

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“DÜNYA TURİZM BAZARINDA AZƏRBAYCANIN YERİ”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İsmayılov Məmməd Əmir oğlu

BAKİ – 2022

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

BMDM-in direktoru

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

_____ **imza**

“ _____ ” _____ **20__-ci il**

“DÜNYA TURİZM BAZARINDA AZƏRBAYCANIN YERİ”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404-İqtisadiyyat

İxtisaslaşma: Turizmin iqtisadiyyatı

Qrup: 86

Magistrant:

İsmayılov Məmməd Əmir oğlu

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

s.ü.f.d., dos. Növrəsli Tərlan Növrəs oğlu

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

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

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

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

_____ **imza**

BAKİ – 2022

Elm andı

Mən, İsmayılov Məmməd Əmir oğlu and içirəm ki, “Dünya turizm bazarında Azərbaycanın yeri” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

DÜNYA TURİZM BAZARINDA AZƏRBAYCANIN YERİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: Bu gün turizm sektorunun əhəmiyyətini artıran əsas amillərin başında məşğulluğu artırmaq, ölkəyə gəlir gətirmək, “açıq hava zavodu”, “ekoloji təmiz sənaye” və “bacasız fabrik” adları ilə davamlı iqtisadi inkişafa töhfə vermək, dünya sülhünə töhfə vermək və dəyişənlərin lokomotivi olmaq gəlir. Digər tərəfdən, iqtisadiyyatın dəyişən siması ilə turizmin dünyanın iqtisadi aspektinə əks olunması artmağa başladı. Bilik iqtisadiyyatının yayılması bu prosesi asanlaşdırdı. Bilik iqtisadiyyatı üçün müxtəlif təriflər olsa da, bu anlayışın daha çox kontinental Avropada iqtisadi fəaliyyət sənayesi kimi ifadə edildiyi görünür.

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın məqsədi ölkəmizin dünya turizm bazarında yerinin müəyyənləşdirilməsi təşkil edir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Tədqiqatın aparılmasında sorğu və analiz-sintez metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın məlumat bazasını əsasən turizm sahəsində yazılmış məqalələr, Dünya Turizm Təşkilatının hesabatları, xarici və yerli tədqiqatçıların əsərləri, dərslər vəsaitləri, monoqrafiyalar, elmi işlər, statistik göstəricilər, konfrans materialları və s. təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın əsas məhdudiyyəti ölkə üzrə xüsusi karantin rejiminin davam etməsidir. Eləcə də, Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin təqdim etdiyi məlumatlar yetərsiz hesab edilir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Tədqiqat sahəsi olan Azərbaycanda turizm fəaliyyəti tarixi prosesdə çoxlu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Xüsusilə Ermənistanın Qarabağı işğal etdiyi və müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə iqtisadi darboğazlar və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turistlərin sayında müəyyən dalğalanmalar müşahidə olunurdu.

Nəticələrin istifadə olunma biləcəyi sahələr: Əldə edilən nəticələr turizm sahəsi üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələr tərəfindən istifadə edilə bilər. Həmçinin tədqiqat mövzusu turizm sahəsində aparılan tədqiqatlar üçün mənbə rolunu oynaya, vəsait kimi istifadə edilə bilər.

Açar sözlər: turizm sektoru, daxili turizm, dünya bazarı, iqtisadi təsir

THE PLACE OF AZERBAIJAN IN THE WORLD TOURISM MARKET

SUMMARY

The actuality of the subject: Today, the main factors that increase the importance of the tourism sector are increasing employment, bringing income to the country, contributing to sustainable economic development under the names of "outdoor plant", "environmentally friendly industry" and "chimneyless factory", contributing to world peace and being a locomotive of change. On the other hand, with the changing face of the economy, the reflection of tourism in the world economic aspect has begun to increase. The spread of the knowledge economy has facilitated this process. Although there are different definitions for the knowledge economy, this concept is seen more as an industry of economic activity in continental Europe.

Purpose and tasks of the research: The purpose of the study is to determine the place of our country in the world tourism market.

Used research methods: Inquiry and analysis-synthesis methods were used in the research.

The information base of the research: The research database consists mainly of articles written in the field of tourism, reports of the World Tourism Organization, works of foreign and local researchers, textbooks, monographs, scientific works, statistics, conference materials, etc. contane.

Restrictions of research: The main limitation of the study is the continuation of a special quarantine regime in the country. Also, the information provided by the Azerbaijan State Tourism Agency is considered insufficient.

The novelty and practical results of investigation: Tourism activity in Azerbaijan, which is a research area, has undergone many changes in the historical process. Especially in the first years of Armenia's occupation of Karabakh and independence, there were certain fluctuations in tourism activity and the number of tourists due to economic bottlenecks and socio-economic problems.

Scientific-practical significance of results: The obtained results can be used by enterprises operating in the field of tourism. The research topic can also be used as a resource for research in the field of tourism.

Keywords: tourism sector, domestic tourism, world market, economic impact

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	7
I FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFI VƏ DÜNYA TURİZM BAZARININ NƏZƏRİ TƏDQIQI	11
1.1. Dünya turizm bazarının müasir vəziyyəti və strateji yanaşma	11
1.2. Dünya turizm sənayesinin inkişaf mərhələlərinə iqtisadi baxış	23
1.3. Azərbaycan turizm xidmətlərinin inkişafında problemlər	26
II FƏSİL. AZƏRBAYCAN TURİZM SƏNAYESİNİN DÜNYA TURİZM BAZARINDA YERİNİN TƏHLİLİ	33
2.1. Azərbaycanın dünya turizm bazarında iştirakını təmin edən turizm növləri.....	33
2.2. Azərbaycanın dünya turizm bazarında yerinin əsas xüsusiyyətləri və mövcud vəziyyəti	37
2.3. Azərbaycanın dünya turizm bazarında rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi yolları	43
III FƏSİL. DÜNYA TURİZM BAZARINDA AZƏRBAYCANIN YERİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ	53
3.1. Dünya turizm bazarında Azərbaycan turizm sənayesinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi.....	53
3.2. Azərbaycanda turizmin dünya səviyyəsində inkişafında qarşılaşılan problemlər	55
3.3. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında turizmin yeri və ölkə iqtisadiyyatına təsirləri	57
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	64
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	66
Cədvəllərin siyahısı	70
Qrafiklərin siyahısı	70

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Turizm sektoru keçmişdən bu günə həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrin sıx marağına səbəb olan sektor olma xüsusiyyətini hələ də qoruyub saxlayır. Bunun ən əsas səbəbi dünyada sürətlə inkişaf edən sahələrdən biri olmasıdır. Bu vəziyyət turizm sektorunun milli iqtisadiyyatlara verdiyi töhfəni önə çıxarmış və Dünya Turizm Təşkilatının 2020-ci ildə dünya turizm gəlirinin 2 trilyon dollar olacağı təxmininin təsiri ilə hər bir ölkənin bundan pay almaq üçün mübarizə aparmasına səbəb olmuşdur. turizm təklifi potensialına mütənasib olaraq paylarını artırmalı və ya artırmalıdır.

Turizm sektorunu inkişaf etdirməklə ölkələrin nail olmaq istədikləri hədəf inkişaf səviyyəsinə görə fərqlənə bilər. İnkişaf etmiş ölkələr turizm sektorunun gəlir təsirindən faydalanmağa çalışarkən, inkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etməmiş ölkələr bu sektorun gücündən valyuta qazanc əldə etmək və yeni iş imkanları yaratmaq istəyirlər. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ixrac imkanları daha çox aralıq və investisiya mallarının idxalından asılı olduğundan, turizm sektoru bu idxal üçün tələb olunan valyutanın qazanılmasında mühüm yardım kimi qiymətləndirilir.

Bu gün turizm sektorunun əhəmiyyətini artıran əsas amillərin başında məşğulluğu artırmaq, ölkəyə gəlir gətirmək, “açıq hava zavodu”, “ekoloji təmiz sənaye” və “bacasız fabrik” adları ilə davamlı iqtisadi inkişafa töhfə vermək, dünya sülhünə töhfə vermək və dəyişənlərin lokomotivi olmaq gəlir.

Digər tərəfdən, iqtisadiyyatın dəyişən siması ilə turizmin dünyanın iqtisadi aspektinə əks olunması artmağa başladı. Bilik iqtisadiyyatının yayılması bu prosesi asanlaşdırdı. Bilik iqtisadiyyatı üçün müxtəlif təriflər olsa da, bu anlayışın daha çox kontinental Avropada iqtisadi fəaliyyət sənayesi kimi ifadə edildiyi görülür.

Azərbaycanın bir çox rayon və rayonları turizm potensialı baxımından çox mühüm xüsusiyyətlərə malikdir. Xüsusilə Abşeron yarımadasının şimal hissəsi və Xəzər dənizinin sahilləri, eləcə də Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzü, Mərkəzi və Qərb bölgələri daha yüksək turizm potensialına malikdir.

Bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanın xüsusilə son illərdə beynəlxalq turizmdən daha çox pay almaq üçün böyük səylər göstərməsinin əsas səbəbi turizmin bir tərəfdən milli iqtisadiyyatın inkişafına verdiyi böyük töhfədir. digər tərəfdən sosial rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi.

Azərbaycanda turizm fəaliyyəti tarixi prosesdə çoxlu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Xüsusilə Ermənistanın Qarabağı işğal etdiyi və müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə iqtisadi darboğazlar və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turistlərin sayında müəyyən dalğalanmalar müşahidə olunurdu. Təbii ki, bunda bir çox ölkələrdəki müharibə vəziyyəti rol oynadı. Belə ki, bu dövrlərdə ölkəyə gələn turistlərin sayının dəyişməsi turizm sektoruna ciddi təsir göstərmişdir. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var. Azərbaycanda turizm fəaliyyəti əsasən istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Dünya turizm bazarında ölkələrin yeri turizm sahəsi üzrə tədqiq olunan əsas araşdırma mövzularından biridir. Bu tədqiqat mövzusu müxtəlif illər müxtəlif yerli və xarici alimlər, tədqiqatçılar tərəfindən araşdırılmışdır. Bunun əsas səbəbi isə turizmin ölkə iqtisadiyyatına göstərdiyi əsaslı təsir və nəticələrinin olmasıdır. Belə ki, bəzi ölkələrin iqtisadiyyatı məhz turizm sahəsindən əldə edilən gəlirlərdən aslı olaraq formalaşır.

Sözügedən tədqiqat mövzusu D. Buhalis (2018), S. Gössling (2020), D. Scott (2020), C.M. Hall (2018), J. Neidhardt (2020), W. Worndl (2012), M. Sigala (2020), L. Dwyer (2019), D.C. Edwards, N. Mistilis, C. Roman, N. Scott (2016), Y. Yang (2019), H. Zhang (2019), X. Chen (2019), M. Karataş (2016), S. Babür (2013), T. Növrəsli (2015), Əliyev İ. (2014), Əhmədov A. (2016) və digər tədqiqatçılar tərəfindən müxtəlif illərdə tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqatın məqsədi ölkəmizin dünya turizm bazarında yerinin müəyyənləşdirilməsi təşkil edir. Bu məqsədə nail olmaq üçün bir sıra vəzifələr irəli sürülmüşdür:

- Dünya turizm bazarının müasir vəziyyəti və strateji yanaşma;
- Dünya turizm sənayesinin inkişaf mərhələlərinə iqtisadi baxış;
- Azərbaycan turizm xidmətlərinin inkişafında problemlər;
- Azərbaycanın dünya turizm bazarında iştirakını təmin edən turizm növləri;
- Azərbaycanın dünya turizm bazarında yerinin əsas xüsusiyyətləri və mövcud vəziyyəti;
- Azərbaycanın dünya turizm bazarında rəqabətqabiliyyətiliyinin yüksəldilməsi yolları;
- Dünya turizm bazarında Azərbaycan turizm sənayesinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi;
- Azərbaycanın turizm məhsulunun dünya turizm bazarına tətbiqi problemləri;
- Dünya turizm bazarında iştirakın Azərbaycan iqtisadiyyatına təsirlərinin təhlili.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Araşdırmanın obyektı Azərbaycan Respublikası, predmeti isə turizm sənaye sahəsidir.

Tədqiqat metodları: Tədqiqatın aparılmasında sorğu və analiz-sintez metodlarından istifadə edilmişdir. Sorğu daxili turizmin dəyərləndirilməsi məqsədilə ölkə vətəndaşları arasında keçirilmiş və müəllif tərəfindən təhlillər aparılmışdır.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın məlumat bazasını əsasən turizm sahəsində yazılmış məqalələr, Dünya Turizm Təşkilatının hesabatları, xarici və yerli tədqiqatçıların əsərləri, dərslər vəsaitləri, monoqrafiyalar, elmi işlər, statistik göstəricilər, konfrans materialları və s. təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın əsas məhdudiyyəti ölkə üzrə xüsusi karantin rejiminin davam etməsidir. Eləcə də, Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin təqdim etdiyi məlumatlar yetərsiz hesab edilir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqat sahəsi olan Azərbaycanda turizm fəaliyyəti tarixi prosesdə çoxlu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Xüsusilə Ermənistanın Qarabağı işğal etdiyi və müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə iqtisadi darboğazlar və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turistlərin sayında müəyyən

dalğalanmalar müşahidə olunurdu. Təbii ki, bunda bir çox ölkələrdəki müharibə vəziyyəti rol oynadı. Belə ki, bu dövrlərdə ölkəyə gələn turistlərin sayının dəyişməsi turizm sektoruna ciddi təsir göstərmişdir. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var. Azərbaycanda turizm fəaliyyəti əsasən istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir. Bu nəticə ilə ölkədə daxili turizmin üstünlük təşkil etdiyini və sahil-dəniz turizmi və spa turizminin üstünlük təşkil etdiyini görə bilərik. Bundan başqa ölkəmizin yüksək relyefindəki bəzi dağlıq ərazilər dağ, eləcə də ov turizmi baxımından yüksək potensiala malikdir və yeni investisiyaların yatırılmasını gözləyir.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Əldə edilən nəticələr turizm sahəsi üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələr tərəfindən istifadə edilə bilər. Həmçinin tədqiqat mövzusu turizm sahəsində aparılan tədqiqatlar üçün mənbə rolunu oynaya, vəsait kimi istifadə edilə bilər.

I FƏSİL. AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFI VƏ DÜNYA TURİZM BAZARININ NƏZƏRİ TƏDQIQI

1.1. Dünya turizm bazarının müasir vəziyyəti və strateji yanaşma

Latin dilində turizm: geri qayıtmaq, dolaşmaq mənasını verən tornus sözündən yaranıb. Qərbdə tornus sözü: Tur, turner et al. kimi sözlərlə ifadə olunur Turizm anlayışı daimi hərəkət mənasını verən bu ifadədən irəli gəlir, çünki turist hərəkəti yaşayış yerindən başlayır və bu başlanğıc nöqtəsində bitir. Hazırda işlətdiyimiz turizm sözü 19-cu əsrin birinci yarısında işlənməyə başlayıb (Türsab M., 2019).

Turizm: 1945-ci ildə aşağıdakı müşahidə ilə müəyyən edilir - Səyahətçilərin şəxsi davranışları ilə yanaşı, onları qarşılamaq və qəbul etməklə bu növ səyahəti asanlaşdıran bütün fəaliyyətlərdir (Naney H., 2015).

Turizm anlayışı dinamik və statik olaraq iki əsas elementdən ibarətdir.

- Səyahət və nəqliyyat vasitələrindən istifadə dinamik elementə daxildir. Səyahətin əsas şərtlərini həyata keçirərək yerini dəyişən turizm hadisəsidir.
- O, yerləşdirmə və köməkçi elementləri özündə birləşdirən statik elementdir. O, insanların yaşayış yerlərini tərk etdikdə faydalanacaqları biznesləri təmin edir.

Turizm anlayışı: Bir yerdə daimi və ya məskunlaşma məqsədi daşımamaq şərti ilə, ayrı-ayrı şəxslərin səyahəti və yerləşdirilməsi nəticəsində baş verən bütün fəaliyyətlər kimi ifadə edilir (Cooper A., 2015).

Turizm anlayışının yuxarıda qeyd etdiyimiz müxtəlif tərif və xüsusiyyətlərindən turizm sektorunun ümumi tərifini vermək olar. Turizm sektorunu belə müəyyən etmək olar; Bu, "turistlərin ehtiyaclarını ödəmək üçün istehsal olunan məhsul və xidmətlərin inkişafı, istehsalı və marketinqi ilə məşğul olan özəl və ya dövlət müəssisələrinin tərkibidir: səyahət, qidalanma, əyləncə, yerləşdirmə və s." (Goeldner R., 2013).

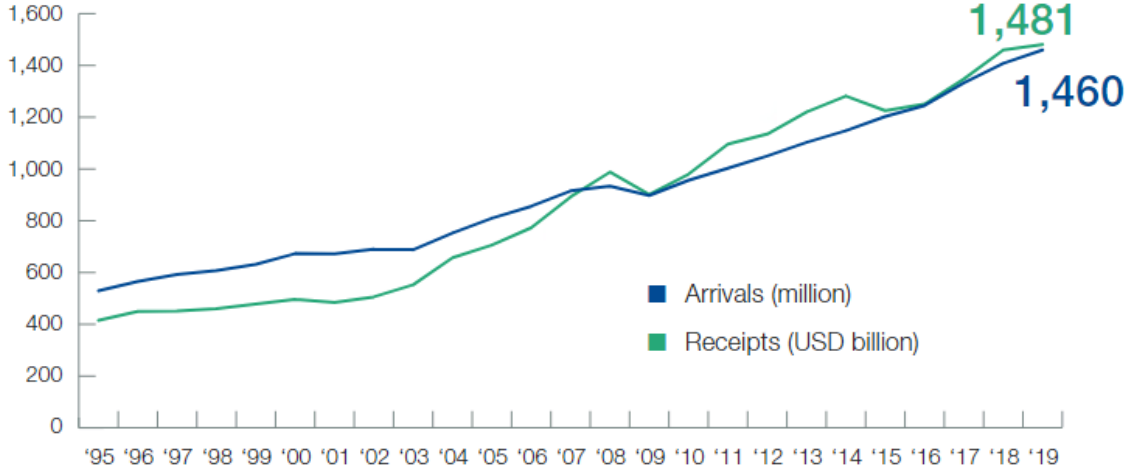
Turizm çox yönlü bir sözdür. Turizm cəmiyyətin inkişafı ilə formalaşır və istirahət ehtiyaclarını ödəmək və xidmətə olan tələbatı ödəmək yolu ilə genişlənən tələbat növünə daxil olur (Həsənov F., 2012).

Turizm sektoru bugünkü mənada 1950-ci illərdən sonra iqtisadi və sosial-mədəni əhəmiyyəti artan və inkişaf edən bir sektor olsa da, səyahətlər; Bəşəriyyətin ilk çağlarından bəri həmişə səyahət etmək və görmək, şəfa tapmaq, dini və ictimai fəaliyyətlərdə iştirak etmək olmuşdur. Turizm; fərdlər, siyasi və kommersiya məqsədlərindən asılı olmayaraq, istirahət, əyləncə, təhsil, sağlamlıq, zövq, maraq, idman, din, mədəniyyət və s. Buraya müəyyən bir müddət ərzində ayrı-ayrılıqda və ya qrup halında səbəblərə görə turizm sektorunun elementlərindən istifadə edərək gördükləri fəaliyyətlər daxildir (Başol A., 2012).

Məlumdur ki, tarixi prosesdə səyahət aktı bəşəriyyətin tarixi ilə birlikdə yaranmışdır. Zaman keçdikcə sivilizasiyaların inkişafı, cəmiyyətlərin zənginləşməsi, gərgin iş tempinin səbəb olduğu insanların istirahətə ehtiyacı, nəqliyyat vasitələrinin şaxələnməsi və çoxalması və onların sistemlərinin inkişafı, insanların asudə vaxtının artması nəticəsində insanların gündən-günə texnoloji inkişafı və təbii və tarixi dəyərlərin və gözəlliklərin dünyanın müxtəlif coğrafiyalarında tanınması. Sənaye sürətlə inkişaf etmişdir. 20-ci əsrdə turizm sektoru iqtisadi və sosial-mədəni aspektlər baxımından ölkələrin inkişafına ən böyük töhfəni verə bilmişdir (Önen C., 2018).

