətləri, məktəblər, xəstəxanalar və s. daxildir. Bunların da öz növbəsində həll edilməsi üçün hazırkı iqtisadi vəziyyət nəzərə alınsa bir neçə onilliklər tələb oluna bilər. Ermənistanın burada 30 il ərzində yaratdığı infrastrukturun zəif səviyyədə olmasının özü də işi biraz daha çətinləşdirir.

Bütün bu yuxarıda sadalanan problemlər həll edilsə belə yenə də, bir sıra başqa problemlərin meydana çıxacağı məlum məsələdir. Qeyd etdiyimiz ki, Azərbaycanın turizm sənayesi kadrlarının hazırlanmasında geridə qalır və ixtisaslaşmış yerli turizm agentlikləri və tur bələdçiləri çox azdır. Bu qeyd etdiyimiz problem isə təkcə Qarabağ iqtisadi rayonuna deyil, bütün iqtisadi rayonlara şamil edilə bilər.

### **3.2. Qarabağ iqtisadi rayonunda turizmin yaradılması yönündə qarşılaşılacaq potensial problemlərə həll yolları və təkliflər**

Çoxlu möhtəşəm mənzərələri, valehedici dağları, gölləri, düzənlikləri və dərələri, qədim tarixi və mədəni irsi ilə Qarabağ zəngin turizm potensialına malikdir. Gözəl bir təpənin üstündə yerləşən Şuşa şəhəri rayonun mədəniyyət paytaxtıdır. Şuşa muğamın beşiyidir, xalçaçılıq və dünya şöhrətli Qarabağ atlarının yetişdirilməsi mərkəzidir - bütün bunlar YUNESKO-nun Qeyri-Maddi İrs Siyahısına daxil edilmişdir. Şuşa şəhərinin tarixi mərkəzinin YUNESKO-nun Ümumdünya Mədəni İrs Siyahısına daxil edilməsi prosesinə artıq başlanılıb - Şuşa 2001-ci ildən ilkin siyahıya daxil edilib.

Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərinin turizm potensialından istifadəyə dair ilkin araşdırmalar aparılır. Həmçinin Şuşaya yeni yolun çəkilməsi, azərbaycanlıların öz tarixi torpaqlarına qayıtması üçün Qarabağda bütün zəruri infrastrukturun həyata keçirilməsi istiqamətində genişmiqyaslı işlər sürətlə davam etdirilir. Təbii ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərin tam bərpası vaxt aparacaq, çünki işğal 90-cı illərin əvvəllərindən davam edib və bu, bir çox mədəniyyət və tarixi abidələrin dağıdılmasına və ya zədələnməsinə səbəb olub. Bununla belə, biz müxtəlif turizm marşrutları və layihələri işləyib hazırlayırıq və əminik ki, gəzinti, açıq hava fəaliyyəti, mədəni və dini irs obyektlərinə, şərab zavodlarına, parklara və muzeylərə, eləcə də bir çox digər turizm istiqamətlərinə səfərlər tezliklə burada populyarlaşacaq və biz əminik. Gəlin Qarabağı dünyaya yeni turizm məkanı kimi tanıdaq. Azərbaycana səfər edərkən mütləq Dağlıq Qarabağa səfər etməlisiniz. Yerli rayonların inanılmaz təbiəti yerli yaylada yerləşən dağlıq relyeflərin, göllərin, mağaraların, alp çəmənliklərinin, dərələrin və dərin kanyonların olması ilə bağlıdır. Azərbaycan həmişə füsunkar, fantastik və füsunkar dağları ilə məşhur olub. Və yaxın bir ildə rayona tətillə gəlsəniz, bu sözlərin doğruluğunu şəxsən hiss edəcəksiniz. Turistlərin əksəriyyəti zəmini və ərazini ziyarət edəcək və atçılıq və yürüyüş, kürəklə gəzinti və maraqlı balıqçılıqla dolu gözəl tətillə tapacaqlar. Canlılarla yanaşı, qədim bölgənin böyük potensialına və mədəni irsinə əsaslanan bir çox ekskursiya marşrutları da var. Siz tarixi, arxeoloji və memarlıq xarakteri kimi sayısız-hesabsız görməli yerləri ziyarət edə bilərsiniz. Güclü girintili dağlıq relyef yerli kənarların unikal və heyvətəməz təbiətini əvvəlcədən müəyyənləşdirir: dərin kanyonlar və gur dağ çayları ilə dərələr, alp çəmənlikləri, əsrarəngiz mağaralar və mağaralar, mənzərəli göllər ilə əvəzlənən şəffaf meşəlik dağ silsilələri. Dağlar isə unikal, fantastik, valehedici, sonsuz müxtəlifliyi və çox yönlüliyi ilə valehedicidir. Bundan əlavə, Qarabağda ekskursiya marşrutları üçün əla imkanlar var - bu, zəngin mədəni irsə malik qədim bölgədir, burada çoxlu sayda attraksionlar - memarlıq, arxeoloji, tarixi yerlər cəmləşmişdir.

