

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“QARABAĞDA TURİZM VƏ REKREASIYA BÖLGƏSİNİN
YARADILMASI”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

Rəşad Süleymanov Zəfər

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**
“ _____ ” _____ **2022-ci il**

“QARABAĞDA TURİZM VƏ REKREASIYA BÖLGƏSİNİN
YARADILMASI”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401-Dünya İqtisadiyyatı
İxtisaslaşma: Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər
Qrup: 806

Magistrant
Süleymanov Rəşad Zəfər oğlu

_____ **imza**

Elmi rəhbər
i.e.d.prof. Həsənov Rasim Tapdıq oğlu

_____ **imza**

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

_____ **imza**

Kafedra müdiri
i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakəşi oğlu

_____ **imza**

Bakı - 2022

Elm andı

Mən, Rəşad Süleymanov Zəfər oğlu and içirəm ki, “Qarabağda turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

QARABAĞDA TURİZM VƏ REKREASIYA BÖLGƏSİNİN YARADILMASI

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: İşğaldan azad olunan torpaqlarda, turizm üçün şəraitin yaradılması, turizmin inkişaf etdirilməsi, rekreasiya bölgəsinin yaradılması, ərazinin mövqeləndirilməsi, xarici investorların cəlbi və turistlər üçün şərait yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu işə öz növbəsində zəmin yaradır ki, bölgədə güclü və zəif tərəfləri, eyni zamanda buradakı potensialı araşdıraq.

Tədqiqatın məqsədləri: Dissertasiya işinin əsas məqsədi Qarabağda turizm-rekreasiya bölgəsinin yaradılmasıdır.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Tədqiqat prosesində statistik qruplaşdırma, axtarış metodu, müqayisəli təhlil və SWOT analizi – zəif və güclü yönlerini araşdırmadan geniş istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazasının əsasında turizm sektoru sahəsində yerli və xarici elmi əsərləri, statistik göstəriciləri, rəsmi məlumatları durur. Tədqiqat işində eyni zamanda Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, Azərbaycan Respublikası Turizm Nazirliyinin statistik məlumatları, turizmə dair dövlət proqramları və internet resurslarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın məhdudiyyəti kimi qeyd oluna bilər ki, çox yeni mövzu olduğundan dolayı və bu sahədə kifayət qədər tədqiqat araşdırmaların olamaması səbəbindən dolayı ədəbiyyatın olduqca az olmasıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Tədqiqat işinin araşdırılması zamanı əldə olunan nəticələr Qarabağda turizm potensialını və həmçinin turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması, inkişaf etdirilməsi və investisiya cəlbi mövzusunun araşdırmaq üçün mənbə kimi istifadə oluna və həllinə köməklik edə biləcək bir yeniliyin olduğunu vurğulaya bilərik.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Azad olunmuş ərazilərin iqtisadi potensialı ilə bağlı sahibkarlıq subyektlərinin maarifləndirilməsində təşviq məqsədilə istifadə edilə biləcəyi kimi, təhsil müəssisələrində və müvafiq tədqiqatlarda tədris vəsaiti və informasiya bazası kimi də istifadə edilə bilər.

Açar sözlər: turizm, Qarabağ, turizm bölgəsi.

CREATION OF TOURISM AND RECREATION ZONE IN KARABAKH

SUMMARY

The actuality of the subject: In the liberated lands, it is important to create conditions for tourism, to develop tourism, creation of recreation area, positioning of the territory to attract foreign investors and to create conditions for tourists.

Purpose and tasks of the research: The main purpose of the dissertation is to create a tourism and recreation zone in Karabakh.

Used research methods: Statistical grouping, search method and SWOT analysis were widely used in the research process without examining their strengths and weaknesses.

The information base of the research: The research database is based on local and foreign scientific works, statistics, official data in the field of tourism. The research also used data from the State Statistics Committee, statistics from the Ministry of Tourism of the Republic of Azerbaijan, state tourism programs and Internet resources.

Restrictions of reasearch: Limitations of the research is that there is very little literature because a very new topic and there is not enough research in this area.

The novelty and practical results of investigation: The results of the research show that there is an innovation that can be used as a source to study the potential of tourism in Karabakh, as well as the creation, development and attraction of investment in the tourism and recreation area.

Scientific-practical significance os results: It can be used as an incentive to educate businesses about the economic potential of the liberated areas, as well as a teaching aid and database in educational institutions and relevant research.

Keywords: tourism, Karabakh, tourism region.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
BMT	Birləşmiş Millətlər Təşkilatı
ÜTT	Ümumdünya Ticarət Təşkilatı
ÜMM	Ümumi Milli Məhsul
BMÜTT	Birləşmiş Millətlər Ümumdünya Turizm Təşkilatı
MDB	Müstəqil Dövlətlər Birliyi

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. TURİZM FƏALİYYƏTİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ	
ƏSASLARI.....	12
1.1. Turizmin iqtisadi fəaliyyət növü kimi təşəkkülü və spesifik xüsusiyyətlərinin nəzəri əsasları	12
1.2. Qloballaşan dünyada turizmin inkişaf meylləri. Xüsusi turizm bölgələrinin dünya təcrübəsi.....	18
II FƏSİL. TURİZM SEKTORUNUN AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA ÖLKƏNİN İQTİSADI İNKİŞAF SİSTEMİNDƏKİ ROLU VƏ DİGƏR SEKTORLARA TƏSİRİ AMİLLƏRİ.....	30
2.1. Azərbaycanın turizm-rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi	30
2.2. Azərbaycanda turizmin təbii, maddi-texniki və infrastruktur sisteminin formalaşması və yerləşməsi xüsusiyyətləri.....	388
2.3. Turizmin milli iqtisadi artımda rolunun qiymətləndirilməsi	47
III FƏSİL. QARABAĞDA TURİZM VƏ REKREASIYA BÖLGƏSİNİN YARADILMASI.....	50
3.1. Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialı və investisiya cəlbediciliyi istiqamətləri.....	50
3.2. Qarabağın təbii turizm - rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi.....	57
3.3. Qarabağda xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması konsepsiyası	59
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	65
İSDİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	67
Cədvəllərin siyahısı	72
Sxemlərin siyahısı	72
Qrafiklərin siyahısı.....	72

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Günümüzdə, turizm ölkənin iqtisadi gücünün artırılmasında əsas istiqamətlərindən biridir. Məhz buna görə də, ölkədə turizmi inkişaf etdirmək, bu sahədəki çatışmazlıqları tapmaq və onların həlli istiqamətlərində addımlar atmaq zəruri məsələdir.

Vurğulamaq lazımdır ki, turizm sektorunun ölkəmizdə bir çox bölgələrlə yanaşı, Qarabağ iqtisadi zonasında da təhlil edilməsi maraqlı doğurucu tədqiqat mövzularından biridir. İnsanların yaşayış səviyyələrinin dəyişməsi və bir yerdən başqa yerə köçmək istəklərinin artması - turizm sektorunun inkişafına təkan verir. Turizm sektoru-insanların yaşayış səviyyəsi, əhaliin məşğulluğunun artması ilə yanaşı, həmçinin, digər sektorların da (nəqliyyat, xidmət,səhiyyə, mədəniyyət, idman) inkişafına təkan verir. Dünyada baş verən iqtisadi böhranlar zamanı, turizm sektoru az sürətlə, lakin davamlı inkişaf etmişdir. Azərbaycanın turizm üçün əlverişli coğrafi mövqeyi, regionlarımızda olan zəngin təbii ehtiyatlarımız ölkəmizdə turizmin inkişafının artırılmasının və bunun uzun müddətli olmasının önəmindən və həmçinin ölkəyə valyuta vəsaitlərinin daha çox axınından bəhs edir. 2020-ci ildə baş vermiş 44 günlük Vətən müharibəsindən qalıb ayrılan və 30 ildən sonra işğaldan azad edilən Qarabağ dünyanın diqqət mərkəzində olmaqla yanaşı, həmçinin, yeraltı və yerüstü sərvətlərlə zəngindir. Məhz bu gün Qarabağ, Azərbaycanın ən məşhur turistik regionu kimi tədqiqat mövzusunə çevrilmişdir.

Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatına əsasən, 2030-cu ilə qədər yeni turizm strategiyasının hazırlanacaq. Qarabağın infrastrukturunun qurulmasına artıq başlanılıb. Qeyd edək ki, Qarabağda turizmi inkişaf etdirmək, eyni zamanda, buranın iqtisadi cəhətdən dirçəlməsinə vəsilə olacaqdır. Sadaladıqlarımızın hər biri, mövzunun nə dərəcədə önəmli olduğundan bəhs edir. Azərbaycanda turizmin yaradılması, inkişafı mövzusunda hər nəqədər araşdırmalar aparılsa da, Qarabağ timsalında bu mövzuda araşdıracaq.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Turizm sektorunun Azərbaycan iqtisadiyyatında ölkənin iqtisadi inkişaf sistemindəki rolu və digər sektorlara təsiri amillərini, turizmin təbii, maddi-texniki və infrastruktur sisteminin formalaşması və

yerləşməsi xüsusiyyətlərini, turizmin milli iqtisadi artımda rolunun qiymətləndirilməsi məsələlərinə dair xüsusən son illərdə tədqiqat işləri aparılmış, bir sıra elmi məqalələr dərc olunmuşdur. Azərbaycan iqtisadçılarından Əlirzayev Ə.Q., Həsənov N.N., Həsənov A.N., Məmmədzadə M. və digər iqtisadçı alimlər öz tədqiqatlarında bu mövzuya yer vermişlər. Xarici ölkələrin iqtisadçı alimlərdən Hasanlı Yadulla, Sailau Baizakov, Sudabe Salihova elmi məqalələrində məhz bu tədqiqata yer ayırmışlar. Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialı və investisiya cəlbediciliyi istiqamətləri mövzusunda isə bir çox məqalələr araşdırılıb tədqiq edilmişdir.

Lakin vurğulamaq lazımdır ki, “Qarabağda turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması” mövzusu işğaldan azad olunduqdan sonra daha da aktualdır. Məhz bu səbəbdən dolayı, bu yöndə tədqiqatın aparılması olduqca zəruridir. Qarabağın təbii turizm - rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi, Qarabağda xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması konsepsiyası 2020-ci ildən bəri ölkənin əsas hədəf istiqamətlərindən biridir. Bu səbəbdən dolayı, qeyd olunan mövzunun seçilmiş tədqiqat metodları ilə aparılması, ekspert rəylərinin nəticələri olduqca vacib məsələlərdəndir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri: Tədqiqatın əsas məqsədi ölkəmizdə və xüsusən Qarabağda dünya təcrübəsindən istifadə edərək xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılmasıdır və bunun üçün aşağıda qeyd olunan tədqiqatlar araşdırılmalıdır:

- Qloballaşan dünyada turizmin inkişaf meylləri. Xüsusi turizm bölgələrinin dünya təcrübəsindən istifadə etmək;
- Azərbaycanın turizm-rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsini tədqiq etmək;
- Azərbaycanda turizmin təbii, maddi-texniki və infrastruktur sisteminin formalaşması və yerləşməsi xüsusiyyətləri müəyyənləşdirmək;
- ✚ Turizmin milli iqtisadi artımda rolunun qiymətləndirilməsi meyarlarını ölçmək;

- ✚ Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialı və investisiya cəlbediciliyi istiqamətlərini araşdırmaq;
- ✚ Qarabağın təbii turizm - rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsini müəyyən etmək;
- ✚ Qarabağda xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması konsepsiyasını analiz etmək.

Tədqiqatın obyektı və predmenti: Tədqiqatın predmeti Qarabağda turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılmasının tədqiqi, obyektı isə Azərbaycanın Qarabağ regionudur.

Tədqiqatın metodları: Tədqiqat zamanı statistik qruplaşdırma, sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, pozitiv və normativ yanaşma, sintez metodlarından istifadə olunmuşdur.

Bundan əlavə, induktiv metod, deduktiv metod, axtarış metodu, SWOT analizi – zəif və güclü yönlərini araşdırma ilə yanaşı gedişətdə faydalı ola biləcək digər elmi yollardan istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazasını: Tədqiqatın informasiya bazasının əsasında turizm sektoru sahəsində yerli və xarici elmi əsərləri, statistik göstəriciləri, rəsmi məlumatları durur. Tədqiqat işində eyni zamanda Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, Azərbaycan Respublikası Turizm Nazirliyinin statistik məlumatları, turizmə dair dövlət proqramları və internet resurslarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın məhdudiyyəti kimi qeyd oluna bilər ki, çox yeni mövzu olduğundan dolayı və bu sahədə kifayət qədər tədqiqat araşdırmaların olamaması səbəbindən dolayı ədəbiyyatın olduqca az olmasıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqat işinin araşdırılması zamanı əldə olunan nəticələr Qarabağda turizm potensialını və həmçinin turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması və investisiya cəlbi mövzusunun araşdırmaq üçün mənbə kimi istifadə oluna və həllinə köməklik edə biləcək bir yeniliyin olduğunu vurğulaya bilərik. Tədqiqat işində elmi yeniliyinin məğzi aşağıda göstərilmişdir:

- Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialı və investisiya cəlbediciliyi istiqamətləri araşdırılmışdır;

- Qarabağın təbii turizm - rekreasiya potensialının qiymətləndirilmişdir;
- Qarabağda xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması konsepsiyası hazırlanmışdır.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqat işində əldə olunmuş elmi və rəqəmsal nəticələr Qarabağda turizm bölgəsinin yaradılması və oraya investor cəlbə üçün zəruri əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqat işinin elmi və metodik nəticələrindən turizm şirkətləri, həmçinin bu sahədə olan şəxslər, eyni zamanda da tədqiqat işi aparan şəxslər tərəfindən ədəbiyyat kimi istifadə edilməsi məqsədəuyğundur və praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

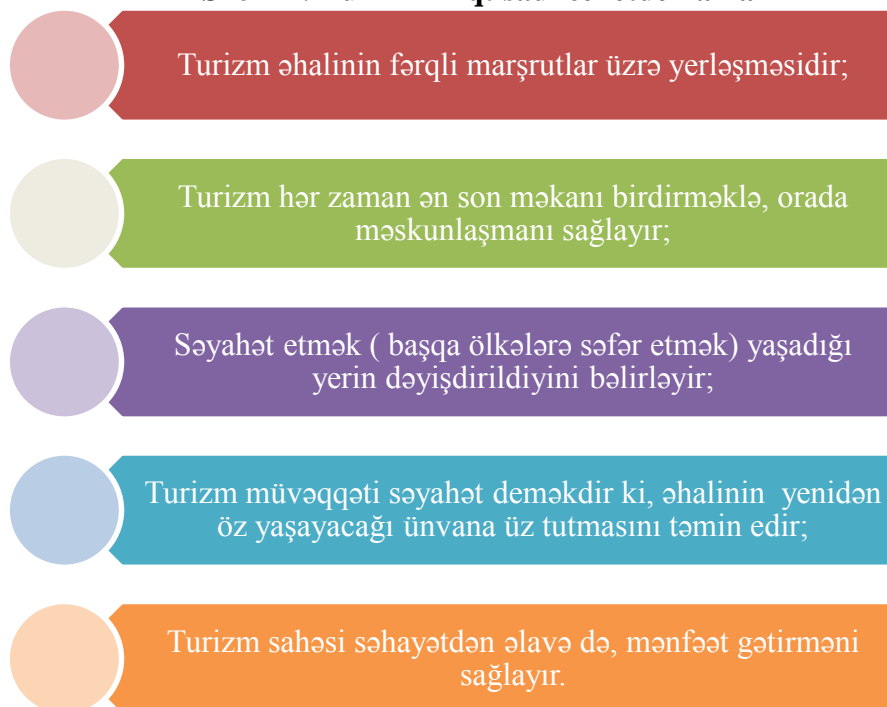
I FƏSİL. TURİZM FƏALİYYƏTİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Turizmin iqtisadi fəaliyyət növü kimi təşəkkülü və spesifik xüsusiyyətlərinin nəzəri əsasları

Turizm sektoru XIX əsrdə inkişaf etməyə başlamışdır. Turizm sektoru ölkənin iqtisadi gücünü göstərməklə yanaşı, həmçinin onun artmasına təkan verir. Turizm sektorunun inkişafı, iqtisadiyyatın bir neçə sahəsinin də inkişafına təkan verir, yəni turizm sahəsi iqtisadi artımın əsas hissəsidir. Turizmin əsasında isə, insanların həyat səviyyəsi dayanır, yəni turizmin iqtisadi fəaliyyət növü kimi inkişafı sosial rifahın yüksəldilməsi, cəmiyyətin rifahının artmasına təkan verir.

Turizmin iqtisadi cəhətdən anlamını aşağıda verilmiş sxemlə izah edilmişdir.

Sxem 1: Turizmin iqtisadi cəhətdən anlamı



Mənbə: Əlirzayev Ə.Q., Bakı , 2011 kitabından əldə olunmuş məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir.

Sxemdən də göründüyü kimi, turizmin iqtisadi fəaliyyətinin əsasını əhalinin rifah halı, büdcə gəlirləri təşkil edir. Məhz bu səbəbdən dolayı, BMT - turizmi istirahət anlayışı, sağlamlığın möhkəmləndirilməsi və insanların fiziki anlamda yaxşılaşmasını üçün edilən səfər kimi qələmə vermişdir

Turizmi inkişaf etdirilməsi -sosial və iqtisadi cəhətdən çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir ki, o da aşağıda sxemdə qeyd olunan istiqamətlərdə özünü əks etdirir.

Sxem 2: Turizmin inkişafı istiqamətləri



Mənbə: İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva (2007), “Turizmin Əsasları” –Bakı kitabından əldə edilmiş məlumatlara əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Sxem 2-ni təhlil edək. Həm sxem 1, həm də sxem 2-dən məlum olur ki, turizmin iqtisadi cəhətdən inkişaf etdirilməsi üçün, görməli yerlərin abadlaşdırılması və ehtiyac olduqda bərpası, ölkəyə gələn turist axınının qidalanması üçün müəyyən xidmət sahələrini inkişaf etdirmək və onlara uyğun qida müəssisələri açmaq, turistlərin nəqliyyata olan ehtiyaclarını nəzərə alaraq, nəqliyyat vasitələrini tələblərə uyğun şəkildə etmək, turların gəzintisi zamanı ətraf-mühiti çirklənmədən qorumaq, onların hər hansı bölgəyə səfəri zamanı məlumat verilməsini təmin etmək

və onların təhlükəsizliyini təmin etmək lazımdır. (İ. Hüseynov , N.Əfəndiyeva, 2007, s.170).

Turizmin yaranması və formalaşması tarixinə nəzər salsaq görərik ki, ilk dəfə 1954-cü ildə BMT tərəfindən istifadə olunmuşdur. Bütün bunlara baxmayaraq, hələ 1963-cü ildə turizmə düzgün tərif hazırlanmamışdır. Bir çox ədəbiyyatda isə, turizmin ilk təşkil edən şəxs kimi Tomas Kuk tanınır. Kuk kütləvi şəkildə gəzintilərin təşkilini etmiş və bununla da turizmin əsasını yaratmışdır.

1869-cu ildə yaradılmış turizm assosiasiyası 1921-ci ildən etibarən müasir turizmə aid olan Beynəlxalq Otel Təşkilatı ilə birgə fəaliyyət göstərməyə başladı. Bu bir çox ölkələrdə turizm şirkətlərinin yaradılmasına və həmçinin bu sahənin inkişafına zəmin yaratdı.

Turizm sahəsinin yaradılması, bu yöndə müxtəlif proqramların hazırlanması və inkişaf etdirilməsi, ölkələr arasında ardıcılıqla inkişaf etməyə başlamışdır. Aşağıda göstərilən cədvəldə bu ardıcılıq barəsində təhlillər göstərilmişdir.

Cədvəl 1: Turizmin ölkələr üzrə inkişafı

N	İllər	Ölkə	Turist sayı
1	1960	Fransa	56275
2	1998	İspaniya	47143
3	1983	İtaliya	28492
3	1998	Türkiyə	9200

Mənbə: İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva (2007), “Turizmin Əsasları ” –Bakı kitabının məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəldən də görüldüyü kimi, siyahıya liderliyi Fransa edirdi. İspaniya isə, Fransadan sonra turis sayına görə 2-ci yeri tuturdu və həmçinin öz turizm proqramlarını inkişaf etdirdilər. Daha sonra isə İtaliya turist cəlbi barəsində proqramlar hazırlayır və ölkəyə turist axının artırılmasına çalışırdı. Türkiyə isə, həmin illər ərzində turizm sahəsini inkişaf etdirərək, 4-cü yerdə qərarlaşmışdır.