1950-ci ildə turizm fəaliyyətlərində 25 milyon insan iştirak edirdisə, bu rəqəm 2000-ci ildə 683 milyona, 2011-ci ildə isə 980 milyona çatmışdır. Qrafik 1-də dünya turistlərinin sayı və turizm gəlirləri haqqında məlumatlar verilmişdir.

Qrafik 1: Beynəlxalq turist gəlişləri (milyon) və turizm gəlirləri (milyard ABŞ dolları)



Mənbə: Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO), <https://www.unwto.org/content/commitment-signatory-azerbaijan-tourism-association> (2022)

Bu illər ərzində səyahət edənlərin sayında və turizm gəlirlərində artım olduğu görünür. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatına görə, əvvəlki illərdə olduğu kimi, 2020-ci ildə də dünya turizm gəlirlərində ən yüksək pay ABŞ-dır. Diqqətçəkən məqam; Azərbaycan sabit iqtisadi inkişafını qoruyub saxlamaq və heç bir mənfi xarici faktor olmaması şərti ilə turizm gəlirlərini hər il artıraraq məşğulluğa və iqtisadiyyata ciddi töhfə verir.

Bu gün turizm sektorunun əhəmiyyətini artıran əsas amillərin başında məşğulluğu artırmaq, ölkəyə gəlir gətirmək, “açıq hava zavodu”, “ekoloji təmiz sənaye” və “bacasız fabrik” adları ilə davamlı iqtisadi inkişafa töhfə vermək, dünya sülhünə töhfə vermək və dəyişənlərin lokomotivi olmaq gəlir.

Digər tərəfdən, iqtisadiyyatın dəyişən siması ilə turizmin dünyanın iqtisadi aspektinə əks olunması artmağa başladı. Bilik iqtisadiyyatının yayılması bu prosesi asanlaşdırdı. Bilik iqtisadiyyatı üçün müxtəlif təriflər olsa da, bu anlayışın daha çox kontinental Avropada iqtisadi fəaliyyət sənayesi kimi ifadə edildiyi görülür (Zagler, 2002). Məşhur beynəlxalq iqtisadçı Dominik Salvatorenin fikrincə, yeni iqtisadiyyat informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından (İKT) istifadənin sürətlə inkişaf etməsi və geniş vüsət alması deməkdir (Salvatore B., 2003). Yeni iqtisadiyyatı fərqli edən

ən mühüm cəhətlərdən biri onun texnologiya və innovasiya təşəbbüsləri üçün qaynaqlar təmin etməsidir (Akın İ., 2012). Qlobal iqtisadiyyat inkişaf etdikcə yeni iqtisadiyyatın bir çox tərifləri ortaya çıxır. Adı ilə bağlı ədəbiyyata nəzər saldıqda, hələ də tam bir konsensusun olmadığı görülsə də, yeni iqtisadiyyat anlayışına daha çox üstünlük verildiyi diqqəti çəkir (Özgüler G., 2013).

1990-cı illərin ortalarından etibarən informasiya texnologiyalarının təqdim etdiyi imkanlardan; İnternetin geniş yayılması ilə bütün sektorlardakı şirkətlər ondan intensiv şəkildə faydalanmağa başlayıb. Bu vəziyyət həm müəssisələr arasında münasibətlərdə, həm də müəssisədaxili münasibətlərdə və proseslərdə böyük dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Texnologiyada baş verən inkişaf və yeniliklər sayəsində sənaye yönümlü iqtisadi struktur biliyə əsaslanan iqtisadiyyata çevrilmişdir. Bilik iqtisadiyyatını digər iqtisadiyyatlardan və sənaye cəmiyyətindən fərqləndirən əsas fərq istehsal amilləri arasında biliyin birinci yerdə olması və informasiya sistemlərinin köməyi ilə biliklərin istehsalı və istifadəsinin artmasıdır (Koç Y., 1998; Özgüler A., 2003).

Turizm dolayı iqtisadi fayda verir. Çünki ev sahibi cəmiyyətdə mal və xidmətlərə olan tələbat turizmlə artır, böyük tələbat böyük bazar deməkdir. Buna görə də miqyas iqtisadiyyatı bir çox oğurluq və xidmətlər üçün aşağı qiymətlər deməkdir. Daha böyük bazarlarda daha çox firma var. Buna görə də gərgin rəqabət və daha çox variantlarla qarşılaşır. Turizmin inkişafı ideal, təyinat və ya müxtəlif bölgələrdə iqtisadi tarazlıq imkanları və gəlir artımına kömək edə bilər. Aztəminatlı kənd yerlərində turizmin inkişafı kənd yerlərində yaşayanlarla şəhərlərdə yaşayanlar arasında gəlir fərqi azaldacaq, əhalinin şəhərlərə miqrasiyası dayandırılacaqdır. Bu, digər tamamlayıcı sənayelərin inkişafı üçün katalizator ola bilər. Məsələn, turizmin inkişafı yerli ərzaq istehsalına əlavə tələbat yaratmaqla yerli kənd təsərrüfatını stimullaşdıracaq. Turist xərcləri geniş çeşiddə mal və xidmətlərə yayılır.

Yerləşdirmə, yemək və içki, nəqliyyat, rabitə, əyləncə xidmətləri alınır. Bu sikkələrə ev sahibi iqtisadiyyata bir inyeksiya kimi baxmaq olar. Bununla belə, turizm xərcləri iqtisadi təsir baxımından mənzərənin yalnız bir hissəsidir. İqtisadi təsirlərin

tam qiymətləndirilməsi üçün digər halları da nəzərə almaq lazımdır. Bunlar dolayı və induksiya edilmiş təsirlər, fürsət xərcləri və s.-dir (Özkek A., 2018).

Turizmin müsbət iqtisadi təsirləri

Turizmin müsbət iqtisadi təsirlərini aşağıdakı kimi seqmentləşdirə bilərik:

- Gəlir yaradan effekt
- Regionlar arası təsir
- Məşğulluğun yaradılmasına təsiri
- Ödəniş balansına təsiri
- Digər sektorlara təsir

Qeyd edilən müsbət təsirləri ətraflı açıqlayaq.

Gəlir yaradan effekt: Turizmin ən mühüm iqtisadi təsirlərindən biri onun gəlir gətirən təsiridir. Səyahət etdikləri ölkələrdə və ya bölgələrdə yaşayış, görmə, yemək və içki, nəqliyyat, alış-veriş, səyahət malları kimi səyahət ehtiyaclarını ödəmək üçün etdikləri xərclər iqtisadi gəlirin artmasına səbəb ola bilər (Bahar K., 2016).

İqtisadiyyatda gəlir inqilablarının yaratdığı birbaşa və dolayı təsirlər və turistlərin ilk xərclərinin yaratdığı birbaşa gəlir təsirləri də var. Ölkədə turizm xərcləri; istehlakçı və istehsalçı səviyyələrindəki hər dəyişikliyi çarpma əmsali ilə onun ilkin dəyərinə vurmaqla gəlir yaradır. Turizm xərclərinin yaratdığı gəlir effektini hesablamaq üçün istifadə edilən vurma modeli, turist hərəkətlərinin birbaşa və dolayı təsirlərinin nəticəsi kimi bütövlükdə nəzərdən keçirilir (Olalı E., Timur A., 2016).

Turizmin gəlir effektini aşkar etmək üçün turist istehlak xərclərinin gəlir effekti ilə yanaşı, turizm investisiya xərclərinin gəlir effekti də nəzərə alınmalıdır. Turizm sektorundakı xərclərə əlavə olaraq,

Turizm investisiya xərcləri ilkin investisiya xərclərindən kənara çıxan gəlirlər yaradır və iqtisadiyyatda xərc-gəlir axımına səbəb olur. Bir ölkədə ümumi turizm sərmayəsindəki hər hansı bir artım milli gəlirin artmasına səbəb olacaq, çünki ümumi faktiki tələb də təsir edəcəkdir. İqtisadiyyata edilən hər investisiya kimi, turist

investisiyaları da gəlirin artmasına səbəb olur, lakin investisiya həcminin dəyişməsinin gəlir səviyyəsinə təsiri marjinal istehlak meyliyindən qaynaqlanır (İçöz D., 2015).

Regionlar arası təsir: Uzun illərdir ki, sənaye sektoru zəif inkişafdan inkişafa doğru artıma nail olmaq üçün ən uyğun sektor hesab edilir və bu, iqtisadi inkişaf və sənayeləşmənin sinonim kimi istifadə olunmasına səbəb olmuşdur (Şahin Ə., 2010).

Turizm regional inkişafda mühüm rol oynayır. Bu rol həddən artıq sıx olan ölkələrdə mühüm sektora gətirib çıxarsa da, turizm sektoru kimi "köməkçi sektorların" inkişafının sürətləndirici və tamamlayıcı təsirlərinin, xüsusən də potensial turistik cazibə sahələrinin inkişafında yaxşı getdiyi başa düşülür. Ölkəmizin turizm potensial zənginliyindən istifadə etməklə inkişaf etməmiş regionların ayaqda qalması ölkədə regional disbalansın aradan qaldırılmasına gətirib çıxaracaq (İncekara A., 2018).

Bölgədə aparılan araşdırmalarda iqtisadi faktor, tələbin ölçüsü, xidmət keyfiyyəti, bazar yönümlü yanaşma və insan resurslarının (savadlı işçi qüvvəsi) qiymətləndirilməsi kimi turizm ön plandadır. Bu kontekstdə regional təchizatın yaradılmasında aşağıdakı elementlər vurğulanır (Mansuroğlu H., 2016):

- Nəqliyyat kimi infrastruktur çatışmazlıqlarının aradan qaldırılması, çatışmazlıqların aradan qaldırılması,
- Mövcud müsbət xüsusiyyətlərin (sükut, təmiz hava, çirklənməmiş təbiət kimi) intensiv şəkildə gündəmdə saxlanması,
- Gələcək illərdə bayram davranışını müəyyən edəcək mümkün tendensiyaları mümkün qədər araşdırmaq,
- Hədəf qrupları tərəfindən tələb olunan amillərin yerinə yetirilməsi. Region iqtisadiyyatında turizmdən faydalanan bir sektor olaraq, mövcud potensial təklif elementləri nəzərə alınmaqla onun inkişafını təmin etmək üçün hansı növ turizm fəaliyyətinin və törəmə təklifin yaradılmasına qərar vermək lazımdır. Bununla belə, bütövlükdə regionu əhatə edən inteqrasiya olunmuş regional planlaşdırmanın aparılması da vacibdir. Buna görə də turizm sektoru

üçün hazırlanacaq və inkişaf etdiriləcək işlər inteqrasiya olunmuş regional planın alt komponenti olmalıdır (Şəkər Q., 2011).

Məşğulluğun yaradılmasına təsiri: Turizm sektoru təkcə turist xərclərini və gəlirlərini bu yolla ödəmir. Bundan əlavə, müəssisələrin turizm ehtiyaclarını qarşılamaq üçün yeni investisiyalar təqdim etməsi və bu sektorun inkişafı ilə sıx əməkdaşlıq edən sektorun əmək sıxlığı, məşğulluğu artıraraq iqtisadiyyata dəstək verən və turizm geniş məşğulluq imkanları yaradan bir sektor olaraq görünür. bir çox ölkələrdə. Turizm sektoru məşğulluq imkanları və sektorun digər sektorlarının təmin etdiyi məşğulluğa birbaşa töhfə verən məşğulluq sayəsində ölkədə ümumi məşğulluğa təsir göstərir.

Turizm sektorunda turist xərcləri hesabına artan üç növ məşğulluq (yerləşdirmə, qida və içki və digər) mövcuddur (Şahin Ə., 2011):

- Otellər, motellər və restoranlar kimi obyektlərdə turizm xərcləri hesabına birbaşa məşğulluğun artırılması,
- Turizm xərcləri nəticəsində turizm sektoru ilə birbaşa əlaqəsi olmayan turizm təklifində dolayı məşğulluğun artması,
- Rezidentlərin turizm gəlirlərini yenidən xərcləməsi nəticəsində əlavə məşğulluq artımı.

Digər tərəfdən, turizm sektorunun məşğulluq yaradan təsiri turizm tələbinin intensivliyindən asılıdır. Turizmin inkişafı ilə paralel olaraq turizm obyektlərinə investisiyaların artması investisiyalar üçün tələb olunan işçi qüvvəsinə tələbatı da artıracaq. Bundan əlavə, turizmin mövsümi xüsusiyyətinə görə turizm müəssisələrinin çətin dövrlərdə fəaliyyət göstərə bilməsi də işçi qüvvəsinə tələbatı artırır (Olalı A., Timur E., 2016).

Ödəniş balansına təsiri: Ödəniş anlayışı dedikdə, müəyyən bir dövrdə ölkənin digər ölkələrlə iqtisadi əlaqələri nəzərdə tutulur. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün müəyyən valyuta darboğazını aradan qaldırmaq çox vaxt qeyri-mümkün olur, yalnız bazara çıxarıla bilən təbii ehtiyatları olan bir neçə ölkə qısa müddətdə. Digər tərəfdən,

inkişaf etməkdə olan ölkələr daxili əmanət faizlərini və ixracatını artırmamaqdan şikayətlənirlər. Bu bir həqiqətdir ki, turizmdən başqa bu neqativ amillərə qısa zamanda həll yolları tapmaq mümkün deyil. Ölkələrin valyuta xərclərini və valyuta gəlirlərini özündə əks etdirən xarici turizm balansı ilə turizmin tədiyyə balansına təsirini izah etmək olar (Hüseyn S., 2018).

Digər sektorlara təsir: Sənayelər öz istehsalını həyata keçirmək üçün digər sənayelərin məhsullarını giriş kimi istifadə edirlər. Beləliklə, bir sənayenin məhsulu digər sənayenin girdisinə çevrilir. Bir bölgədə turizmin inkişafı ilə bölgənin iqtisadi strukturunda dəyişikliklər baş verir. Turizmin ölkəyə və ya regional iqtisadiyyata təsiri o deməkdir ki, o, sənaye, kənd təsərrüfatı və xidmətlər kimi bu sektora daxil olan və onun məhsulundan istifadə edən sektorlara da töhfə verir. Bir bölgədə turizmin inkişafı ilə turizmlə əlaqəli sahələrin də inkişaf etməsi qaçılmazdır. Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə infrastruktur və üst struktur investisiyaları bu sənaye məhsullarına ehtiyacı artırır; buna görə də sənaye istehsalına artan təsir yaradır.

Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə mühüm təminatçı sektor hesab edilən kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafı turizmin növünə görə fərqlənir. Ümumiyyətlə, kütləvi turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə kənd təsərrüfatı sahələrindən turizm kimi istifadə edilməsi məşğulluğun kənd təsərrüfatından turizmə keçməsinə öz təsirini göstərir. Ekoturizm, kənd turizmi və ya təsərrüfat turizmi kimi təbiətə uyğun turizm növlərində kənd təsərrüfatı istehsalı turizmi dəstəkləməyə davam edir. Xüsusilə, böyük şəhərlərdə yaşayanların istirahət etmək və təbii həyat sürmək məqsədi ilə tələb etdikləri turizm növləri ekoloji kənd təsərrüfatının inkişafına kömək edir (Özkök A., 2018). Turistlərin bayram təcrübələri zamanı ehtiyac duyacaqları yemək-içmək, əyləncə, istirahət və s. kimi xidmətlərdən yararlanmaq istəyinin sıx olması səbəbindən turizm də birbaşa iştirak etdiyi xidmət sektoruna əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir və inkişafına müsbət mənada töhfə verir (Spring I., Kozak A., 2013).

Turizmin mənfi iqtisadi təsirləri

Turizmin iqtisadiyyata müsbət təsirləri ilə yanaşı mənfi təsirləri də vardır. Bu təsirlər:

- İnflyasiya təsiri
- Mövsümlilik təsiri
- İdxala təsiri

Qeyd edilən mənfi təsirləri ətraflı açıqlayaq.

İnflyasiya təsiri: Bir ölkəyə gələn turistlərin sayı əhalinin əhalisi ilə müqayisədə çox azdır. Turistlərin öz yeməkləri üçün istehlakı da yerli əhali ilə müqayisədə cüzi faiz təşkil edir. Bununla belə, turistik əmtəə və xidmətlərə əlavə tələbat yarandığından mal və xidmətlər bazarda yerli sakinlərin əvvəllər ödədiyi qiymətlərdən və həmin malların ixrac qiymətlərindən baha qiymətə satılacaq (İçöz O., 2015). Nəticə etibarlı ilə turizmin inkişafının əlavə xərcləri olduğu düşünülməyən inflyasiya təzyiqləri sənayenin faydalandığı mal və xidmətlər istehsal edən sektorlarda turizm əmtəə və xidmətlərinin qiymətlərinin artmasına səbəb olur (Unur U., 2017).

Turizm sektorunda mövcud qiymət hərəkətlərini araşdıran ümumi fikir, bu sektorda mövcud qiymət hərəkətlərinin digər sektorlara nisbətən daha cəlbedici olmasıdır. Turizm fəaliyyətinin ən aktiv olduğu turizm mövsümündə turizm məhsul və xidmətlərinin qiymətləri qalxır və bu yüksək qiymətlər gələn il yeni yeniləmələrin əsasını təşkil edəcək. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün bu, turizm sahəsində ciddi problemlər yaradır. İlk növbədə, ölkənin beynəlxalq turizm bazarına marağı və cəlbediciliyi də azalır. Turizm mərkəzinə üstünlük verməyə imkan verən tək qiymətlər olmadığı üçün turistlər tərəfindən qiymətləri aşağı olan ölkələrə üstünlük verilə bilər (İçöz E., 2015).

Mövsümlilik təsiri: Mövsümlilik həm bu turizm sektorunda, həm də ölkədə qərar qəbul etmə mexanizmlərində nəzərə alınması lazım olan bir məsələdir. Yalnız ilin müəyyən dövrü üçün istifadə olunacaq məhdud (məhdud) resurslarla turizm sektoru nailiyyətlər əldə edir. aşağı mənfəət və bütövlükdə iqtisadiyyat üçün yüksək xərclər.

Bu, onun mövsümlə bağlı müvafiq siyasətlərə əməl etməməsi və ya qeyri-adekvat ehtiyat tədbirlərinə əməl etməməsi ilə bağlıdır (Tsituaras F, 2014).

Turizm sektorunda mövsümiliyin və turizm sektorundan milli iqtisadiyyata daxil olan gəlirlərdəki dalğalanmaların yaratdığı mühüm amil sosial xərclər yaradacağı düşünülməmiş amillərdir. Mövsümlükdən irəli gələn ən mühüm əsas sosial xərclər aşağı potensialdan istifadə problemləri və mövsümi işsizlik hesab olunur (Tisdell E., 2011).

Turizmdə mövsümlilik, turistik təyinat ölkəsi/bölgəsi və ya regionunda (turist bölgəsində) fəaliyyət göstərən və gəlir gətirən mövsüm bir neçə ayla məhdudlaşır, turizm müəssisələrinin gəlirlilik sürətini qısaldır, kapitalın geri qayıtma müddətini uzadır və son nəticədə turizmin inkişafının qarşısını alır. borc götürməklə kapitalın əldə edilməsi. Nəticədə turizm sektoru; Mövsümiliyə görə investisiya sahəsinin yüksək riskli və qeyri-investisiya cəlb ediciliyi kimi qəbul edilir. Bir çox investorlar turizmin mövsümi xarakter daşması və nəqliyyatda qeyri-sabitlik səbəbindən turizm sektoruna investisiya qoymaqdan çəkinirlər (Kuşluvan B., 1998).

