

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRDƏ TURİZMİN İNNOVASİYA  
TEXNOLOGİYALARI ƏSASINDA İNKİŞAFI PROBLEMLƏRİ VƏ  
ONLARIN HƏLLİ YOLLARI**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**İsmayılov Oqtay Rövşən**

**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**  
\_\_\_\_\_ **imza**  
\_\_\_\_\_ **2022-ci il**

**İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRDƏ TURİZMİN İNNOVASIYA**  
**TEXNOLOGİYALARI ƏSASINDA İNKİŞAFI PROBLEMLƏRİ VƏ**  
**ONLARIN HƏLLİ YOLLARI**  
**mövzusunda**  
**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifri və adı:** 060404 - İqtisadiyyat

**İxtisaslaşma:** Turizmin iqtisadiyyatı

**Qrup:** 86

**Magistrant:**  
**İsmayılov Oqtay Rövşən**  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər:**  
**i.ü.f.d, dos. Nəcəfova Kəmalə Akif**  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Proqram rəhbəri:**  
**i.ü.f.d.dos. Hümbətova Suqra**  
**İnqilab**  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri:**  
**i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi**  
\_\_\_\_\_ **imza**

## **Elm andı**

Mən, Oqtay İsmayılov Rövşən oğlu and içirəm ki, İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizmin innovasiya texnologiyaları əsasında inkişafı problemləri və onların həlli yolları mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

# İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ TURİZMİN İNNOVASIYA TEKNOLOGİYALARI ƏSASINDA İNKİŞAFI PROBLEMLƏRİ

## XÜLASƏ

**Tədqiqatın aktualığı:** Turizmin inkişafı müasir dünya iqtisadiyyatı şəraitində özünün əhəmiyyəti və sosial-iqtisadi nəticələrinə görə mütərəqqi sahə kimi qiymətləndirilir. Turizm sferası iqtisadi və sosial potensialı olan ölkələr üçün struktur siyasətin və perspektiv bazar tipli iqtisadiyyatın prioritet istiqamətidir. Turizmin mövcud vəziyyəti onun ümumi daxili məhsulun artımı və sosial problemlərin həllində rolu ilə qiymətləndirilir.

**Tədqiqatın məqsədi:** Dissertasiya işinin məqsədi işğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin müasir innovativ konsepsiyasını hazırlamaqdır:

- Turizm bazarı formalaşmasının nəzəri əsaslarını araşdırmaq;
- Turizm bazarının mahiyyəti, əhəmiyyəti və inkişaf şərtlərini tədqiq etmək;

**İstifadə olunmuş tədqiqat metodları:** Belə ki, bu metodların əsasında sintez və analiz metodları, deduksiya və induksiya metodları, həmçinin də müqayisəli təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Tədqiqatın informasiya bazasını normativ sənədlər, dövrü nəşrlərdə çap olunmuş məqalələr və internet şəbəkəsinin materialları, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi materialları istifadə olunmuşdur.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** İnnovasiya sahəsi üzrə informasiya bazasının, iqtisadi və statistik göstəricilərin azərbaycan dilində yetəri qədər olmamasıdır.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri:** İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmdə innovasiyaların ilk xüsusi tədqiqatı olmasındadır. Ardıcıl həyata keçirilməsi turizmin innovativ potensialını aktivləşdirəcək baxışlar, prinsiplər, metodlar sistemi kimi turizmin innovativ konsepsiyasının yaradılması görülən işlərin əsas elmi nəticəsi hesab edilməlidir.

**Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:** Dissertasiyanın metodoloji əsasını elmi biliklərin metodologiyası, Azərbaycan Respublikasının qərar və sərəncamları, qanunvericilik və normativ hüquqi aktlar, təlimat və metodiki sənədlər təşkil etmişdir.

**Açar sözlər:** *turizm sənayesi, işğaldan azad edilmiş ərazilər, innovativ fəaliyyət, iqtisadi və institusional dəyişikliklər.*

# PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURISM BASED ON INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE OCCUPIED AREAS

## SUMMARY

**The actuality of the subject:** The development of tourism is assessed as a progressive field in the modern world economy due to its importance and socio-economic consequences. The sphere of tourism is a priority of structural policy and perspective market-type economy for countries with economic and social potential. The current state of tourism is assessed by its growth in GDP and its role in solving social problems.

**Purpose and tasks of the research:** The purpose of the dissertation is to develop a modern innovative concept of tourism in the liberated territories:

- To study the theoretical foundations of the formation and development of the tourism market;

- To study the essence, importance, and conditions of development of the tourism market;

**Used research methods:** Synthesis and analysis methods, deduction and induction methods, as well as comparative analysis methods will be used on the basis of these methods.

**The information base of the research:** The research database will be used for normative documents, articles published in periodicals and Internet materials, official materials of the State Statistics Committee of the Republic of Azerbaijan.

**Restrictions of research:** Insufficient information base, economic and statistical indicators in the field of innovation.