Turizm sahəsi çox geniş bir sahə olduğundan dolayı, şəxələri də çoxdur. Turizmin növlərinin və ümumiyyətlə hansı növünün yaradılması, regional şəraitdən asılıdır. Yəni, turizm şirkətləri yaradılarkən, yerli şərait nəzərə alınır. Bu şərait nəticəsində turimin hansı növünün yaradılmasına dair qərar verilir. Ölkəmizin relyef quruluşu olduqca mürəkkəb olduğundan dolayı, nəqliyyat turizmində müxtəlifliklər

yarandır. Bu müxtəlifliklər, harada hansı nəqliyyatdan istifadə etmək əsasəndə yarandır və aşağıdakı növlərini qeyd edə bilərik:

- ✚ Piyada turizmi;
- ✚ Dağ turizmi;
- ✚ Xizəzk turizmi;
- ✚ Su turizmi;
- ✚ At sürmə turizmi.

Ərazinin relyefi və eyni zamanda əhalinin həyat tərzinə uyğun olaraq, motosikl, velosiped turizmi, hava turizmi kimi növləri də mövcuddur və kifayət qədər inkişaf etmişdir. (Azərbaycan regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının Dövlət Proqramı, 2004).

Turizm çox geniş bir sahədir və buna görə də onun hər növü ayrı ayrılıqda inkişaf etmişdir. Turizmin ən çox inkişaf edən növlərinin sıralamasını aşağıdakı şəkildə verə bilərik:

- ✚ Yay turizmi (dəniz turizmi);
- ✚ Termal turizmi (sağlıq turizmi);
- ✚ Eko turizm (təbiət turizmi);
- ✚ Mədəni turizm;
- ✚ İv turizmi;
- ✚ İşgüzar turizm.

Qeyd edək ki, dəniz turizmi hər zaman ən cəlbedici turizm növü sayılır. Bir çox illər ərzində insanların düşüncəsində, turizm dedikdə, günəş, dəniz, qum canlanır. (Kozak, 2000: səh.27).

Günümüzdə turizm həm iqtisadi cəhətdən, həm də bir çox istiqamətdə əhəmiyyətlidir. Turizm sahəsinə xairci amillərin təsiri ilə yanaşı, həmçinin, turizm sektoru özü də bəzi sahələrə təsir edir. (Y.F.Volkov, 2003).

Turizmin:

- ✚ siyasi;
- ✚ mədəni;
- ✚ ictimai;
- ✚ tərbiyəvi;

✚ bioloji;

✚ iqtisadi

əhəmiyyəti vardır.

Turizmin iqtisadi əhəmiyyəti dedikdə, dövlət üçün xüsusi önəm daşıyan, istər dıxmət sfracında, istərsə da ümumdaxili gəlirin artırılmasında əhəmiyyətli dərəcə müstəsna rol oynayan əhəmiyyətdən bəhs edirik.

Turizm sahəsinin əsas təsir istiqaməti iqtisadiyyat hesab olunur. Turizm ölkənin və həmçinin, regionun inkişafında, iqtisadi cəhətdən artımında katalizator rolunu oynayır. (Q.A.Yakovlev, 2006).

ÜTT-nın verdiyi məlumatlara nəzər salsaq, 2014-cü il üzrə yekunlarına əsasən dünya iqtisadiyyatının ümumi daxili məhsulun artırılmasının 9%-i bu sırf bu sahənin payına düşür. Turizm sektoru dünya üzrə kapital qoyuluşunun 7%-ni, cəmi istehlak xərclərinin 11%-ni, vergi tədiyyələrinin isə 5%-ni təşkil edir. Dünya üzrə ixaracatda isə 6% bu sektorun göstəricisidir.

Turizm ÜMM-un Fransada 7%-ni, Macarıstanda 8%-ni təşkil edir. İspaniya, İtaliya, İsveçrə ölkələri üçün isə bu göstərici 13-17%-dir. Azərbaycanda isə bu göstərici 2013-cü il üzrə 3,6% , 2014-cü il üzrə isə 4,1% olmuşdur. (B.Ə.Bilalov, Ç.G.Güalılıyev, 2015, səh 489).

Kadrların hazırlanması, seçilməsi və idarə edilməsi sistemində boş vakant yerlərinə namizədlərin seçilməsi mərhələsində dörd üsuldan istifadə edilir. Bu üsullar aşağıdakı verilmiş sxem vasitəsilə göstərilibdir.

Turizmin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır və bu xüsusiyyətlər bir neçə meyarlara əsasən aparılır. Bu meyarlar aşağıda qeyd olunan sxemdə öz əksini tapmışdır (A.P.Duroviç, 2006).

Sxem 3: Meyarlara görə turizmin növləri



Mənbə: A.P.Duroviç, 2006 kitabı əsəsindəki məlumatlarla müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Sxem 3-ün təhlilini göstərək. Qeyd olunan təşkil olunma meyarı özü də 2 hissədən ibarətdir:

- + təşkil olunmuş;
- + özfəaliyyət.

Təşkil olunmuş turizm, turizm şirkətləri tərəfindən səyahətçilər qeyd olunan marşrut üzrə səfəri, qidalanması, gedəcəkləri yerdə qalma müddəti belə təqdim olunmuş xidmət öpaketi şəklində həyata keçirilir.

Özfəaliyyət turizmi isə, şəxslərin özləri tərəfindən həyata keçirilir və bu turizmə proqrama uyğunlaşma termini artıq yaddır. Şəxs hara gedəcəyini, nə qədər obyektləri gəzəcəyini, harada qidalacağını və nə qədər müddət obyektlərdə və ya getdiyi yerdə qalacağına özü qərar verir.

Səyahətin davamlılığı meyarına görə turizm qısamüddətli və uzunmüddətli olmaqla 2 hissəyə ayrılır.

Nəqliyyat vasitələrindən istifadə dərəcəsi meyarı isə dəmiryol nəqliyyatı, hava nəqliyyatı, su nəqliyyatı, avtomobil nəqliyyatı, motosikl və ya velosiped nəqliyyatı növlərinə ayrılır.

Turist axınlarının intensivliyinə görə isə, il boyu turistik yerlət və mövsümi xarakter daşıyan turizm nəzərdə tutulur.

Maliyyəşmə mənbələri meyarında isə, turizm kommersiya xarakterli və sosial xarakterli növlərə ayrılır. Sosial xarakter dediyimiz turizmdə, məktəblilər üçün

nəzərdə tutulan düşərgələr, təqaüdçülər və müharibə əlilləri üçün nəzərdə tutulan proqramlardır (A.P.Duroviç, 2006).

1.2. Qloballaşan dünyada turizmin inkişaf meylləri. Xüsusi turizm bölgələrinin dünya təcrübəsi

Turizmin ölkə iqtisadiyyatına təsiri birbaşa və dolaylı yollarla olur. (cədvəl 2 və cədvəldə 3-də göstərilmişdir. Birbaşa təsir dedikdə, turistlərin müəyyən xidmət və ya əmtəələtin alışı nəzərdə tutulur. Xidmət zamanı turistlərin etdiyi bütün xərclər, həmin regionunun iqtisadiyyatına işləyir. Turistin xərci hesab edilən maliyyə vəsaitləri, turizm şirkətinin öz işçilərinə ödədiyi əmək haqqı kimi qayıdır. Həmin işçilər isə, əldə etdikləri gəlir ilə, məişət xərclərini, xidmət və s. xərcləri qarşılayırlar. Və nəticə etibarilə olan bu dövriyyə, bir neçə dəfə təkrarlanaraq, regionun və ya ölkənin iqtisadiyyatına dolaylı yolla təsir edir.

Aşağıda təsvir olunan cədvəldə BMÜTT-nin 2014-cü il üzrə göstərdiyi hesabatla əsasən həmin il üzrə ölkələrə üz tutmuş xarici turistlərin sayı və həmin turistlərdən əldə edilən gəlir miqdarı göstərilmişdir.

Cədvəl 2: BMÜTT-nin 2014-cü il hesabatı

Ölkələr	Gələn qonaqların sayı		Ölkələr	Xarici turistlərdən əldə olunan gəlirlər	
	Mln. Adam			Mln. ABŞ dolları	
	2010	2014		2010	2014
Fransa	71.2	83.4	ABŞ	103.4	177.1
ABŞ	58,3	74,7	İspaniya	52.4	65.2
İspaniya	53.4	65,1	Fransa	46.3	55.5
Çin	54.3	55.3	Çin	45.7	56.8
İtaliya	44.7	48.2	Makao	27.7	50.8
Türkiyə	26.1	38.7	İtaliya	38.2	45.4
Almaniya	25.8	33,2	İngiltərə	32.5	45.2
İngiltərə	24.2	31.5	Almaniya	34.1	43.2
Rusiya	20.3	29.7	Tayland	20.2	38.5
Meksika	23.3	29.2	Hon-kong	22.3	37.2

Mənbə: BMÜTT Turizm əsas məqamları, 2015.

2-ci cədvələ əsasən ölkəyə valyuta axınlarının xarici turistlərin sayəsində olduğu görünür.

Cədvəl 3-də isə, Azərbaycana gələn turist sayı və onlardan əldə edilən gəlir miqdarı qeyd edilmişdir.

Cədvəl 3: BMÜTT-nin 2014-cü il hesabatı

	Turist sayı		Onlardan əldə olunan gəlirlər	
	Mln. Adam		Mln. ABŞ dolları	
	2010	2014	2010	2014
Ölkəyə gələn turist sayı	1279.8	2159.7	657	2.432
Ölkədən gedən turist sayı	1819.6	3319.4	934	3.738

Mənbə: www.stat.gov.az

Turizmin inkişafına təsir edən əsas amillərdən biri alternativ qərarların çoxluğudur. Turizm sektorunun inkişafı üçün, proqnozlar və resursların mümkünlük dərəcəsi, və həmçinin də, resursların dəyişə bilmə mümkünlüyü nəzərə alınır. Başlıca olaraq, turizm sahəsində kiçik sahibkarlığın inkişaf tempi, sahibkarlığın sahə strukturu, yeni iş yerlərinin açılmasında və fəaliyyətində rolu əsas meyarlar kimi, hal-hazırki durumu qiymətləndirmək və turizmin proqnozlarının həyata keçirilməsindən ibarətdir. Yeni yaranan təsərrüfat formaları həmçinin kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas istiqamət formaları və onların inkişafı turizmin inkişafında özünü biruzə verir. Daha dəqiq izah etsək, yeni bir turizm obyektinin yaradılması əlavə kapital qoyuluşuna, qeyri-dövlət maliyyə axınlarının da bu sahəyə yönlənməsinə səbəb olur. (Əlirzayev Ə.Q., 2011, səh.493).

Fərdi sahibkarlıq ölkədə həm maddi, həm də mənəvi nemətlərin bölgüsü və istifadə edilməsi zamanı istifadə olunur. Günümüzdə, sahibkarlıqdan əldə edilən gəlirlər, istehlak üçün yaradılmış maddi nemətlər və xidmətlərin 50%-dən çoxunu təşkil edir.

Cədvəl 4: Mülkiyyət üzrə müəssisələrin dinamikası.

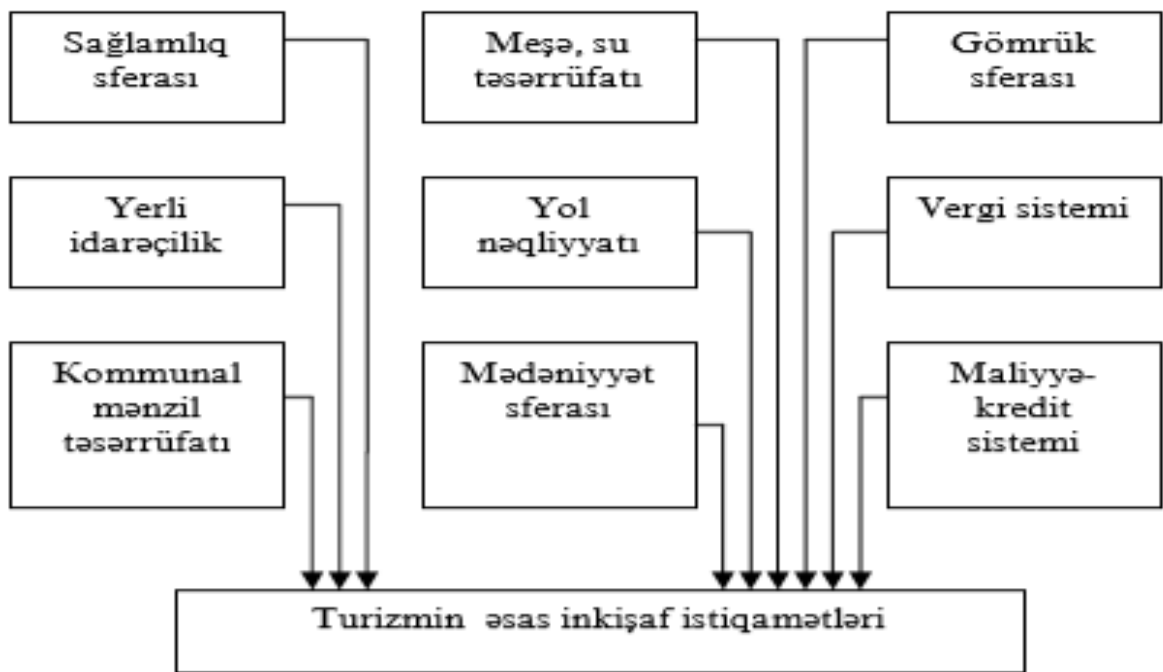
Mülkiyyət forması	2006	2008
Dövlət	1177.1	1580
Bələdiyyə	2751	2788
Xüsusi	956	60186
Xarici	273	3335
Qarışıq	1077	1258

Mənbə: Azərbaycanın statistik göstəriciləri, 2009 kitabına əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 4-ün açıqlamasını verək. Turizmin inkişafı üçün, kapital qoyuluşları deyil, kiçik müəssisələrin xidmət sferasına yönləndirmək gərəkir. Ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün dövlətin nəzarəti, dövlətin yaratdığı şərait, ölkəyə gələn turist axınlarının təhlükəsizliyi üçün mühitin yaradılması, eyni zamanda da sahibkarları stimullaşdırmaqla nail olmaq olar. Və ya sırf fərdi turizm sahibkarlığına dəstək olmaqla turizm sahəsini inkişaf etdirmək olar. Və bunun üçün müəyyən güzəştlər və kreditlərin verilməsini təmin etmək lazımdır.

Turizmin inkişafı maddi cəhətdən varlı əhaliyə xoş təsir bağışlasa da, iqtisadi artımda rol oynayan digər təbəqələrin üzvləri üçün də sabit iqtisadiyyat şəraitində çevik turizm siyasəti hazırlamağı ön plana çəkir. Mühüm əhəmiyyət kəsb edən sağlamlıq mərkəzləri, turizm obyektlərini və həmçinin subyektlərini səhiyyə sahəsinin genişmiqyaslı artımına səbəb olur. Məhz bu səbəbdən dolayı, bir funksional model kimi, resurs təminatlarını və onların məsuliyyət və öhdəliklərini aşağıda göstərdiyimiz sxem 4-də təsvir etmişik.

Sxem 4: Resurs təminatları



Mənbə: Azərbaycanın statistik göstəriciləri, 2009. <https://www.stat.gov.az/>

Ümumiyyətlə turizmin inkişafı, ölkəyə gələ xarici ölkələrin turistlərinin hesabına gərilirin artmasına gətirib çıxarır. Eyni zamanda, bütün bunlarla yanaşı,

ölkələr arasındakı münasibətlərin tənzimlənməsinə və mədəniyyətin zənginləşməsinə ilə də sosial-iqtisadi cəhətdən inkişaf etməsinə təkan verir.

Turizm sektorunun inkişafı ölkənin bütün regionlarının sosial-iqtisadi cəhətdən sürətlənməsi vasitəsilə, ölkədə daha az inkişaf etmiş regionların da inkişafına və həmçinin, onların iqtisadi cəhətdən güclənməsinə zəmin yaradır. Əlbəttə ki, hər hansı bir region üçün turizmin inkişafından bəhs edərkən, həmin region üzrə bəzi təhlillər aparılmalıdır. Qeyd etdiyimiz təhlilləri aşağıdakı şəkildə göstərə bilərik: (<http://www.goktepe.net/turizmin-cesitlialanlardaki-faydalari-ve-ekonomiye-etkisi.html>, 2009).

- ✚ Həmin bölgədəki tarix araşdırılmalı, eyni zamanda mədəniyyət nümunələri və ənənələrin xüsusiyyətlərinə diqqət yetirmək;
- ✚ Bölgənin infrastrukturuna diqqət yetirmək və coğrafi və təbii iqlim şəraitini nəzərə almaq;
- ✚ Bölgədəki otel və mehmanxanaların mövcudluğu araşdırılmalı, əgər varsa, nə qədər yararlı olması, mövcud vəziyyəti və yeni perspektivlərin yaradılması üçün imkanları təhlil etmək;
- ✚ Bölgədəki şirkətlərin aşkar edilməsi, o şirkətlər ki, hansılar ki oradakı turizm sayəsində məhsul istehsal edir, satışını həyata keçirir və xidmət göstərir;
- ✚ Bölgəyə dövlət tərəfindən investisiya qoyulub-qiyulmamamsı araşdırılmalı;
- ✚ Həmin bölgədə olan turizm beynəlxalq turizm xüsusiyyətlərinə malik olub-olmaması təhlil edilməli;
- ✚ Bölgədə yaşayan yerli sakinlərin turizmə olan baxış tərzini, turizmi mənimsəmə gücünü bililməli;
- ✚ Turizm şirkətlərində yerli sakinlərin işlə təmin edilib edilməməsi prosesi, rolu araşdırılmalı;
- ✚ Bölgədə olan başqa sektorlarla turizm sektorunun əlaqəsi tədqiq edilməli;
- ✚ Həmin region üzrə qeyri-hökumət təşkilatlarının fəaliyyət göstərib-göstərməməsi araşdırılmalıdır.

Bütün sadalananları nəzərə alaraq qeyd etmək olar ki, turizm sektorunun inkişafı üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirmək lazımdır:

- ✚ Ölkədə olan turizm potensialını qiymətləndirmək və onun tətbiqi üçün qanunauyğunluqla fəaliyyətini təşkil etmək;
- ✚ Yerli bazarda sağlam rəqabət mühiti yaratmaq;
- ✚ Turizm sahəsi üzrə dövlətin müvafiq obyektiv əsaslı qərarlarını qəbul etmək;
- ✚ Ölkəmizdə turizm potensialı olan bölgələrdə mülkiyyət münasibətlərini tənzim etmək;
- ✚ Bölgələrdə turizm potensialından istifadənin artırılması məqsədilə vergi və faiz güzəştlərindən düzgün istifadə etmək;
- ✚ Ölkəyə gələn turistlərin sərhəd buraxılış məntəqələrində buraxılması və həmçinin də sənədləşmə işləmlərinin sadələşdirilməsini təmin etmək;
- ✚ İnsan resurslarının işə qəbulu zamanı uyğun ixtisaslı olub-olmamasını təmin etmək;
- ✚ Bölgələrdə nəqliyyatın və həmçinin də xidmət keyfiyyətini təkmilləşdirmək;
- ✚ Yerli turistlərin davamlılığını təmin etmək;
- ✚ Dünyada turizm sektorunda baş vermiş bütün yenilikləri, inkişaf tendensiyalarını nəzərə almaq;
- ✚ Regionun dünyada tanınması üçün PR fəaliyyətini təmin etmək;
- ✚ Otellərin , mehmanxanaların, qonaq evlərinin tikintisi müasir bazar tələbləti əsasında həyata keçirmək;
- ✚ Adət-ənənələrimizi və həmçinin də milli dəyərlərimizi qoruyaraq inkişaf etdirmək.

Turizm sektorunu inkişaf etdirmək üçün turist rayonlaşdırılmasından istifadə etmək lazımdır. Turist rayonlaşdırılması dedikdə- ərazilərin xüsusiyyətlərinə görə müəyyən edilən ərazi bölünməsi prosesi nəzərdə tutulur. Bu da turizm bölgələrinin yaradılmasına gətirib çıxarır.

Ölkədə ərazinin turizm bölgələndirilməsi olduqca zəruridir. Çünki, o zəmin yaradır ki, həmin ərazilər üzrə milli dəyərlər, mədəniyyətlərin inkişafı və əhalinin istirahəti yüksək səmərəliliklə olsun. Müxtəlif turizm bölgələri yaratmaq və onları istifadəyə vermək, turistlərin axınını düzgün qiymətləndirmək, turizmi inkişaf etdirmək üçün oxşar qaydaları və fəaliyyəti bir bölgənin nümunəsindən istifadə

Bakı – Abşeron turizm regionu turizm baxımından Azərbaycanın ən mühüm regionudur. Azərbaycanın paytaxtı Bakı dünyanın mühüm sənaye, elm və mədəniyyət mərkəzlərindən biridir.

Xəzər dənizi sahilində yerləşir və əlverişli coğrafi mövqeyə malikdir. Ərazisi Bakı şəhəri də daxil olmaqla 7.32 min kv.km-dir ki, onun da 34%-i Abşeron yarımadasının payına düşür. Turizm bölgəsi kimi müalicə- sağlamlıq, işgüzar istiqamətində yönlənmişdir.