İdxal təsiri: Turizmin ölkədə öz gəlirini və məzənnəsini artıraraq tədiyyə balansına müsbət töhfə verməsi üçün daha çox xərc əldə etmək üçün tələb olunan məzənnə gəliri həmin ölkənin aktiv xarici turizmi olmalıdır. Xarici turizmin balansına prosesdən irəli gələn bütün turizmlə bağlı valyuta əməliyyatları daxil edildikdə, təkcə turizm fəaliyyətlərində və xaricində turistlərin olmadığını ortaya qoyur (Timur A., 2012). Həqiqətən də sənayenin mühüm xüsusiyyəti geniş çeşiddə turistik məhsullar üçün mal və xidmətlərin birləşməsidir. Turizm məhsulu təklifinin müxtəlifliyinə paralel olaraq, genişmiqyaslı turizm istehlakı sektorda xalis valyuta gəlir və zərərlərinin müəyyən edilməsini çətinləşdirir.

Açıq və ixracatçı əsaslı bir sektor valyuta gəlirlərinə töhfəsi və xarici resurslardan asılılığı baxımından araşdırılmalıdır. Bir sektorun idxal və ixrac asılılığına töhfəsini müəyyən etmək üçün həmin sektorda ixrac və idxalın payı nəzərə alınmalıdır. Sənayenin idxaldan xarici asılılığı baxımından idxalın istehsaldakı payı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İdxal edilən və sektorun istehsalında istifadə olunan vəsaitlərin

xüsusi çəkisinin böyüklüyü sektorun xammaldan xarici asılılığının göstəricisi hesab edilir. Digər tərəfdən, həm ixracın töhfəsi, həm də xarici asılılıq: müxtəlif stimullaşdırıcı siyasətlər, xarici ticarət rejimi, məzənnə dəyişikliyi və faktor avadanlıqları təsirli olur. Bu amilləri nəzərə alsaq, turizm sektorunda yalnız idxal-istehsal və ixrac-istehsal müqayisələri sektorun idxala töhfəsini və idxaldan asılılığını müəyyən edən meyarlar deyil. Turizm bir çox inkişaf etmiş və həmçinin inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda əsas iqtisadi sektordur.

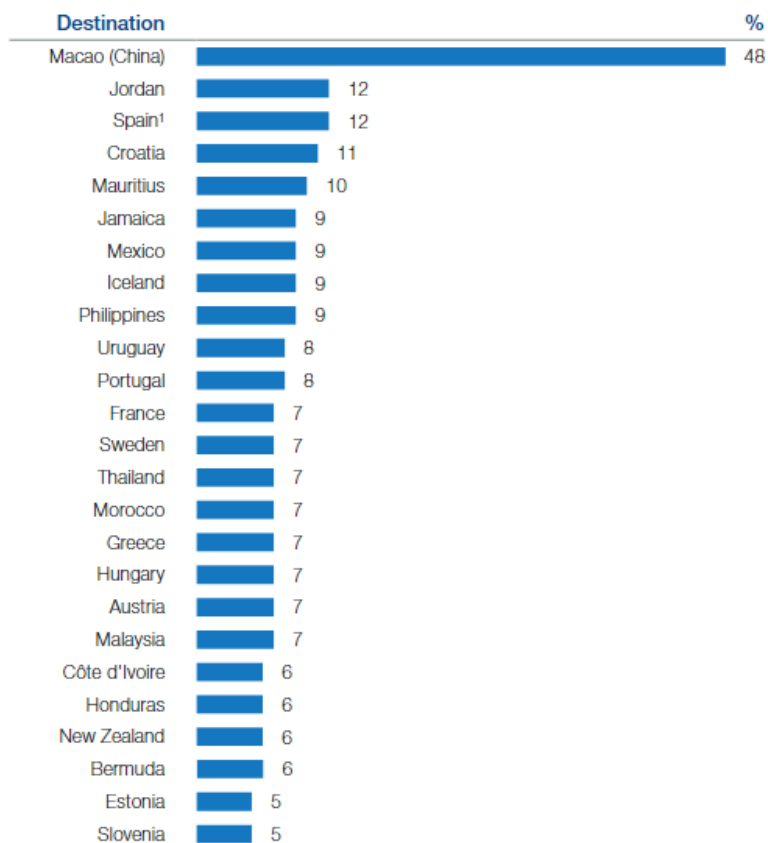
Son onilliklər ərzində turizm dünyanın ən böyük və ən sürətlə inkişaf edən iqtisadi sektorlarından birinə çevrilmək üçün davamlı olaraq genişlənmə və şaxələnmə yaşadı.

Turizmdə artım nisbətən güclü qlobal iqtisadiyyat, artan orta siniflər və inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda sürətli urbanizasiya, iqtisadi səyahət və viza rejiminin sadələşdirilməsi, həmçinin texnoloji irəliləyişlər və yeni biznes modelləri ilə şərtlənir.

Gəlmə və daxili turizmdən ibarət olan turizm, dünyanın bir çox iqtisadiyyatları üçün ümumi daxili məhsulun əhəmiyyətli bir hissəsini təşkil edir. Bu göstərici turizmin ÜDM-in 48%-ni təşkil etdiyi Makaoda (Çin) ən yüksəkdir (Qrafik 2).

İordaniya, İspaniya, Xorvatiya və Mavrikidə turizm ÜDM-nin 10%-ni və ya daha çoxunu təşkil edir. Dünyanın ən böyük turizm məkanı olan Fransada turizm ÜDM-in 7%-ni təşkil edir (Qrafik 2).

Qrafik 2: Turizmin iqtisadi töhfəsi (turizm birbaşa ÜDM-in ümumi ÜDM-ə nisbəti)



Mənbə: Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO), <https://www.unwto.org/content/commitment-signatory-azerbaijan-tourism-association> (2022)

Turizm həmçinin qadınların və gənclərin yüksək nisbəti ilə milyonlarla birbaşa və dolayı iş yeri yaradır. Turizm müəssisələrinin əksəriyyəti (təxminən 80%) qadınların və gənclərin yüksək faizinin işlədiyi mikro, kiçik və orta müəssisələrdir (MSME). Qadınlar turizm işçi qüvvəsinin 54%-ni təşkil edir (ümumi iqtisadiyyatda 39%-lə müqayisədə).

Dünya turizm təşkilatının 2020-ci il turizm hesabatına əsasən daxili turizm beynəlxalq turizmdən altı dəfə çoxdur (bir gecəlik səfərlərin sayı). Daxili turizm xərcləri əksər əsas istiqamətlərdə gələn xərclərdən daha yüksəkdir.

1.2. Dünya turizm sənayesinin inkişaf mərhələlərinə iqtisadi baxış

Turizm sektoru keçmişdən bu günə həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrin sıx marağına səbəb olan sektor olma xüsusiyyətini hələ də qoruyub saxlayır. Bunun ən mühüm səbəbi isə dünyada daha sürətlə inkişaf edən sahələrdən biri olaraq çıxış etməsidir. Bu vəziyyət turizm sektorunun milli iqtisadiyyatlara verdiyi töhfəni önə çıxarmış və Dünya Turizm Təşkilatının 2020-ci ildə dünya turizm gəlirinin 2 trilyon dollar olacağı təxmininin təsiri ilə hər bir ölkənin bundan pay almaq üçün mübarizə aparmasına səbəb olmuşdur. turizm təklifi potensialına mütənasib olaraq paylarını artırmalı və ya artırmalıdır.

Turizm sektorunu inkişaf etdirməklə ölkələrin nail olmaq istədikləri hədəf inkişaf səviyyəsinə görə fərqlənə bilər. İnkişaf etmiş ölkələr turizm sektorunun gəlir təsirindən faydalanmağa çalışarkən, inkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etməmiş ölkələr bu sektorun gücündən valyuta qazanc əldə etmək və yeni iş imkanları yaratmaq istəyirlər. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ixrac imkanları daha çox aralıq və investisiya mallarının idxalından asılı olduğundan, turizm sektoru bu idxal üçün tələb olunan valyutanın qazanılmasında mühüm yardım kimi qiymətləndirilir.

İnsanlar müvəqqəti olaraq yaşadıkları yerləri tərk edərək görməli yerləri gəzmək, istirahət etmək, əylənmək və öyrənmək kimi psixoloji və sosial-mədəni ehtiyaclarını ödədikləri başqa ölkələrə və ya bölgələrə gedirlər. Geniş iqtisadi təsirlərə malik olan və turizm adlanan bu hadisə günümüz sivilizasiyasının əsas xüsusiyyətini təşkil edir (Uçkun, 2014). Buradan "tur" şəklində ingilis, fransız və alman kimi ümumi dünya dillərinə çevrilmişdir ki, bu da insanların iş və ya əyləncə məqsədi ilə görməli yerləri dairəvi hərəkətlə ziyarət edib geri qayıtmasını nəzərdə tutur (Ağaoğlu, 2011). Turizmle bağlı tərif belədir: “Turizm, daimi yaşadığı yerdən başqa, istehlakçı kimi tətillik, istirahət, əyləncə kimi ehtiyacların ödənilməsi məqsədi ilə edilən səyahət və müvəqqəti yerləşdirmə hərəkətləridir” (Kozak A. və başqaları, 2017).

Turizm hadisəsinin başlanğıcı, yazı, pul və çarxı ilk tapıb istifadə edən, yəni Şumerlərə, e.ə. 4000 ilə qədər götürülə bilər. Finikiyalıların bu mənada ilk səyyahlar

olduğunu söyləmək olar. Yenə e.ə. Eramızdan əvvəl 3000-ci illərdəki piramidalar və məbədlərə görə Misir səyahətçilərin ən çox diqqətini çəkən ölkələrdən biri olmuşdur. Məlumdur ki, qədim Misirdə və Babil krallığında səyahət edənlər üçün yollar mühafizə olunur, yaşayış və istirahət üçün evlər və bağlar tikilirdi. Qədim dövrlərdə xalqların ticarət məqsədi ilə ölkələrə və ya qonşu bölgələrə səfər etməsi turizm fəaliyyəti hesab edilirdi. O dövrdə müntəzəm və bol magistral yolların olmaması dəniz yolu ilə uzun səfərlərin edilməsinə səbəb olurdu (Doğanay C., 2011).

Bundan əlavə, qədim yunanlar, olimpiadalar, səyahət imkanlarını ortaya qoydu və olimpiadaya gedənlər, şəhərlərdə qaldılar və turizmə öncülük etdilər. 395-ci ildən İstanbulun fəthinə qədər olan dövrdə kefiyyət, əyləncə və sağlamlıq turizmi dayanmağa başlamış, xristianlıq və İslamın yayılması ilə bağlı dini səyahətlər artmışdır (Acuner M., 2006). Buna görə də turizmin, xüsusən də qədim dövrlərdə iqtisadi, inanc, sağlamlıq və idman kimi dörd əsas qrupda yer aldığı görülür. Orta əsrlərin ən məşhur səyyahlarından olan Marko Polo İran və Əfqanıstandan keçərək Pamir yaylasına çatmış, daha sonra Qobi səhrasını keçərək Çinə keçmiş, Yava, Sumatra və Hindistandan keçərək İtaliyaya qayıtmışdır. Yenə eyni dövrün səyyahlarından olan İbn Batuta doğulduğu Tanjerdən dəfələrlə Məkkəyə getmiş, buradan Ərəbistan, Yaxın Şərq və Anadoludan keçərək Səmərqənd vasitəsilə Hindistana çatmış, daha sonra Seylon və Sumatraya getmişdir. İstanbulun fəhindən (1453) Fransa İnkilabına (1789) qədər olan dövrdə, xüsusilə Bizans alimlərinin Romaya sığınaraq burada Romalıları yunan dilini öyrətmələri nəticəsində qədim mədəniyyətə rəğbəti artırmış və beləliklə, Romadakı qədim əsərlərə maraq artdı. Bu vəziyyət Romadakı qədim əsərləri görmək üçün səyahətlərin artmasına səbəb oldu (Acuner M., 2006).

Beləliklə, iqtisadi səyahətlərlə yanaşı, mədəni səyahətlər də artmağa başlayıb. Belə səfərlər mədəni turizm sayıla biləcək fəaliyyətlərdir (Doğanay, 2011). Portuqaliyalı dənizçi Vasko de Qamanın 1492-ci ildə gəmi ilə Hindistana gəlişi və başqa bir portuqaliyalı dənizçi Magellanın 1519-cu ildə başlayan dünya səyahətləri insanların görmədikləri yerləri görməyə və tanımağa maraq göstərdikləri üçün etdikləri

səyahətlərin əsasını təşkil edirdi (Akat A., 2016). Fransız inqilabı ilə başlayan ictimai, siyasi və iqtisadi dəyişikliklər nəticəsində meydana çıxan burjua sinfi və zənginlər uzaq ölkələrə gedərək o dövrün turizm hərəkatına ciddi təsir göstərdilər.

Ancaq bu dövrdə turizm fəaliyyətini həqiqətən hərəkatə gətirən əsas amil nəqliyyat texnologiyasındakı inkişaf idi. Sonrakı illərdə paroxod və lokomotivlərin ixtirası və avtomobil sənayesinin sürətli inkişafı turizmin çox sürətlə irəliləməsinə səbəb oldu. Bu dövrdə ilk təşkil edilən turistik səyahət, 570 nəfəri daşıyan və at yarışını izləmək üçün 1841-ci ildə Letter-Loughborough arasında 1 Şilling üçün qatarla bir tur təşkil edərək "təşkil edilmiş tur" anlayışını təqdim edən Tomas Kuk oldu.

Birinci Dünya Müharibəsindən dərhal sonra 1918-1920-ci illər arası dövr müasir turizmin başlanğıcı hesab olunur. Bu dövrdə turizm otellər, motellər, nəqliyyat vasitələri və yolları, çimərlikləri, əyləncə və idman sahələri, yerləşdirmə obyektləri və bütün infrastrukturu ilə böyük bir sektora çevrilmişdir (Evliyaoğlu H., 1994). Bu gün texnoloji tərəqqi, həyat standartlarının yaxşılaşdırılması, qloballaşmanın gətirdiyi səyahət azadlığı turizm fəaliyyətlərində iştirak edən insanların sayının sürətlə artmasına səbəb olmuşdur (Milne M., Ateljevic M., 2001). Bunun təbii nəticəsi olaraq turizm sektoru dünyada ən sürətlə inkişaf edən sektorlardan birinə çevrilmişdir. İş o yerə çatıb ki, dünya turizmi 1980-90-cı illərdə 60%, 1990-2000-ci illərdə isə 52% artıb.

Rəqəmlərdən də anlaşıldığı kimi, turizm sektoru sürətlə inkişaf etsə də, bəzi dövrlərdə terror və iqtisadi konyukturaya görə kiçik tənəzzüllər yaşasa da, ümumilikdə artım tendensiyasını davam etdirmişdir. Bunun göstəricisi kimi Dünya Turizm Təşkilatı 2020-ci ildə 1600 milyon turistin turizm fəaliyyətinə qatılacağını və iqtisadi nəticənin 2 trilyon ABŞ dolları olacağını təxmin edir. Bu baxımdan, yeni inkişaflara şahidlik edəcəyi gözlənilən turizm sektorunun qarşıdakı dövrdə ən sürətlə inkişaf edən sektorlardan biri olacağı gözləntiləri yanlış olmaz. Çünki turizm təklifində bir çox müxtəlif sahələrin meydana çıxması ilə yanaşı, mövcud turizm fəaliyyətlərində də ciddi inkişaf var. Son illərə qədər turizmin ən mühüm parçası olan "dəniz, qum, günəş"

trilogiyası yavaş-yavaş populyarlığını itirir, mədəni-tarixi turizm, xüsusilə sağlamlıq turizmi inkişaf edir və hər keçən gün daha çox tələbat alır (Aydın U., Kelçeoğlu, 2002).

1.3. Azərbaycan turizm xidmətlərinin inkişafında problemlər

Zəngin təbii mühiti, Xəzər dənizi sahili, çoxlu iqlim şəraiti ilə yüksək turizm potensialına malik ölkə olan Azərbaycan Qafqaz regionunun cənub-şərqində 38°24'-41°54' şimal enlikləri və 44°46'-50°50' şərq uzunluqları arasında 86.600 km² tipli və zəngin tarixi xəzinəyə malik olan ərazidə yerləşir. Azərbaycan şərqdən Xəzər dənizi, şimaldan Rusiya Federasiyası (Dağıstan Muxtar Respublikası), şimal-qərbdən Gürcüstan, qərbdən Ermənistan, cənubdan İran, cənub-qərbdən Türkiyə ilə əhatə olunub (Xəritə 1).

Xəritə 1: Azərbaycanın inzibati xəritəsi



Mənbə: <https://axc.preslib.az/az/maps> (2022)

Dünyanın müxtəlif yerlərində müşahidə olunan 11 iqlim tipindən 9-nun Azərbaycanda olması istirahət və sağlamlıq turizmi üçün ən yaxşı şərait yaratmışdır. Azərbaycan həm də Qafqaz regionunda illik günəş işığının ən uzun sürdüyü ölkədir. Digər tərəfdən, Azərbaycanın yerüstü formaları da çox müxtəlifdir və yüksəklik

pillələri -28 m ilə 4466 m arasında dəyişir. Belə ki, ölkənin müxtəlif relyef formalarına malik olması turizm baxımından da zəngin təbiət qoruqlarını ehtiva edir. Bunlara misal olaraq paleontoloji əhəmiyyətli fosilli süxurları, yüksək şlalələri, nadir ağac növlərini, relik və endemik bitki növlərini, köçəri quşların qışlama yerlərini göstərmək olar. Bundan başqa, Azərbaycanda 1000-ə yaxın mineral su bulaqları var. Bu müalicəvi sularla yanaşı, vulkan palçığı, duzlu gölün müalicəvi palçığı, müalicəvi neft (Naftalan) da müalicə olunmaq, sağlamlığını qorumaq və ya istirahət etmək istəyənlərə bu fürsəti təqdim edir.

Digər tərəfdən, Azərbaycanın yüksək relyef zonalarına (Böyük Qafqaz, Kiçik Qafqaz və Talış dağları) malik olması dağ və ov turizmi baxımından yüksək potensial təqdim edir. Bir sözlə, Azərbaycanda turizm fəaliyyəti kifayət qədər rəngarəngdir, lakin bu müxtəliflikdən onun ölkə iqtisadiyyatına töhfə verə biləcək sektora çevrilməsi üçün səmərəli istifadə ediləcəyi gözlənilir.

Turizmin ölkə üçün əhəmiyyətinə ana xətləri ilə toxunsaq, bunları aşağıdakı maddələr çərçivəsində daha sistemli şəkildə sadalaya bilərik.

Beləliklə, turizm;

- İqtisadiyyatı inkişaf etdirən mühüm xidmət sahəsidir,
- Milli gəlirə töhfə verən fəaliyyətdir,
- Məşğulluq yaradıcılıq xüsusiyyəti yüksəkdir,
- Bu, geniş miqyaslı istehsal və istehlak hadisəsidir,
- Ölkənin coğrafi və mədəni təbliği üçün ən təsirli vasitələrdən biridir.

Nəticə etibarlı ilə Azərbaycanın çoxşaxəli turizm imkanlarına və regionlarına malik olması zamanla ölkə iqtisadiyyatının inkişafına töhfə vermək potensialına malikdir

Azərbaycanın bir çox rayon və rayonları turizm potensialı baxımından çox mühüm xüsusiyyətlərə malikdir. Xüsusilə Abşeron yarımadasının şimal hissəsi və Xəzər dənizinin sahilləri, eləcə də Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzü, Mərkəzi və Qərb

bölgələri daha yüksək turizm potensialına malikdir. Onların əsas xüsusiyyətləri aşağıda qeyd olunur.