**The novelty and practical results of investigation:** It is the first special study of innovations in tourism in liberated territories. The creation of an innovative concept-of tourism as a system of views, principles, methods, the consistent implementation of which will activate the innovative potential of tourism, should be considered the main scientific result of the work done.

**Scientific-practical significance of results:** The methodological basis of the dissertation will be the methodology of scientific knowledge, decisions and orders-of the Republic of Azerbaijan, legislative and normative legal acts, instructions and, methodological documents.

**Keywords:** *tourism industry, liberated territories, innovative activities, economic and institutional changes.*

## **İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR**

|                |   |
|----------------|---|
| <b>AR</b>      | Azərbaycan Respublikası                                   |
| <b>AZPROMO</b> | Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondunun |
| <b>ÜDM</b>     | Ümumi Daxili Məhsulu                                      |

## MÜNDƏRİCAT

|  |    |
|--|----|
| <b>GİRİŞ</b> .....   | 1  |
| <b>I FƏSİL. TURİZM BAZARININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ ƏSASLARI</b> .....   | 13 |
| 1.1. Turizm bazarının mahiyyəti, əhəmiyyəti və inkişaf şərtləri .....  | 13 |
| 1.2. Müasir təsərrüfat şəraitində turizm xidmət bazarının formalaşma xüsusiyyətləri .....                                  | 21 |
| <b>II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ İNNOVATİV FƏALİYYƏTİ</b> ..... | 32 |
| 2.1. Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərinin müasir vəziyyətinin təhlili   | 32 |
| 2.2. Turizm xidmət bazarının inkişafı və milli innovativ fəaliyyətinin tənzimlənməsi .....                                 | 39 |
| 2.3. İşğaldan azad olunmuş ərazilərə investisiyaların cəlb olunması və inkişaf nəticələrinin təhlili.....                  | 45 |
| <b>III FƏSİL. İŞĞALDAN AZAD OLAN BÖLGƏLƏRDƏ TURİZM SAHƏSİNDƏ İNNOVASIYA YÖNÜMLÜ İNKİŞAFIN TƏNZİMLƏNMƏSİ</b> .....          | 53 |
| 3.1. Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərində effektiv dövlət modellərinin tətbiqi.....                             | 53 |
| 3.2. Turizm fəaliyyətinin tətbiqinə dair təkliflər və layihənin iqtisadi səmərəliliyinin tənzimlənməsi.....                | 57 |
| <b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR</b> .....   | 64 |
| <b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI</b> .....   | 68 |
| Cədvəllərin siyahısı .....   | 72 |
| Qrafiklərin siyahısı .....   | 72 |
| Diagramların siyahısı .....  | 72 |
| Sxemlərin siyahısı .....   |    |
| Şəkillərin siyahısı .....  |    |

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Turizm iqtisadiyyatda güclü amil olmaqla, səmərəli sosial institut kimi cəmiyyətin sosial-mədəni rifahın göstəricisi kimi həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə, hazırcavablığın zənginləşməsinə töhfə verir. Azərbaycan hökuməti milli turizm sektorunun inkişafının iqtisadiyyatın qeyri-neft sektoru üçün prioritet olduğunu bəyan edib. Belə ki, turizm milli və regional səviyyədə sosial siyasətin strateji əhəmiyyətli məsələsidir. Son illər turizmin inkişafı ilə bağlı aparılan işlər, qəbul edilən dövlət proqramları, qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi bunu bir daha sübut edir.

İnnovativ turizm proseslərinin öyrənilməsinin aktuallığı praktiki və elmi mülahizələrlə diktə olunur. Praktiki baxımdan, sürətlə inkişaf edən turizm sənayesi aşkar, səthdə yatan inkişaf ehtiyatlarından istifadə edərək, rəqabətdəki mövqeyini doğrultmaq üçün yeniliklər axtarışında yeni təkan tələb edir. Təşkilatlar strateji təlimatları həyata keçirərkən xüsusilə böyük risklər götürürlər. Azərbaycan turizmi, öz yolunu formalaşdıraraq, toplanmış təcrübəni ümumiləşdirməyə ehtiyac duyur.

Nəzəri baxımdan innovativ problemlərin işlənməsi bir sıra səbəblərə görə tədqiqatçıların xüsusi diqqətini cəlb edir. Onlardan beşini, fikrimizcə, əsaslarını vurğulayaq.

Birincisi, alimlərin müzakirə etdiyi innovativ cəmiyyət konsepsiyası iqtisadi inkişafın elmi anlayışını kökündən dəyişir. İnnovasiya axınının artması, insan həyatının bütün sahələrində innovasiyaların yayılması, menecerin xüsusi təfəkkür tipinin inkişafı ilə turizm sahəsində menecerin iqtisadi davranışı təqdim edilir və izah edilir.

İkincisi, təsərrüfat subyektinin mövqeyini gücləndirən yeniliklər diqqətlə hesablama və qiymətləndirmə predmeti olmalıdır. Sistemli, inteqrasiya olunmuş, texnoloji yanaşmaların tətbiqi turizmdə innovasiyalar üçün məcburi tələblərdir.