Rusiya Federasiyası Prezidentinin, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin və Ermənistan Respublikasının Baş nazirinin birgə bəyanatında göstərilən razılaşmalara uyğun olaraq, bu il noyabrın 10-da Moskva vaxtı ilə saat 00:00-dan etibarən. tam atəşkəs və Dağlıq Qarabağda bütün hərbi əməliyyatlar elan edilib. Azərbaycan hakimiyyəti 2020-ci ilin payızında silahlı münaqişə zamanı Bakının nəzarətinə keçmiş Dağlıq Qarabağ ərazilərinin yenidən qurulmasına 2,2 milyard manat (1,3 milyard dollar) ayrılmışdır ([https://azertag.az/xeber/Gelen il Qarabagin berpasi uchun 22 milyard manat vesait ayrilacaq-1922052](https://azertag.az/xeber/Gelen-il-Qarabagin-berpasi-uchun-22-milyard-manat-vesait-ayrilacaq-1922052), 2021) . Maliyyələşdirmə dövlət haqqında qanun layihəsində öz əksini tapıb. 2021-ci ilin büdcəsi ölkə parlamentinə təqdim edilib. Pul "şəhər və kəndlərin bərpasına" və müasir infrastrukturun, o cümlədən yolların, kommunikasiyaların, mənzillərin, sosial obyektlərin yaradılmasına sərf olunacaq. Bunu Azərbaycan Otellər və Restoranlar Assosiasiyasının (DAİR) İdarə Heyətinin sədri Samir Dübəndi deyib. Onun sözlərinə görə, Dağlıq Qarabağın böyük turizm potensialı var və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə itirilmiş infrastruktur kommunikasiyalarının bərpası ilə biznes, o cümlədən turizmin inkişafı üçün əlverişli şəraitin formalaşacağı gözlənilir. Eyni zamanda, Qarabağda ekoturizm fəaliyyəti sürətlə inkişaf edəcək, çünki bu torpaqlar təbii sərvətlərlə zəngindir. Dübəndi deyir ki, dağlıq ərazini nəzərə alaraq müxtəlif növ ekstremal turizm, aqroturizm, kənd və "yaşıl" turizm, gəzinti, göbələk turları, quş müşahidəsi (quş seyri) və digər sahələri inkişaf etdirmək olar. Birbaşa ekstremal turizmin inkişafına toxunan assosiasiya rəhbəri qeyd edib ki, rafting, qayayadırmanma, alpinizm və s. növlərinin inkişafı nəzərdən keçiriləcək. Otellər və Restoranlar Assosiasiyası 2009-cu ildə təsis edilib və Azərbaycanda mehmanxana və restoran biznesinin maraqlarını dəstəkləyən və təşviq edən qeyri-kommersiya təşkilatıdır.

Müharibədən sonrakı dövrdə turizm iqtisadiyyatda prioritet sahələrdən biridir. Minlərlə tarixi, mədəni və təbii attraksionlar, infrastrukturun bərpası, investisiyaların cəlb edilməsi, iqtisadi və turizm yarmarkalarında və büdcə forumlarında iştirak,