Abşeron yarımadası: 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 ən mühüm rayonlardan biridir. rekreasiya komplekslərinin yaradılması mümkün olan ölkədə. Azərbaycanda müalicəvi sanatoriyaların əksəriyyəti buradadır. Məhz, ürək-damar, sinir sistemi, mədə-bağırsaq xəstəlikləri üzrə çoxlu böyük istirahət mərkəzləri var (Məmmədov R. və Rəhimov S., 2000; Quliyev O., 2000). Son illər burada sağlamlıq yataqxanalarının yaxşılaşdırılmasına və yenilərinin tikintisinə cəhdlər edilib. Abşeron yarımadasının termal turizmində; Suraxanı, Şih, Bilgəh, Buzovna, Pirşaha və Mərdəkanda hidrogen sulfidli su ehtiyatları böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Quba-Xaçmaz: Ölkəmizin şimal-şərq hissəsində yerləşən Quba-Xaçmaz yüksək inkişaf perspektivinə və potensialına 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 ərazinin potensialını artırır. Yayda istirahət günlərində Bakı və Sumqayıtdan gələnlərin sayı cəmi 2000 nəfərə çatır. Bir il ərzində ziyarətçilərin sayı təxminən 100.000-dir.

Lənkəran düzü: Xəzər dənizinin sahilində yerləşən Lənkəran düzü də gələcək üçün dəyərli rekreasiya zonalarından biridir. 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 müəssisə vardır.

Mərkəzi və Qərb regionu: Azərbaycanın şərq yarısı ilə müqayisədə mərkəzi və qərb bölgələrində rekreasiya-turizm sektoru zəif inkişaf etmişdir. Bu böyük torpaqlarda mövsümi fəaliyyət göstərən bəzi müalicə-istirahət müəssisələri var. Kiçik Qafqaz dağlarının ətəyində yerləşən Naftalan şəhərində dünyada yeganə müalicəvi palçıq yağı

var. Bundan əlavə, bu şəhərdə 1500 çarpayılıq və il boyu xidmət göstərən sağlamlıq mərkəzi fəaliyyət göstərir.

Strabondan aldığımız məlumata görə, Naftalan müalicə neftindən hələ qədim zamanlarda yaraların müalicəsində istifadə olunub. Bu səbəbdən adı çəkilən dövrlərdə Anadoludan, Qafqaz bölgəsindən, İrandan və Hindistandan müalicə üçün gələn bir çox insan geri qayıdarkən bu yağlı palçıq halında özləri ilə aparıblar. 19-cu əsrin ikinci yarısında Naftalan qərb ölkələrinin diqqətini cəlb etmiş və 1887-ci ildə Almaniyada neft qazma quyusundan alman mühəndisi tərəfindən götürülmüş nümunədən məlhəm istehsal edilmişdir (Oğan Ç., 2000; Məmmədov R. və Rəhimov S., 2000). Bu gün müxtəlif xəstəliklərin (bel, onurğa, oynaq, əzələ, sinir sistemi, damar, qaraciyər və qadın xəstəlikləri) müalicəsi üçün Naftalanda müəssisələrə həkim nəzarəti altında minlərlə azərbaycanlı və digər ölkələrdən turistlər gəlir. Azərbaycanda bu cür obyektlərin gündəlik qəbul etmə qabiliyyətinin 30 min olduğu bildirilir və bu müəssisələrdə 120 min nəfərin işlədiyi bildirilir.

Şuşa Azərbaycanda balneoloji-iqlim müalicə ocağı kimi çox məşhurdur. Şəhərin quru və təmiz havası və ultrabənövşəyi şüaların müalicəvi xüsusiyyətlərinə görə İsveçrənin Davos sağlamlıq mərkəzindən üstün olduğu məlumdur. Digər tərəfdən, Şuşanın Turşsu və Şırlan karbon-hidrogen mineral suları və unikal dağ landşaftları rekreasiya potensialını artıran amil olub (lakin 2020-ci ilə qədər Ermənistanın işğalı ilə əlaqədar onun fəaliyyəti müvəqqəti dayandırılıb).

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

Azərbaycanda turizm sektorunda fəaliyyət illərlə azalıb. Bunda ölkədəki müharibə vəziyyəti rol oynayır. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var.

Ölkədə turizm fəaliyyəti daha çox istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir. Bu halda istirahətə əsaslanan daxili turizmin üstün olduğunu və sahil-dəniz turizmi və spa turizminin üstünlük təşkil etdiyini deyə bilərik. Ölkədəki bu turizm fəaliyyətlərini mütəşəkkil şəkildə izah etmək üçün mövzunu aşağıdakı alt başlıqlar çərçivəsində dəyərləndirə bilərik.

Tətil turizmi: Qış və yay turizmi çərçivəsində Azərbaycanda istirahət üçün çoxlu yerlər var. Burada lazımı idman qurğuları, istirahət yerləri salınmağa başlanmışdır. Xüsusilə ölkədə Zaqatala, Şəki, Qəbələ, İsmayıllı, Quba, Gəncə, Qazax, Lənkəran və Astara rayonları yay aylarında istirahət üçün ən münasib yerlərdir. Lakin mövcud obyektlərin əsaslı təmiri və yeni turizm düşərgələrinin salınması ilə bu rayonların turizm potensialını daha da artırmaq olar.

Çimərlik turizmi: Məlum olduğu kimi Azərbaycanın şərqində tamamilə Xəzər dənizi ilə örtülüdür (825 km sahil xətti ilə). Ona görə də ölkə çimərlik turizmi üçün yüksək potensiala malikdir və yerli turistlər yay aylarında istirahət etmək üçün bu yerlərə üstünlük verirlər. Xüsusilə Bilgəh və ətrafının kilometrərlə uzanan çimərlikləri var. Bu çimərlik ərazilərinin olması Azərbaycanın turizm potensialına böyük töhfə verəcək.

Dağ və Ov Turizmi: Ölkənin yüksək relyefində olan bəzi dağlıq ərazilər (məsələn, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Dağlıq Qarabağ, Naxçıvan bölgələri) dağ və ov turizmi baxımından yüksək potensiala malikdir. Əslində, Sovet İttifaqı dövründə “İnturist” turizm təşkilatı Azərbaycanın dağlarında ov turizmi üçün qərb ölkələrinə müxtəlif turlar təşkil edirdi. Bu gün bu dağlıq ərazilər zəngin meşələri, ov heyvanları, təbii gözəllikləri və təmiz havası ilə qiymətləndirilməyi gözləyir.

Bundan əlavə, ölkədə 97 növ ev və çöl məməliləri, 346 növ quş və 95 növ balıq mövcuddur (Budaqov B. və Apoyev S., 1991). Ov tüfənglərindən istifadə lisenziyaya tabedir və hər bir tüfəng sahibi ovçular cəmiyyətinin üzvü olmalıdır. Təşkilatın yoxsulluğu və lazımı hüquqi infrastruktur ucubətindən ov turizmi kifayət qədər inkişaf etməyib.

Yayla Turizmi: Azərbaycanda dünyada mövcud olan 11 iqlim tipindən 9-u mövcuddur. Ölkədə qütb və ekvatorial iqlim istisna olmaqla, bütün digər mülayim

İqlim şəraiti il boyu yaşanır. Ona görə də hər mövsümün və regionun özünəməxsus xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq dağlıq və dağ turizmini inkişaf etdirmək üçün şərait çox əlverişlidir. Azərbaycanda dağlıq turizm üçün ən münasib rayonlar Zaqatala palıd bağları, görürsən Şəkiyə gəlirsənsə, Quba palıdlıqları, İsmayıllı (Lahıc), Qəbələ, Ağdaş meşələri, Gəncə, Hacıkənd və Göygöldür.

Spa və Sağlamlıq Turizmi: Azərbaycanda 1000-ə yaxın mineral su var. Xüsusilə dünyada yalnız Azərbaycanda rast gəlinən “Naftalan” adlanan yağlı qarışıq palçıq sinir sistemi, dəri, dəri, ginekoloji xəstəliklər və bir çox başqa xəstəliklər üçün faydalıdır. Digər tərəfdən, Azərbaycanda müalicəvi sanatoriyaaların əksəriyyəti Abşeron yarımadasındadır. Bu sanatoriyalarda çarpayıların ümumi sayı 5 min civarındadır.

Mədəniyyət Turizmi: Azərbaycan mədəniyyət turizminin tətbiq oluna biləcəyi dəyərli mədəni sərəvətlərə və tarixi əsərlərə malik ölkədir. Ancaq bəzi muzeylərə və bir neçə tarixdən əvvəlki və arxeoloji obyektlərə baş çəkmək istisna olmaqla, ölkədə mədəni turizm o qədər də inkişaf etməyib. Ancaq bu ölkədə hələ də köhnə ənənəvi fakturaları ilə yaşayan şəhərlərə, əl işləri ilə məşhur mərkəzlərə, dünyanın ən qədim yaşayış məskənlərinin nümunələrinə rast gəlmək mümkündür.

Bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanın xüsusilə son illərdə beynəlxalq turizmdən daha çox pay almaq üçün böyük səylər göstərməsinin əsas səbəbi turizmin bir tərəfdən milli iqtisadiyyatın inkişafına verdiyi böyük töhfədir. digər tərəfdən sosial rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi.

Beləliklə, milli və beynəlxalq səviyyədə turizm; iqtisadiyyata, mədəniyyətə və cəmiyyətə geniş miqyasda təsir etməklə ölkəyə çoxşaxəli faydalar təmin edir (Usta A., 2002). Xüsusilə turizm ölkədə işsizlik probleminin həllinə müsbət töhfə verir. Nəticədə turizm ölkə iqtisadiyyatı üçün mühüm gəlir və məşğulluq mənbəyini təşkil edir.

Digər tərəfdən, ölkədə yüksək turizm potensialına baxmayaraq, turizmin dəyişməsinə və inkişafına mane olan bəzi əsas problemlər mövcuddur. Bu problemlər mahiyyətə aşağıda verilmişdir.

- Tanıtım,

- Nəqliyyat,
- Hazırlanmış kadrlar,
- Müasir avadanlıqların çatışmazlığı,
- görməli yerlərə ekskursiyaların qeyri-kafi olması,
- Bir çox inzibati yaşayış məntəqələrində turizm mərkəzlərinin olmaması,
- Qış turizmi üçün lazımi infrastrukturun olmaması,
- Turizm sektorunda investorların kifayət qədər dəstəyinin olmaması,
- Turizm obyektinin sərmayələrinin yüksək dəyəri formalaşmasıdır.

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

Azərbaycanda turizm fəaliyyəti tarixi prosesdə çoxlu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Xüsusilə Ermənistanın Qarabağı işğal etdiyi və müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə iqtisadi darboğazlar və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turistlərin sayında müəyyən dalğalanmalar müşahidə olunurdu. Təbii ki, bunda bir çox ölkələrdəki müharibə vəziyyəti rol oynadı. Belə ki, bu dövrlərdə ölkəyə gələn turistlərin sayının dəyişməsi turizm sektoruna ciddi təsir göstərmişdir. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var. Azərbaycanda turizm fəaliyyəti əsasən istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir.

Xüsusilə, Azərbaycanın həm təbii, həm də sosial-iqtisadi xüsusiyyətləri özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir. Bununla belə, ölkə sərhədləri daxilində regional fərqlər var. Məhz, bir tərəfdən 4500 m-ə qədər yüksək dağlıq ərazilər, digər tərəfdən dəniz səviyyəsindən aşağıda olan ərazilər var. Bu vəziyyət ekosistem və turizm baxımından dəyişikliklərə və inkişafalara səbəb olur. Müvafiq olaraq, mülayim, quru, subtropik və Alp ekosistemləri bir yerdə yaşayır. Sosial-iqtisadi fəaliyyətlər cəmiyyətlərin mədəni xüsusiyyətləri ilə bilavasitə bağlı olsa da, ekosistemdəki dəyişiklik turizm fəaliyyətlərində də dəyişikliklərə səbəb olur.

II FƏSİL. AZƏRBAYCAN TURİZM SƏNAYESİNİN DÜNYA TURİZM BAZARINDA YERİNİN TƏHLİLİ

2.1. Azərbaycanın dünya turizm bazarında iştirakını təmin edən turizm növləri

Azərbaycan həm də Qafqaz regionunda illik günəş işığının ən uzun sürdüyü ölkədir. Digər tərəfdən, Azərbaycanın yerüstü formaları da çox müxtəlifdir və yüksəklik pillələri -28 m ilə 4466 m arasında dəyişir. Belə ki, ölkənin müxtəlif relyef formalarına malik olması turizm baxımından da zəngin təbiət qoruqlarını ehtiva edir. Bunlara misal olaraq paleontoloji əhəmiyyətli fosilli süxurları, yüksək şəlalələri, nadir ağac növlərini, relikv və endemik bitki növlərini, köçəri quşların qışlama yerlərini göstərmək olar. Bundan başqa, Azərbaycanda 1000-ə yaxın mineral su bulaqları var. Bu müalicəvi sularla yanaşı, vulkan palçıqı, duzlu gölün müalicəvi palçıqı, müalicəvi neft (Naftalan) da müalicə olunmaq, sağlamlığını qorumaq və ya istirahət etmək istəyənlərə bu fürsəti təqdim edir.

Digər tərəfdən, Azərbaycanın yüksək relyef zonalarına (Böyük Qafqaz, Kiçik Qafqaz və Talış dağları) malik olması dağ və ov turizmi baxımından yüksək potensial təqdim edir. Bir sözlə, Azərbaycanda turizm fəaliyyəti kifayət qədər rəngarəngdir, lakin bu müxtəliflikdən onun ölkə iqtisadiyyatına töhfə verə biləcək sektora çevrilməsi üçün səmərəli istifadə ediləcəyi gözlənilir.

Nəticədə tədqiqat aparılarkən ilk növbədə “Azərbaycanda turizm fəaliyyəti, turizm potensialı, fəaliyyətləri və gələn turistlər” mövzusunda əvvəlki araşdırmalar araşdırılmış, araşdırma təhlil edilərək yeni statistik məlumatlarla yenilənmişdir.

Tədqiqatın məqsədi və əhəmiyyəti

Bu araşdırma Azərbaycanın turizm potensialını və turizm fəaliyyətini və bu fəaliyyətlərin ölkənin turizm sektoruna necə təsir edə biləcəyini araşdırır. Digər tərəfdən, Azərbaycanda turizm fəaliyyətinin keçmişdən bu günə qədər necə dəyişdiyi və bu dəyişikliyin inkişafa necə təsir etdiyi araşdırılmağa çalışılıb. Xüsusilə Sovet İttifaqının dağılması ilə beynəlxalq sistem yeni formalaşma prosesinə daxil oldu.

Beləliklə, müstəqilliyini əldə edən Azərbaycan bu dəyişiklikdə öz yerini tutdu. Sovet İttifaqının dağılmasından sonra ölkədə bütün sahələr kimi turizm sektoru da dəyişib. Lakin bu dəyişikliyi turizm sektoru üçün müsbət hesab etmək olar. Çünki Sovetlər İttifaqının mövcud olduğu dövrdə ölkəsi qapalı olduğu üçün potensial turizm imkanlarından kifayət qədər istifadə edə bilməyən Azərbaycan Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra bu potensialı dünyaya tanıتماğa çalışır.

Turizmin ölkə üçün əhəmiyyətinə ana xətləri ilə toxunsaq, bunları aşağıdakı maddələr çərçivəsində daha sistemli şəkildə sadalaya bilərik.

Beləliklə, turizm;

- İqtisadiyyatı inkişaf etdirən mühüm xidmət sahəsidir,
- Milli gəlirə töhfə verən fəaliyyətdir,
- Məşğulluq yaradıcılıq xüsusiyyəti yüksəkdir,
- Bu, geniş miqyaslı istehsal və istehlak hadisəsidir,
- Ölkənin coğrafi və mədəni təbliği üçün ən təsirli vasitələrdən biridir.

Nəticə etibarlı ilə Azərbaycanın çoxşaxəli turizm imkanlarına və regionlarına malik olması zamanla ölkə iqtisadiyyatının inkişafına töhfə vermək potensialına malikdir.

Turizm potensialı yüksək olan bölgələr

Azərbaycanın bir çox rayon və rayonları turizm potensialı baxımından çox mühüm xüsusiyyətlərə malikdir. Xüsusilə Abşeron yarımadasının şimal hissəsi və Xəzər dənizinin sahilləri, eləcə də Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzü, Mərkəzi və Qərb bölgələri daha yüksək turizm potensialına malikdir. Onların əsas xüsusiyyətləri aşağıda qeyd olunur.

Strabondan aldığımız məlumatlara görə, Naftalan müalicə neftindən hələ qədim zamanlarda yaraların müalicəsində istifadə olunub. Bu səbəbdən adı çəkilən dövrlərdə Anadoludan, Qafqaz bölgəsindən, İrandan və Hindistandan müalicə üçün gələn bir çox insan geri qayıdarkən bu yağlı palçıq halında özləri ilə aparıblar. 19-cu əsrin ikinci yarısında Naftalan qərb ölkələrinin diqqətini cəlb etmiş və 1887-ci ildə Almaniyada

neft qazma quyusundan alman mühəndisi tərəfindən götürülmüş nümunədən məlhəm istehsal edilmişdir (Oğan Ç., 2000; Məmmədov R. və Rəhimov S., 2000). Bu gün müxtəlif xəstəliklərin (bel, onurğa, oynaq, əzələ, sinir sistemi, damar, qaraciyər və qadın xəstəlikləri) müalicəsi üçün Naftaladakı müəssisələrə həkim nəzarəti altında minlərlə azərbaycanlı və digər ölkələrdən turistlər gəlir. Azərbaycanda bu cür obyektlərin gündəlik qəbuletmə qabiliyyətinin 30 min olduğu bildirilir və bu müəssisələrdə 120 min nəfərin işlədiyi bildirilir.

Şuşa Azərbaycanda balneoloji-iqlim müalicə ocağı kimi çox məşhurdur. Şəhərin quru və təmiz havası və ultrabənövşəyi şüaların müalicəvi xüsusiyyətlərinə görə İsveçrənin Davos sağlamlıq mərkəzindən üstün olduğu məlumdur. Digər tərəfdən, Şuşanın Turşsu və Şırlan karbon-hidrogen mineral suları və unikal dağ landşaftları rekreasiya potensialını artıran amil olub (lakin 2020-ci ilə qədər Ermənistanın işğalı ilə əlaqədar onun fəaliyyəti müvəqqəti dayandırılıb).

Tərtər axını vadisində 2100-2200 m hündürlükdə yerləşən İstisu mineral su bulaqları tərkibinə və müalicəvi keyfiyyətinə görə Çexiyanın dünyada tanınan Karlovari termal suları ilə eyni xüsusiyyətlərə malikdir. İstisu sağlamlıq ocağında mədə, bağırsaq, sinir sistemi, ginekoloji və uroloji xəstəliklər müalicə olunur (Koçman U. və b., 1994; Eminov A., 2002). Çoxu yay aylarında bura gəlir, kirayə evlər və çadırlar yaşayış üçün əlverişlidir.

Turizm düşərgəsi və obyektləri

Azərbaycanda turistlər üçün yaradılan düşərgələr və obyektlər müxtəlif bölgələrə səpələnib, ölkəyə gələn turistlər üçün yerləşdirmə imkanı yaradılıb.

Turizm düşərgələri: Azərbaycanda turistlər üçün yaradılmış düşərgələr müxtəlif bölgələrdə paylanır. Onların arasında xüsusilə; Bakı-Qaradağ, Mingəçevir, Hacıkənd, Şuşa, Naftalan, Qəbələ, Zaqatala, Lənkəran və Yalamada olanların böyük əhəmiyyəti var. Ancaq bunlardan yalnız Yalamadakı düşərgələrin tutumu 1000 çarpayından çoxdur. Digər düşərgələrin tutumu 1000-dən azdır. Azərbaycanda əsas turizm mövsümü ən çox maydan oktyabr ayına qədər maksimum 6 ay davam edir.

Digər tərəfdən, Yalama, Zaqatala, Şuşa və Bakıda turizm düşərgələri ilboyu fəaliyyət göstərir.