Ölkəmizin 2010-ci ildə “Ekologiya” ili və 2012-ci il üzrə isə “Turizm ili” kimi qeyd olunması, daha sonra isə həmin ildə “Eurovision” mahnı müsabiqəsinin ölkəmizdə keçirilməsi, 2015-ci ildə isə Bakı Avropa oyunlarının keçirilməsi turizm cəhətdən inkişaf etməmizə zəmin yaratmışdır ki, bu da öz növbəsində irsimizin geniş miqyasda tanınmasına səbəb olmuşdur.

Bu bölgədə milli bayramların qeyd olunması, bir çox musiqi festivallarının təşkili milli irsimizin kifayət qədər tanınmasına səbəb olur ki, bunun da ən başlıcası Novruz bayramının keçirilməsidir. (B.Ə.Bilalov, Ç.G.Güəliyev, 2015, səh 489).

Təbii şəraiti, istirahət üçün əlverişli iqlimi, isti və təmiz dənizi, incə qumlu çimərlikləri, müalicəvi məqsədlər üçün istifadə edilən palçıqlı və müalicəvi suları, nəqliyyat və infrastruktur baxımından inkişafını nəzərə alaraq, ölkənin ən mühüm regionlarından biridir. rekreasiya kompleksləri yaradıla bilər. Azərbaycanda müalicəvi sanatoriyaların əksəriyyəti buradadır. Məhz, ürək-damar, sinir sistemi və mədə-bağrsağ xəstəlikləri ilə bağlı çoxlu böyük istirahət mərkəzləri var. Digər tərəfdən, bu yarımada Azərbaycanda uşaq gənclər parklarının ən çox cəmləşdiyi düşərgə mərkəzidir. Son illər burada sağlamlıq yataqxanalarının yaxşılaşdırılmasına və yenilərinin tikintisinə cəhdlər edilib. Abşeron yarımadasının termal turizm istiqaməti üzrə Suraxanı, Şıx, Bilgəh, Buzovna, Pirşağı və Mərdəkanda hidrogen sulfidli su ehtiyatları böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bakıda və ətraf ərazilərdə çoxlu tarixi memarlıq abidələri var. Bakının ən mühüm tarixi abidəsi “İçərişəhər”dir (Bakı qalası). Dar, dolambaçlı küçələri ilə İçərişəhər o qədər də dəyişikliyə uğramadan günümüzdə qədər gəlib çatmışdır. İçərişəhərin açıq səma altında muzeyi orta əsr memarlığının nadir xatirəsidir.

Azərbaycan Respublikası 27 aprel 1988-ci il tarixli və 145 sayılı qərarı ilə İçərişəhərin 350-dən çox abidəsi mühafizəyə götürülüb. Bu abidələrdən memarlıq incisi “Qız qalası” (VI-XII əsrlər), Şirvanşahlar sarayı (13-15-ci əsrlər) və bir çox məscidlər, karvansaraylar, şərq hamamları və s. əsərləri də var (Mirzə Mürsəlov, 2009).

Bu bölgə hidromineral turizm ilə tanınır. Bu da öz növbəsində şərait yaradır ki, bu bölgədə sanatoriya- kurort mərkəzləri inkişaf etsin. Bölgədə mineral suların olması, müalicəvi neftin və palçıqın olması burada turizm növlərinin inkişafına təkan verir. Günümüzdə, ölkədə 27 minə yaxın yeri olan 132 istirahət mərkəzi və həmçinin də, 4 minə qədər turis bazası yaradılmışdır. Bölgədə olan ehtiyatlar sayəsində müalicə olunanların və istirahət üçün gələnlərin sayını 2 milyona qədər artırmaq mümkündür. (XX əsrdə turizm və istirahət: problemlər və perspektivlər, 2019)

2. Quba-Xaçmaz turizm bölgəsi.

Bu bölgə ölkəmizin şimal-şərq hissəsində yerləşir və böyük inkişaf perspektivinə malik rekreasiya-turizm rayonlarından biridir. Rahat nəqliyyat yeri, bu rayonun mənzərəli gözəllikləri və dağlıq əraziləri, Yalama-Nabran, Xəzər dənizinin Giləzi-Zarat sahillərindəki balneologiya mərkəzləri, Qalaaltı, Xaltan və s. Mineral su ehtiyatları rekreasiya əhəmiyyətini artıran xüsusiyyətlərdir.

Xüsusilə 1970-ci illərdən etibarən Dəvəçi rayonundakı 350 nəfər üçün nəzərdə tutulmuş Qalaaltı mineral suyu Ukraynada olan Naftusiya suyu ilə demək olar ki, eyni müalicəvi xüsusiyyətlərə malikdir. Bundan əlavə, bu bölgənin dənizə və dəmir yoluna yaxınlığı, dəniz səviyyəsindən 500 metr hündürlükdə olması, xüsusi yaşıl mənzərəsi, tərəvəzçiliyin, üzümçülüyn və heyvandarlığın olduğu və daha çox inkişaf etdiyi rayonlarla yaxın olması, təmiz və sağlam havası ilə Qalsaltı sağlamlıq və istirahət mərkəzi qısa zamanda 56 kimi tanındı. Yayda istirahət günlərində sırf Bakıdan və Sumqayıtdan gələn turistlərin sayı cəmi 2000 nəfərə çatır. Bir il ərzində ziyarətçilərin sayı təxminən 100.000-dir. (Aysel Ələkbərova, İzmir, 2012)

Quba-Xaçmaz turizm bölgəsi təbii zənginliklərə malikdir və buna görə də, burada olan yaşayış üçün nəzərdə tutulmuş məkanlar, həmçinin tarixi abidələri və mədəniyyət abidələrinin tarixi ta qədim dövrlərə dayanır.

Bölgə əsasən qış turizmi ilə diqqət mərkəzindədir. Ölkə üzrə otel, qonaq evləri, mehmanxana üzrə nömrələrin 24.4%-i, birdəfəlik tutumun isə 25.6% Quba-Xaçmaz turizm bölgəsinin payına düşür.

3. Şəki-Zaqatala turizm bölgəsi.

Şəkinin ən mühüm üstünlüyü yüksək turizm potensialına malik olması və turizm üzrə ixtisaslaşmış olmasıdır. Şəkinin yerləşdiyi yer, təbii sərvətləri, əmək resursları, turizm biznesinin rahatlığı, iqlimi, iqtisadiyyatı, infrastrukturunu və s. Turizmin və rekreasiya fəaliyyətinin inkişafına böyük töhfə verir. Azərbaycanın bu bölgəsindəki istirahət zonalarına misal olaraq Marhal İstirahət Mərkəzini göstərmək olar. Bu yer Şəkinin yuxarı hissəsindəki meşəlikdə yerləşir. Dövlətin bu sahəyə dəstəyi ilə yanaşı, iş adamları tərəfindən Şəki şəhərində turizmin inkişafı üçün qoyulan sərmayələr, rayonda yeni mehmanxanaların, obyektlərin yaradılması inkişaf üçün böyük imkanlar yaradır. Xüsusilə yay aylarından hər il bu kurorta çoxlu sayda turist gəlir. Digər istirahət zonalarına Şəki Olimpiya Oteli, Şəki Palace, Karvansara Hotel, Issam Hotel, Paradise Garden, Motel Service və daha çox otel və mehmanxana tipli obyektlər daxildir (Ələsgər Məmmədov, Edirne, 2020).

Bölgədəki Şəki şəhərində yerləşən “Marxal” istirahət və əyləncə mərkəzi xüsusi marağa malikdir. Bu zona Şəki şəhərinin yuxarı hissəsində və dağların ətəyində yerləşir. Bu bölgədə həmçinin tarixi və təbiət abidələri olduqca çoxdur.

Ölkədə otel üzrə nömrələrin 5.8%-i, birdəfəlik tutumun isə 6.9% Şəki-Zaqatala zonasının payına düşür.

4. Gəncə-Qazax turizm bölgəsi.

Bölgədəki rahat şərait və iqlimi burada yay turizminin inkişafına zəmin yaratmışdır.

Bölgə həmçinin, mineral sular və bulaqlarla zəngindir. Mineral sular həm müalicəvi, həm də süfrə suları kimi işlədilir.

Ölkə üzrə mehmanxana olan nömrələrin 7,7%-i, birdəfəlik tutumun 7,8%-i Gəncə-Qazax turizm bölgəsinin payına düşür. (Mirzə Mürsəlov, 2009)

Rayonun tarixi abidələrinə nümunə olaraq; “Nizami türbəsi” (14-cü əsr), “Gəncə dərvişi” (18-ci əsr), Hramçay çayı üzərində “Qırmızı” və ya “Sınıq körpü”

(XII əsr), XVII əsr karvansarası və s. Biz sizə abidələri göstərə bilərik. Gəncə-Qazax turizm bölgəsi otaq tutumuna görə Azərbaycanın ikinci ən böyük turizm bölgəsidir. Rayonun otaq tutumunda ən mühüm yer Naftaladakı müalicə sanatoriyalarıdır (63%). Ümumi tutumu 2173 otaq olan rayon Naftaladakı sanatoriyalarda 1387 otaq tutumuna malikdir. (Mirzə Mürsəlov, 2009)

5. Lənkəran Turizm bölgəsi.

Xəzər dənizinin sahilində yerləşən Lənkəran düzü də gələcək üçün dəyərli rekreasiya zonalarındandır. Düzənliyin cənubunda; istirahət edə biləcək çimərlikləri və son dərəcə gözəl mənzərəli yerləri və eyni zamanda bölgənin infrastrukturunu, il boyu tərəvəz və meyvə yetişdirən kənd təsərrüfatı sahəsi, bol işçi qüvvəsi, mineral su ehtiyatları istirahət-turizm məkanlarının qurulmasına zəmin yaradır.

Lənkəran rayonunda Meşəsu və İbadı mineral su bulaqları var. Tərkibində azot və metan olan bu sulardan vanna qəbul etməklə oynaq, qadın xəstəlikləri, dəri və ürək-damar xəstəlikləri müalicə olunur. Meşəsu bulağında 150 çarpayılıq obyekt var (Ələkbərova, 2012).

Bölgə üzrə turizm göstəricilərini aşağıdakı cədvəldə göstərək.

Cədvəl 5: Lənkəranda turizmin mövcud vəziyyəti

	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019-da 2010-a nisbətən
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	11	12	17	18	18	19	21	10
Nömrələrin sayı, vahid	212	213	338	458	477	396	431	257
Birdəfəlik tutum, yer	410	412	749	1121	1333	896	938	568
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, nəfər	3942	3944	8812	10934	8696	10658	18957	15034
Gecələmələrin sayı, adam-gecə	6651	6658	17233	20024	15587	19647	23157	16469

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> - Lənkəranda turizm 2020.

6. Dağlıq Şirvan turizm bölgəsi.

Bölgədə qədim abidələr, mineral sular çoxluq təşkil edir. Bölgə ovçuluq turizmi, idman turizmi ilə inkişaf etmişdir. ölkə üzrə gələn qonaqların yerləşdirmə ilə təminatına görə otellərin və mehmanxana tipindəki müəssisələrdə olan nömrələrdən 3,7%-i, birdəfəlik tutumun 4,3%-i isə Dağlıq Şirvan turizm bölgəsinin hesabına düşür (2014-cü il).

7. Aran turizm bölgəsi.

Bu turizm zonası Böyük Qafqazın cənub-şərq yamaclarında yerləşir və yaşayış yerləri Şamaxıdakı turistik otel və Pirqulu kəndindəki ağac evlərdir. Şamaxı çoxlu tarixi abidələrə və qədim yaşayış məskənlərinə malik rayon mərkəzi, Pirqulu isə bol su ehtiyatlarına və yaşıl çəmənliklərə malik kənd istirahət zonasıdır. Astronomiya rəsədxanası burada cazibə yaradıb. Rəsədxananın əks etdirən teleskopu Avropada ölçüsündən (diametri 2 m) sonra ikinci yerdədir. Teleskop alman mühəndisləri tərəfindən hazırlanıb. Qış aylarında qar yağan bölgə xizək sürmək üçün əlverişlidir. Müxtəlif turlar təşkil edilir və yaşayış sadə dağ evlərində edilə bilər.

Girdmançayın sol sahilində, dəniz səviyyəsindən 1200 m yüksəklikdə yerləşən Lahıç şəhəri dövlət tərəfindən tarixi mədəniyyət qoruğu elan edilib. Bu kiçik şəhərin yerli sakinləri misdən və dəridən çoxlu canlıların hazırlanması, xalçaçılıq və əkinçiliklə məşğul olurlar. Lahıçda məscid və minarəli yaşayış evləri 18-19-cu əsrlərə aiddir. Şəhər həmişə xarici turistlərin ziyarət etdiyi yerlərdən biridir. Rayonun tarixi abidələrinə nümunə olaraq; XV əsrə aid ikimərtəbəli “Diri Baba” türbəsi, “Şeyx Dursun” türbəsi (XIII əsr), “Cavanşir” qalası (7-ci əsr), Basqal kəndində türk hamamı və məscidi (XVII əsr), Lahıç şəhərində Girdiman qalası (18-ci əsr) və s. göstərə bilərik (Mürşəlov, 2009).

Yerləşdirmə şirkətləri ilə təminat səviyyəsinə görə Aran bölgəsi digər bölgələrdən daha geridə qalır. Regionda qonaqların təminatı üçün burada yerləşən otellər üzrə Aran zonasının payına 2005-ci ildə ölkə üzrə mövcud göstəricinin 8,7%-i (10661) düşürdüsə, 2014-ci ildə bu rəqəm 5,0% (874) olmuşdur. Ölkə üzrə isə bu müəssisələrdə birdəfəlik tutumun 5,5%-i bu bölgənin payına düşür. (AR turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı 2002-2005, 2011, 521s).

8. Naxçıvan turizm bölgəsi.

Naxçıvan Muxtar Respublikamızda turizmin müalicə növü daha geniş yayılmışdır. Bölgədə yerləşən çoxsaylı mineral su mənbələri, dağlarda olan göllər və həmçinin sıra dağları, çoxsaylı növdə olan meyvələr və bol tərəvəzlər bu regionun təbii-sağlamlıq ehtiyatlarını tamamlayır. Ölkənin mineral su mənbələrinin 60%-i məhz bu bölgənin payına düşür.

Bu bölgənin turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi sayəsində 2008-ci il üzrə bölgəyə 219,1 min nəfər, 2010-cu il üzrə isə 287,6 min nəfər, 2018-ci ildə 414,7 min nəfər turist axını müşahidə edilmişdir. Turistlərin sayı son beş ilə nəzərən 13,1% artmışdır. (NMR turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı, 2018-2022).

9. Yuxarı Qarabağ turizm bölgəsi.

Bu bölgə flora və fauna çeşidliyi, yeraltı və yerüstü sərvətlərinin bolluğu ilə gündəmədir. Əsasən müalicə-sağlamlıq və dərketmə turizmi üzrə ixtisaslaşmışdır.

10. Kəlbəcər-Laçın turizm bölgəsi.

Bölgə təbiətin rəngarəngliyi ilə seçilir, həmçinin mineral su ehtiyatlarına malikdir. Bölgədə dağ meşələri, göllər, müalicə əhəmiyyətli mineral sular mövcuddur (Azərbaycanda turizm və xidmətlər. Statistik məcmuə. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. 2014, 247 s).

II FƏSİL. TURİZM SEKTORUNUN AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA ÖLKƏNİN İQTİSADI İNKİŞAF SİSTEMİNDƏKİ ROLU VƏ DİGƏR SEKTORLARA TƏSİRİ AMİLLƏRİ

2.1. Azərbaycanın turizm-rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün üstünlüklər verən bir çox amillər var. Bu elementlərdən birincisi ölkəmizin şimal yarımkürəsində yerləşməsi və həmçinin cənub enlikləri üzrə əlverişli coğrafi mövqedə olmasıdır. Azərbaycanın təbiətinin bənzərsiz gözəlliyi burada turizmin inkişafına üstünlük verən digər amildir. Ölkə ərazisində temperatur rejiminə və yağıntıların paylanmasına görə Azərbaycanda 9 əsas iqlim tipi mövcuddur. Bunlardan üçü turizm üçün daha uyğundur:

- 1) quru qışı olan mülayim isti iqlim;
- 2) quraq yayı olan mülayim isti iqlim;
- 3) quru və soyuq qışı olan iqlim.

Azərbaycanın çox zəngin potensialı var: istər təbii və tarixi zənginliyi, istərsə də iqlim şəraiti. Azərbaycanda turizm passiv inkişaf etmişdir. Yəni turistik məqsədlə xaricə gedənlərin sayının buraya gələnlərdən az olduğu görünür. Xarici turizmin inkişaf tendensiyaları aşağıdakılardır:

1. Ölkədə fəaliyyət göstərən və xarici turizmlə məşğul olan şirkətlərin 90%-ə yaxını passiv turizm üzrə ixtisaslaşmışdır.

2. Xarici turizmin inkişafında ticarətin məqsədi üstündür, ölkəyə gələn və gedən turistlərin 60-70%-i kommersiya məqsədi daşıyır. Turistik səyahətlərin bu xüsusiyyəti ölkə əhalisinin səyahət coğrafiyasını da müəyyən etmişdir. Ümumilikdə bunlar; İran, Türkiyə, Rusiya kimi ölkələrdir. Bundan əlavə, Avropada Kipr, Almaniya, İtaliya, Polşa, Asiyada isə Hindistan, Pakistan və Suriya kimi ölkələr bu əhatəyə daxildir.

3. Ölkədə aktiv turizmin inkişafı: Ölkədə aktiv turizm yavaş-yavaş inkişaf edir. Azərbaycanda turizmlə bağlı məlumatlar Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına müntəzəm daxil edilmir. İndiyədək turizmin statistikasını aparılmayıb.

4. Ölkədə Ov Turizminin İnkişafı: Bu gün “Tour” turizm şirkəti ov turizmi ilə məşğuldur. Xarici turizmin canlanmasında mühüm rol oynayan ov heyvanları 50-1000 ABŞ dolları arasında qiymətə satılır və müştərilərə təqdim edilir.

Azərbaycanda aktiv turizmdə iştirak edən xarici turistlərin xüsusiyyətlərinə nəzər salsaq əksəriyyəti yeni iş yerləri açmaq və iqtisadi əlaqələr nəticəsində işgüzar sövdələşmələr etmək üçün ezamiyyətdə olduğunu görürük. Digər tərəfdən turistik səfərlər və ziyarətlər köhnə dövrlərlə müqayisədə artmışdır.

Azərbaycan daxili turizmi ilə bağlı aşağıdakı ümumi tərifləri vermək olar. Azərbaycanda daxili turizmin inkişafına mənfi təsir göstərən bir çox sosial-mədəni, sosial-iqtisadi və sosial-psixoloji səbəblər var;

1. İnsanların turizm fəaliyyətində iştirak etmək vərdişi yoxdur, turizm anlayışı ilə tanış deyil və turistik məqsədlər üçün istehlakın böyük məbləğdə xərc tələb etdiyini düşünür.

2. Aşağı gəlir, yüksək inflyasiya, turizm məhsullarının yüksək qiyməti kimi səbəblərdən yaranan iqtisadi problemlər. Ölkə üçün xarici turizm tələbinin canlanması ilə turizm biznesləri turizm məhsullarının qiymətlərini tamamilə zahirən müəyyən edir və özlərini yalnız xarici turistlərə xidmət göstərən biznes kimi təqdim edirlər. Nəticədə yerli əhali qiymətlərin yüksək olduğunu düşünərək turizm biznesindən, xüsusən də yerləşdirmə biznesindən uzaqlaşır. Bundan əlavə, turizm müəssisələrinin yerli turistlərin xüsusiyyətlərinə görə kvota və qiymət tənzimləmələri etməməsi orta və aşağı gəlirli qrupların tətillik ehtiyaclarını ödəyə bilməməsinə səbəb olur.

3. Daxili Turizm Bazarına Paket Turlar Təklif edən Səyahət Agentliklərinin Qeyri-Çoxluğu: Azərbaycanda daxili turizm üçün turlar təşkil edən turizm agentliklərinin sayının az olması həllini gözləyən digər problemdir.

4. İkinci Evlərin Yayılması: Nəhayət, xüsusilə sahil bölgələrində artan ikinci evlər insanların hər il eyni bölgələrə getməsinə səbəb olur və onların iqtisadi turizm fəaliyyətlərinə qatılmasına mane olur. Çünki bu iqamətgahlar insanın həmin bölgədə turizm məqsədi ilə istehlak etməsinə mane olmaqla yanaşı, həm də yaşayış evlərinin

sahiblərinin gündəlik həyatlarını davam etdirdikləri yer olma xüsusiyyətinə malikdir.

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra turizm sahəsində əməkdaşlıq etmək üçün bir çox ölkələrlə müqavilələr imzalayıb. Bu müqavilələr Cədvəl 6-də öz əksini tapmışdır (Turizm İnnovasiyaları Qəzeti, 2001).