sənayenin sürətlə inkişafına töhfə verir. Hər il turistlərin sayı beş qatına çatır, çünki bu istiqamət və perspektivlər cəlb olunur. Əminliklə demək olar ki, bu ərazilər geniş turizm potensialına malikdir. Bu ərazilər təbii və texnogen ehtiyatlarla zəngindir. Yuxarıda göstərilənlərə istinad edərək əminliklə deyə bilərik ki, yaxın gələcəkdə bu rayonların ərazisində ekoturizm, o cümlədən qayayadırmanma və alpinizm, yaşıl turizm, maarifləndirici turizm, arxeoloji tur, müalicə turizmi, rekreasiya kimi fəaliyyətlər inkişaf etdiriləcəkdir. Hazırda minalardan təmizləmə işləri aparılır. İnfrastruktur işləri aparılmalıdır. Bu gün həmin bölgəyə hər hansı turun təşkilindən danışmaq tezdir. Əvvəlcə bu işlər görülməlidir. Ən əsası isə tarixi memarlıq abidələrinin vəziyyəti öyrənilməlidir. Onlar yenidən nəzərdən keçirilməlidir. Bir sıra alimlər Qarabağda yerləşən tarixi abidələri tədqiq etsə də, üstündən 30 il keçib. Təbii ki, onlara yenidən baxılmalıdır. Onları bərpa etmək lazımdır. Gəzinti yolları çəkmək və işarələmək lazımdır. Turist xəritələrinin hazırlanması və digər işlər görülməlidir. Müxtəlif qurumlar və institusional strukturlar tərəfindən həll edilməli olan məsələlər var. Ümumiyyətlə, Qarabağ bizim üçün yeni turizm məkanına çevrilə bilər. Təkcə iki rayon deyil, bütün Qarabağ ərazisi yeni turizm məkanına çevrilə bilər. Bu ərazilərin təhlükəsizliyini təmin etmək lazımdır ki turistlər üçün oraya səfər təhlükəsiz olsun. Ümid edək ki, bütün alimlər Qarabağ ərazisini birgə təhlil edəcək, yeni turizm marşrutları, turizm məhsulları yaradacaqlar. Turizm sektorunda böhran aradan qaldırıldıqdan sonra bu məhsulları satmaqla biz çoxlu turist cəlb edilə bilər. Xüsusi yeni turizm növləri meydana çıxacaq. Misal olaraq bir sıra müharibə mərhələsindən keçmiş ölkələrin praktikasında da mövcud olan “dark turizm”-i göstərə bilərik. Turizmin bu növündə müharibənin yaratdığı dağınıqlar bəziləri saxlanılır və gələcəkdə turistlərə qələbə tarixi və nəticələri haqqında məlumatlar çatdırılır.

İqtisadi rayonun fiziki quruluşu bizə rahatlıqla deməyə imkan verir ki, burada həmçinin mağara turizmi, termal fəaliyyətlər, dağ turizmi, aqroturizm, trekkinq və botanika turizmi kimi bir sıra qeyri-adi turizm növlərini tətbiq və inkişaf etdirmək olar.

## **NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR**

Azərbaycanın işğaldan azad etdiyi ərazilərdəki meşə, su və torpaq ehtiyatları kənd təsərrüfatının, emal sənayesinin və turizmin inkişafı üçün böyük imkanlar

yaradır. Ən əsası isə işğaldan azad edilmiş ərazilərin iqtisadiyyatı bərpa olunacaq, yeni texnologiyalar tətbiq olunacaq ki, bu da iqtisadiyyatın məhsuldarlığının artmasına təsir göstərəcək.

Qarabağ iqtisadi rayonundakı turizmlə bağlı problemlərin həll yollarına aşağıdakı təklifləri göstərmək olar:

1. İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə vahid turizm mərkəzinin yaradılması;
2. Buraya daha çox polis və digər mühafizə orqanlarını cəlb edərək təhlükəsizliyi yüksək səviyyəyə çıxarmaq;
3. Minalı əraziləri təmizləməkdən ötrü xüsusi innovativ texnologiyaların alınması;
4. Terroristlərin bu ərazidə özbaşınalığını azaltmaq üçün bir sıra siyasi tədbirlərin həyata keçirilməsi;
6. Buradakı şəhər və rayonların yenidən salınması, infrastrukturun yaradılmasının sürətləndirilməsi;
7. Bu ərazidə otel və rekreasiya yerlərinin sayının çoxaldılması üçün yerli orta və böyük sahibkarlara lazımi şəraitin yaradılması;
8. Xarici investorların cəlb edilməsi ilə iqtisadi rayondakı turizmin inkişafını sürətləndirmək;
9. Turizm sahəsində yüksək ixtisaslı və savadlı kadrların bu ərazilərdə turizm quruculuğu işinə cəlb olunması və s.