İstirahət Obyektləri: Azərbaycanda 1998-ci ilə olan məlumata görə, yataq tutumu 18.224 olan cəmi 98 istirahət obyektı var. Onların obyekt növləri və çarpayıların sayı üzrə paylanması aşağıdakı cədvəldə aydın şəkildə göstərilmişdir.

Cədvəl 1: Azərbaycanda rekreasiya obyektlərinin növləri və imkanları

	Obyekt sayı	Çarpayı sayı
Müalicə-İstirahət Obyektləri	148	50.914
İstirahət evləri və kotejlər	113	10.845
İstirahət düşərgələri	1127	12.461
Turizm mehmanxanaları və turizm düşərgələri	110	15.004
Cəm	1498	89.224

Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, <https://www.stat.gov.az/>

Azərbaycanın rekreasiya potensialını nəzərə alsaq, ölkədə ildə 1 milyon insanın istirahəti ilə təmin oluna biləcəyi, lakin mövcud obyektlərin yaxşılaşdırılması və yenilərinin tikilməsinin zəruri olduğu bildirilir. Digər tərəfdən, Azərbaycanda turizm-ekskursiya işlərinin təşkili daxili və xarici turizm təşkilatları tərəfindən həyata keçirilir. Bu məqsədlə Bakı, Mərdəkan, Sumqayıt, Gəncə, Mingəçevir, Naftalan, Naxçıvan, Beyləqan, Eli Bayramlı, Quba, Şamaxı və s. yerlərdə turizm məlumat büroları yaradılıb.

2.2. Azərbaycanın dünya turizm bazarında yerinin əsas xüsusiyyətləri və mövcud vəziyyəti

Azərbaycanda turizm sektorunda fəaliyyət illərlə azalıb. Bunda ölkədəki müharibə vəziyyəti rol oynayır. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var.

Ölkədə turizm fəaliyyəti daha çox istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir. Bu halda istirahətə əsaslanan daxili turizmin üstün olduğunu və sahil-dəniz turizmi və spa turizminin üstünlük təşkil etdiyini deyə bilərik.

Tətil turizmi: Qış və yay turizmi çərçivəsində Azərbaycanda istirahət üçün çoxlu yerlər var. Burada lazımı idman qurğuları, istirahət yerləri salınmağa başlanmışdır. Xüsusilə ölkədə Zaqatala, Şəki, Qəbələ, İsmayıllı, Quba, Gəncə, Qazax, Lənkəran və Astara rayonları yay aylarında istirahət üçün ən münasib yerlərdir. Lakin mövcud obyektlərin əsaslı təmiri və yeni turizm düşərgələrinin salınması ilə bu rayonların turizm potensialını daha da artırmaq olar.

Çimərlik turizmi: Məlum olduğu kimi Azərbaycanın şərqində tamamilə Xəzər dənizi ilə örtülüdür (825 km sahil xətti ilə). Ona görə də ölkə çimərlik turizmi üçün yüksək potensiala malikdir və yerli turistlər yay aylarında istirahət etmək üçün bu yerlərə üstünlük verirlər. Xüsusilə Bilgəh və ətrafının kilometrə uzanan çimərlikləri var. Bu çimərlik ərazilərinin olması Azərbaycanın turizm potensialına böyük töhfə verəcək.

Dağ və Ov Turizmi: Ölkənin yüksək relyefində olan bəzi dağlıq ərazilər (məsələn, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Dağlıq Qarabağ, Naxçıvan bölgələri) dağ və ov turizmi baxımından yüksək potensiala malikdir. Əslində, Sovet İttifaqı dövründə “İnturist” turizm təşkilatı Azərbaycanın dağlarında ov turizmi üçün qərb ölkələrinə müxtəlif turlar təşkil edirdi. Bu gün bu dağlıq ərazilər zəngin meşələri, ov heyvanları, təbii gözəllikləri və təmiz havası ilə qiymətləndirilməyi gözləyir.

Bundan əlavə, ölkədə 97 növ ev və çöl məməliləri, 346 növ quş və 95 növ balıq mövcuddur (Budaqov B. və Apoyev A., 1991). Ov tufənglərindən istifadə lisenziyaya

tabedir və hər bir tufəng sahibi ovçular cəmiyyətinin üzvü olmalıdır. Təşkilatın yoxsulluğu və lazımi hüquqi infrastruktur ucbatından ov turizmi kifayət qədər inkişaf etməyib.

Yayla Turizmi: Azərbaycanca dünyada mövcud olan 11 iqlim tipindən 9-u mövcuddur. Ölkədə qütb və ekvatorial iqlim istisna olmaqla, bütün digər mülayim iqlim şəraiti il boyu yaşanır. Ona görə də hər mövsümün və regionun özünəməxsus xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq dağlıq və dağ turizmini inkişaf etdirmək üçün şərait çox əlverişlidir. Azərbaycanda dağlıq turizm üçün ən münasib rayonlar Zaqatala palıd bağları, görürsən Şəkiyə gəlirsənsə, Quba palıdlıqları, İsmayıllı (Lahıc), Qəbələ, Ağdaş meşələri, Gəncə, Hacıkənd və Göygöldür.

Spa və Sağlamlıq Turizmi: Azərbaycanda 1000-ə yaxın mineral su var. Xüsusilə dünyada yalnız Azərbaycanda rast gəlinən “Naftalan” adlanan yağlı qarışıq palçıq sinir sistemi, dəri, dəri, ginekoloji xəstəliklər və bir çox başqa xəstəliklər üçün faydalıdır. Digər tərəfdən, Azərbaycanda müalicəvi sanatoriyaaların əksəriyyəti Abşeron yarımadasındadır. Bu sanatoriyalarda çarpayılardan ümumi sayı 5 min civarındadır.

Mədəniyyət Turizmi: Azərbaycan mədəniyyət turizminin tətbiq oluna biləcəyi dəyərli mədəni sərvətlərə və tarixi əsərlərə malik ölkədir. Ancaq bəzi muzeylərə və bir neçə tarixdən əvvəlki və arxeoloji obyektlərə baş çəkmək istisna olmaqla, ölkədə mədəni turizm o qədər də inkişaf etməyib. Ancaq bu ölkədə hələ də köhnə ənənəvi fakturaları ilə yaşayan şəhərlərə, əl işləri ilə məşhur mərkəzlərə, dünyanın ən qədim yaşayış məskənlərinin nümunələrinə rast gəlmək mümkündür.

Əsas turizm mərkəzləri və turizm marşrutları

Azərbaycanda paytaxt Bakıdan başlayaraq müxtəlif turizm bölgələrinə gedən yollar turistik əhəmiyyətə malik marşrutlar təşkil edir və ölkədaxili turlarda istifadə olunur. Bu səbəbdən, xüsusilə həftə sonları, bayram və yay aylarında nəqliyyatın sıxlığı müşahidə olunan bu yollar, yaxın və təyinat nöqtələrindəki mərkəzlər qədər ölkədə tanınıb və əhəmiyyətli olmuşdurlar. Bakı mərkəzə alındığında ətrafındakı bəzi turizm marşrutlarının və turizm mərkəzlərinin xüsusiyyətləri aşağıdakılardır.

Bakı-Şamaxı-Pirqulu: Bu turizm yolu Böyük Qafqazın cənub-şərq yamaclarından keçir və yaşayış yerləri Şamaxıdakı turistik otel və Pirqulu kəndindəki ağac evlərdir. Şamaxı çoxlu tarixi abidələrə və köhnə yaşayış məskənlərinə malik rayon mərkəzi, ona yaxın olan Pirqulu isə bol su ehtiyatları və yaşıl çəmənlikləri ilə kənd istirahət guşəsidir. Astronomiya rəsədxanası burada xüsusi diqqət cəlb edir. Qışda qar yağan bölgə xizək sürmək üçün əlverişlidir, müxtəlif turlar təşkil edilir və sadə dağ evlərində qonaqlamaq mümkündür.

Bakı-Gəncə-Göygöl: Turistlərin bu yoldan istifadə edərək bölgəyə səfər etmələrinin əsas səbəbi Göygöl gölünün olması, eləcə də Gəncənin tarixi zənginliyidir. Bu yaxınlarda yaranmış sürüşmə maneəsi olan bu göl 1566 m yüksəklikdə yerləşir. 1139-cu ildə baş vermiş böyük zəlzələ qaya bloklarının Ağsu çayına düşməsinə səbəb olmuş və nəticədə yaranan sürüşmə maneəsinin arxasında Göygöl əmələ gəlmişdir (Budaqov və Apoyev, 1991). Bu ərazidə qiymətli heyvanların (ceyran və s.) saxlandığı milli park da var. Gəncədən dolama dağ yolu ilə getmək olar, burada kiçik bir istirahət obyektinə də var.

Bakı-Qəbələ və Bakı-Şəki: Böyük Qafqazın cənub ətəklərindən keçən turizm yolu bir xətt üzrə Qəbələyə, digər xətt üzrə isə Şəkiyə çıxışı təmin edir. Qəbələdən 20 km kənarda köhnə Qəbələ şəhərinin qala xarabalıqları (əranın 6-7-ci əsrləri, Qafqaz Albaniyasının paytaxtına aid), 15-ci əsrə aid 2 məqbərə və e.ə. 1-3. Minlərlə məzar diqqəti cəlb edir. Qəbələdə yeni tikilmiş müasir turizm mehmanxanalarında və turist düşərgələrində qala bilərsiniz. Şəkinin ticarət mərkəzi isə yüksək iqlim istirahət potensialına malik qiymətli tarixi və mədəni sərvətlərə malikdir. Burada 2 turizm mehmanxanası, 1 istirahət düşərgəsi və idmançıların istirahət mərkəzi qalacaq yerləri təşkil edir.

Bakı-Quba-Yalama: Samur-Dəvəçi düzünü və Böyük Qafqazın şimal-şərq ətəklərini izləyən bu yol boyu həm yarımsəhra landşaftını, həm də yaşıl çəmənlikləri müşahidə etmək mümkündür. Turistik yol bir xəttlə Qubaya, digəri ilə Yalamaya çıxışı təmin edir. Quba XV əsrdə yaşayış məntəqəsinə çevrilmiş və 1744-1789-cu illərdə

Quba xanlığının mərkəzi olmuşdur. Şəhərdəki 19-cu əsrə aid hamam, cümə məscidi və məscidi, digər tarixi məscidlər və köhnə ənənəvi evlər görülməli yerlər arasındadır. Şəhərin ətrafında mineral su ehtiyatları mövcuddur (Koçman U.və başqaları, 1994, Məmmədov R. və Rəhimov S., 2000). Yalama Xəzər dənizinin sahilində yerləşir və mühüm çimərlikləri və meşələri ilə tanınır. Turizm düşərgələri, gənclər düşərgələri və bəzi qurumların istirahət obyektləri var.

Bakı-Lənkəran-Astara: Adətən Xəzər dənizi sahilindən keçən bu turizm yolu əvvəlcə Lənkərana, sonra isə Astaraya gediş-gəlişi təmin edir. Bu bölgə subtropik iqlimə, gözəl mənzərəli çimərliklərə və saytlara, inkişaf etmiş infraqurultura, mineral su ehtiyatlarına malik olduğundan, gələcək üçün dəyərli olduğundan daha müasir rekreasiya turizm komplekslərinə ehtiyac var. Bundan əlavə, bu rayonun qərbində və cənub-qərbində Talış dağları, şərqdə isə Xəzər dənizi ilə əhatə olunduğu üçün mühüm turizm zonalarından biridir. Burada turist düşərgələri, gənclər düşərgələri, istirahət obyektləri fəaliyyət göstərir.

Gələn turistlər və turizm gəlirlərindəki inkişaf

Azərbaycana istirahətə gələn xarici turistlərin sayı o qədər də az 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 (Şenel Ş., 1998). Lakin son illər tikilən bəzi müasir düşərgələr və obyektlər sayəsində turistlərin sayında cüzi artım müşahidə olunub. Məhz, 2011-ci ildə 203 270 olan turistlərin sayı 2013-cü ildə 483 163, 2015-ci ildə 680 909, 2017-ci ildə 793 345, 2018 və 2019-cu illərdə ölkəyə gələn turistlərin sayı artaraq 21 milyonu ötmüşdür. Qarşıdakı illərdə hədəflənən turist sayı 2 milyon civarındadır.

Cədvəl 2: Azərbaycan turizmində inkişaf

İllər	Gələn Turist Sayı	Turizm gəliri (min, USD)
2011	203.270	48.132
2012	305.830	285.083
2013	483.163	549.051
2014	602.047	649.800
2015	680.909	716.600
2016	766.992	906.000
2017	793.345	1.025.000
2018	1.066.290	1.450.000
2019	1.197.169	1.625.000

Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, <https://www.stat.gov.az/>

Xüsusilə son illərdə turistlərin sayının artması ilə paralel olaraq turizm gəlirləri də artıb. Yəni, 2011-cı ildə təxminən 50 milyon dollar olan turizm gəliri 2012-cü ildə 285 milyon dollara, 2013-cü ildə 649 milyon dollara, 2016-cı ildə 906 milyon dollara, 2019-cu ildə isə 1625 milyon dollara yüksəlmişdir.

Azərbaycana gələn turistlərin ölkələrinə görə bölgüsünü araşdırdıqda; MDB-yə daxil olan ölkələrdən və qonşu ölkələrdən Türkiyə və İrandan gələnlərin əksəriyyəti çoxluq təşkil edir (Cədvəl 3 və 4).

Cədvəl 3: Azərbaycana gələn turistlərin sayı (1996-1999)

Ölkələr	1996	1997	1998	1999
MDB	67.728	132.151	301.287	427.564
İran	87.564	103.724	139.300	121.604
Türkiyə	24.944	28.709	19.103	10.540
Birləşmiş Krallıq	4589	8478	5552	2432
ABŞ	4486	4468	3278	1149
Almaniya	1789	3461	3796	1635
İsrail	314	8799	1126	887
Pakistan	1863	1126	787	466
Fransa	685	1789	646	314
İtaliya	114	124	448	264
Hindistan	763	1785	419	289
Suriya	154	463	271	95
Kanada	127	547	96	369
Digər ölkələr	6397	11469	7117	34242
Cəm	213380	305.489	425.183	672.487

Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, <https://www.stat.gov.az/>

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.

Cədvəl 4: Azərbaycana gələn turistlərin sayı (2015-2019)

Ölkələr	2015	2016	2017	2018	2019
MDB	346.476	263.120	288.348	628.145	743.569
İran	242.236	321.759	284.273	267.796	286.178
Türkiyə	12.635	8.265	11.082	14.417	22.829
Digər ölkələr	79.379	172.248	209.265	155.606	145.094
Cəm	680.349	766.523	793.721	1.066.638	1.189.164

Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi saytı, <https://www.stat.gov.az/>

Gələcək illərdə turistlərin sayının artacağını nəzərə alsaq, bu vəziyyət nəticəsində turizmin ölkə iqtisadiyyatına böyük töhfə verəcək bir sektora çevriləcəyi gözlənilir.

Problemlər

Bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanın xüsusilə son illərdə beynəlxalq turizmdən daha çox pay almaq üçün böyük səylər göstərməsinin əsas səbəbi turizmin bir tərəfdən milli iqtisadiyyatın inkişafına verdiyi böyük töhfədir. digər tərəfdən sosial rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi.

Beləliklə, milli və beynəlxalq səviyyədə turizm; iqtisadiyyata, mədəniyyətə və cəmiyyətə geniş miqyasda təsir etməklə ölkəyə çoxşaxəli faydalar təmin edir (Usta A., 2002). Xüsusilə turizm ölkədə işsizlik probleminin həllinə müsbət töhfə verir. Nəticədə turizm ölkə iqtisadiyyatı üçün mühüm gəlir və məşğulluq mənbəyini təşkil edir.

Digər tərəfdən, ölkədə yüksək turizm potensialına baxmayaraq, turizmin dəyişməsinə və inkişafına mane olan bəzi əsas problemlər mövcuddur. Bu problemlər mahiyyətə aşağıda verilmişdir:

- Tanıtım,
- Nəqliyyat,

- Hazırlanmış kadrlar,
- Müasir avadanlıqların çatışmazlığı,
- görməli yerlərə ekskursiyaların qeyri-kafi olması,
- Bir çox inzibati yaşayış məntəqələrində turizm mərkəzlərinin olmaması,
- Qış turizmi üçün lazımi infrastrukturun olmaması,
- Turizm sektorunda investorların kifayət qədər dəstəyinin olmaması,
- Turizm obyektinin sərmayələrinin yüksək dəyəri formalaşmasıdır.

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

2.3. Azərbaycanın dünya turizm bazarında rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi yolları

Azərbaycanda turizm sahəsində rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması üçün daxili turizm ilk başda təhlil edilməlidir. Burada Azərbaycanın daxili turizminin yerli turistlər tərəfindən necə qiymətləndirildiyini müəyyən etmək üçün tədqiqat aparılmışdır . Bu məqsəd çərçivəsində yerli turistlərin daxili turizmdən məmnunluq səviyyəsi, turizm məhsullarının ucuz və qiymət baxımından necə qiymətləndirildiyi, Azərbaycanda daxili turizmdə hansı problemlər var və bunun üçün nələr edilməlidir kimi məsələlər müəyyən edilməyə çalışılmışdır.

Tədqiqatın kainatını Bakıda yaşayan 18 yaşdan yuxarı və ölkə daxilində ən azı bir dəfə tətillə və ya səyahət etmiş şəxslər təşkil edir. Tədqiqatda seçmə üsulu olaraq asan seçmə üsulundan istifadə edilmiş. Bu metodun seçilməsinin səbəbi sorğunun onlayn şəkildə aparılması və sorğunu görənlərin sorğunu doldura bilməsidir. Sorğuda ilk sual olaraq “Ölkə daxilində tətildə olmusunuz” sualı verilib və “yox” cavabını verənlərdən sorğunu tamamlamaları istənilmişdir.

Məlumat toplama vasitəsi

Məlumatlar onlayn sorğu üsulu ilə toplanıb. Ümumilikdə 201 sorğu anketi əldə edilmişdir. Sorğu sualları bu mövzuda əvvəlki tədqiqatlardan uyğunlaşdırılmışdır (Yaşar

H., 2016, Gökdeniz A.,2019). Sorğu 05.12.2021 – 31.01.2022-ci il tarixləri arasında onlayn platformalar üzərindən aparılmış və nəticələr statistik təhlil metodları vasitəsilə təhlil edilmişdir. Əldə edilmiş məlumatlar “SPSS 16” statistik paket proqramı vasitəsilə təhlil edilmişdir.

Cədvəl 5: Tədqiqat iştirakçılarının demografik xüsusiyyətləri

		Frekans	Yüzdə
Cinsiyyət	Kişi	88	48.6
	Qadın	93	51.4
Yaş	18-25	131	72.4
	26-34	25	13.8
	35-49	16	8.8
	50-64	8	4.4
	65+	1	0.6
Təhsil səviyyəsi	Orta məktəb	12	6.6
	Peşə təhsili	5	2.8
	Bakalavr	7	3.9
	Magitr və üstü	157	86.7
Gəlir səviyyəsi	500 və üstü	128	70.7
	501-1000	34	18.8
	1001-2000	12	6.6
	2001+	7	3.9
Mədəni vəziyyət	Subay	132	72.9
	Evli	46	25.4
	Digər	3	1.7

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Araşdırmada iştirak edən respondentlərin əksəriyyəti 18-25 yaş arası (72,4%), bakalavr və magistratura pilləsində (86,7%), aylıq gəliri 500 Manat və aşağı olan (70,7%) subay (72,9%) şəxslərdir.

Respondentlərin daxili turizm hərəkətlərində iştirakla bağlı qiymətləndirmələri araşdırıldığında müəyyən edilir ki, ölkə daxilində 5-dən çox tətillik edənlərin nisbəti 64,1%, tətildə 15 gündən çox qalanların nisbəti isə 30,9% təşkil edir. Ailəsi ilə birlikdə tətillik keçirənlərin nisbəti isə 71,3 faizdir. Ölkə daxilində tətillik seçmə səbəbləri arasında ən yüksək dəyərə malik amil əyləncə (49,2%) olmuşdur. Müəyyən edilmişdir ki, daxili

turizm günlərində xərclənən vəsaitin orta məbləği əsasən 500 manatdan az olmuşdur (48,6%).