Cədvəl 6: Azərbaycanın turizm sahəsində əməkdaşlıq müqavilələri

1	Türkiyə	02.11.1992	Ankara
2	Çin	07.05.1994	Pekin
3	Pakistan	10.04.1996	İslamabad
4	Özbəkistan	27.05.1996	Bakı
5	Qırğızıstan	aprel 1997	Bakı
6	Polşa	Avqust 1997	Varşava
7	İtaliya	25.09.1997	Roma
8	Gürcüstan	09.11.1997	Bakı
9	Ukrayna	01.07.1998	Bakı
10	Bolqarıstan	02.12.1999	Bakı

Mənbə: Azərbaycan qəzetinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Azərbaycana istirahətə gələn xarici turistlərin sayı o qədər də çox deyil. Tətil turizminə imkan yaradacaq obyektlərin sayının az olması ilə yanaşı, xidmət keyfiyyətinin aşağı olması da bunda təsirlidir. Bundan əlavə, Azərbaycanda yerli və xarici turistlərin dincəlməsi, istirahət etməsi, təbiətdən, dənizdən və günəşdən bəhrələnmə biləcəyi müasir obyektlər çox azdır. Lakin son illər tikilən bəzi müasir düşərgələr və obyektlər sayəsində turistlərin sayında cüzi artım var. Məhz, 1996-cı ildə 203270 nəfər olan turistlərin sayı 1998-ci ildə 483163 nəfərə, 2000-ci ildə 680909 nəfərə, 2002-ci ildə 793345 nəfərə yüksəlmiş, 2003 və 2004-cü illərdə ölkəyə gələn turistlərin sayı isə 2004-cü ildə 11 milyonu ötmüşdür. Qarşıdakı illərdə hədəflənən turist sayı 2 milyon civarındadır (cədvəl 7).

Cədvəl 7: Azərbaycan turizminin inkişafı

İllər	Gələn turist sayı	Gəlir
1996	203,271	48.831
1997	305,833	285.082
1998	483.157	549.053
1999	602.057	649.801
2000	681.910	716.603
2001	766.968	907.000
2002	794.346	1.024.001
2003	1.066.291	1.450.002
2004	1.196.174	1.625.007
2005	1.281.101	1.837.038

2006	1. 261.001	1.956.344
2007	1.323.700	2. 539.255
2008	1.898.900	2.906.342
2009	1.830.400	3.231.945
2010	1.962.900	3.437.458

Mənbə: Azərbaycan rəqəmlərlə, <http://www.azstat.org/>

Növbəti illərdə turizmdən daha çox gəlir gözlənilir. Lakin bu gəlirlərin əhəmiyyətli hissəsini Azərbaycana turistik məqsədlə deyil, biznes imkanlarını görmək və müəyyən etmək üçün gələn əcnəbilərin (iş adamlarının) qoyub getdiyi valyutalar təşkil edir (<http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2013/dekabr/340586.htm>).

Azərbaycana gələn turistlərin ölkələrinə görə bölgüsü araşdırıldıqda, onların böyük əksəriyyəti MDB-yə daxil olan ölkələrdən, eləcə də qonşu dövlətlərdən Türkiyə və İrandandır (Cədvəl 8).

Cədvəl 8: Azərbaycana gələn turist sayı (2003-2010)

Ölkələr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
MDB	132.151	263.780	288.438	628.299	743.068	288.438	628.299	743.068
iranlı	103.724	321.882	284.570	267.796	286.178	284.570	267.796	286.178
Türkiyə	28.709	8.493	11.082	14.589	22.829	11.082	14.589	22.829
Britaniya	8.636	5.197	6.732	6.732	-	-	-	-
ABŞ	4.392	3.257	4.400	4.400	-	-	-	-
Almaniya	3.456	3.283	3.321	3.321	-	-	-	-
İsrail	8.157	1.898	2.365	2.365	-	-	-	-
Pakistan	1.362	728	1.300	1.300	-	-	-	-
İtaliya	162	482	550	550	-	-	-	-
Fransa	1.235	609	528	528	-	-	-	-
Hindistan	1097	431	789	789	-	-	-	-
Suriya	405	208	170	170	-	-	-	-
Kanada	503	93	120	120	-	-	-	-
Digər	79.379	172.837	209.255	209.255	155.606	145.094	209.265	155.606
Ümumi	680.909	766.992	793.345	793.345	1.066.290	1.332.701	1.898.939	1.830.367

Mənbə: Azərbaycan Rəqəmlərdə, <http://www.azstat.org/>

Bunlardan sonra 1999-cu ildə gələn turistlərin sayına görə Böyük Britaniya, ABŞ, Almaniya, İsrail, Pakistan, Fransa, İtaliya, Hindistan, Suriya və Kanada gəlir. Önümüzdəki illərdə həm bu ölkələrdən, həm də digər ölkələrdən gələn yeni turistlərlə ümumi turist sayının artacağını düşünmək olar.

Önümüzdəki illərdə turistlərin sayının artacağını nəzərə alsaq, bu vəziyyətin nəticəsində turizmin ölkə iqtisadiyyatına böyük töhfə verəcək bir sektora çevriləcəyini söyləyə bilərik.

Turizmin milli iqtisadiyyatın inkişafına, sosial rifah səviyyəsinin yüksəldilməsinə verdiyi böyük töhfə sayəsində bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanda da beynəlxalq turizmdən daha böyük pay almaq üçün böyük səylər göstərilir.

Milli və beynəlxalq səviyyədə turizm; İqtisadiyyata, mədəniyyətə və cəmiyyətə geniş miqyasda təsir göstərməklə ölkəyə çoxşaxəli faydalar verir.

Turizm ölkədə işsizlik probleminin həllinə də müsbət töhfə verir. Nəticədə turizm ölkə iqtisadiyyatı üçün mühüm gəlir və məşğulluq mənbəyini təşkil edir.

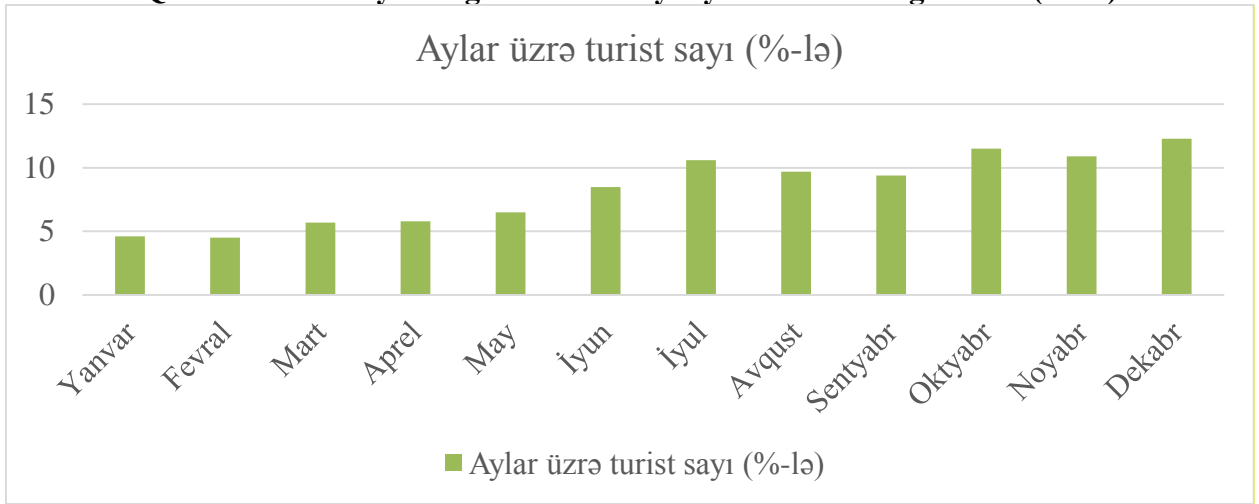
Azərbaycanda turizm potensialının yüksək olmasına baxmayaraq, turizmin dəyişməsinə və inkişafına mane olan bir sıra əsas problemlər mövcuddur. Bu problemlər mahiyyətə aşağıda verilmişdir.

1. Təşviq,
2. Nəqliyyat,
3. Hazırlanmış kadrlar,
4. Müasir qurğuların azlığı,
5. Görməli yerlərə ekskursiyaların qeyri-adekvatlığı,
6. Bir çox inzibati yaşayış məntəqələrində turizm mərkəzlərinin olmaması,
7. Qış turizmi üçün zəruri infrastrukturun olmaması,
8. Turizm sektorunda investorların kifayət qədər dəstəyinin olmaması,
9. Turizm obyektlərinə investisiyalar baha başa gəlir.

Nəticədə ölkə turizminin inkişafını təmin etmək və turizm gəlirlərini artırmaq üçün bu problemlərin həllinə ehtiyac var.

Dövlət Sərhəd Xidmətinin verdiyi informasiyaya görə 2021-ci ildə Azərbaycan Respublikasına dünyanın 167 müxtəlif ölkəsindən 791,8 min və yaxud 2020-ci illə müqayisədə 0,5 faizdən az əcnəbi həmçinin vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir (Qrafik 1). Gələnlərin 82,0 faizini kişilər, 18,0 faizini isə qadınlar təşkil etmişdir.

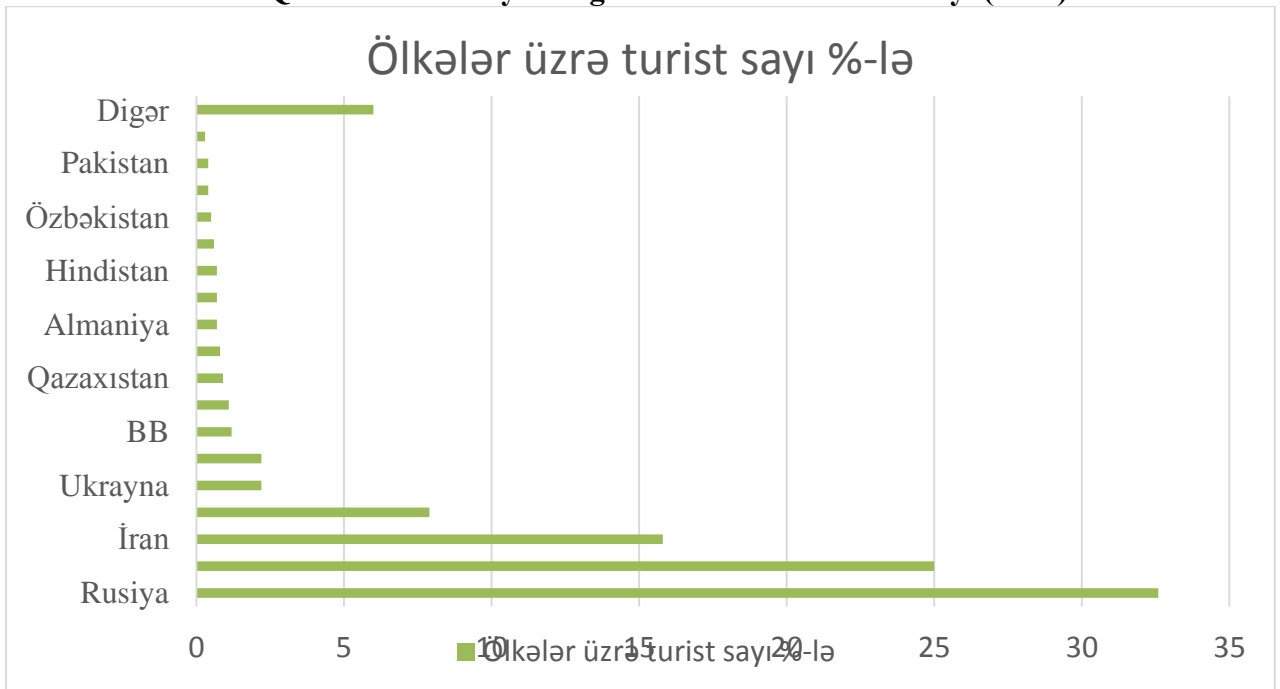
Qrafik 1: Azərbaycana gələn turist sayı aylar üzrə %-lə göstərici (2021)



Mənbə: www.stat.gov.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Ötən il ərzində ölkəmizə gələn turistlərin hansı ölkələrdən və hansı nisbətdə gəldiklərinə dair statistikaya nəzər salmaq (Qrafik 2).

Qrafik 2: Azərbaycana gələn ölkələr üzrə turist sayı (2021)



Mənbə: www.stat.gov.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2020-ci illə müqayisə aparsaq görə bilərik ki, Gürcüstandan gələn vətəndaşların sayı 66,0 faiz, Hindistan - 55,3 faiz, Özbəkistan - 20,3 faiz, Səudiyyə Ərəbistan - 26,0 faiz, Qazaxıstan - 18,5 faiz, Belarus - 5,1 faiz azalmış, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri isə say cəhətdən sayı 2,2 dəfə, ABŞ - 69,3 faiz, İran - 72,2 faiz, Almaniya

- 67,7 faiz, İsrail - 57,0 faiz, Böyük Britaniya - 33,7 faiz, İtaliya - 24,0 faiz, Türkiyə - 23,3 faiz, Rusiya Federasiyası isə 14,7 faiz çoxalmışdır.

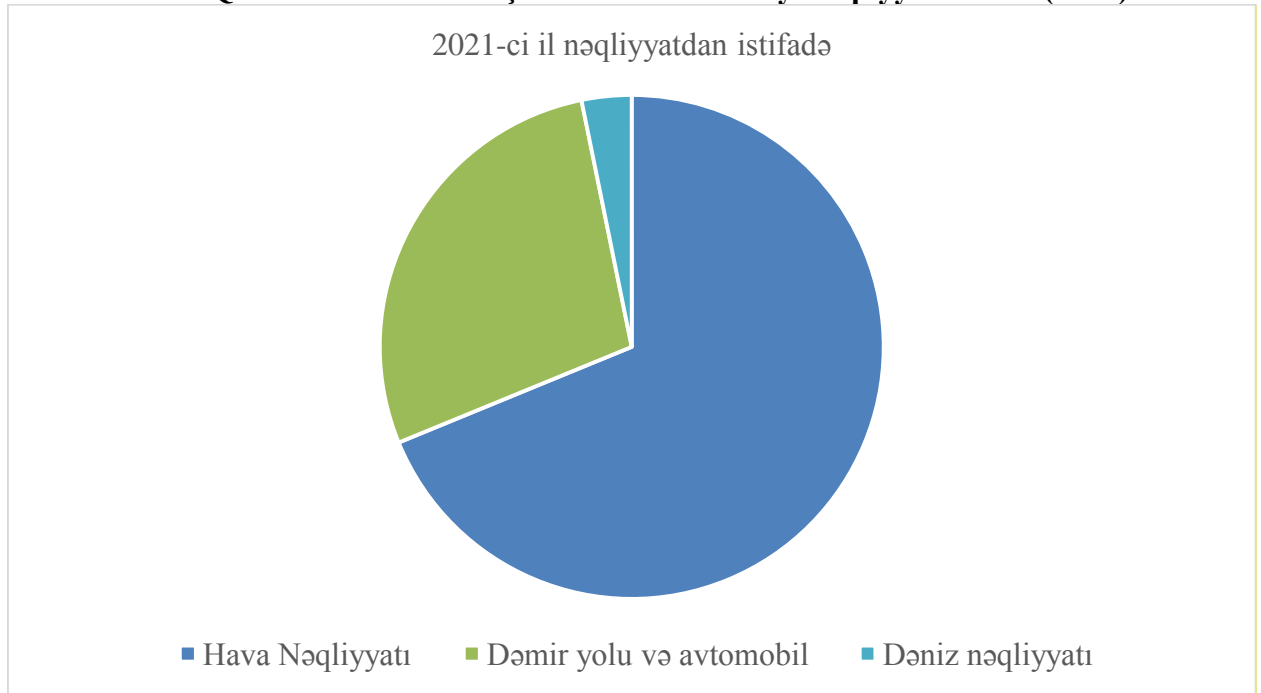
2020-ci illə müqayisə eləsək, Avropa İttifaqına üzv olmuş ölkələrdən gələn vətəndaşların sayı 53,8 faiz çoxalaraq, 35,4 min nəfər, körfəz ölkələrindən gələn vətəndaşların sayı isə 43,7 faiz çoxalaraq, 159,0 min nəfər, MDB ölkələrindən gələn vətəndaşların sayı 8,9 faiz çoxalaraq 297,7 min nəfərə çatmışdır.

Ölkəmizə daxil olan əcnəbi millətlər və vətəndaşlığı olmayan insanların 49,8 faizi avtomobil və dəmir yolu vasitəsilə, 2,2 faizi dəniz, 48,0 faizi isə hava nəqliyyatından istifadə eləmişdir.

Xarici ölkələrə getmiş AR vətəndaşlarının ümumi sayı 2020-ci illə müqayisə etsək, 16,3 faiz azalaraq, 974,5 min nəfərə çatmışdır. İrana getmiş AR vətəndaşlarının sayı 80,6 faiz, Türkiyəyə getmiş vətəndaşların sayı 2,4 dəfə, Gürcüstana gedənlərin sayı 75,3 faiz azalmış, Rusiya Federasiyasına gedən vətəndaşların sayı isə 7,8 faiz çoxalmışdır.

2021-ci ildə xarici ölkələrə səfər etmiş AR vətəndaşlarının aşağıdakı qrafikdən nəqliyyatdan istifadə göstəricilərinə nəzər sala bilərik (Qrafik 3).

Qrafik 3: AR vətəndaşlarının istifadə etdiyi nəqliyyat nisbəti (2021)



Mənbə: www.stat.gov.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2020-ci ildə dünyada olduğu kimi Azərbaycanda da Korona virus epidemiyasının ən çox təsir etdiyi sektorlardan biri turizm olub. Ölkədə beynəlxalq uçuşların, quru sərhədlərinin bağlanması və komendant saatının tətbiqi turizm sektorunu yararsız hala salıb. Bu səbəbdən 2020-ci il tədqiqat çərçivəsində nəzərə alınmadı (http://anl.az/down/meqale/yeni_az/2011/fevral).

Bu bölmədə 2013-2019-cu illər arasında turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsiri və ölkəyə gələn və gedən turistlərin sayı haqqında statistik məlumatlar verilir. Azərbaycan Statistik Məlumatlar Şurasının paylaşdığı məlumatlara əsasən, bu məlumatlar aşağıdakı alt başlıqlar altında cədvəllər şəklində izah olunur. Cədvəllərdəki valyuta məlumatları Azərbaycanın pul vahidi olan Manat əsasında verilmişdir. Cədvəldə məlumatın manat əsasında verilməsinə səbəb son 6-7 ildə Dol-Manat və Manat-TL valyutaları arasında məzənnə artımıdır. Lakin cədvəldəki məlumatlar şərh edilərkən qeyd olunan il üçün uyğun olan məzənnə hesablanır və mötərizədə dollar məbləği göstərilir. 2013-2019-cu illər ərzində Manat(AZN)-Dolların (USD) məzənnələrinə dair məlumatlar aşağıdakı cədvəldə verilmişdir (cədvəl 9):

Cədvəl 9: İllər üzrə Dollar-Manat Məzənnələri

İllər	Dollar(USD)	Manat (AZN)
2013	1 USD	0,78 AZN
2014	1 USD	0,78 AZN
2015	1 USD	1,02 AZN
2016	1 USD	1,57 AZN
2017	1 USD	1,70 AZN
2018	1 USD	1,70 AZN
2019	1 USD	1,70 AZN
2020	1 USD	1,70 AZN

Mənbə: www.cbar.az məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Müasir şəraitdə turizm potensialının inkişaf etdirilməsi və ondan səmərəli bəhrələnməsi üçün kapital qoyuluşları aşağıdakı şəkildə həyata keçirilməlidir.

1. Yerli və xarici kapitalın maliyyə imkanlarının rekreasiya potensialından faydalanmağa yönəldilməsi.
2. İstirahət müəssisələrinin özəlləşdirilməsi zamanı bu sektorda sahibkarlığın inkişafına imkanların yaradılması
3. İnfrastruktur və yardımçı sahələrin yaradılması və inkişafı.

4. Qeyri-gəlirli rekreasiya müəssisələrinin azaldılması və bu sahədə rəqabət qabiliyyəti yüksək olan qurumlara xarici kapitalın diqqətinin cəlb edilməsi.

5. Böyük İpək Yolu layihəsi çərçivəsində əldə ediləcək kapitalın bir hissəsinin bu sektora yönəldilməsi.

6. Yeni tikilmiş istirahət obyektlərinə müasir tələblərə cavab verə biləcək şəkildə dövlət yardımının göstərilməsi. Bu sektorun inkişafı üçün dövlət ilk növbədə bu sektora kredit ayırmalıdır.

7. Xarici kapitalın yeni yaradılmış obyektlərə cəlb edilməsi məqsədilə qarşılıqlı fayda prinsipinə əsaslanan qurumların yaradılması.