Tədqiqatın təcrübi əhəmiyyəti bizə onu deməyə imkan verir ki, onun əsas müddəaları, əldə edilən nəticələri, formalaşdırılan təklif və tövsiyələr respublika iqtisadiyyatında turizm sahəsinin genişləndirilməsində, turizm sahəsinin ayrı-ayrı alt sahələrində qeyd olunan strategiyalar və üsullar vasitəsilə turizm sahəsinin genişləndirilməsində, bu iqtisadi zonada turizm yerlərinin formalaşdırılmasında istifadə oluna, regional sosial-iqtisadi inkişaf planlarının, layihələrin, müxtəlif təyinatlı biznes-planların tərtib olunmasında, startapların, dəyər zənciri üzrə investisiya təşviqi sənədlərinin hazırlanmasında, dövlət-özəl tərəfdaşlığın inkişafı

üzrə dəstək mexanizminin işlənməsində, kompleks layihələrin dəyər zənciri üzrə inkişaf sxeminin formalaşdırılmasında, universitetlərdə menecment və turizm fənnlərinin tədrisində istifadə oluna bilər.

## İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

### Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Bakı: 06 dekabr, 2017-ci il.
2. “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”, Bakı: 06 dekabr, 2017-ci il.
3. Abbasov İ.M., Əliyev T.N. (2018). Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Dərslük. Bakı: Bakı Biznes Universiteti, 267 s.
4. Azərbaycanın Milli Parkları (2014). Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi. Bakı.
5. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. 2018-ci il. 800 səh.
6. Azərbaycan-Türkiyə İş Adamları Birliyi (2010), “Azərbaycan Turizm Sektoru: İmkanlar, Problemlər Və Perspektivlər”, Yekun Hesabat.
7. B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülaliev (2015). “Turizmin əsasları”, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti.
8. Ə.Q Əlirzayev (2010). “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.
9. H.Soltanova (2015). “Azərbaycan Respublikasında Turizm və Onun İnkişafı”. Bakı.
10. Həsənli A. (2014). “Müasir şəraitdə Azərbaycanda dini-mədəni dəyərlərin inkişaf xüsusiyyətləri”, Bakı: Nur Art nəşriyyatı, 144 s.
11. Həsənov T. G., Babayev M. R. (2015). “Dayanıqlı ekoinkişaf modeli: Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının həlledici inkişaf yolu”. Regional idarəetmə: inovativ yanaşmalar və perspektiv imkanlar, respublika elmi-praktik konfransın materialları, Bakı, “Elm və Təhsil”, 311 s.
12. Hüseyinov Y. (2018). QARABAĞ. Bakı, səh-336.

13. Hüseynov İ., Əfəndiyev N. (2007). Turizmin əsasları. Bakı, (səh-7).
14. Məmmədov E.Q. (2013). Azərbaycanca turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri (Monoqrafiya). Bakı: Gənclik Nəşriyyatı, 172 s.
15. Müasir turizmin inkişaf istiqamətləri, Bakı, səh-5, 2018.
16. Məmmədov N. (2010), Qarabağ təbiəti. Azərbaycan SSR Dağlıq Qarabağ bölgəsinin şəhər və rayonlarının tarixi. (XX əsrin 20-90-cı illəri). Bakı, «Təhsil», 200 səh.
17. Rəhimov S.H. (2004). Turizm-ekskursiya işinin təşkili. Bakı “Mütərcim”.312 səh.

### **İngilis dilində**

1. Azerbaijan Export & Investment Promotion Foundation, “TOURISM IN AZERBAIJAN 2013”, 2013.
2. Hasanova A.A. (2018). The role of Russia in resolving the conflict in Nagorno-Karabakh // PostSoviet Studies, Vol. 1. # 2. P. 219.
3. Ibragimov A.G.(2018). The Nagorno-Karabakh Conflict: Prehistory, Development, Consequences // Post-Soviet Studies.Vol. 1. # 2. P. 150.
4. Jennifer Blanke, Thea Chiesa (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report.
5. Kotler, Philip–Keller, Kevin Lane (2012). Marketingmenedzsment (Marketing Management). The Hungarian edition of the 14th edition, Budapest: Akadémiai Kiadó.
6. Krylov A.B. (2018) Karabakh: an unfinished war. M he International analyst. 94-100 p.
7. Kumar. J. and Hussain, K. (2014). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 144, 360-365.