Cədvəl 6: Respondentlərin Azərbaycanda ölkədaxili turizmə qatılma səviyyəsi

		Frekans	Faiz
Azərbaycanda neçə dəfə daxili turizmdə iştirak etmişiniz?	1 dəfə	15	8.3
	2 dəfə	15	8.3
	3 dəfə	17	9.4
	4 dəfə	18	9.9
	5 və üstü	116	64.1
Azərbaycanda iştirak etdiyiniz daxili turizm üzrə gün sayı?	1-3	43	23.8
	4-6	25	13.8
	7-10	35	19.3
	11-15	22	12.2
	15+	56	30.9
Azərbaycanda daxili turizmdə kiminlə iştirak etmişiniz?	Ailəmlə	129	71.3
	Dostlarımla	40	22.1
	Həm dostlarımla, həm ailəmlə	3	1.8
	Tək	9	5.0
Azərbaycanda daxili turizmdə iştirak etmək səbəbiniz?	Əyləncə-istirahət	89	49.2
	Ziyarət	46	25.4
	İş	17	9.4
	Sağlamlıq	7	3.4
	Digər	22	12.2
Azərbaycanda daxili turizm üzrə orta xərcləriniz?	500 və aşağı	88	48.6
	501-1000	58	32.0
	1001-2000	27	14.9
	2001-3000	4	2.2
	3001 və üstü	4	2.2
Cəm		181	100

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Respondentlərin 50,3% ölkədaxili turizmdən məmnun olduqlarını, 12,2% isə çox məmnun olduqları müəyyən edilmişdir. Ortalamaya baxdıqda 5-dən 3.6 məmnunluq səviyyəsinin olduğu görülür. Digər tərəfdən, razı qalmayanların nisbətinin 12,7%, ümumiyyətlə heç məmnun olmayanların nisbətinin isə 1,1% olduğu müəyyən edilmişdir. Bu nəticələrə əsasən demək olar ki, ölkə əhalisi Azərbaycanda keçirdikləri daxili turizmdən razıdırlar. "Yenidən ölkə daxində səfər etməyi düşünürsünüz?" sualına dəqiqliklə yox cavabı verən olmamışdır. Bəli və mütləq bəli cavabını verənlər ümumilikdə 66,2% təşkil edir. Bu suala verilən cavabların orta qiyməti 5 üzərindən

3.69-a bərabər olmuşdur. Bu nəticə o deməkdir ki, yerli turistlərdə yenidən ölkə daxilində istirahət etmək istəyi yaranır.

Azərbaycanda daxili turizm üçün təklif olunan məhsullar iştirakçılar tərəfindən ucuz-bahalılıq baxımından qiymətləndirildikdə, ümumi orta qiymət 5 üzərindən 2,3 müəyyən edilib ki, bu da yerli turistlərin turizm xidmətlərini baha görməsi deməkdir. Maraqlıdır ki, ən bahalı xidmət qonaqlama obyektləri, nisbətən daha ucuz görülən xidmət isə nəqliyyatdır (Cədvəl 7).

Cədvəl 7: Turistik məhsulların ucuzluq-bahalıq nöqtəyi nəzərindən qiymətləndirilməsi

1 – çox bahalı, 2 – bahalı, 3 – orta, 4 – ucuz, 5 – çox ucuz	Ortalama
Bölgələrdə yerləşən qonaqlama müəssisələri	1.72
Bölgələrdə yerləşən əyləncə obyektləri	1.98
Bölgələrdə yerləşən kafe və restoranlar	2.33
Bölgələrə təşkil edilən turlar	2.49
Bölgələrdəki alış-veriş imkanları	2.53
Ölkə daxilindəki nəqliyyat imkanları	2.75
Ümumi ortalama	2.3

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Eyni zamanda cədvəldə bölgələrdə yerləşən əyləncə obyektlərinin, kafe və restoranların, tur şəbəkələrinin, alış-veriş imkanlarının da ucuzluq-bahalıq nöqtəyi nəzərindən qiymətləndirilməsi aparılmışdır.

Cədvəl 8: Azərbaycanda daxili turizmin problemləri ilə bağlı dəyərləndirilməsi

1 – çox bahalı, 2 – bahalı, 3 – orta, 4 – ucuz, 5 – çox ucuz	Ortalama
Ümumilikdə qiymətləndirildikdə qiymətlər yüksəkdir	4.08
Keyfiyyətli turistik müəssisələrin sayı azdır	3.93
Qonaqlama obyektlərində xidmət keyfiyyəti yetərsizdir	3.79
Zəif ünsiyyət və ictimaiyyətlə əlaqələr problemləri var	3.72
Ətraf mühitin çirkliliyi problemi var.	3.68
İnfrastruktur problemi var	3.64
Tibbi xidmət problemi var	3.62
Nəqliyyat problemi var	3.53
Səs pozuntusu problemi var	3.49
Heç bir problem yoxdur	1.70

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Araşdırma iştirakçıları daxili turizmlə bağlı müxtəlif problemlərin olduğunu bildiriblər. Ən böyük problemin qiymət və keyfiyyət olduğu müəyyən edilmişdir. Problemlər üzrə ümumi orta göstərici 5 üzərindən 3.73 olmuşdur.

Cədvəl 9: Daxili turizmin inkişafı üzrə təkliflərin qiymətləndirilməsi

1 – çox bahalı, 2 – bahalı, 3 – orta, 4 – ucuz, 5 – çox ucuz	Ortalama
Mədəni dəyərlərin qorunması və turizmə şamil edilməsi lazımdır	4.68
Turizm üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayının artırılması lazımdır	4.66
Yerli icra nümayəndələri müəssisələrin gigiyenasına və qiymətinə nəzarət etməlidir	4.55
İnsanlarda turizm ideyasını inkişaf etdirmək lazımdır	4.50
İnfrastruktur təkmilləşdirilməlidir	4.47
Nəqliyyat imkanları artırılmalıdır	4.35
Menecerlər diqqəti cəmiyyətin iştirakını təmin edəcək fəaliyyətlərə yönəltməlidir.	4.32

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Cədvəl əsasən deyə bilərik ki, Azərbaycanda daxili turizmin inkişafı üçün iştirakçıların təkliflərində ən yüksək orta bal mədəni dəyərlərin qorunması və turizmə şamil edilməsidir. Bunun ardınca turizm obyektlərinin sayının artırılması təklifi gəlir.

Cədvəl 10: Ölkə daxilində tətillə qərar verərkən (və ya tətillə bölgəsini seçərkən) vacib hesab edilən amillərin qiymətləndirilməsi

1 – çox bahalı, 2 – bahalı, 3 – orta, 4 – ucuz, 5 – çox ucuz	Ortalama
Təbii gözəllik	4.72
Mədəni faktorlar	4.39
Ucuzluq	4.35
Nəqliyyat əlverişliliyi	4.17

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Respondentlər ölkə daxilində tətillə seçərkən ən çox təbii gözəlliyə önəm verirlər. Nəqliyyatın asanlıqı nisbətən az vacib amildir. Diqqət çəkən başqa bir vəziyyət isə ucuzluğun üçüncü vacib amil olmasıdır.

Cədvəl 11. Ölkədaxili tətillə üçün qərarınıza təsir edən məlumat mənbələri

Məlumat mənbəyi	Say	Faiz
Dost-tanış tövsiyyəsi	121	38%
Daha öncəki təcrübələr	93	26%
İnternet	84	24%
Səyahət turları	33	8%
Media	22	6%
Sərgi	20	4%

Mənbə: Müəllif tərəfindən aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Ölkə daxilində səyahət qərarının verilməsində ən böyük məlumat mənbəyi dost-tanış tövsiyyəsidir. Çox seçimli sualda ən çox seçilən cavab dost-tanış məsləhəti olmuşdur.

Cədvəl 12: Ölkədaxili turizmdən məmnunluq səviyyəsi ilə yenidən Azərbaycanda tətillə üstünlük vermə arasında əlaqə

		Yenidən ölkə daxilində tətillə etməyi düşünürsünüz?
Ölkədaxili turizmdən məmnunluq səviyyəniz	Pearson Korelyasiya	,699**
	p	,000

***P<0.01

Mənbə: Müəllif tərəfindən SPSS statistik proqramında aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Ölkədaxili turizmdən məmnunluqla yenidən ölkədaxili tətillə üstünlük verilməsi arasında yüksək nisbət müəyyən edilmişdir. Bu nəticəyə görə insanlar tətildən razı qaldıqları halda, yenidən gətdikləri yerə üstünlük verəcəklər.

Cədvəl 13: Daxili turizmin bahalı-ucuz səviyyəsi ilə daxili tətildən məmnunluq səviyyəsi və yenidən ölkədə istirahət etməyə üstünlük arasında əlaqə

		Bölgələrdə yerləşən qonaqlama müəssisələri	Bölgələrdə yerləşən əyləncə mərkəzləri	Bölgələrdə alış-veriş imkanları	Ölkədaxili nəqliyyat imkanları	Bölgələrdə kafe-restoranlar	Bölgələrdə təşkil edilən turlar
Ölkə daxilində etdiyiniz tətildən məmnunsunuzmu?	Pearson Korrelyasiya	.232**	.328**	.221**	.152*	.238**	.228**
	p	0.001	0.000	0.002	0.041	0.002	0.001
Yenidən ölkə daxilində tətillə edərsinizmi?	Pearson Korrelyasiya	.222**	.413**	.215**	.162*	0.116	.305**
	p	0.002	0.000	0.002	0.021	0.112	0.000

* P<0.05

** P<0.01

Mənbə: Müəllif tərəfindən SPSS statistik proqramında aparılan sorğunun nəticələrinə əsasən tərtib edilmişdir

Cədvəl 13-də korrelyasiya nəticələrinə nəzər saldıqda, məmnunluq səviyyəsi və ölkə daxilində yenidən tətillə etmək düşüncəsi ilə ucuzluq-bahalılıq arasında əhəmiyyətli,

lakin aşağı korrelyasiya olduğu görünür. Bu nəticəni ölkə daxilində alternativlərin az olması və xaricdə istirahət etməyin daha bahalı olması ilə izah etmək olar. Bundan əlavə, belə qənaətə gəlmək olar ki, insanlar ölkə daxilində tətildə olarkən daha çox qiymətdən kənar amilləri nəzərə alırlar. Nəticələrdə diqqət çəkən başqa bir məqam əyləncə obyektlərinin ucuz-bahalı qavranılmasının məmnunluq və təkrar üstünlük baxımından digərlərindən daha təsirli olması ilə bağlıdır.

Daxili turizmdəki problemlərin səviyyəsi ilə ölkə daxilində tətildən məmnunluq səviyyəsi ilə yenidən ölkəyə üstünlük verilməsi arasında əhəmiyyətli, aşağı və mənfi korrelyasiya aşkar edilmişdir. Səs-küy problemi ilə məmnunluq səviyyəsi və səhiyyə xidmətləri problemi ilə yenidən ölkə daxilində tətillik etmək düşüncəsi arasında 0,05 əhəmiyyət səviyyəsində əhəmiyyətli korrelyasiya aşkar edilməmişdir.

Təhlil nəticələrinə əsasən belə qənaətə gəlmək olar ki, daxili turizmdə qəbul edilən problemlər daxili turizmdən məmnunluq səviyyəsinə və destinasiyaya yenidən üstünlük vermə səviyyəsinə mənfi təsir göstərəcək. Bununla belə, sözügedən təsirin zəif olması əvvəlki təhlilin şərhində göstərildiyi kimi, ölkə daxilində alternativlərin azlığı və daxili turizm xidmətlərindən gözləntilərin aşağı səviyyədə olması ilə izah edilə bilər. Bu nəticəni Azərbaycan xalqının tolerantlığı ilə əlaqələndirmək mümkündür.

Daxili turizm milli gəlirin yenidən bölüşdürülməsi ilə iqtisadi tarazlığın təmin edilməsi, ölkə daxilində iqtisadi hərəkətiliyin təmin edilməsi, regionların inkişafı və əlaqəli sahələrin inkişafı baxımından çox vacibdir. Bu kontekstdə, xüsusən də neftin qiymətinin aşağı düşməsindən sonra Azərbaycan da alternativ gəlir mənbəyi kimi turizmə üz tutub. Daxili turizm hərəkətləri ölkəyə valyuta gətirməsə də, ümumilikdə ölkənin turizm təcrübəsinin və imkanlarının inkişafında səmərəlidir.

Azərbaycanın daxili turizmini yerli turistlər tərəfindən qiymətləndirmək məqsədi daşıyan bu araşdırmada əksəriyyəti 18-25 yaş arasında olan və gəlir səviyyəsi 500 manat civarında olan ümumilikdə 201 nəfər iştirak edib. İştirakçıların əksəriyyəti gənclər olsa da, ölkə daxilində 5 dəfədən çox tətildə olduğunu bildirenlərin nisbəti yüksək olub. İstirahətini ailəsi ilə keçirənlər çoxluq təşkil edir. Tətilə tək çıxanlar çox

azdır. Bu nəticə Wang və Qunun (2014-cü ildə) Çində apardıqları araşdırmada tətillik edənlərin əsasən tək və ya iki nəfər olaraq tətillik etmələri ilə üst-üstə düşür. Demək olar ki, bu fərqlilik iki ölkə arasındakı mədəni fərqlərdən qaynaqlanır.

Əyləncə-istirahət və ziyarət üçün tətillik çıxanlar çoxluq təşkil edir. Tətillik günlərində xərclənən vəsaitin orta hesabla 500 manat civarında olduğu bildirilir. Tədqiqat iştirakçıları ümumilikdə tətilliklərindən razı qaldıqlarını və yenidən ölkə daxilində istirahət etmək istədiklərini bildiriblər. Buna baxmayaraq, turizm xidmətlərinin baha olduğu, turizmde çoxsaylı problemlərin olduğu vurğulanıb. İştirakçıların təkliflərdə ən çox vurğuladığı məqam təbii və sivil dəyərlərin qorunub turizmə cəlb edilməsi, turizm obyektlərinin artırılması, qiymət və gigiyena ilə bağlı yerli özünüidarə orqanları tərəfindən tənzimləmələrin aparılmasının zəruriliyidir. Buradan görürük ki, ölkə daxilində tətillik qərar verərkən təbii gözəllik və mədəni faktorlar ön plana çıxır. Təbiətin və təbii gözəlliklərin tətillik qərarında mühüm amil olduğundan Yaponiyada Krag və Prebensen (2016) və Çində Wang and Qu (2014) tərəfindən aparılan araşdırmanın nəticələri ilə üst-üstə düşür.

İnsanların turizm xidmətlərini baha görüb, problemlərin olduğunu bildirsələr də, onların tətillikdən razı qalaraq yenidən ölkə daxilində istirahət etmək barədə düşüncələrini, ölkə daxilində alternativlərin az olması və xaricdə turizm fəaliyyətlərinin baha olması ilə izah etmək olar. Bundan əlavə, insanların ölkə daxilində turizm xidmətindən gözləntilərinin aşağı olması da məmnunluq səviyyəsinin artmasına səbəb ola bilər. Yang və başqalarının (2014) Çində apardıqları araşdırmada daxili turizm qiymətlərinin tələbata mənfi təsir göstərmədiyini aşkar edilmişdir.

Respondentlər dost-tanışın tövsiyəsini və onların əvvəlki təcrübələrini tətillik qərarının verilməsində mühüm məlumat mənbəyi kimi qeyd etmişdirlər. Bu nəticəni tətillik qərarının verilməsində güvən və təcrübənin əhəmiyyəti kimi şərh etmək olar. Buna görə də, turizm müəssisələri müştərilərini məmnun etməklə, onların yenidən bu xidmətlərə üstünlük vermələrini təmin edə və başqalarına bu xidmətlə bağlı müsbət

tövsiyələr verə bilərlər. Dost-tanış məsləhətinin effektivliyi Çində Wang və Qu (2014) tərəfindən aparılan tədqiqatda da ortaya qoyulmuşdur.

III FƏSİL. DÜNYA TURİZM BAZARINDA AZƏRBAYCANIN YERİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Dünya turizm bazarında Azərbaycan turizm sənayesinin mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi

Daxili turizm milli gəlirin yenidən bölüşdürülməsi ilə iqtisadi tarazlığın təmin edilməsi, ölkə daxilində iqtisadi hərəkətliliyin təmin edilməsi, regionların inkişafı və əlaqəli sahələrin inkişafı baxımından çox vacibdir. Bu kontekstdə, xüsusən də neftin qiymətinin aşağı düşməsindən sonra Azərbaycan da alternativ gəlir mənbəyi kimi turizmə üz tutub. Daxili turizm hərəkətləri ölkəyə valyuta gətirməsə də, ümumilikdə ölkənin turizm təcrübəsinin və imkanlarının inkişafında səmərəlidir.

Azərbaycanın daxili turizmini yerli turistlər tərəfindən qiymətləndirmək məqsədi daşıyan bu araşdırmada əksəriyyəti 18-25 yaş arasında olan və gəlir səviyyəsi 500 manat civarında olan ümumilikdə 181 nəfər iştirak edib.

İştirakçıların əksəriyyəti gənclər olsa da, ölkə daxilində 5 dəfədən çox tətildə olduğunu bildirənlərin nisbəti yüksək olub. İstirahətini ailəsi ilə keçirənlər çoxluq təşkil edir. Tətilə tək çıxanlar çox azdır. Bu nəticə Wang və Qu-nun (2004) Çində apardıqları araşdırmanın nəticələri ilə üst-üstə düşür ki, istirahət edənlər əsasən bir və ya iki nəfər kimi istirahət edirlər. Demək olar ki, bu fərqlilik iki ölkə arasındakı mədəni fərqlərdən qaynaqlanır. Əyləncə, istirahət və ziyarət üçün tətilə çıxanların əksəriyyəti. Bayram günlərində xərclənən vəsaitin orta hesabla 500 manat civarında olduğu bildirilir.

Tədqiqat iştirakçıları ümumilikdə tətillərindən razı qaldıqlarını və yenidən ölkə daxilində istirahət etmək istədiklərini bildiriblər. Buna baxmayaraq, turizm xidmətlərinin baha olduğu, turizmdə çoxsaylı problemlərin olduğu vurğulanıb. İştirakçıların təkliflərdə ən çox vurğuladığı məqam təbii və sivil dəyərlərin qorunub turizmə cəlb edilməsi, turizm obyektlərinin artırılması, qiymət və gigiyena ilə bağlı yerli özünüidarə orqanları tərəfindən tənzimləmələrin aparılmasının zəruriliyidir. Buradan görürük ki, ölkə daxilində tətilə qərar verərkən təbii gözəllik və mədəni

faktorlar ön plana çıxır. Təbiət tətillərində mühüm amil olduğundan Yaponiyada Krag və Prebensen (2016) və Çində Wang və Qu (2004) tərəfindən aparılan tədqiqatın nəticələri ilə üst-üstə düşür.

İnsanlar turizm xidmətlərini baha görüb, problemlərin olduğunu bildirsələr də, onların tətildən razı qalaraq yenidən ölkə daxilində istirahət etmək barədə düşüncələrini, ölkə daxilində alternativlərin az olması və bunun da az olması ilə izah etmək olar. xaricdə tətillər etmək daha bahalıdır. Bundan əlavə, insanların ölkə daxilində turizm xidmətindən gözləntilərinin aşağı olması da məmnunluq səviyyəsinin artmasına səbəb ola bilər. Yang və başqalarının (2014) Çində apardıqları araşdırmada daxili turizm qiymətlərinin tələbata mənfi təsir göstərmədiyini aşkar edilmişdir.