8. Bu sektorda aktiv siyasət yürüdərək kapital qoyuluşlarının artırılması və keçid dövründə zərər vurma perspektivi olan rekreasiya müəssisələrinə əlavə kapital qoyuluşu.

Bu sektora qoyulacaq kapital dövlət proqramlarının məqsəd və prinsiplərinə uyğun yönəldilməlidir.

2.2. Azərbaycanın turizminin təbii, maddi-texniki və infrastruktur sisteminin formalaşması və yerləşməsi xüsusiyyətləri

Əvvəllər deyildiyi kimi, Azərbaycanın turizm ehtiyatları dövlətimizdə aktiv turizmi gücləndirmək üçün kifayət etsə də, bu ehtiyatlardan düzgün və səmərəli istifadə etmək üçün daha çox iş görülməlidir. Xarici dövlətlərin, ən azı yaxın qonşu dövlətlərin bu sahədə təcrübəsindən istifadə etməklə günün tələblərinə cavab verə biləcək turizm mərkəzləri yaratmaq lazımdır.

Beynəlxalq turizm hərəkətləri araşdırıldıqda və müxtəlif ölkələrə gələn turistlərin sayı bu ölkələrdəki yerləşdirmə imkanları və verilən turizm gəlirləri ilə müqayisə edildikdə Azərbaycanda turizmin arzu olunan və tələb olunan səviyyədən xeyli geri qaldığı görünür. Aydındır ki, Azərbaycanın beynəlxalq turizm tədbirində önəmli yeri yoxdur. Məlum məsələdir ki, Azərbaycanın iqtisadiyyatı və sosial həyatı iqtisadi və sosial aspektlər baxımından turizmin müsbət təsirlərindən tam yararlanıbilmir. Bütün bunlar Azərbaycanda turizmdə müxtəlif problemlərin olduğunu və

İndiyədək həyata keçirilən turizm siyasətinin tam uğurlu alınmadığının göstəricisidir. Bu problemlərin və uğursuzluqların ölkə daxilindən və xaricdən qaynaqlanan, nəzarət altına alınma və ya alınma bilməyən müxtəlif səbəbləri var.

Azərbaycandan kənar baş verən hadisələr, beynəlxalq turizm hərəkətləri və bəzi qeyri-turizm sahələrində baş verən hadisələr Azərbaycan turizminə təsir etməsi tamamilə təbiidir. Bəzi hallarda bu xarici faktorlar daxili amillərdən daha vacibdir və daha ciddi problemlər yaradır.

Azərbaycan turizminə təsir edən ən mühüm xarici amil beynəlxalq siyasi problemlərdir. Azərbaycan-Ermənistan münasibətləri, Dağlıq Qarabağ problemi və Qafqaz ölkələrinin siyasi qeyri-sabitliyi, müharibə təhlükəsi kimi Azərbaycanın iştirakçısı olub-olmadığı beynəlxalq siyasi gərginliklər turizmə tələbatı xeyli azaldır və Azərbaycan turizminə böyük təsir göstərir.

2019-cu ildə ölkədə turizm gəlirləri 2 milyard 891 milyon dollar, xərcləri 2 milyard 301 milyon dollar olub, 590 milyon dollar mənfəət əldə edilib. Eynilə, 2018-ci ildə Azərbaycanın turizm gəlirləri 2 milyard 634 milyon dollar, turizm xərcləri 2 milyard 284 milyon dollar, mənfəəti 350 milyon dollar, turizm xərcləri 2 milyard 494 milyon dollar, mənfəəti isə 219,7 milyon dollar, turizm gəlirləri 12 milyard 12,1 milyard dollar təşkil edib. dollar və 293 milyon dollar zərər, 2014-cü ildə turizm gəlirləri 2.431 milyard dollar, turizm xərcləri 2.310 milyard dollar və 121 milyon dollar mənfəət, 2013-cü ildə turizm gəlirləri 2.365 milyard dollar, turizm xərcləri 2.310 milyard dollar mənfəət əldə edib (Cədvəl 10).

Cədvəl 10: Azərbaycanın turizmdən illik gəlirləri (min dollar)

İllər	Gəlirlər
2013	2.365.042
2014	2.431.533
2015	2.309.485
2016	2.713.789
2017	3.011.781
2018	2.634.163
2019	2.891.514

Mənbə: www.stat.gov.az/ məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Yuxarıdakı cədvəldən də görüldüyü kimi, Azərbaycanda turizm gəlirləri artır. Bunun əsas səbəbi ölkədə turizm ehtiyatlarından düzgün istifadə edilməsi, hökumətin turizm sektorunun inkişafı ilə bağlı qəbul etdiyi qərarlar, beynəlxalq

tədbirlər son vaxtlar ölkəyə xarici turistlərin gəlişini artıran əsas amillərdir. 2013-2019-cu illər arasında ən yüksək turizm gəlirləri 2017-ci ildə əldə edilib. 2018-ci ildə azalmağa başlayan gəlirlər 2019-cu ildə yenidən artaraq 2 milyon 891 min 514 min dollara çatıb. Evrovizion-2012, Bakı-2015 (I Avropa Olimpiya Oyunları), Formula 1 (Bakı-2016, 2017, 2018, 2019), Bakı 2017- İslam Olimpiya Oyunları, 2019-cu ildə UEFA Avropa Liqasının finalı kimi tədbirlər turist axınını xeyli artırıb. Bu təşkilatlar həm də turizm gəlirləri ilə bağlı sosial rifaha böyük töhfə verirlər (İslam İslamzadə, Konya, 2021)

2019-cu ildə ölkəmizə gələn turistlərin sayı 2018-ci illə müqayisədə 11% artaraq 3170,4 milyon nəfərə çatıb. Ziyarətçilərin 29,4%-i Rusiya, 22,9%-i Gürcüstan, 10%-i Türkiyə, 8,1%-i İran, 3,4%-i Səudiyyə Ərəbistanı, 2,2%-i Birləşmiş Ərəb Əmirliklərindən olub. Turistlərin cins bölgüsü mütənasib olaraq 66,6% kişi və 33,4% qadınlar olub. 2019-cu ildə Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələn turistlərin sayı 21,3% artaraq 136,5 min nəfər, MDB ölkələrindən gələn turistlərin sayı isə 9,3% artmış 1.141 mln nəfər olub (<http://interfax.az/view/790418/> az).

Cədvəl 11: Azərbaycana səyahət məqsədi ilə gələn turistlərin sayı (min nəfər)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Səyahət məqsədilə gələn turistlərin sayı	2.129,5	2.159,7	1 921,9	2 044,7	2.454,0	2.605,3	2 863,5
İstirahət, əyləncə turizmi üçün gələn turistlər	705,2	709,9	668,8	697,1	839,3	1.042,4	1 164,0
Konqres turizmi üçün gələn turistlər	648,9	670,5	632,3	691,7	834,4	787,4	850,5
Sağlamlıq turizmi üçün gələn turistlər	46,2	46,3	36,5	41,5	49,1	63,1	63,9
Dini turizm üçün gələn turistlər	13,7	13,7	11,5	12,6	14,7	15,3	16,6
Qohumlarını, dostlarını ziyarət etməyə gələn turistlər	673,7	677,1	542,0	562,0	674,9	651,6	719,9
Başqa turizm məqsədləri üçün gələn turistlər	41,8	42,2	30,8	39,8	41,6	45,5	48,6
Başqa məqsədlər üçün gələn turistlərin sayı	379,4	138,1	84,3	204,1	242,7	244,3	306,9
Turistlərin ümumi sayı	2.508,9	2.297,8	2 006,2	2 248,8	2.696,7	2.849,6	3.170,4

Mənbə: (<https://www.stat.gov.az>)

Cədvəl 11-də 2013-2019-cu illər arasında Azərbaycana səyahət etmiş turistlərin səyahət məqsədləri üzrə statistik bölgüsü verilmişdir. Cədvəl ümumilikdə incələndikdə demək olar ki, 2016-cı ildən Azərbaycana xaricdən gələn turistlərin sayı getdikcə artıb. 2013-cü ildən 2016-cı ilə qədər Azərbaycana turizm məqsədilə gələn turistlərin sayı 207 min nəfər azalıb. 2016-cı ildən 2019-cu ilin sonuna kimi turistlərin sayı 800 min nəfər artıb. Səyahət məqsədlərinə görə Azərbaycana gələn turistlərin ən çox üstünlük verdiyi turizm növləri İstirahət-Əyləncə Turizmi, Konqres Turizmi və Sağlamlıq Turizmidir. 2013-2019-cu illər arasında İstirahət və Əyləncə Turizmi üçün gələn turistlərin sayında 460.000 artım olmuşdur. Eyni zamanda bu artım Konqres Turizmində 200 min, Sağlamlıq Turizmində isə 17 min nəfərdir. 2018-ci ilin sonuna kimi qohum və dostları ziyarət etmək üçün gələnlərin sayı azalsa da, 2019-cu ildə digər illərlə müqayisədə daha çox olub. Azərbaycanda dini turizmə üstünlük verənlərin sayı digər turizm növləri ilə müqayisədə az olsa da, son iki ildə bu turizm növünə üstünlük verənlərin sayı artıb. Başqa məqsədlər üçün gələnlərin sayı 2013-cü ildə ən yüksək rəqəmlərə çatıb. Bu rəqəm 2015-ci ilin sonuna qədər azalıb, 2016-cı ildən başlayaraq tədricən artıb.

2015-ci ildə keçirilmiş Birinci Avropa Oyunları zamanı ölkəmizə gələn turistlərin sayının əvvəlki illərə nisbətən daha çox olacağı düşünülə də, illik statistik məlumatlara nəzər saldıqda bu fikir doğru görünür. Buna səbəb ölkədə yerləşdirmə imkanlarının və çarpayı tutumunun olmaması olub (https://d9mc3ts4czbpr.cloudfront.net/az/article/olkeye-gelen-turistlerin-sayi-azalib/?utm_source=article&utm_medium=social-media&utm_campaign=news).

Cədvəl 12: Səyahət məqsədi ilə xaricə gedən turistlərin sayı (min nəfər)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Səyahət məqsədilə gələn turistlərin sayı	3.306,7	3.319,4	3 256,2	3 592,1	3.447,4	4.096,7	4 347,3
İstirahət, əyləncə turizmi üçün gələn turistlər	1.053,9	1.014,7	1 045,2	1 096,1	1.054,9	1.126,3	1 251,7
Konqres turizmi üçün gələn turistlər	1.290,9	1.277,8	1 185,3	1 371,6	1.306,5	900,2	848,8
Sağlamlıq turizmi üçün gələn turistlər	169,0	169,8	140,0	192,7	189,6	288,6	268,8
Dini turizm üçün gələn turistlər	82,5	117,8	133,5	127,1	120,1	245,3	250,0

Qohumlarını, dostlarını ziyarət etməyə gələn turistlər	579,9	565,0	592,6	613,9	586,1	844,5	876,4
Başqa turizm məqsədləri üçün gələn turistlər	130,5	174,3	159,6	190,7	190,2	691,8	851,6
Başqa məqsədlər üçün gələn turistlərin sayı	978,0	924,9	839,6	689,8	661,5	811,4	1 220,4
Turistlərin ümumi sayı	4.284,7	4.244,3	4 095,8	4 281,9	4.108,9	4.908,1	5 567,7

Mənbə: (<https://www.stat.gov.az>)

2013-2019-cu illər ərzində Azərbaycandan xaricə gedən turistlərin sayı haqqında məlumat Cədvəl 7-də verilmişdir. İlk növbədə 6-cı cədvəldəki rəqəmlər bu cədvəldəki rəqəmlərlə müqayisə edildikdə xaricə gedən turistlərin sayının gələn turistlərin sayından çox olduğu görünür. Bu da ölkədən çıxan xarici valyutanın ölkəyə daxil olan xarici valyutadan çox olmasına səbəb olur. Cədvəl 7-dən göründüyü kimi, 2013-2019-cu illər arasında ölkədən xaricə gedən turistlərin sayı 4 milyondan artıqdır. Bu say 2015-ci ilə qədər azalsa da, 2016-cı ildən başlayaraq artmağa başlayıb və 2019-cu ilin sonunda gedən turistlərin sayı 5.567 minə yüksəlib. Lakin “Gedən turistlərin ümumi sayı”ndan “Başqa məqsədlər” üçün gedən turistlərin sayı çıxdıqda turizm məqsədi ilə gedən turistlərin sayı əvvəlki ilə nisbətən hər il artır.

2013-2019-cu illər arasında istirahət və əyləncə məqsədilə Azərbaycandan xaricə gedən turistlərin sayında 200 minə yaxın artım olub. Bu illərdə sağlamlıq turizmi üçün gedənlərin sayı 100 min, dini turizm üçün gedənlərin sayı 167 min, qohum və dostlarını ziyarətə gedənlərin sayı 296 min, Digər turizm məqsədi ilə gedənlərin sayı 721 min nəfər artıb. Bununla belə, Konqres Turizmi üçün xaricə gedən turistlərin sayında hər il azalma müşahidə olunub və 2018-ci ilə nisbətən 2019-cu ildə 442 min azalma müşahidə olunub. Bu məqsədlər arasında digər turizm məqsədləri ilə gedənlərin sayı proporsional olaraq ən yüksək göstəricini göstərmişdir.

Son zamanlar Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm agentliklərinin sayı daha da artıb. Bu turizm agentliklərinin 90%-i paytaxt Bakıda yerləşir. Buna səbəb Bakının digər əyalətlərə nisbətən müasir olması, xaricdən gediş-gəlişin asan olması, iri biznes mərkəzlərinin, konqreslərin burada yerləşməsidir. Eyni zamanda, turizm

agentliklərinin ölkəyə gələn turistləri qarşılamaı və xaricə aviaturlar təşkil etməı daha vacibdir.

Cədvəl 13: Səyahət agentlikləri və turoperatorların gəlir və xərcləri

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Səyahət agentlikləri və turoperatorların əldə etdiyi gəlir	27.121,5	29.600,9	31.107,1	36.482,2	36758,3	41.034,2	56.439,4	63.363,8	16.147,3
Məhsul istehsalı üçün xərclər	23.540,8	25.292,5	27.018,1	30.811,6	29 101,8	36.734,6	46.085,1	50.400,0	21.899,7
o cümlədən:									
turizm yollayışlarının formalaşdırılmasına çəkilən xərclər	6724,7	4441,7	4522,4	2647,5	4779,0	9519,9	14.981,8	16.150,9	2.272,6
əmək haqqı xərcləri	6.884,6	6.940,3	6.967,1	4.330,0	4 662,1	5.524,7	8.136,4	10.345,5	9.896,0
əsas vəsaitlərin cari təmirinə	686,2	331,4	270,8	439,3	305,6	253,3	171,6	32,1	4,1
büdcəyə ödənilən vergilər	1593,2	3067,6	4399,1	4388,3	3.634,0	2298,3	8.090,9	7.420,1	4.777,3
reklam xərcləri	-	-	-	-	-	1399,8	2.047,4	3.121,0	926,3
sair xərclər	7652,1	10511,5	10858,7	19.006,5	15721,1	17738,6	12.657,0	13.330,4	4.023,4
Turizm yollayışlarının formalaşdırılması xərclərindən göstərdikləri xidmətlərə görə kənar təşkilatlara ödənilmişdir	6724,7	4441,7	4522,4	2647,5	4779,0	9519,9	14.981,8	16.150,9	2.272,6
o cümlədən:									
yerləşdirmə xidmətinə	2.774,2	2.091,3	2.060,7	1.453,0	2320,2	4.912,4	8.092,0	8.115,1	979,7
nəqliyyat xidmətinə	1.665,0	1.054,0	1.068,5	634,0	1307,7	2.212,3	2.770,3	2.788,1	237,1
qidalanmaya	1.093,7	551,1	587,4	373,0	810,3	1.672,2	2.230,0	2.889,9	273,8
ekskursiya xidmətlərinə	80,1	119,3	122,3	74,9	37,2	228,5	616,4	658,2	22,8
viza xidmətlərinə	91,3	40,8	52,6	53,9	100,8	70,4	142,2	550,6	19,8
digər xidmətlərə görə	1.020,4	585,2	630,9	58,7	202,8	424,1	1.130,9	1.149,0	739,4

Mənbə: (<https://www.stat.gov.az>)

Cədvəl 8-də ölkədə turizm agentliklərinin gəlir və xərcləri qeyd olunur. Əvvəlki cədvəldəki məlumatlarla müqayisədə 2013-2019-cu illər arasında bəzi illərdə turistlərin sayının azalmasına və illik turizm gəlirlərinin azalmasına baxmayaraq, turizm agentliklərinin gəlirlərinin hər il artdığını görürük. Yuxarıdakı cədvəldə olduğu kimi, qurumların gəlirlərinin artmasına baxmayaraq, məhsul istehsalı üçün xərclər ildən-ilə artır. Turların yaradılması üçün edilən xərclərə nəzər saldıqda, 2017-ci ildən başlayaraq iki dəfədən çox artımın olduğu görünür.

İşçilərin əmək haqqı xərclərində 3,405 min (2,002 min ABŞ dolları) artım, əsas vəsaitlərin dəyişdirilməsində 300 minə yaxın azalma (176 min ABŞ dolları), vergilərdə 4,352 min (2,560 min ABŞ dolları) artım büdcəyə ödənilən reklam xərcləri 1,700 min (1 milyon ABŞ dolları), digər xərclərdə isə 2,790 min manat (1,641 min ABŞ dolları) artım olub. 2016-cı ildən sonra cədvəldəki məlumatların artmasının əsas səbəbi Azərbaycan Prezidentinin 21.12.2015-ci il tarixdə imzaladığı “Turizm şirkətlərinin açılması üçün lisenziya sənədinə görə ödənilən rüsumlar”ın ləğv edilməsi olub (<https://madaniyyet.az/page/news/8501/Mehmanxana-ve-turizm-fealyeti-with-connected-lisenziyalar-legv-edilib.html>) -

Turizm agentliklərinin ümumi gəlirləri 2013-cü ildə 29,600 min manat (37,948 min ABŞ dolları), 2014-cü ildə 31,107 min manat (38,880 min ABŞ dolları), 2015-ci ildə 36,482 min manat (35,766 min ABŞ dolları) (35,766 min ABŞ dolları) (2015-ci ildə 37,948 min ABŞ dolları) 2017-ci ildə min manat (24,137 min ABŞ dolları), 2018-ci ildə 56,439 min manat (33,190 min ABŞ dolları), 2019-cu ildə 63,363 min manat (37,272 min ABŞ dolları) təşkil edib. Bu illərdə ən yüksək faiz artımı 2019-cu ildə müşahidə edilir.

Alternativ Turizm Şkalasının etibarlılıq səviyyəsini ölçmək üçün Cronbach Alpha əmsalı istifadə edilmişdir. Şkala üçün etibarlılıq əmsalı Cədvəl 14-da verilmişdir.