8. Planning for growth: Azerbaijan's national strategy for tourism development 2010-2014.
9. Southern Caucasus", The Journal of International Public Policy, No.28, Pages 69-83, September 2011.
10. Travel and Tourism Economic Impact, Armenia, World Travel and Tourism Council, 2015.
11. Travel and Tourism Economic Impact, Azerbaijan, World Travel and Tourism Council, 2015.
12. UNWTO, 'Tourism Highlight 2015 Edition', 2015.
13. World Travel & Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact, Georgia, 2015.

#### **İnternet resursları**

1. [http://anl.az/down/meqale/xalqqazeti/2021/avqust/753157\(meqale\).pdf](http://anl.az/down/meqale/xalqqazeti/2021/avqust/753157(meqale).pdf), 2021.
2. [https://cesd.az/new/wp-content/uploads/2019/08/CESD\\_Paper\\_Tourism\\_2019.pdf](https://cesd.az/new/wp-content/uploads/2019/08/CESD_Paper_Tourism_2019.pdf), 2019.
3. <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=AM>, 2021.
4. <https://monitoring.az/assets/upload/files/d53a6f3606f2ec987a4084ee6664380e.pdf>, 2016.
5. <https://president.az/az/articles/view/55465>, 2022.
6. [https://recapital.az/wp-content/uploads/2020/06/Hospitality-Report\\_REC-LLC.pdf](https://recapital.az/wp-content/uploads/2020/06/Hospitality-Report_REC-LLC.pdf), 2020.
7. <https://www.britannica.com/topic/mass-transit/The-automobile-and-mass-transportation>, 2021.
8. <https://www.econbiz.de/Record/economic-and-social-development-70th-international-scientific-conference-economic-and-social-development-book-proceedings-baku-june-2021-yagubov-sakit/10012583713>, 2021.
9. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en>, 2022.

10. <https://www.telegraph.co.uk/travel/tours/history-of-thomas-cook/>, 2019.
11. <https://www.unwto.org/archive/global/event/scbp-cis-countries-and-georgia-i-workshop>, 2011.
12. <https://www.virtualkarabakh.az/az/new-item/16/3570/qarabagda-dark-turizm-olacaq.html>, 2021.
13. [İlk bütçe göstergeleri \(maliyye.gov.az\)](http://maliyye.gov.az), 2022.



## **Cədvəllərin siyahısı**

<b>Cədvəl 1.</b> Azərbaycanca gələn xarici vətəndaşların səfər məqsədləri üzrə bölgüsü (min nəfərə).....	31
<b>Cədvəl 2.</b> Sərhəd ölkələri üzrə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı.....	32
<b>Cədvəl 3.</b> Azərbaycanda turistlərin nəqliyyat növündən istifadəsi.....	40
<b>Cədvəl 4.</b> Azərbaycan turizminin SWOT analizi.....	47
<b>Cədvəl 5.</b> Səyahət və turizmin rəqabətlik indeksi.....	59

## **Qrafiklərin siyahısı**

<b>Qrafik 1.</b> Regionlara görə illik beynəlxalq turist gəlişləri.....	16
<b>Qrafik 2.</b> Beynəlxalq turist gəlişlərinin dünya ölkələri üzrə payı, 2020.....	21
<b>Qrafik 3.</b> Avropa ölkələrinin turist qəbulu (faizlə).....	24
<b>Qrafik 4.</b> Azərbaycan Respublikasında 2009-2020-ci illər arasında turist qəbulu.....	30
<b>Qrafik 5.</b> Azərbaycanda 2009-2018-ci illərdə turizm sənayesinə qoyulan investisiyaların həcmi, milyon manat.....	31
<b>Qrafik 6.</b> Gürcüstan 2017-2021 Ölkəyə gələn turistlərin sayı (minlə).....	55
<b>Qrafik 7.</b> 2016-2020-ci illər arasında Ermənistana gələn turistlərin sayı.....	58