İştirakçılar bir dost-tanışın tövsiyəsini və onların əvvəlki təcrübələrini bayram qərarının verilməsində mühüm məlumat mənbəyi kimi qeyd etdilər. Bu nəticəni bayram qərarının verilməsində güvən və təcrübənin əhəmiyyəti kimi şərh etmək olar. Buna görə də, turizm müəssisələri müştərilərini məmnun etməklə, onların yenidən bu bizneslərə üstünlük vermələrini təmin edə və başqalarına bu bizneslə bağlı müsbət tövsiyələr verə bilərlər. Dost-tanış məsləhətinin effektivliyi Çində Wang və Qu (2004) tərəfindən aparılan tədqiqatda da nümayiş etdirilmişdir.

3.2. Azərbaycanda turizmin dünya səviyyəsində inkişafında qarşılaşılan problemlər

Azərbaycanda turizm xidmətlərinin inkişafı üçün böyük potensial var. Zəngin təbii sərvətlərə, unikal biomüxtəlifliyə, əlverişli iqlimə və 780 km sahil xəttinə baxmayaraq, Azərbaycan Respublikası turizmdə çox kiçik paya malikdir. ÜTT-nin məlumatına görə, ölkəyə gələn turistlər dünya turistlərinin cəmi 0,003%-ni təşkil edir.

Turizmin inkişafına ən böyük maneələrdən biri də Dağlıq Qarabağ probleminin həll olunmamasıdır. Beynəlxalq mediada Azərbaycan müharibəsi, hərbi əməliyyatlar, ölüm xəbərləri də ölkənin turizm potensialına təsir edir. Dağlıq Qarabağ kimi ümumxalq müharibəsi ilə müqayisədə turizm itkiləri ciddi problem sayıla bilməz, amma Türkiyədə terror və dövlət çevrilişinə cəhd kimi hadisələrdən, Rusiya ilə siyasi böhrandan sonra turizm potensialının 30 faizə qədər azalması faktı Ötən illər vəziyyəti daha da ağırlaşdırır. Bakının cəbhədən kifayət qədər uzaqda olması məsələni yayındırmaq üçün kifayət etmir. Sadəcə Azərbaycanın adını eşitmək ölkəyə səfərləri təxirə salmaq üçün kifayət qədər əsasdır.

Azərbaycan turizminin əsas problemlərindən bəziləri:

- Turizm məkanlarının tikintisi maliyyə baxımından baha başa gəldiyindən sahibkarlar bu sahəyə maraq göstərmirlər;
- İnvestorları cəlb edə biləcək müasir infrastrukturun olmaması;
- Turizm potensialının zəif təbliği;
- İnvestorların investisiya təşviqlərindən narazılığı

Otel qiymətlərinin yüksək olması, istirahət mərkəzlərində turizm xidmətlərinin dünya standartlarına cavab verməməsi, suvenir çeşidinin olmaması, bələdçilərin olmaması və s. Bir çox problemlər həllini gözləyir. Turizm sektorunun problemlərinə etinasızlıq - bunu turizmdə kifayət qədər kapitalın olmaması və bu sahədə ümumi siyasətə kifayət qədər diqqət yetirilməməsi ilə izah etmək olar.

Turizmin inkişafına mane olan amillər nəticəsində ölkəyə turist axınının durmadan artması əsasında yaradılmış mehmanxana və nəqliyyat infrastrukturu ciddi

şəkildə dağıdılıb. Bölgələrdə fəaliyyət göstərən mehmanxana və istirahət mərkəzlərinin ilin müəyyən fəsillərində fəaliyyət göstərməsi, hər mövsüm yeni işçilərin işə götürülməsi xidmət keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir. Digər tərəfdən, peşə hazırlığı səviyyəsində lazımi sayda kadr hazırlığı yoxdur. Düzdür, bu yaxınlarda Qəbələdə “Turizm və Otelçilik” Peşə Mərkəzi yaradılıb və İsmayılıda pilot peşə məktəbinin yaradılmasına sözlər göstərilib, lakin bu, yetərli deyil. Əsas problem bu peşəni öyrədə bilən müəllimlərin olmamasıdır, ona görə də ilk növbədə təhsil işçiləri hazırlanmalıdır (Qismətgızı A., 2010).

Daxili turizm tarixi-mədəni dəyərlərin tədqiqi və inkişaf etməmiş bölgələrin iqtisadi dirçəlişi baxımından əhəmiyyətlidir. Təəssüf ki, müharibə vəziyyəti, iqtisadi problemlər və səyahət mədəniyyətinin olmaması Azərbaycanda daxili turizmin inkişafına mane olur. Bununla belə, Avropanın turizmi inkişaf etmiş bir çox ölkələri daxili turizmlə xarici turizm arasında sağlam balans yaratmağa nail olublar. Məsələn, Fransada səyahət bazarının 65 faizi, Almaniyada isə 47 faizi daxili bazara aiddir.

Marketinq strategiyalarında bazara təsir edən ən güclü amillərdən biri qiymət səviyyəsidir. Azərbaycanda turizmin inkişaf edə bilməməsinin səbəblərindən biri də kiçik şirkətlərin çoxluğu, zəif resursları və nəticədə rəqabəti davamlı edə bilməməsi səbəbindən bazarda yüksək qiymət siyasətidir. Bu gün Azərbaycan turizm bazarının üzləşdiyi ən mühüm problemlərdən biri də miqyas iqtisadiyyatlarından yararlanmamaq nəticəsində optimal qiyməti müəyyən edə bilməməkdir. Çünki turizm sektorunda yeni inkişaf edən ölkə kimi Azərbaycanda istehsal olunan turizm məhsulları dünyada o qədər də tanınmır. Ona görə də məhsulun qiymətləri ölkəyə gələn turistlərin maliyyə potensialına və xərcləmə meyllərinə uyğun müəyyən edilməlidir.

Azərbaycanda 8 iqlim tipi olsa da, bu xüsusiyyət hələlik ölkədə turizmin ilboyu inkişafına imkan vermir. Çünki turizmi il boyu yaymadan geniş, davamlı və sabit inkişafa nail olmaq mümkün deyil. Bütün fəsilləri əhatə edəcək turizm infrastrukturu yaradılmalıdır.

3.3. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında turizmin yeri və ölkə iqtisadiyyatına təsirləri

Azərbaycanın bir çox bölgələri turizm potensialı baxımından özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir və dünyanın müxtəlif yerlərindən gələn qonaqları cəlb edir. Xüsusilə Abşeron yarımadasının şimalı və Xəzər dənizi sahili, Quba-Xaçmaz, Lənkəran düzləri və qərb bölgəsi yüksək turizm potensialına malik ərazilərdir. Ölkədə turizmin inkişafını sürətləndirmək, ölkəmizin turizm potensialını dünyaya tanımaq və xarici qonaqların diqqətini cəlb etmək məqsədilə 2003-cü ildə 7 turizm marşrutu yaradılmışdır. Bunlar: Bakı-Balakən, Bakı-Xaçmaz, Bakı-Astara, Bakı-Qazax, həmçinin Bakı Abşeron, Bakı-Qarabağ və Bakı-Naxçıvandır.

Ölkəyə gələn turistlərin təkcə paytaxt Bakıya deyil, həm də ölkənin müxtəlif bölgələrinə səfər etmələri, regionlarda turizmin inkişafı üçün müxtəlif turizm marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi vacibdir. Azərbaycanın mühüm istiqamətlərindən biri olan Qarabağ bölgəsi 30 ilə yaxındır ki, Ermənistanın işğalı altındadır və 2020-ci ilin sentyabrında başlayan müharibə ilə Azərbaycan, Qarabağ bölgəsi işğaldan azad edilib. Qarabağın gözəl təbiəti, zəngin flora və faunası var. Bundan əlavə, bu rayonda yüzlərlə dəyərli tarixi, mədəniyyət və təbiət abidələri yerləşir. Azərbaycan artıq bu regionda yeni turizm infrastrukturunun yaradılması üçün investisiya planı hazırlayır.

Məlumdur ki, turizm dünya iqtisadiyyatının inkişaf edən sahələrindən biridir. Görünməz ixrac effekti ilə valyuta gəlirləri təmin etdiyi və multiplikator effekti ilə iqtisadiyyatın digər sahələrini inkişaf etdirdiyi üçün turizm sektoru ildən-ilə genişlənir.

Son 10 ildə Azərbaycanda keçirilən müxtəlif beynəlxalq idman yarışları, mədəniyyət tədbirləri, belə tədbirlər Azərbaycanın turizm potensialının dünyaya tanıtılması, eləcə də beynəlxalq turizm hərəkətlərinə töhfə vermək imkanı kimi qiymətləndirilir. Məsələn, Eurovision Mahnı Müsabiqəsi, Avropa Oyunları, Formula 1 Qran Prisi və s.

Azərbaycanın xarici turizmdən əldə etdiyi gəlirin 2010-cu ildən 2019-cu ilə qədər xeyli artdığı müşahidə edilir. 2019-cu ildə ölkəyə gələn əcnəbilərin sayı 3 milyon

170 min 373 nəfərdir. Onlardan 932,9 min nəfəri (31,9%) Rusiya Federasiyası, 725,4 min nəfəri (29,1%) Gürcüstan, 316,6 min nəfəri (15,2%) Türkiyə, 255,6 min nəfəri (7,5%) İran vətəndaşıdır. Bu müddət ərzində Azərbaycana gələn digər xarici turistlər müvafiq olaraq BƏƏ, Almaniya, İngiltərə, İtaliya, Çin, İsrail, Özbəkistan, Fransa, Belarus, Hindistan, Pakistan, Serbiya, Slovakiya, Yunanıstan, Ukrayna, Türkmənistan və İsrailəndir.

Turist sayının azalmasında səbəb kimi bütün dünyada turizmə ağır zərbə vuran Covid 19 virusu və sentyabr ayından sonra ölkədə başlayan müharibə səbəbiylə elan edilən hərbi vəziyyət göstərilə bilər.

Covid-19 virusunun yayılmasının qarşısının alınması məqsədilə 2020-ci ilin aprel-dekabr aylarında Azərbaycana və digər ölkələrə tətbiq edilən müvəqqəti məhdudiyyətlər nəticəsində ölkəmizə gələnlərin sayında kəskin azalma müşahidə olunub. 2019-cu ilin ikinci rübündə 457 milyon dollarlıq turizm yönümlü xarici valyuta əldə edildiyi halda, 2020-ci ilin ikinci rübündə bu, 5 milyon dollar olub. 2019-cu illə müqayisədə bu azalma 2020-ci ilin üçüncü və dördüncü rübündə də davam edib. Azərbaycan Mərkəzi Bankının məlumatına görə, 2020-ci ildə qarşılıqlı turizm xidmətlərinin dövriyyəsi 4,9 dəfə azalaraq 715,9 milyon ABŞ dolları təşkil edib. 2020-ci ildə turizm xidmətləri idxalı ixracı üstələyib və 107,5 milyon dollar kəsir verib. Lakin 2016-cı ildən Azərbaycanda turizm xidmətlərinin dövriyyəsində müsbət saldoya nail olunub. 2020-ci ildə azalmanın ən mühüm səbəbi Covid-19 pandemiyasının təsiridir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı tənzimləmələri iki yolla baş verir: dövlət tənzimlənməsi və sektor tənzimlənməsi. Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı üçün Azərbaycan dövləti tərəfindən “2002-2005-ci illəri əhatə edən Dövlət Proqramı” hazırlanmışdır (Növrəslı T., 2010). Bu qərara uyğun olaraq 2011-ci ildə turizm sahəsində strategiyalar müəyyən edilib. Azərbaycanın mədəniyyətini və tarixini qoruyub saxlamaq məqsədilə İçərişəhər (İçərişəhər) Dövlət Mühafizəsi ərazisi - Azərbaycan tarixi baxımından böyük əhəmiyyətə malik olan bu tikili 2000-ci ildə YUNESKO-nun

Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilmişdir. Şirvanşahlar sarayı kompleksi və Qız qalası bu irsin bir hissəsidir.

“Azərbaycan Respublikasında 2009-2018-ci illərdə kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı” turizm və kurort zonalarının yaxın gələcəkdə planlı şəkildə inkişafı və səmərəli istifadəsinin əsasını qoyur. Azərbaycanın turizm sektorunun strategiyasında işgüzar konfransların keçirilməsi kimi tədbir turizminə xüsusi önəm verilir. və beynəlxalq idman tədbirləri. Azərbaycan daha çox turist cəlb etmək məqsədilə müxtəlif ölkələrin vətəndaşları üçün üç gün ərzində (rüsüm ödənilməklə üç saat sürətləndirilmiş) elektron vizaların rəsmiləşdirilməsi üçün “Asan” Viza Sistemi yaradaraq viza rejimini sadələşdirib. Bu sistem Amerika Birləşmiş Ştatları vətəndaşlarına da aiddir, İyun 2016 Türkiyədə birdəfəlik turist və tranzit viza rüsumları 50 dollardan 20 dollara endirilib. Prezidentin 2017-ci ilin fevralında verdiyi sərəncamla ASAN ödəniş və viza terminallarından istifadə Azərbaycan, Gürcüstan, İran, Rusiya və Türkiyənin sərhəd-keçid məntəqələrində transsərhəd ölkələrdən daxil olmaq. “Fast Way” marşrutları yaradıldı. 2018-ci ildə müstəqil Dövlət Turizm Agentliyi Mədəniyyət Nazirliyindən ayrılıb.

Dövlətin sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması məqsədi ilə müxtəlif regionlarda təhsil Azərbaycanın sahibkarlıq siyasətinin tərkib hissəsinə çevrilib. Onlardan biri Qadın Biznesinin İnkişafı Platforması çərçivəsində “Turizmdə Sahibkarlıq” adlı təlim (24-29 oktyabr 2019-cu il tarixlərində) Quba şəhərində keçirilmişdir. Turizm sahibkarlığının əsas sahəsi kimi turizmin strukturunun inkişafı mühüm rol oynayır. Yerli resursların mövcudluğu və təbii ehtiyatların iqlim və ekoloji xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla əl əməyinin inkişafı mühüm sahə olaraq qalır. Bu cür turizm yönümlü tədqiqatlar; Qadınların turizmdən güzəştli şəkildə istifadə etməsi, ailənin gəliri şəklində sahibkarlıq gəlirlərinin artırılması və rayonda infrastrukturun inkişafı ilə digər sahələrin yaxşılaşdırılması inteqrasiyalı bir nemət kimi yaradılmışdır.

Uğurlu iqtisadiyyatın ən zəruri göstəricilərindən biri sürətli iqtisadi artımdır. Bu kontekstdə bütün ölkələr iqtisadi artıma lazımi əhəmiyyət verir və bunu məqsəd kimi

görür. İqtisadi artım sadəcə olaraq əhaliyə və ya adambaşına istehsal olunan mal və xidmətlərin miqdarının artması kimi müəyyən edilə bilər. Yaranan artımın möhkəm artım kimi xarakterizə edilməsi üçün bu artım müvəqqəti deyil, davamlı olmalıdır. Bu artımların baş verməsi üçün ölkənin istehsal potensialı uzun müddətə genişləndirilməli və ya daha səmərəli istifadə edilməlidir.

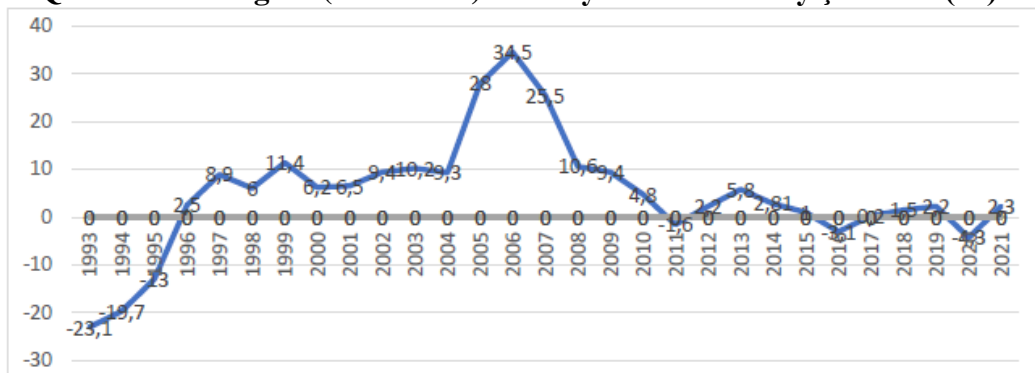
Cədvəl 14: İllərə görə Azərbaycanın qonşu ölkələrində 2019-2021 ÜDM dəyişmə faizi (%)

Ölkə	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)
Gürcüstan	6	-5.1	4.5
Rusiya	3	-2.1	4.8
Türkiyə	1.9	2.8	7
İran	-5.8	2.5	3.5
Ermənistan	8.6	-6.6	2

Mənbə: Beynəlxalq Valyuta Fondu, 2021

Cədvəl 14-də 1993-2021-ci illər arasında Azərbaycan Respublikasında ÜDM-in dəyişmə templəri haqqında məlumat verilmişdir. Qeyd etmək olar ki, Sovet İttifaqının dağılması ilə bağlı Asiya maliyyə böhranı (1991-1996) və 1991-1994-cü illərdə Ermənistan-Azərbaycan müharibəsi Azərbaycanı çox ciddi iqtisadi böhrana sürüklədi. Xüsusilə SSRİ dövründə respublikalar arasında sistemli şəkildə asılılığı məcburi edən təsərrüfat strukturunun qəfil dağılması bazar iqtisadiyyatına keçiddə mühüm problemləri də gətirdiyini söyləmək olar. Siyasi, hüquqi və iqtisadi infrastrukturun olmaması, texnologiyanın köhnəlməsi, azad bazar modelinin bilməməsi, Ermənistanın işğalı nəticəsində torpaqların itirilməsi, milyonlarla insanın öz ölkəsində qaçqın və s. İstehsalın səbəblərdən dayandığı müşahidə edilib. Müharibədən sonra yaranan problemlər və parçalanma nəticəsində iqtisadiyyatda böyük tənəzzül, parçalanma və bunun nəticəsində mənfi artım, daha doğrusu aşağı milli gəlir və yüksək inflyasiyanın baş verdiyi vurğulanır.