Cədvəl 14. Əsas Komponent Faktor Təhlili Nəticəsi

	İnkişaf	Xüsusiyyət	Xidmət	Hazırkı vəziyyət	Təqdim olunan fürsət
Azərbaycanın alternativ turizm potensialı var.	0,547				
Azərbaycanda alternativ turizmin şaxələndirilməsi istiqamətində səylər aktivdir.	0,774				
Son illər Azərbaycanda turizm sektoru inkişaf edib.	0,607				
Azərbaycan alternativ turizm növləri baxımından xarici turistlər üçün maraqlıdır.	0,583				
Azərbaycanın alternativ turizm təbliğatı kifayət qədər aparılır	0,755				
Azərbaycanın mədəni xüsusiyyətləri adekvat şəkildə təbliğ olunur.	0,752				
Azərbaycan xalqı qonaqpərvərdir.		0,455			
Azərbaycanın güclü turizm imici var.		0,649			
Azərbaycan tarixi və mədəni zənginliyə malik ölkədir.		0,471			
Azərbaycan destinasiyaların cəlbediciliyi baxımından yüksək reputasiyaya malikdir.			0,652		
Azərbaycanda konqres tədbirləri, sağlamlıq, termal və resurslar alternativ turizm çərçivəsində bazara çıxarılır.			0,668		
Azərbaycanda turizm infrastrukturunu və üst quruluş işləri kifayət qədər səviyyədədir.			0,511		
Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm agentlikləri adekvat xidmət göstərir.			0,622		
Azərbaycanın görülməyə dəyər rayonlarına gündəlik turizm turları təşkil olunur.			0,520		
Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafı üçün cəlbedici mərkəzlərin və attraksionların sayı kifayət qədərdir.			0,526		
Azərbaycanda tarixi binalar orijinallığına uyğun bərpa olunur..				0,726	
Azərbaycanın nadir sənətkarlıq nümunələrinin, folklor nümunələrinin nümayiş oluna biləcəyi məkanlar kifayət qədərdir.				0,792	
Azərbaycanda turizm investisiyalar alternativ turizm üçün həyata keçirilir.				0,501	
Azərbaycan xalqı xəbərdar və alternativ turizmə həvəslidir.				0,513	
Azərbaycanda alternativ turizm sektorunda çalışan işçilərin səviyyəsi kifayət qədərdir.				0,555	
Azərbaycanda alternativ turizm məhsullarının inkişafı mühüm əhəmiyyət					0,407

kəsb edir.					
Azərbaycan turizm resurslarının müxtəlifliyi və dörd mövsüm turizm potensialı baxımından kifayət qədərdir.					0,489
Azərbaycanda alternativ turizm məhsulları münasibdir.					0,681
Rabitə və nəqliyyat vasitələrinin inkişafı Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafı üçün bir fürsətdir.					0,582
Azərbaycanda turistlər öz turizm təcrübələrini artırır, pullarının dəyərini alırlar.					0,625
Dəyər	7,828	3,280	2,382	1,394	1,309
Ölçülər üçün Cronbach Alpha	0,827	0,692	0,738	0,605	0,725
Cəmi Cronbach Alfa	0,889				
KMO	0,845				
İzahlı Variasiya	17,182	13,332	12,066	11,983	10,208
Cəmi variasiya	64,772				

Mənbə: İslam İslamzadə, Konya, 2021

Bu ölçülər, öz dəyəri 1-dən çox olan dəyərlərin sayı qədər ölçü olduğu üçün müəyyən edilir. Alternativ Turizm Şkalasının faktor təhlili nəticəsində, öz dəyərləri tədqiq edildikdə, onun beş ölçüdən ibarət olduğu görünür: 7,828-3,280- 2,382-1,394 və 1,309. Ölçülərin variasiya dəyərləri ümumi fərqi nə qədər izah edildiyini göstərir. Faktor analizində dəyişənlər üçün 0,40 və yuxarı amil yükləri miqyas dəyişənlərinin struktur etibarlılığına malik olduğunu söyləmək üçün zəruri şərt (İslamoğlu & Alnıçık, 2016: 417). Bu kontekstdə Alternativ Turizm Şkalasının faktor analizi nəticələrinə görə dəyişənlərin faktor yükləri araşdırıldığında onların hamısının 0,40-dan yuxarı olduğu görülür. Buna görə də miqyaslı ifadələr yaxşı struktur etibarlılığa malikdir.

2.3. Turizmin milli iqtisadi artımda rolunun qiymətləndirilməsi

Turizmin ölkə üçün əsas əhəmiyyəti qeyd olunduqda iqtisadiyyatı inkişaf etdirən mühüm xidmət sektoru, milli gəlirə töhfə verən fəaliyyət, məşğulluq yaradıcılıq xüsusiyyəti yüksəkdir, geniş miqyaslı istehsal və istehlak hadisəsi, ölkənin coğrafi və mədəni təbliği üçün ən təsirli vasitələrdən biri olduğu görünür.

Nəticə etibarlı ilə Azərbaycanın çoxşaxəli turizm imkanlarına və regionlarına malik olması zamanla ölkə iqtisadiyyatının inkişafına daha çox töhfə verə biləcək potensial yaradır (A.Ələkbərova, İzmir, 2012).

Ölkədə turizm sektorunun inkişafı üçün aşağıdakı məsələlər nəzərə alınmalıdır.

1. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərən qurumların fəaliyyəti iqtisadi səmərəlilik prinsipi əsasında tənzimlənməlidir. Bu səbəbdən yer seçimi, turistlərin qəbulu və turistlərə xidmət imkanları müəyyən edilməli və səmərəli işləmək imkanı yaradılmalıdır. Dənizkənarı rayonlardakı turizm müəssisələri bir-bir təhlil edildikdə Abşeron və Yalama-Nabran bölgələrində qısamüddətli istirahət mərkəzlərinə tələbatın yüksək olduğu görünür. Bu səbəbdən ilk növbədə bu bölgələrdəki istirahət və təmizləyici qurğulara investisiya qoyulmalıdır. Bundan başqa, Quba, Qusar, Kaçmaz, Şamaxı, İsmayıllı rayonlarında istifadəsiz qalan turizm obyektlərinin yenilənməsi və xarici turizmə açılması ölkə iqtisadiyyatına böyük fayda verəcək.

2. Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkənin milli maraqlarına uyğun real siyasət aparılmalıdır. Bu gün siyasətin ən mühüm vəzifəsi qarşılıqlı fayda əsasında fəaliyyət göstərən tərəfdaş təşkilatların sayını artırmaq olmalıdır.

3. Turizm xidmətləri göstərən sosial infrastrukturun inkişaf etdirilməsi (rabitə, rabitə, qida və içki, ticarət, mədəniyyət və s.) Bunun üçün turizm obyektlərinin (konservlərin hazırlanması və saxlanması, mətbəx, mətbəx) infrastruktur müəssisələrinin yaradılması zəruridir. , camaşırxana və s. xidmət sahələri burada fəaliyyət göstərməlidir).

4. Turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsi üçün dövlət siyasəti olmalı və hmin bu siyasət müfəssəl inkişaf proqramı hazırlanmalı və mütəmadi olaraq həyata

keçirilməlidir. Yəni dövlət müntəzəm turizm siyasətini həyata keçirməklə yerli və xarici iş adamlarını bu sektora sərmayə qoymağa təşviq etməlidir.

5. Turizm sektorunun inkişafında turizm şirkətlərinə və turoperatorlara böyük ehtiyac var.

6. Ölkədə turizm təhsili proqramlarını həyata keçirən universitetlərə dəstək göstərilməlidir. (A.Ələkbərova, İzmir, 2012).

2020-ci ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayında artım olacağı düşünülürdü. Lakin pandemiya səbəbindən ölkəyə gələn turistlərin sayı çox az olub. 2020-ci ildə yanvarda gələn xarici turistlərin sayı 2019-cu ilin yanvar ayında gələnlərin sayından 18% çox olub. Ən çox artım və ən çox turist sayı olan ölkələr Rusiya və Gürcüstan olub. Rusiyadan gələnlərin sayı 20,5% artaraq 68 minə, Gürcüstandan gələnlərin sayı isə 14,6% artaraq 64 minə çatıb. 24,000 ziyarətçi Şərqi ölkələrindən, eyni zamanda da Türkiyədən gəlib ki, bu da müvafiq olaraq 20,8% və 12,1% çoxdur. Bu ölkələr arasında ən çox artım Səudiyyə Ərəbistanı (32,5% və ya 5000 artım) və Küveytdən (73,7% və ya 1700 artım) gələnlərdə müşahidə olunub. İrandan gələn turistlərin sayı 26,5% artaraq 13 minə çatıb. Cənubi və Mərkəzi Asiyadan gələn səmnişinlərin sayı uyğun olaraq 43% və 18,4% artmış 8 min nəfərə çatıb. Əvvəlki aylarda olduğu kimi Cənubi Asiya regionunda Hindistan (80,2%) və Pakistandan (15,6%) turistlər üstünlük təşkil edir (https://tourism.gov.az/uploads/documents/statistic/2020public_jan_2020_aze).pdf).

2020-ci ildə bəşəriyyət üçün fəlakətə çevrilən COVID-19 pandemiyası turizm sənayesinə milyardlarla dollar zərər vurur. Yaxın gələcəkdə pandemiya probleminin aradan qalxacağı və həyatın ənənəvi ritminə qayıdacağına, turizm və turistik fəaliyyətlərin davam edəcəyinə inanılır. Pandemiya dövrünü nəzərə almasaq, son 15-20 ilin statistik göstəricilərinin təhlili göstərir ki, turizm sektoru ən dinamik inkişaf edən sahələrdən biri kimi ölkə iqtisadiyyatında mühüm yer tutur və ən gəlirli sektorlardan hesab olunur (http://anl.az/down/meqale/yeni_az)/2011/fevral).

Azərbaycanda turizm neft və təbii qaz sektorundan sonra ən çox gəlir gətirən sahələrdən birinə çevrilir. Ölkəyə gələn xarici turistlərin sayının artması və onların burada xərclədiyi pulların dəyərinin artması turizmin iqtisadiyyatdakı rolunu artırır.

Azərbaycan turizmin sürətlə inkişaf etdiyi ölkələrdən biridir. Son 20 ildə turizmin statistikasına nəzər saldıqda mühüm və müsbət nəticələrin əldə edildiyi görünür. Onun faydalı coğrafiyası, təbii sərvətləri, rəngarəng iqlimi, zəngin tarixi-mədəni irsi də turizmin inkişafı üçün əlavə imkanlar yaradır. Eyni zamanda ölkədə turizmin inkişafı istiqamətində ardıcıl və məqsədyönlü iş: Turizmin inkişafına dair dövlət proqramları bir neçə dəfə hazırlanmış, 2011-ci ildə Azərbaycanda “Turizm ili” elan, hər il Bakıda keçiriləcək Beynəlxalq Turizm Sərgisi (AITF), turizmin normativ-hüquqi bazasının və idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi və s. Qurultaylar dövlətin bu sahəyə göstərdiyi diqqət və qayğının göstəricisidir. Bütün bunlar ölkədə turizmin dinamik inkişafı üçün münbit zəmin yaradıb (İ.İslamzadə, Konya, 2021).

Xüsusilə son illərdə təşkil olunan struktur və iqtisadi islahatlar, digər sahələrdə olduğu kimi, turizmin də inkişafı iqtisadiyyatda öz payını artırmış, mühüm vüsət almışdır. Bununla yanaşı, ölkə turizm sahəsində rəqabətqabiliyyətliliyinə görə dünya miqyasında 148 ölkə arasında 39-cu yerə yüksəlib. 2019-cu ilin statistik nəticələrinə nəzər saldıqda bu il ölkənizə 3,17 milyon əcnəbinin səfər etdiyi görünür. Xarici ziyarətçilərin turizm xərcləri təxminən 2,97 milyard manat (1,747 milyard dollar) təşkil edib. 2019-cu ildə yaşayış və ictimai iaşə sənayesinin gəlirləri 1,97 milyard manat (1,158 milyard dollar) olub ki, bu da ÜDM-in 2,4%-nə bərabərdir. Azərbaycanda turizmin əhəmiyyətinin daha bir göstəricisi 2019-cu ildə turizmin inkişafına 59,3 milyon manat (34,88 milyon dollar) investisiya qoyuluşudur. Bu vəziyyət yerləşdirmə və qida və içki sektorunda məşğulluğun 3 faiz artmasına səbəb olub və hazırda bu sektorda çalışanların sayı 80,5 min nəfərə çatıb və turistlərin ən çox olduğu ölkələrdən gələn turistlərin sayı təxminən 2,338 mln. (stat.gov.az)

III FƏSİL. QARABAĞDA TURİZM VƏ REKREASIYA BÖLGƏSİNİN YARADILMASI

3.1. Qarabağ iqtisadi rayonunun iqtisadi potensialı və investisiya cəlbediciliyi istiqlamətləri

Turizm ölkələr və regionlar üçün iqtisadi, sosial və mədəni faydaları ilə sosial inkişaf üçün mühüm sənaye sahəsinə çevrilmişdir. Kənd inkişafının ən mühüm təminatçılarından biri olan turizm sektoru öz əhəmiyyətini günü-gündən artırır.

Müstəqilliyin ilk illərində Ermənistanın Azərbaycana hücumları, iqtisadi və siyasi qeyri-sabitlik, Dağlıq Qarabağdan və ətraf rayonlardan kütləvi surətdə qaçqın axını və qaçqınların ölkədəki istirahət və turizm məkanlarında, məktəblərdə, sanatoriyalarda, uşaq bağçalarında yerləşdirilməsi bu ərazini tamamilə yararsız vəziyyətə salmışdı. Müharibənin olması və qeyri-sabitlik, iqtisadi böhranın baş verməsi, işğal olunmuş ərazilərdə bir çox turizm obyektləri (iki turizm bazası, iki sanatoriya) və ümumilikdə mərkəzi turizmin idarə edilməsi sisteminin dağılması turizm sektorunda durğunluğa səbəb olub. 1988-1992-ci illərdə Bakı əhalisinin xarici ölkələrə “alış-veriş” və “kommersiya” turlarının sayı artmağa başladı. Ölkəmizdə yaradılmış yeni turizm şirkətləri isə daha çox vətəndaşlarımızın xarici ölkələrə səfərlərini təşkil edirdi. Statistik məlumatlara əsasən deyə bilərik ki, 1991-ci il üzrə Azərbaycanı əsasən kommersiya məqsədi ilə 230 mindən çox turist tərk edib. (Məmmədov, Edirne,2020)

Lakin hal-hazırda, Azərbaycanın turizm potensialının dəstəklənməsi üçün davamlı təbliğat tədbirləri həyata keçirilir. Ölkənin beynəlxalq sərgilərdə fəal iştirakı, dünyanın aparıcı televiziya kanallarında Azərbaycanın turizm potensialının təbliği və nüfuzlu nəşriyyatlar tərəfindən Azərbaycan haqqında bələdçi kitabların hazırlanması onun dünya miqyasında tanıtılmasına öz töhfəsini verir. ölkəmiz hər il ərzində 20-yə yaxın beynəlxalq turizm sərgilərində zəngin tarixi irsini və müasir inkişafını nümayiş etdirir. Həmçinin, 2002-ci ildən etibarən Bakıda illik AITF - Azərbaycan Beynəlxalq “Turizm və Səyahət” sərgisi keçirilir .AITF regionun əsas

turizm yarmarkası kimi tanınır və hər il bu sərgiyə yeni ölkələr və şirkətlər qoşulur (Məmmədov, Edirne,2020).

Qarabağ zonası-ölkəmizin cənub-qərbində, Bakı-Şuşa turizm marşrutunun üzərində yerləşir. Bu bölgə Dağ və Qış, Sağlamlıq, Ekoturizm, Termal, Ovçuluq, İnam, İdman turizmi növləri üzrə ixtisaslaşmışdır. Qarabağ bölgəsində Şuşa dağ-iqlim istirahət sanatoriyası, Gülablı istirahət yerləri, məqbərələr, məscidlər, karvansaraylar, bürclər (Bərdə, Ağdam), eramızdan əvvəl IV minillikdə insanların yaşamış olduğu və alt çənə sümüyü tapılmış Fizulidə yerləşən Azıx mağarası, Cəbrayılada olan Xudafərin körpüsü, Bəstiçay Dövlət Təbiət Qoruğu, Kəlbəcərdə yerləşən Balneoloji sağlamlıq məntəqəsi, “Qalalı” qalası, Göy qalası, Cavanşir türbəsi, Qubadlıda Laləzar körpüsü, Ağgöl Qoruğu kimi bir çox turizm obyektləri vardır.

Şuşa rayonu hansı ki, dəniz səviyyəsindən 1400 m yüksəklikdə yerləşir, əsas turizm mərkəzidir. Qədim Alban dövlətindən qalan məbədlər, Şuşa ərazisindəki qala divarları, Qarabağ xanlarının olduğu sarayları, Xurşidbanu Natəvana aid evi və muzeyi, Molla Pənah Vaqifə məxsus məqbərəsi, Daşaltı çayı (Laçın dəhlizi), Şuşa, Xəzinəqala mağaraları ən çox ziyarət edilən tarixi-memarlıq və təbii turizm sərvətləridir. Şuşa sanatoriya, “Şəfa” istirahət kompleksi, “Qarabağ” mehmanxanası uzun illərdir ki, turistlərin xidmətindədir. Bu obyektlərin əksəriyyəti erməni işğalı zamanı dağıdılıb.

2020-ci ildə 44 günlük müharibədən sonra işğaldan azad edilmiş torpaqların turizm potensialından geniş istifadə olunması üçün dövlətin dəstəyi ilə bir çox mühüm layihələrə imza atılıb. Qələbədən sonra işğaldan azad edilmiş rayonlarda “Ağıllı şəhər” sistemi ilə dağıdılan kənd, qəsəbə və şəhərlərin bərpasına başlanıldı. Birincisi, buradakı minalar təmizləndikdən sonra köhnə həyatı olan bütün ərazilərdə “Ağıllı şəhər” layihəsi ilə paralel olaraq buna start veriləcək. Bu layihənin həyata keçirilməsində Türkiyə, Çin, İtaliya və İsrailin iri tikinti şirkətləri iştirak edir (İslam İslamzadə, Konya, 2021).

Qarabağda müxtəlif nadir bitki və heyvan növləri yayılmışdır. İşğal altında olan Kiçik Qafqazın dağlıq rayonu Azərbaycanın ən böyük meşə rayonudur. Rayonun ümumi meşə sahəsi 246,7 min dekadır.

Qarabağ torpaqlarında təbii landşaftın, nadir bitki və heyvan aləminin qorunub saxlanması məqsədilə bəzi bağlar və sığınacaqlar yaradılmışdır. Bunlara misal olaraq, Bəsitçay meşələrini və Laçın dəhlizini göstərə bilərik. Bu torpaqlar yeraltı və yerüstü təbii sərvətlər baxımından da çox zəngindir. Ən çox yayılmış minerallar metal filizləri, qızıl, civə, xrom, perlit, əhəng, mərmər, əqiq, mineral sular və başqalarıdır. Torpağın bayram, əyləncə və rekreasiya potensialı da kifayət qədər genişdir. Bu regionda mühüm mis-sink filizlərinin ehtiyatları Kiçik Qafqazın şərqində yerləşən Mehmana yataqlarında yerləşir. Burada istifadəyə hazır olan yeni metal filizi ehtiyatları aşkar edilmişdir. Sənaye üçün əhəmiyyətli olan civə mənbələri Kəlbəcər mahalında Şorbulaq və Ağyataqda yerləşir. Bu yerlər Azərbaycanın sənaye və tikinti materiallarının xammalına ev sahibliyi etmək baxımından qiymətlidir. Bu materialların böyük ehtiyatları Ağdam əyaləti torpağında Çobandağı (əhəng ehtiyatı 140 mln ton və gil ehtiyatı 20 mln ton), Şahbulaq (25 mln ton gil), Boyəhmətli (45 milyon ton gil) və s. çarpayıları təşkil edir. Böyük ehtiyatı olan tikinti sənayesində istifadə edilən daş yataqları Xankəndində, mərmər isə Harovdadır (Xəlil İbrahim Egrifəslioğlu,2019).

Bu ərazilərdə müalicə üçün vacib olan müxtəlif tərkibli 120-yə yaxın mineral su yatağı var. Bunlardan Kəlbəcər rayonunda Yuxarı və Aşağı İstisu, Qut, Keşdək; Minkənd, İliqsu, Laçın rayonunda; Şuşa rayonundakı Turş su, Şırlan və digər mineral bulaq suları qiymətli mineral su yataqları əmələ gətirir

Suvarma və elektrik enerjisi istehsalında istifadə olunan obyektlərdən biri də Tərtər bəndidir. Sərsəng su anbarının həcmi 560 min kubmetrdir. Bu hövzənin əsas qollarından düzənliyə axan qolları ilə; Tərtər, Ağdam, Bərdə, Goranboy rayonlarının ərazilərində 80,1 min hektar torpaq suvarılır.

Burada yeməkdən başqa; istehsalın böyük hissəsini yüngül sənaye və tikinti materialları təşkil edir. Bu rayonların ən inkişaf etmiş sənaye sahələri yerli əhalinin gəlirlə təmin olunması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir; yağ, pendir, şərab

istehsalı və qismən yüngül sənaye məhsulları. İstisu və Turşçu Mineral Su Təsərrüfatları, mərmər, Dağlıq Qarabağda və Ağdamda daş zavodları, çox keyfiyyətli, hətta keçmiş SSRİ-də belə məşhur olan “Ağdam” şərəbləri hazırlayan şərəb zavodları və digərləri, yağ-pendir müəssisələri, tekstil və ayaqqabı fabrikləri, Qarabağın İpək Kombinatı və s. fəaliyyət göstərirdi. Bakıdakı obyektlərin çoxu burada tikilib. (Xəlil İbrahim Egrifəslioğlu,2019).