Qrafik 3: İllərə görə (1993-2021)Azərbaycanın ÜDM dəyişim faizi (%)



Mənbə: IMF, <https://www.imf.org/en/Countries/AZE>, 2021

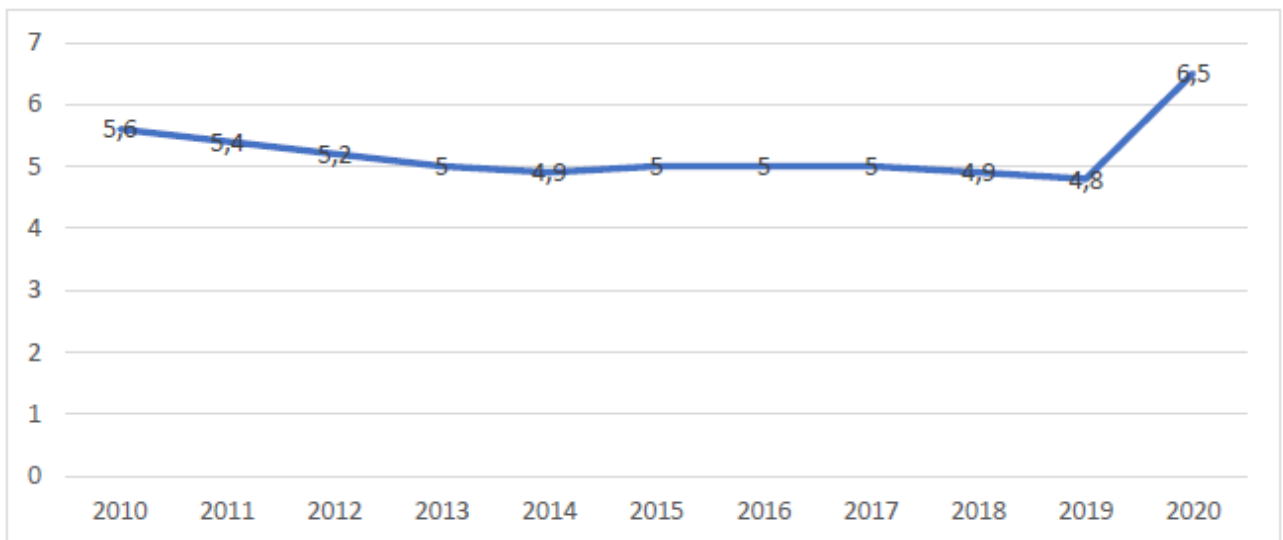
Qrafik 3-dən görünür ki, BVF 1993-cü ildə Azərbaycanın ÜDM artımını -23,1% kimi göstərmişdir. 1995-ci ildə ÜDM-in artımı -13% göstərilə də, müharibədən sonrakı Azərbaycanın neft və karbon ixracı müqavilələri və xarici kapitalın ölkəyə gəlməsinin iqtisadiyyatı stimullaşdırdığı müşahidə olunur. 1997-ci ildə Azərbaycanın 8,9 faizlə ciddi artım göstərdiyi görünür. 2005-ci ildə Bakı-Tbilisi-Ceyhan Xam Neft Kəməri istifadəyə verildikdən sonra onun Azərbaycan iqtisadiyyatına ciddi gəlirlər verdiyini söyləmək olar. 2004-cü ildə 9,3% olan Azərbaycanın ÜDM-in artım tempi 2005-ci ildə 28%-ə, 2006-cı ildə 34,5%-ə çatıb ki, bu da azadlıq tarixində ən yüksək artım tempi olub. 2008-ci il dünya böhranından Azərbaycanın da təsirləndiyi və neftin qiymətinin azalmasının ÜDM-ə mənfi təsir göstərdiyi və azalmalara səbəb olduğu anlaşılır. Bu səbəblərdən 2008-ci ildə ÜDM-in artım tempi 10,6% olduğu halda, 2011-ci ildə bu göstərici -1,6%-ə enmişdir. Azərbaycanda artımın 2016-cı il istisna olmaqla, 2012-2019-cu illər arasında dəyişkən kurs izlədiyi müşahidə edilir. Vurğulanır ki, COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar 2020-ci ildə ölkədə elan edilmiş milli karantin və neftin qiymətinin ciddi şəkildə aşağı düşməsi Azərbaycanda ÜDM nisbətinin son 25 ilin ən aşağı səviyyəsinə -4,3%-ə enməsinə səbəb olub.

Müharibə dövründə Azərbaycanda hiperinflyasiya olduğu və xeyli pulun çap olunduğu görünür. 1992-ci ildə inflyasiya 1012,3 faiz, 1993-cü ildə 1229,1 faiz, 1994-cü ildə ən yüksək göstərici olan 1763,5 faiz təşkil etmişdir. 1994-cü ilin sonunda Ermənistanla Azərbaycan arasında atəşkəs imzalandıqdan sonra Azərbaycan Mərkəzi

Bankının həyata keçirdiyi ciddi siyasət nəticəsində 1995-ci ildə inflyasiyanın 511,8%-ə qədər azaldığı müşahidə edilir. BVF ilə birgə hazırlanan sabit inkişaf proqramları sayəsində bu temp tədricən azalmış və inflyasiya 1996-cı ildə 19,9%-ə, 1997-ci ildə 3,7%-ə, 1998-ci ildə -0,8%-ə enmiş, 2000-ci ildə yenidən 1,8%-ə yüksəlmişdir.

COVID-19 epidemiyası bütün dünyaya yayıldıqda və insanlara evlərini tərk etmək qadağan edildikdə, bütün dünyada iqtisadi fəaliyyətdə şok edici tənəzzül baş verdi. Epidemiya səbəbiylə istifadəsi artan odekolon, üz maskaları, qoruyucu geyimlər, təmizlik məhsulları, mallar, kuryer xidmətləri və internet kimi bəzi sektorlar istisna olmaqla, insan hərəkətliliyi və konqreslər kimi tədbirlərlə əlaqəli nəqliyyat, turizm və idman sektorları, insanların birgə getdiyi konfranslar, kinoteatrlar, teatrlar, konsertlər.Sektorlarda həyatın demək olar ki, dayandığını söyləmək olar. İstehsalın azalmasının təbii nəticəsi olaraq ölkələrdə işsizlik səviyyəsi yüksəldi; Digər tərəfdən, işsizliyin artmasının istehsalın azalması və vergi daxilolmalarının azalması səbəbindən əlavə insanların yoxsullaşmasına və psixoloji problemlərin yaranmasına səbəb olduğu vurğulanır.

Qrafik 4: 2010-2020-ci illər arası Azərbaycanda işsizlik səviyyəsi



Mənbə: IMF, <https://www.imf.org/en/Countries/AZE>, 2021

Azərbaycanda 2010-2020-ci illər üzrə işsizlik dərəcələri Qrafik 4-də verilmişdir. 2010-cu ildə 5,6% olan işsizlik səviyyəsinin hər il yeni iş yerlərinin açılması ilə bir qədər də azaldığı müşahidə edilir və bildiyimiz kimi iqtisadi inkişaf dövrlərində işsizliyin azalması gözlənilərkən, iqtisadi geriləmə dövrlərində isə işsizliyin artması gözlənilməkdədir.

Diagram 4-dəki göstəricilərdən də göründüyü kimi, COVID-19 pandemiya şəraiti ilə əlaqədar işsizliyin 2020-ci ildə artmağa başladığı və Azərbaycanda 2019-cu ildə 4,8% olan işsizlik səviyyəsinin əhəmiyyətli dərəcədə artaraq 6,5%-ə çatdığı görünür. 2020-ci ildə. Rəsmi rəqəmlərə görə, 2020-ci ildə Azərbaycanda işsizlərin sayının 375 min 900 nəfər (159,9 min nəfər kişi, 216 min nəfər qadın) olduğunu və bu rəqəmin əvvəlki illə müqayisədə 122 min nəfər çox olduğunu söyləmək olar. Məsələn, 2003-cü ildə Azərbaycanda işsizlərin sayının 400 min 900 nəfər olduğu, 2020-ci ildəki işsizlik səviyyəsinin isə 2003-cü ildən bəri ən yüksək işsizlik səviyyəsi olduğu vurğulanır.

Sonrakı aylarda iqtisadi fəaliyyətlərin bərpası ilə əlaqədar işsizlik məlumatları bir qədər azalsa da, bu göstəricilərin hələ də yüksək olduğunu söyləmək olar. Nəhayət, qiymətləndirmək üçün; Görünür ki, Azərbaycanın məşğulluq probleminin həlli investisiyaların sürətləndirilməsindən və yeni iş sahələrinin yaradılmasından asılıdır. Qeyd etmək olar ki, bu istiqamətdə görüləcək tədbirlər işsizliyə nəzarət etməyə imkan verəcək (Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2021).

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqat sahəsi olan Azərbaycanda turizm fəaliyyəti tarixi prosesdə çoxlu dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Xüsusilə Ermənistanın Qarabağı işğal etdiyi və müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə iqtisadi darboğazlar və sosial-iqtisadi problemlər səbəbindən turizm fəaliyyətində və turistlərin sayında müəyyən dalğalanmalar müşahidə olunurdu. Təbii ki, bunda bir çox ölkələrdəki müharibə vəziyyəti rol oynadı. Belə ki, bu dövrlərdə ölkəyə gələn turistlərin sayının dəyişməsi turizm sektoruna ciddi təsir göstərmişdir. Ancaq son illər turizm sektorunda müəyyən aktivlik var. Azərbaycanda turizm fəaliyyəti əsasən istirahətə yönəlib və Xəzər dənizi sahillərini və isti bulaqların yerləşdiyi yerləri əhatə edir. Xüsusilə, Azərbaycanın həm təbii, həm də sosial-iqtisadi xüsusiyyətləri özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir. Bununla belə, ölkə sərhədləri daxilində regional fərqlər var. Məhz, bir tərəfdən 4500 m-ə qədər yüksək dağlıq ərazilər, digər tərəfdən dəniz səviyyəsindən aşağıda olan ərazilər var. Bu vəziyyət ekosistem və turizm baxımından dəyişikliklərə və inkişafalara səbəb olur. Müvafiq olaraq, mülayim, quru, subtropik və Alp ekosistemləri bir yerdə yaşayır. Sosial-iqtisadi fəaliyyətlər cəmiyyətlərin mədəni xüsusiyyətləri ilə bilavasitə bağlı olsa da, ekosistemdəki dəyişiklik turizm fəaliyyətlərində də dəyişikliklərə səbəb olur.

Nəticədə Azərbaycanın təbii sərvətlərə əsaslanan rekreasiya potensialı ilə paralel olaraq, yerli müalicə və istirahət mərkəzləri də çoxdur. Ölkə ərazisində Qafqaz dağları, Kür-Aras düzənlikləri, Lənkəran və Naxçıvan bölgələri müalicə və istirahət turizmi baxımından zəngindir. Məsələn, Şuşa şəfalı suları ilə kurortologiya mərkəzinə, sağlamlıq verən dağ iqlimi ilə istirahət mərkəzinə çevrilib. Bundan əlavə, Xəzər dənizinin Nabran və Abşeron sahillərindəki termal bulaqların ətrafı turist düşərgələri, gənclər düşərgələri və yataqxanalarla təchiz olunub.

Xarici turistlər baxımından nəticələrdən danışsaq, turistlərin sayı ciddi 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

bəhrələyə biləcəyi müasir obyektlər çox azdır. Lakin son illərdə salınan müasir düşərgələr və obyektlər sayəsində turistlərin sayında bir az da artım var. Nəticədə 1996-cı ildə 200 min civarında ölkəyə gələn turistlərin sayı 1998-ci ildə 500 minə yaxınlaşıb, 2003-cü ildən isə ölkəyə gələn turistlərin sayı bir milyonu keçib.

Yaxın illərdə hədəflənən turist sayının iki milyondan çox olacağı təxmin edilir. Ölkə turizminin inkişafı və turizm gəlirlərinin artırılması ilə bağlı əsas təkliflər aşağıdakı kimidir.

- Müasir turizm obyektlərinin artırılması,
- Xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi,
- Turizm kadrlarının hazırlanması,
- Geniş miqyaslı görməli yerlərə turların yaradılması,
- Bölgələrdə və rayonlarda yerli turizm mərkəzlərinin yaradılması;
- Qış turizmi üçün lazımi infrastrukturun yaradılması.

Xüsusilə müasir dünyada rifah səviyyəsi yüksək, adambaşına düşən gəliri yüksək olan bütün inkişaf etmiş və inkişaf etmiş ölkələr turizmə diqqət yetirən ölkələrdir. Digər tərəfdən, təbii sərvətləri yüksək olsa da, inkişaf etməmiş və müəyyən daxili iqtisadlar yaşayan ölkələr turizm potensialı yaxşı dəyərləndirilməyən, turizm gəlirləri aşağı olan ölkələrdir.

Bunun nəticəsidir ki, ən mühüm inkişaf göstəricilərindən biri də ölkə daxilində turist düşərgələrinin və obyektlərinin müntəzəm olaraq paylanmasıdır. Bu səbəbdən də ölkənin bütün resurslarından istifadə etmək və inkişafı bütün ölkəyə yaymaq üçün turizm düşərgələrinin və obyektlərinin lazım olan bütün bölgələrə balanslı şəkildə paylanmasını təmin etmək lazımdır. Nəticədə Azərbaycanda mövcud olan çoxşaxəli turizm potensialından və turizm fəaliyyətindən səmərəli istifadə olunacaq, ölkə iqtisadiyyatına töhfələr veriləcək və beləliklə, turizm aparıcı və mühüm sektorlardan biri olacaqdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. “Business Insight International Research Group” (2012). “Turizm üzrə ITB Beynəlxalq Berlin Sərgisi”ndə “Azərbaycan Haqqında Təəssüratların Öyrənilməsi Üzrə Araşdırma Layihəsinin Hesabatı”.
2. Növrəsli T.N. (2012), “Azərbaycan turizm potensialının iqtisadi inkişaf üçün töhfələri”. “Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri” elmi analitik jurnalının №1(29) Bakı, s. 255-259.
3. Növrəsli T.N. (2012), “Turizm hadisəsinə ümumi yanaşma”. “Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri” elmi analitik jurnalı, №4, Bakı: “Bakı Dövlət Universiteti”, s. 255–257.
4. Növrəsli T.N. (2015), “Turizmin Əsasları”. Dərs vəsaiti/müəllif kollektivi. 6.5-ci bölüm “Əyləncə sənayesinin və animasiyanın təşkili”. Bakı: “QHT Nəşriyyatı”, s. 496.

İngilis dilində

1. “Center for Economic and Social Development, Policy Report on Tourism Sector in Azerbaijan”, July 2011, Baku.
2. Cheng-Yue Yin, Patrick Poon, (2016). "The impact of other group members on tourists' travel experiences: A study of domestic package tours in China", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 28 Issue: 3, pp.640-658.
3. Demunter Christophe and Dimitrakopoulou Chryssanthi (2011), “Industry, trade and services Population and social conditions”, Eurostat European Commission, p.132-147.
4. Eijelaar Eke, Peeters Paul, Piket Pieter (2008), “Domestic and International Tourism in a Globalized World”, India, p.54.

5. Hall C. Michael, and O’Sullivan Vanessa (1996), “Tourism, political instability and violence”. “In Tourism, crime and international security issues, edited by Abraham Pizam and Yoel Mansfeld”, New York: John Wiley, p. 105-21.
6. Krag Christoffer Wanga, Nina K. Prebensen (2016), "Domestic Nature-Based Tourism in Japan: Spirituality, Novelty and Communing" InAdvances in Hospitality and Leisure. Published online: 09 Dec 2016; p. 51-64.
7. Mahase E. (2020), “Coronavirus: global stocks of protective gear are depleted, with demand at “100 times” normal level”, WHO warns, p.543.
8. Mustafa K., Mairna M. (2012), “Improving the Contribution of Domestic Tourism to the Economy of Jordan”, “Asian Social Science”, Vol 8, No 2, p. 29-36.
9. Sheldon P. (2017). “Tourism Information Technology”, Cab International, Wallingford, UK, p.114.
10. Wang Suosheng, Hailin Qu, (2014), "A comparison study of Chinese domestic tourism: China vs the USA", “International Journal of Contemporary Hospitality Management”, Vol. 16, Issue: 2, pp.108-115.
11. Werthner H., Klein S. (2019). “Information Technology and Tourism” – A Challenging Relationship, Wien, p. 25.
12. Wilson M.E. and Chen L. H. (2020), “Travellers give wings to novel coronavirus (2019-nCoV)”. “Journal of Travel Medicine”, № 3 (1), p. 1–3.
13. Yang Yang, Ze-Hua Liu, Qiuyin Qi, (2014), "Domestic tourism demand of urban and rural residents in China: Does relative income matter?", “Tourism Management” Vol. 40, pp. 193-202.
14. Zagler M. (2012). “Services, Innovation and the New Economy”, Structural Change and Economic Dynamics, №13, p. 337–355.

Türk dilinde

1. Bağdat B. (2017). “Yeni Ekonomi ve Yeni Ekonominin Temeli Olan İnternetin Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi ve Bodrum Yöresi’nde Bir

Uygulama”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

2. Bozkırlı D., Karaca N., ve Aydoğdu B. (2016). “Azerbaycan Cumhuriyeti ülke raporu”. İstanbul: T.C. Serhat Kalkınma Ajansı.

3. Davras Ö. ve Uslu A. (2019), “Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma”. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), s. 679-696.

4. Demir O., ve Esen A. (2021). “Covid 19’un yıkıcı ekonomik etkileri ve Türkiye ekonomisinde dönüşüm ihtiyacı”. “Journal of Emerging Economies and Policy”, 1(6), s. 88-15.

5. Demir S. (2009), “Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları”. “İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı”, İstanbul, s. 45-53.

6. İlgin H.Ö. ve Uruç H. (2018), “Destinasyon İmajı Araştırmaları Perspektifinden Marmara Ereğlisi Üzerine Bir Değerlendirme”. Sosyal Bilimler Metinleri, Sayı: 02, s. 12-15.

7. Karagöz Kadir (2008), “Türkiye’nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı Anatolia”. Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 19, Sayı 2, s. 37-45.

8. Murat S., Yılmaz Eser B. (2013), “Türkiyede ekonomik büyüme ve istihdam ilişkisi: İstihdam yaratmayan büyüme olgusunun geçerliliği”. “HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi”, 2(3), s. 92-94.

9. Növresli T.N. (2010), “Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi”. Doktora Tezi, İzmir: “YÖK”, s. 299.

10. Pınar I. (2005). “Turizm Endüstrisinde E-Ticaret”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Güz, №, s. 128-55.

11. Seferov Rehman (2000), “Azerbaycan'ın Sosyo-Ekonomik Coğrafi Özellikleri, Gelişim Süreci”. Dokuz Eylül Üniv. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yük. Lisans Tezi, İzmir, s. 142.

12. Seferov Rehman (2004), “Azerbaycan Nüfusunun Yapısal Özellikleri ve Eğitim Açısından Analizi”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Doktora Tezi, Konya, s.35-43.

13. Seher Uçkun (2014), “İşletme ve işletme Türleri - Turizm işletmeleri”, Değişim Yayınları, İstanbul, s. 349.

İnternet resursları

1. <http://www.salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/dettaglioFaqNuovoCoronavirus.jsp?lingua=italiano&id=228#11> (10.03.2022).

2. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> (23.11.2021)

3. <https://www.bmj.com/content/bmj/368/bmj.m543.full.pdf> (06.01.2022)

4. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> (18.10.2021)

5. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200310-sitrep-50-covid-19.pdf?sfvrsn=55e904fb_2 (27.03.2022)

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Azərbaycanca rekreasiya obyektlərinin növləri və imkanları.....	39
Cədvəl 2: Azərbaycan turizmində inkişaf.....	43
Cədvəl 3: Azərbaycana gələn turistlərin sayı (1996-1999).....	44
Cədvəl 4: Azərbaycana gələn turistlərin sayı (2015-2019).....	44
Cədvəl 5: Tədqiqat iştirakçılarının demoqrafik xüsusiyyətləri.....	46
Cədvəl 6: Respondentlərin Azərbaycanda ölkədaxili turizmə qatılma səviyyəsi.....	48
Cədvəl 7: Turistik məhsulların ucuzluq-bahalıq nöqtəyi nəzərindən qiymətləndirilməsi.....	49
Cədvəl 8: Azərbaycanda daxili turizmin problemləri ilə bağlı dəyərləndirilməsi.....	49
Cədvəl 9: Daxili turizmin inkişafı üzrə təkliflərin qiymətləndirilməsi.....	50
Cədvəl 10: Ölkə daxilində tətillə qərar verərkən (və ya tətillə bölgəsini seçərkən) vacib hesab edilən amillərin qiymətləndirilməsi.....	50
Cədvəl 11: Ölkədaxili tətillə üçün qərarınıza təsir edən məlumat mənbələri.....	51
Cədvəl 12: Ölkədaxili turizmdən məmnunluq səviyyəsi ilə yenidən Azərbaycanda tətillə üstünlük vermə arasında əlaqə.....	51
Cədvəl 13: Daxili turizmin bahalı-ucuz səviyyəsi ilə daxili tətildən məmnunluq səviyyəsi və yenidən ölkədə istirahət etməyə üstünlük arasında əlaqə.....	52
Cədvəl 14: İllərə görə Azərbaycanın qonşu ölkələrində 2019-2021 ÜDM dəyişmə faizi (%).....	62

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Beynəlxalq turist gəlişləri (milyon) və turizm gəlirləri (milyard ABŞ dolları).....	13
Qrafik 2: Turizmin iqtisadi töhfəsi (turizm birbaşa ÜDM-in ümumi ÜDM-ə nisbəti).....	22
Qrafik 3: İllərə görə (1993-2021) Azərbaycanın ÜDM dəyişmə faizi (%).....	62
Qrafik 4: 2010-2020-ci illər arası Azərbaycanda işsizlik səviyyəsi.....	64