Erməni işğalçıları işğal etdikləri torpaqlarda Azərbaycanın mədəni irsini təşkil edən mədəni sərəvətləri vəhşicəsinə dağıdıblar. Onlar ələ keçirdikləri torpaqlarda 12 muzeyi, 6 şəkil qalereyasını, 9 mühüm tarixi sarayı talan edərək yandırılıblar. Yenə 40 min muzey varlığı və tarixi əhəmiyyətə malik sərği talan edilib, 44 ibadət yeri və 18 məscid təzyiqlərə məruz qalıb. Əhalini isə qaçqın və ya məcburi köçkün salmışlar. Hal-hazırda Qarabağın əhalisinin yenidən oraya köç planı da turizmin inkişafına mühüm töhfəsini verəcəkdir. Aşağıdakı cədvəldə qaçqın və ya məcburi köçkün düşmüş əhalinin siyahısına nəzər salaq:

Cədvəl 15: İşğal nəticəsində köçkün düşmüş Azərbaycan vətəndaşlarının sayı

No	İl adı	Ərazinin işğal tarixi	Məcburi köçkünlərin sayı		Cəbhə xəttinə yaxın yaşayış məntəqələrindən çıxarılanların sayı		Ümumi say	
			Ailə	Fərdi	Ailə	Fərdi	Ailə	Fərdi
1	Xocavənd	02.10.1992	2272	9541			2272	9542
2	Xocalı	26.02.1992	3155	12200			3155	12200
3	Şuşa	08.05.1992	5991	24164			5991	24165
4	Laçın	18.05.1992	16255	66647			16255	66646
5	Kəlbəcər	02.04.1993	16043	61947			16043	61947
6	Ağdam	23.07.1993	32315	132494	3138	12866	35453	145359
7	Cəbrayıl	23.08.1993	16144	62518			16140	62519
8	Qubadlı	31.08.1993	7711	31617			7711	31619
9	Füzuli	23.08.1993	25987	106543			25986	106543
10	Zəngilan	29.10.1993	8862	36344			8862	36335
11	Tərtər (13 kənd)	17.06.1993	697	2861	736	3014	1434	5879
12	Ağcabədi (1 Kənd)	12.06.1993	826	3378			826	3389
13	Beyləqan	23.08.1993			3818	12600	3818	12600
	Ümumi		138234	558387	38024	128199	176258	686586

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Qaçqınların və Məcburi Miqrantların Problemləri üzrə Dövlət Komitəsi: <http://www.refugees-idps-committee.gov.az>

Cədvəl 16: Müharibə və işğal nəticəsində zədələnmiş qurum-təşkilat və sistem

Yaşayış yerləri	890
Evlər	150.000
Dövlət qurumları	7.000
Məktəblər	693
Uşaq bağçaları	855
Tibb müəssisələri	695
Kitabxanalar	927
Məscidlər	9
Tarixi Yerlər	9
Tarixi abidələr	464
Muzeylər	40.00
Sənaye müəssisələri	6.000
Avtomobil yolları	800 km
Körpülər	160
Su xətti	2.300 km
Qaz xətti	2.000 km
Elektrik xətti	15.000 km
Meşə ərazisi	280.000 hektar
Suvarma sistemi	1.200 km

Mənbə: Amal Əhədli, 2021

Ümumiyyətlə, istənilən regionun, ölkənin turizm potensialını, iqtisadi gücünü, zəif və güclü tərəflərini, təhlükələri və imkanlarını öyrənmək üçün GZİT (SWOT) analizindən istifadə olunur. Bu analiz vasitəsilə regionda yaranacaq və ya inkişaf etdiriləcək turizmin gedişatı proseslərini izləmək daha asan əldə olunur.

Aşağıdakı sxemdə Qarabağ bölgəsi üzrə GZİT analizi göstərilmişdir. Onun əsnasında bu regionun iqtisadi dəyərləndirilməsi aparılacaqdır. Qarabağ turistik bölgəsinin turizm cəhətdə güclü tərəfləri və bu zonanın inkişafı üçün imkanları, eyni zamanda zəif tərəfləri, hansılar ki işğal zamanında zərər yetirilmişdir və bu regiona qarşı ola biləcək təhlükələr araşdırılmış və qeyd olunmuşdur.

Sxem 6: Qarabağ turistik bölgəsinin GZİT təhlili

Güclü tərəfləri	Zəif tərəfləri
<ul style="list-style-type: none"> • Qədim tarixə və zəngin mədəni irsə sahib olması; • turistik məkanlarının bolluğu; • turizmin yaradılması üçün dövlət dəstəyinin olması; • coğrafi məkan baxımından uyğun təbii ehtiyatlarının bol olması; • Təbiətinin gözəl olması; • İrimiqyashlı tədbirlərin və festivalların keçirilməsi; • Xüsusi adət-ənənələrin olması. 	<ul style="list-style-type: none"> • Qarabağa nəqliyyat problemi-regiona səyahətin əsasən avtomobil yolu ilə mümkünlüyü (dəmir və su yolu infrastrukturunun, eləcə də uçuşların yetərli olmaması); • tarixi abidələrin dağıdılması; • turizm sektoru üzrə təhlillərin aparılması üçün statistik məlumatların kifayət etməməsi; • əhalinin köçü və bərpa işlərinin müddət alması;
İmkanlar	Təhlükələr
<ul style="list-style-type: none"> • Şuşada bərpa işlərinin aparılması; • yeni turizm xidmətlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi; • yerli vətəndaşlar və həmçinin də xarici turistlər üçün səyahət imkanlarının daha da asanlaşdırılması; • həm dövlət, həm də özəl sektorun bu bölgədəki turizm sektoruna dəstək olması. 	<ul style="list-style-type: none"> • ölkənin geoloji yerləşmə mövqeyindən asılı olaraq yarana biləcək xarici təhlükələr. • cari vəziyyətdə digər bölgələrin daha perspektivli olması.

Mənbə: <https://fed.az/az/turizm/quotqarabagda-turizmin-novleri-ucun-genis-imkanlar-varquot-93090>

Güclü tərəflər: Azərbaycan mədəniyyətinin ən qədim tarixlərə mənsub olan dəniz səviyyəsindən 1400 metrə hündürlükdə yerləşən Şuşa, onun tarixi abidələri və özünəxas arxitekturası ilə yeni turizm marşrutlarının yaradılması və inkişaf etdirilməsinə imkan verir. Bu bölgənin tam turistik zona olması, buradakı turistik məkanların çox olması, təbiətinin gözəlliyi, xüsusi təbiətə malik olması və həmçinin təbii ehtiyatlarının bol olması Qarabağın güclü tərəflərindəndir.

Həmçinin buraya 30 il ərzində həsrət qalan vətəndaşların marağı, və eyni zamanda 44 günlük müharibə dövrü ərzində şücaəti ilə zəfər qazanmış Qarabağ həm Azərbaycan vətəndaşları, həm xaricdə yaşayan azərbaycanlılar və həmçinin də

bütün dünyada, bütün sosial medialarda, bütün pressa tərəfindən tanınması da buranın reklam baxımdan irəliləməsi durumuna gətirər.

Zəif tərəflər: Qarabağın uzun müddət işğal altında olması orada yol infrastrukturunun və nəqliyyat sisteminin yenidən qurulmalı olduğu anlamına gəlir. 2020-ci il noyabr ayının 10-da işğaldan azad olunma nəticəsində bu istiqamətlərdə yol və nəqliyyat prosesinə başlanılmışdır. Lakin bu proses müddət aparıcı bir proses olduğuna görə turizm yaradılması prosesləri də gecikir.

Eyni zamanda, burada olan tarixi abidələr dağıdılmışdır. Turistlərin maraq dairəsi olan tarixi abidələrin bərpası da bəlli olduğu kimi müddət alan bir prosesdir.

Uzunmüddətli işğal altında olduğu üçün bizim alimlər və araşdırmaçılar tərəfindən müəyyənləşdirilə və ölçülə bilinməyən məlumatlar vardır. Bu məlumat yetersizliyi də, turizm yaradılması və inkişafı üçün zəif cəhətlərdəndir. 13 dünya əhəmiyyətli (6 memarlıq və 7 arxeoloji), 292 ölkə əhəmiyyətli (119 memarlıq və 173 arxeoloji) və 330 yerli əhəmiyyətli (270 memarlıq, 22 arxeoloji, 23 bağ, park, abidə, 15 dekorativ sənət nümunəsi) və tarixi və mədəniyyət abidələri dağıdılmış və bəzilərini kökündən qoparıb aparmışlar. (teymur Qasımlı, 2018)

İşğal altına düşdüğü zaman qaçqın və məcburi köçkünlərin vətənlərindən, evlərindən, yurdllarından didərgin olunduğu hamıya məlumdur. Həmin əhalinin yenidən köç etdirilməsi də müəyyən zaman dilimi alacaqdır.

İmkanlar: Qarabağın gözü sayılan Şuşada bərpa işlərinin başlanılması bu bölgə üçün ən başlıca imkanlardan sayılır.

Burada yeni turizmin yaradılması və inkişaf etidirtlməsi proseslərinə başlanılması və bərpa işlərinə başlanılması bu istiqamətdə marşrutlaşma da imkanlardandır.

Həmçinin dövlət və özəl sektorun birlikdə bu layihəni dəstəkləməsi, maliyyə axınlarının sırf bu yöndə cəmləşməsi və ən son olaraq isə turtistlərin oranı səyahət etmələri üçün şərait yaratmaları bu hissəyə aiddir.

Təhlükələr: Regionun yerləşmə mövqeyi, xarici təhlükələrin olduğunu göstərir. Digər tərəfdən isə hal- hazırki vəziyyətdə, diigər bölgələrimizin turizm cəhətdən daha perspektivli olmasıdır.

3.2. Qarabağın təbii turizm - rekreasiya potensialının qiymətləndirilməsi

Qarabağın zəngin təbii turizm potensialının olması hərkəsə bəllidir. Lakin illər boyu regionun işğal altında olması, bu potensialdan istifadə olunmaması və tam əksinə orada olan bütün resursların dağıdılması nəticəsində hal-hazırda bölgədə yenidən qurma və abadlaşdırma işləri aparılır.

İqlim baxımından Qarabağ bölgəsini 3 müxtəlif iqlim qurşağına bölmək olar.

1. Orta isti zona,
2. Orta soyuq zona,
3. Soyuq zona.

Bölgənin orta dağlıq bölgəsi orta isti zonanı təşkil edir. Yüksək dağlıq ərazilərdə soyuq qurşaq görünür. Dağlarda qış quraq keçir. Orta temperatur 0 - 10 dərəcə C, orta illik yağıntı isə 600 - 1200 mm arasındadır. Qarabağ dağlarında Turşsu və Şırlan kimi müxtəlif soyuq mineral bulaqlar var. Dağlıq rayonda taxılçılıq və heyvandarlıq da həyata keçirilir. Qarabağ dağlarında tütün, meyvə və üzüm də becərilir.

Qarabağ vulkanik yaylası Laçın və Kəlbəcər torpaqlarında yerləşir. Dağlıq hissəsi qərbdən Ermənistan Respublikasının ərazisi, şərqdən isə Qarabağ dağlarının şimal-qərb hissəsi ilə həmsərhəddir. Yayla dəniz səviyyəsindən 3000 m-dən yüksəkdir. Burada geniş dağ düzənlikləri var. Burada dördüncü dövr lavaları, çuxurları və sönmüş vulkanik kraterlər geniş ərazini əhatə edir. Vulkan yaylası seysmik zəlzələ zonasına daxildir.. Qış sərtidir. Orta temperatur 0-6 oC arasındadır. Orta illik yağıntı 600 - 900 mm-dir. Yayladan Tərtər və Hekərə çayları keçir. Arpaçay və Pazarçayın mənbəyi yaylanın şimal-qərb hissəsindədir. Yaylanın çayları əslində yağış və qar suları ilə qidalanır. Ona görə də bu çaylar yaz və yay aylarında sulu olur. Yaylanın ən mühüm coğrafi xüsusiyyətlərindən biri Böyük Alagöz gölüdür. Bu göl Azərbaycan Respublikasının yüksək dağ silsiləsində ən böyük göldür. (Duyğu Gözlək, Ankara, 2008)

Qarabağın şərqində, Kiçik Qafqaz sıra dağlarının cənub-şərqində Bərdə, Mirbəşir, Ağdam, Ağcabədi və Füzuli; Cəbrayıldan cənub, Qubadlı; Laçının qərbində, Kəlbəcər; Şimalda Şaumyan və Qasım İsmail rayonları var. Qarabağ

muxtar vilayəti inzibati cəhətdən beş rayona bölünür. Bunlar Əsgəran, Şuşa, Mardakert (Celabert), Martuni (Havaşen) və Hadrutdur. Vilayətin köhnə inzibati mərkəzi Şuşa, yenisi isə Mankəndi (Stepanakert) Qarabağ iki quberniya, altı nahiyyə və 220 kənd və qəsəbədən ibarətdir. Gürcüstan general-qubernatoru Yermalov və Moqilovskinin sözlərinə görə, Qarabağ 17 rayona bölünür: Sisyan, Dəmirçi-Aslanlı, Küpara, Berkusad, Bahabyurt, Kəbirli, Talış, Cəvanşir, Xaçın, Çiləbird, Xırda-Paradizah, Dizah, Tvitiduzi, Qaraçorlu, Vərənd, Acan-Türk məhəllələri. (Duyğu Gözlək, Ankara, 2008)

Dağlıq Qarabağ ərazisinin 33%-i meşələrlə örtülüdür, daha çox Azərbaycan türklərinin məskunlaşdığı, “Flora” çiçəkləri və 2500 müxtəlif müalicədə istifadə edilən təbii bitkiləri ilə geniş və təbii gözəlliyə malik bir bölgədir. Torpağı və münbit torpaqları olan bu bölgə coğrafi şəraitinə görə Azərbaycanın digər bölgələrindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Yeraltı və yerüstü sərvətləri baxımından qiymətləndirildikdə Qarabağ faydalı qazıntı yataqları və mineral sular baxımından çox zəngin hesab olunur. Bundan əlavə, sink, qurğuşun, polimetal filizləri, mis, borit və mərmər, təbaşir, odadavamlı gil yataqları kimi sənaye ehtiyacları var. Rayonun 120 müxtəlif yerində mineral su da çıxarılır. Rayon iqtisadiyyatında şirin su balıqçılığı və meşə məhsulları da mühüm yer tutur.

1978-ci ilin statistik məlumatlarına nəzər saldıqda Qarabağda kənd təsərrüfatına yararlı 120 min hektar torpaq sahəsinin olduğu görünür. Bunun 23 min hektarında suvarılan əkinçilik həyata keçirilir. Qrunt sularından başqa yerlərdə də istifadə olunur. Buğda, arpa, pambıq, tütün, üzüm, kartof və meyvə məhsulları arasında birinci yeri tutur.

Qarabağda sənayeyə nəzər saldıqda ən çox diqqət çəkəni xammal istehsalıdır. Zavod və emalatxanaların yarısından çoxu Stepanakentdə toplanıb. Rayonda üzümçülük və müvafiq olaraq şərabçılıq çox inkişaf etmişdir. Şuşa şəhərində Şərq musiqi sənayesi inkişaf etmişdir. İpəkçilik, mebel istehsalı, xalçaçılıq, heyvandarlıq

Bunların arasında məhsulların istehsal müəssisələrini də saymaq olar. Rayonda sənaye kompleksinin əsasını elektrotexniki və ipək sənayesi təşkil edir.

Maşınqayırma, elektrik və enerjetika, tikinti materialları sənayesi, mebel, ayaqqabı, ət və süd sənayesi uğurla inkişaf edir (Şevkiyə Duyğu ata, 2010).

3.3. Qarabağda xüsusi turizm və rekreasiya bölgəsinin yaradılması konsepsiyası

Qarabağ öz tarixi boyu şimaldan və cənubdan gələn köçəri türklər üçün qış sığınacağı olub. Bu bölgədən keçən türk hökmdarları buradan qış qərargahı kimi istifadə edirdilər. Qarabağ yüksək dağlardan və yüksək yaylalardan ibarətdir. Dağ silsilələri Murovdağ (3420 m) və Qamış (3740 m) kimi yüksək zirvələrə malikdir. Bu dağ silsiləsindən Araz vadisinə enən Qarabağ silsiləsinin orta hissəsində Alaçayın (2338 m) və Qırxqız (2863 m) kimi yüksək dağlar vardır. Düzənlik hissəsi isə daha əvvəl deyildiyi kimi orta hesabla 2500 m yüksəkliyə malikdir. Sönmüş vulkanlardan ibarət olan İşıqlı dağı və Qızıl Boğaz zirvələri 3500 m yüksəkliyə çatır. Dəniz səviyyəsindən 2500 m yüksəkliyə qədər Qarabağ meşələrlə örtülüdür. Bu yüksəklikdən sonra otlaqlar başlayır. Çox mülayim iqlimi, bol suyu və münbit torpağı var. Bu şəkildə, böyük heyvan sürülərini və sıx insan kütlələrini yerləşdirə bilər. (Duyğu Gözlək, Ankara, 2008)

Qarabağ üçün turizm bölgəsinin yaradılması ilk olaraq yolların çəkilməsindən başlanılmışdır. Çünki, sərnişin və yükdaşıma xidmətlərinin yaxşılaşdırılması məqsədi ilə Qarabağa avtomobil yolunun tikintisi, rayonlararası və rayondaxili avtomobil yolunun yenidən qurulması və təmiri, yol-nəqliyyat sistemini yaxşılaşdırmaq əsas amillərdən biridir.

Eyni zamanda, aşağıda sadalanan proseslər davam etdirilir:

1. Elektrik enerjisinin, qazın və qızdırıcı terminallarının düzəldilməsi üçün enerji, qaz və qızdırıcıların yenilənməsi.
2. Sosial xidmətlərin yaxşılaşdırılması üçün yaşayış məntəqələrinin su təchizatı və kanalizasiya sisteminin təkmilləşdirilməsi.
3. Rayonun mövcud potensialından yararlanmaq və əhalinin məşğulluğunu artırmaq.

4. Nəqliyyat sisteminin təkmilləşdirilməsi üçün Qarabağ Yük Terminalının tikintisinə dəstək.

5. Sərnişin və yükdaşıma xidmətlərinin yaxşılaşdırılması üçün Qarabağın bütün bülgələrinə gedən və gələn avtomobil yollarının tikintisi.

6. Qarabağa köç edəcək sakinlərin içməli suya olan tələbatının ödənilməsi üçün su avadanlığının və kanalizasiya sisteminin yenidən qurulması.

7. Qarabağ rayonunun mövcud potensialından bəhrələnmək və insanları məşğul etmək üçün dağ turizminin inkişafı üçün yeni layihələrin həyata keçirilməsi.

8. Qədim xalq sənətinin qorunub saxlanması, xalq sənətkarlığının, xalçaçılığın inkişafı, xalqın məşğuliyyət tempinin yüksəldilməsi üçün layihələr hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir (A.Ələkbərova, İzmir, 2012).

Qarabağın incisi sayılan Şuşa şəhəri, ən möhtəşəm şəhərdir. Şuşa Azərbaycanda balneoloji iqlim müalicə mərkəzi kimi çox məşhurdur. Şəhərin havasının həm quru və həm də təmiz olması, buradakı ultrabənövşəyi şüaların müalicəvi xüsusiyyətlərinə görə İsveçrədə yerləşən Davos sağlamlıq mərkəzində olan şüalardan üstün olduğu məlumdur. Digər tərəfdən, Turşsu və Şırlan karbonhidrogen mineral suları və Şuşanın unikal dağ mənzərələri rekreasiya potensialını artıran amil olmuşdur. 1977-ci ildə Şuşa “mühafizə olunan şəhər” elan edilib.

Tərtər axını vadisində 2100-2200 m hündürlükdə yerləşən İstisu mineral bulaqları tərkibinə və müalicəvi keyfiyyətinə görə Çexiyanın dünyada tanınan Karlovarı termal suları ilə eyni xüsusiyyətlərə malikdir. İstisu sağlamlıq mərkəzində mədə, bağırsaq, sinir sistemi, ginekoloji və uroloji xəstəliklər müalicə olunur. Çoxu yay aylarında bura gəlir, kirayə evlər, çadırlar yaşayış üçün əlverişlidir.

Ərazidə çoxlu tarixi abidələr var. Bunlardan “Molla Pənah Vaqif türbəsi” (18-ci əsr), “Xanoğlan türbəsi” (17-ci əsr), “Gəncə dərvəsi” (1754), İbrahim Xəlil xanın və qızı Qara Böyükxanımın qalaları, iki minarəli “Gövhərəğa məscidi” (1768-1769), “Hacıqullar sarayı” (XVIII əsr) və s. böyük əhəmiyyət kəsb edir (Mirzə Mürsəlov, 2009).

Qarabağ bölgəsinin turist profilini aşağıdakı kimi qiymətləndirə bilərik:

1. Azərbaycanda yaşayan təbiət həvəskarları;

2. İrandan gələn azərbaycanlı turistlər;
3. Türkiyədən gələn Azərbaycanlı turistlər;
4. Azərbaycanda işləyən əcnəbilər;
5. Xaricdə olan diaspora nümayəndələrimiz;
6. Tarixi abidləri ziyarət etmək istəyənlər;
7. 30 illik həsrətə son qoyanların Qarabağ marağı (gəlmək, görmək istəyi)

(<https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensial-var-1618693035>)

Qarabağ hər zaman özünün təbiət mənzərələri, çoxlu sayda tarixi abidələri, müalicəvi suları, gəzməli-görməli yerləri, bir sözlə desək, istirahət etməli əraziləri ilə turizm bölgəsi kimi tanınırdı. Həmin dövrlər əhəmiyyətli marşrutlar içərisində çox populyar olmuş Qarabağ hamıya bəlli idi. Bu bölgədə həmçinin dini turizm, ekoloji turizm, aqroturizm və digər turizm növləri üçün əlverişli imkanlar mövcud olmuşdur. Bir neçə illər ərzində işğal altında olduğundan dolayı Qarabağ 2020-ci il noyabrın 10-da işğaldan azad olunana qədər bütün proseslərdən geridə qalmışdır. Bir neçə il işğal altında olan bu torpaqlar, ilin bütün fəsillərində öz gözəl təbiəti, təmiz və saf havası, müalicəvi suları və qədim dövrlərə xas tarixi abidələri ilə məşhurdur. 2020-ci il Noyabr ayının 10-da Prezident İlham Əliyevin işğaldan azad olunma haqqında elanı bildirdikdən sonra, çox fərəhləndirici haldır ki, Qarabağda turizmin yaradılmasına və inkişafına xüsusi diqqət yetirilir.

Ekspertlər bildirirlər ki, əvvəlkindən daha gözəl və turizmə yararlı yerlərimiz var. (<https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensial-var-1618693035>)

Xüsusən də Qarabağı gözü sayılan Şuşa şəhəri turizm yaradılması və inkişaf etdirilməsi baxımından çox böyük potensiala malikdir. Burada “Pənahəli xanın sarayı”, “Yuxarı Gövhər ağa məscidi”, “Aşağı Gövhər ağa məscidi”, “Xurşidbanu Natəvanın evi”, “Molla Pənah Vaqifin məqbərəsi”, “Şuşa mağara düşərgəsi”, “Şuşa qalası” kimi tarixi abidələr həmçinin muzeylər xüsusi diqqət çəkir.

Abidələr mənfur düşmənlər tərəfindən dağıdılmasına baxmayaraq, Prezidentimizin fərmanı və sərəncamları ilə bu şəhərlərdə bərpa işlərinə başlanılıb.

Tarixi, saqlamlıq və mädəni turizm üçün də böyük imkanlara malik olan Şuşada Turşsu yaylaqları, Səkili bulağı, İsa bulağı, Şəmilin bulağı, Cıdır düzü və s.kimi turizm potensialı var. Saqlamlıq turizminin inkişafı üçün Turşsu şəfalı və müalicəvi suyu perspektiv yaradır. Bu şəhər həmçinin xalçaçılıq mərkəzi kimi tanınır. (<https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensialı-var-1618693035>)

Elə dövlət başçımızın da dəfələrlə qeyd etdiyi kimi : “Qarabağın çox zəngin turizm potensialı mövcuddur. Məhz bu səbəbdən indidən turizm marşrutları işlənilib hazırlanmalıdır ki, artıq həyat bu bölgəyə qayıdandan sonra uzun müddət keçmədən turizm sektoru da inkişaf etməsinə zəmin yaratsın. Artıq beynəlxalq turizm sərgilərində - pandemiyaadan sonra bu sərgilər bərpa ediləcək. Qarabağın turizm potensialı, turizm marşrutları, tarixi abidələri göstərilməlidir ki, biz bu bölgəni, doğrudan da, dünya üçün çox cəlbedici bölgə kimi təqdim edək. Nəzərə alsaq ki, Qarabağ bölgəsinin çox zəngin, füsunkar, təkrarolunmaz təbiəti və tarixi abidələri var, əminəm, Azərbaycanın əsas turizm zonasının birinə çevriləcək”(2021-ci ildə sosial-iqtisadi inkişaf yekunlarına dair videokonfransdan).

Təbii ki prezidentimizin tapşırığına əsasən, bu bölgələrdə turizmin yaradılması inkişaf edilməsi üçün strategiya hazırlanıb. Həmçinin bu strategiyada turizm infrastrukturunun qurulması da ön plandadır.

Önümüzdəki illərdə “Füzuli-Xocavənd-Şuşa-Laçın”, “Füzuli-Cəbrayıl-Zəngilan”, “Zəngilan-Qubadlı-Kəlbəcər-Laçın”, “Bərdə-Ağdam” istiqamətlərində turizm marşrutlarının təşkil olunma planı da gündəmədədir. Həmin regionlardan xüsusi qiymətləndirilən Şuşa Prezidentimizin qərarı ilə Azərbaycanın Mədəniyyət Paytaxtı elan edildi. Şuşa şəhərində mädəni tədbirlərin təşkili, festivallar, turizm məhsullarının təqdimi, beynəlxalq sərgilərin və digər mädəni-kütləvi görüşlərin keçirilməsi ən vacib planlardandır. Laçın-Kəlbəcər, Qubadlı-Zəngilanda isə təbiət, qış və saqlamlıq turizmin inkişafı məqsədəuyğundur. Füzulidə, Ağdamda, Cəbrayılda isə bəzi tikililər turistlər üçün qorunub-saxlanılacaq, səbəb olaraq isə dağıdılmış, qırılmış mädəniyyət abidələri və müəssisələri və işğalın nəticələrini göstərmək olacaqdır. Ona görə ki, turizmin yaradılması və inkişafından savayı, onun siyasi

təbliğatı da önəmli bir haldır. (<https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensial-i-var-1618693035>)

Tək Şuşada deyil, Qarabağın digər bölgələri istiqamətində də turist axını üçün əlverişli coğrafi şərait mövcuddu və bundan turizmin inkişafı üçün perspektiv istifadə etmək olar. Xudafərin körpüsü vasitəsilə İrandan, Naxçıvan istiqamətindən isə Türkiyədən olan turistlərin gəlməsi gözləntiləri mövcuddur. Yəni bu bölgələrə 2 istiqamətdə axın gözlənilir.

Həm dövlət, həm özəl sektor sayəsində Qarabağda turizmin inkişafı üçün yeni marşrutlar yaradılır. Dünya səviyyəsində yeni standartlarına uyğun magistral yollar çəkilir, beynəlxalq hava limanlar tikilir. Bu ərazilər dağlıq ərazi olduğuna görə dağ və alpinizm turizmi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bundan başqa, gəzintilər, aktiv və ekstremal turizmin inkişafı üçün biri-birindən maraqlı layihələr işlənib.

Zəngilanda çox sayda termal su mənbələri var. Burada həmçinin tarixi və dini abidələr, çinar meşələri də mövcuddur. bütünü bunları nəzərə alaraq demək olar ki, təbiətinin zənginliyinə görə Qarabağın gələcəyi daha çox ekoturizmlə bağlı ola bilər. Bundan səmərəli istifadə olunduğu halda, Bölgə dünyada ən mühüm ekoloji cəhətdən inkişaf etmiş turizm məkanlarından birinə çevrilə bilər.

Xudafərin körpüsü, Azıx mağarası isə gələcəkdə ən tanınmış turist marşrutlarındandır. Hal-hazırda bəzi mədəni-tarixi abidələrimiz dağılsa da, onlar bərpa olunacaq və gələcəkdə turizmdə önəmli yer tutacaqdır və buraya turların təşkili reallaşacaqdır. Azərbaycan Respublikasına daxil olmaq üçün isə Qars-İqdir-Naxçıvan marşrutu yaradılması nəzərdə tutulmuşdur. İran Respublikası ərazisindən ölkəmizə dəmir yolu xəttinin çəkilməsi də nəzərdə tutulmuşdur. bu prosesdən sonra isə tur paketinin maya dəyəri də aşağı düşdüyünə görə qiymət də aşağı düşəcəkdir və turistlərin artımı müşahidə olunacaqdır. (<https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensial-i-var-1618693035>)

Həmçinin Qarabağ regionunda ümumi plana uyğun şəkildə aparılan bu böyük tikinti və həmçinin də quruculuq işləri bu regionun daha çeşidli turizm xidmətləri göstərməsinə səbəb olacaqdır. Cari vəziyyətdə əsasən diqqət isə Qarabağın turizm

potensialının inkişafına yönəldilmişdir. Bütün dünya ölkələrində Azərbaycanın turizm potensialının təbliği aparılacaq və bu prosesi daha da sürətləndirəcək.

Hal-hazırda ölkə vətəndaşlarımızın həmin ərazilərə səfəri mövcuddur. Vətəndaşların həsrətində qaldıqları yerləri gəzmək, görmək, oranın havasını almaq istəyi çoxdur. Ölkə vətəndaşlarımızdan sonra isə ikinci növbədə, xaricdə yaşayan azərbaycanlılar və Azərbaycan diasporu nümayəndələridir. On milyondan çox əhali Şuşanı görmək, gəzmək, oralara səyahət etmək istəyir. Elə bunlar turizmin inkişafına öz töhfəsini verəcəkdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Son 30 il ərzində işğal altında olduğundan dolayı, yararsız vəziyyətə salınmış torpaqlarımız, son 2 ildə Prezidentimizin sərəncamı ilə xüsusi diqqət ayrılmış və bu torpaqlarda turizm şəraiti üçün bütün imkanlar yaradılmağa başlamışdır. Lakin qeyd olunduğu kimi, uzun illərdir ki, bu bölgənin bütün infrastrukturunun dağıdılması, hədsiz dərəcədə zərərə səbəb olmuşdur ki, bunun nəticələrinə əsasən deyə bilərik ki, Qarabağda turizm-rekreasiya bölgəsinin yaradılması və onun inkişafı üçün xarici investorların cəlbi mütləqdir. Eyni zamanda buradakı potensialdan istifadə etməklə, bu bölgəyə turistlərin cəlbi də eyni zamanda gündəmdədir.

Araşdırma zamanı həmçinin bəlli oldu ki, bu bölgədə kifayət qədər kadr çatışmazlığı, otellərin sayının çox az olması, və ümumiyyətlə buraya turistlərin axını üçün tam şəraitin olmaması da buraya kifayət qədər maddi vəsaitin ayrılmasını gündəmdə tutur.

Bütün ölkələrin nümayəndələrinin, xaricdə yaşayan azərbaycanlıların və ən əsası isə ölkəmizdə olan vətəndaşların Qarabağı gedib görmə istəyi zəmin yaradır ki, burada otellər yaradılsın, buraya yolların bərpası tamamlansın, bölgədə restoran və kafelərin sayı artırılınsın, abidələrin hər biri bərpa olunsun, turların sayı artırılınsın, turistlərin orada qala bilməsi üçün otelləri beşulduzlu otellər səviyyəsinə gətirilsin.

Bu bölgəyə cəlb olunan kadrlar xüsusi təlim keçmiş və ya müəyyən təlimlər üçün xaricə göndərilmiş kadrlar olmalıdır ki, bu zaman oraya turist axınını artırmaq olar.

Bölgədəki infratstrukturu tamamilə dəyişmək və turizm zonası üçün kifayət qədər yararlı etmək də əsas şərtlərdən biridir. Yararsız vəziyyətə düşmüş infrastrukturun yenidən qurulması şərtidir. Bu işlərə başlanılsa da tamamlanmadığı üçün oraya turizm cəlbi tam olaraq həyata keçirilmir.

Təkliflər:

-Bölgədə otellərin sayı olduqca az olduğu üçün otellərin sayını artırmaq və otelləri beşulduzlu otel səviyyəsinə gətirmək;

- Bölgədəki turizm potensialından istifadə etməklə turizm tədbirlər planı hazırlamaq;

- Xalçaları ilə məşhur olan bu bölgədə xalçaçılığını yenidən inkişaf etdirmək;
- Bölgənin reklamı məqsədilə bütün sosial şəbəkələrdə təbliğ etmək (SMM xidməti);

- Bölgədə olan bütün tarixi abidələri bərpa etdirərək , turist axınına yol açmaq.

Bütün bu sadalananları etmək, Qarabağın inkişafına və Azərbaycanda da həm maddi rifahın yaxşılaşdırılmasına həm də yeni potensialların cəlb olunmasına şərait yaradacaqdır.

İSDİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”, Bakı, 2016.
2. “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Qanunvericiliyi toplusu”. 2011.
3. “Azərbaycan regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının Dövlət Proqramı”, 2004.
4. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”.
5. “Azərbaycanda turizm və xidmətlər. Statistik məcmuə. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi”, 2014.
6. Abasova S.H. (2003). “Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdə turizm sahəsinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi”. Azərbaycan iqtisadiyyatı yüksəliş yolunda-məqalələr toplusu, AMEA İqtisadiyyat institutu.
7. Abasova S.H., Muradov Ş.M. (2007). “Azərbaycanda turizmin inkişafı və məşğulluğun təminatı problemlərinin həlli, AMEA Xəbərləri-İqtisadiyyat (humanitar və ictimai elmlər seriyası)”. Bakı, “Elm”.
8. Abadov M. (2014). “Azərbaycanın turizmi və onun inkişaf problemləri”. Bakı, “Şərq-Qərb”, 248 səh.
9. Bilalov B.Ə. (2015), “Turizmin menecmenti”, Bakı, “Elm və Təhsil”.
10. Bilalov B.Ə., Gülləliyev Ç.G. (2015), “Turizmin Əsasları”. Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 496 səh.
11. Cabbarov A. “Azərbaycan Respublikası Regionlarının Sosial-iqtisadi İnkişafı Dövlət Proqramı”, 2004.
12. Eminov Z. (2002). “Azərbaycanın fiziki və iqtisadi coğrafiyası”. Bakı, Azərbaycan Qarağac Akademiyası Coğrafiya İnstitutu.
13. Əlirzayev Ə.Q. (2011). “Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi”. Bakı, 493 səh.

14. Əlirzayev Ə.Q. (2006). "Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri". Bakı, "Adiloğlu", 164 səh.
15. Həsənov A.N. (2012). "Azərbaycanın təbii turist resursları". Xidmət artı.. № 3.
16. Həsənov A.N. (2012). "Azərbaycanda regional turizmin inkişafı: problemlər, perspektivlər". Bakı, 368 səh.
17. Hüseyinov İ.M., Əfəndiyeva N.A. (2017). "Turizmin əsasları", Bakı, "Elm" 456 səh.
18. Hüseyinov S.M., Zəngin E.F. (2013). "Rekreasiya-turizm ehtiyatları", konfrans materialları. Bakı, "Elmi", 234 səh.
19. Hüseyinov İ., Əfəndiyeva N. (2007). "Turizmin Əsasları". Bakı, "Mars-Print" nəşriyyat, 442 səh.
20. Məmmədzadə M., "Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsində turizmin rolu və əhəmiyyəti". Təhsil problemləri qəzeti., 2007, № 03-04, B.
21. Mirzayev A. (2016). "Azərbaycanda turizm potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri".
22. "Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı", 2018-2022.
23. Nuriyev F., "Azərbaycan Böyük Turizm Potensialına Malikdir", Ülfət Qəzeti, 2005, 35 səh.
24. Növresli T. (2010). "İnkişaf məqsədilə Azərbaycanın turizm potensialının qiymətləndirilməsi". Dokuz Eylül Universiteti, Sosial Elmlər İnstitutu, çap olunmamış doktorluq dissertasiyası.
25. Səfərov R., Həsənov T. "Azərbaycanın turizm potensialı və turizm fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi". Türk Araşdırmaları Jurnalı, 2006
26. Soltanova H. (2015). "Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı". Bakı, "AzTU" nəşriyyat, 475 səh.
27. Hüseyinov S.M., Zəngin E.F. (2008). "Azərbaycanda Turizm", Elmi Konfrans Materialları, Bakı

İngilis dilində

1. Becker S.G. (2014). "Tourism and Economics", London.
2. Charles P.R., Goeldner M.R (2002). "Tourism". London.
3. Crouch C.A (2000). "Tourism and its societal prosperity". London.
4. Muhanna E. (2006). "Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries", Problems and Perspectives in Management.
5. Jackson M.D. (2012). "Economy: Understanding the Economics of Tourism", University of Hawaii Press. Honolulu.
6. Həsənlı Y., Baizakov S., Salihova S. (2019). "Assessment of the impact of tourism sector on the economy of Azerbaijan, kazakhstan and iran using input-output models."
7. Kozak M., Rimmington M. "Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination". Journal of Travel Research, 2000
8. Tourism and recreation in the xx1 century: problems and prospects, 2019.
9. UNWTO Tourism highlights, 2015 Edition (World's Top Tourism Destinations).
10. "World Travel agency and Tourism Council" (2015) Economic Impact. Azerbaijan.
11. "World Travel and Tourism AA+" (2014). Azerbaijan.

Rus dilində

1. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес /Серия «Учебники, учебные пособия». Ростов н/Д.: «Феникс», 2003.
2. Гаджиева Л.А. (2017) Туризм в Азербайджане: статистический анализ и перспективы развития рынка. Экономика и предпринимательство, М., №3.
3. И.Т.Балабанов, А.И. Балабанов (2003). Экономика туризма. М.
4. Зализняк Е.А. (2011) Региональный туризм: основные признаки и условия развития. Вестник Волгоградского Государственного Университета.

Türk dilində

1. Gökhan E. (2015). “Turizm ekonomisi”. Bartın Üniversitesi
2. Eralp Z. (2007). “Genel Turizm”. Ankara Üniversitesi Basın-Yüksek Okulu Yayınları. Ankara.
3. Yağcı Ö. (2003). “Turizm Ekonomisi”. Detay Yay. Ankara, 234 s.

İnternet resursları

1. <https://sia.az/az/news/tourism/844259.html>
2. <https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/qarabagin-dunyani-heyran-edecek-zengin-turizm-potensial-i-var-1618693035>
3. <https://ikisahil.az/post/239986-choxshaxeli-turizm-potensial-i-qarabagin-shohretini-daha-da-artiracaq>
4. <https://sputnik.az/20201009/Qarabagin-geleceyi-daha-cox-ekoturizm-bagli-olacaq-Samir-Dubendi-425152418.html>
5. <https://mediaktiv.az/gund%C9%99m/az%C9%99rbaycanin-isgal-olunmus-erazil%C9%99rinin-turizm-potensial-i/>
6. <http://atesh.az/qarabag/7448-qarabagi-qafqazin-en-boyuk-turizm-mekanina-chevirmek-olar-arashdirma.html>
7. <https://fed.az/az/turizm/quotqarabagda-turizmin-novleri-ucun-genis-imkanlar-varquot-93090>
8. <http://serqqapisi.az/index.php/humanitar/m-d-niyy-t/28655-ishghal-sonras-garabagh-igtisadiyyat-vae-turizmin-inkishaf.html>
9. <http://www.tursab.org.tr-turizmin-iqtisadiyyatdakı-yeri>
10. <https://www.academia.edu-ölkələr-üçün-turizmin-mahiyyəti>
11. <http://www.tuyed.org.tr/turizmin-ekonomiye-katkisi-100-sayfalikkitapta-anlatiliyor/>
12. <http://www.goktepe.net/turizmin-cesitlialanlardaki-faydalari-ve-ekonomiye-etkisi.html>
13. <https://tothostel.ru/az/schengen/osobyeturistichekieskony-turistskie-regiony-i-zony-gornolyzhnyi-kurort-v/>

14. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>
15. <http://interfax.az>
16. <https://iqtisadiislahat.org>
17. <https://tourism.gov.az>
18. <https://www.azerbaijans.com>
19. <https://www.stat.gov.az>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Turizmin ölkələr üzrə inkişafı	14
Cədvəl 2 : BMÜTT-nin 2014-cü il hesabatı	18
Cədvəl 3: BMÜTT-nin 2014-cü il hesabatı	18
Cədvəl 4: Mülkiyyət üzrə müəssisələrin dinamikaası.....	19
Cədvəl 5: Lənkəranda turizmin mövcud vəziyyəti.....	27
Cədvəl 6. Azərbaycanın turizm sahəsində əməkdaşlıq müqavilələri.....	32
Cədvəl 7. Azərbaycan turizminin inkişafı.....	32
Cədvəl 8. Azərbaycana gələn turist sayı (2003-2010)	33
Cədvəl 9. İllər üzrə Dollar-Manat Məzənnələri.....	38
Cədvəl 10. Azərbaycanın turizmdən illik gəlirləri (min dollar).....	40
Cədvəl 11. Azərbaycana səyahət məqsədi ilə gələn turistlərin sayı (min nəfər).....	41
Cədvəl 12: Səyahət məqsədi ilə xaricə gedən turistlərin sayı (min nəfər).....	42
Cədvəl 13. Səyahət agentlikləri və turoperatorların gəlir və xərcləri.....	44
Cədvəl 14. Əsas Komponent Faktor Təhlili Nəticəsi.....	46
Cədvəl 15. İşğal nəticəsində köçkün düşmüş Azərbaycan vətəndaşlarının sayı.....	54
Cədvəl 16. Müharibə və işğal nəticəsində zədələnmiş qurum-təşkilat və sistem.....	55

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Turizmin iqtisadi cəhətdən anlamı.....	12
Sxem 2: Turizmin inkişafı istiqamətləri.....	13
Sxem 3: Meyarlara görə turizmin növləri.....	16
Sxem 4: Resurs təminatları.....	20
Sxem 5: Turist bölgələrinin prinsipləri.....	23
Sxem 6: Qarabağ turistik bölgəsinin GZİT analizi.....	56

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Azərbaycana gələn turist sayı aylar üzrə %-lə göstərici (2021).....	35
Qrafik 2. Azərbaycana gələn ölkələr üzrə turist sayı (2021)	36
Qrafik 3. AR vətəndaşlarının istifadə etdiyi nəqliyyat nisbəti (2021).....	37