Üçüncüsü, turizm sənayesində innovativ tendensiyanın güclənməsi ilə innovativ inkişafın xüsusiyyətlərinin - innovasiyaların yetişmə dövrünün müddəti,



tətbiqin başlanğıcında aşağı gəlirlilik, idarəetmə prosesində əks əlaqənin mürəkkəbliyi - öyrənilməsinə çevrilir.

Dördüncüsü, investisiya problemləri adətən innovasiya ilə bağlıdır. Investisiyaların öyrənilməsi zərurətindən imtina etmədən təşkilati dəyişikliklərdə turizmin innovativ oriyentasiyasını gücləndirmək üçün böyük ehtiyatlar görünür. Təşkilatın potensialının ekoloji tələblərə uyğunluğunu müəyyən etmək üçün bir sıra təşkilati dəyişikliklər həyata keçirmək lazımdır.

Beşincisi, turizmdə insan resursları tam aktivləşməkdən uzaqdır. İnnovativ transformasiyaların sürətləndirilməsi üçün katalizator kimi menecerlərin rolu artır. İdarəetmənin innovativ potensialı fəaliyyətdə, davranışda və onun motivasiyasında, idarəetmə metodologiyasında, idarəetmə üslubunda reallaşır.

Buna görə də tədqiqatın aktuallığı turizm sektorunun formalaşması və inkişafına nəzəri yanaşmaların elmi əsaslandırılması, turizm bazarlarının inkişafının innovativ istiqamətlərinin müəyyən edilməsi kimi turizmin mühüm sosial-iqtisadi inkişafının həlli zərurətindən irəli gəlir. Turizm komplekslərinin səmərəliliyinin artırılması və milli iqtisadiyyatda innovativ turizmin inkişafı modelinin hazırlanmasını kəsb edir.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:** Azərbaycanın turizmdə innovativ inkişaf modelinə keçidinin mürəkkəbliyinin yaranması, eləcə də milli innovasiya sistemlərinin yaradılması zərurəti həm xarici, həm də yerli iqtisadçı alimlərin innovasiya fəaliyyətinə dair müxtəlif iş və fikirlərin böyük marağına və öyrənilməsinə səbəb olmuşdur. Qeyd etmək vacibdir ki, bu sahədə inkişaf etmiş biliklər kompleksinə baxmayaraq, bu gün innovativ inkişaf mexanizmlərinin müəyyən edilməsi, intellektual və təşkilati kapitalın cəlb edilməsi və onlardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması ilə bağlı məsələlər açıq qalır. Bununla belə, gündəliyə tək cə mövcud mexanizmdən innovativ inkişaf modelinə keçidin nəzəri və praktiki problemləri deyil, həm də innovativ fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi və müasirləşdirilməsi problemləri daxil edilib. İnnovasiya problemlərinin öyrənilməsinə töhfə verənlər arasında Şumpeter J., Bell D., Bredi D., Qalbrayt J., Şeremetyev İ., Toffler E., Fukuyama F. kimi xarici alimlərin adlarını qeyd etmək

olar. V., Martynov B., Moseikin Y., Naisbitt J, Nelson R, Nixon F., Richardson H, Santo B., Freeman C.; və məişət: Mehtiev R., Abasova S., Qasimov E., Muradov Ş. vardır.

İnnovativ problemlərin tədqiqi metodologiyasının və metodologiyasının başlanğıc nöqtələri idarəetmə üzrə ixtisaslaşmış alimlərin və ilk növbədə Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M., Hüseynov T.Ə., Əzizova G.A., Atakişiyev M., Süleymanov Q., Quliyev T., Quliyev T.Ə., Məmmədova N., Rüstəmli T.O., S.Vixanskinin, S.Yu.Qlazyevin, V.V.Qonçarovun, V.N.Quninanın, S.D.İlyenkovanın, Korotkov E.M. Lvova DS, Porshneva AG, Prigozhina AI, Fatkhutdinova PA, Yakovets Y.V. Turizm sistemini tədqiq edən alimlər V.İ.Azar, B.Q.Qulyaev, L.A.İlyina, V.A.Kvartalnov, N.K.Moiseyeva, T.P.Rozanova, V.Saprunova B., Çudnovski A.D.-nin əsərlərində innovasiya problemləri işıqlandırılmışdır. İnnovativ inkişaf məsələləri xarici alimlər Ansoff İ., Gibson J.L., İvantseviç D.M., Drucker P.F., Karloff B., Robson M., Ullah F. və başqalarının əsərlərində öz əksini tapmışdır.

İnnovasiya strategiyasının problemləri qismən işıqlandırılır. Əksər tədqiqatlar innovasiyanı turizm fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətləri olmadan tamamilə qlobal iqtisadiyyata tabe olan bir element kimi nəzərdən keçirir. Aparılan tədqiqatın kifayət qədər empirik bazasını qeyd edək. Turizm innovasiyasının idarə edilməsi haqqında vahid anlayış yoxdur, innovasiya prosesinin mərhələləri haqqında biliklər dəqiqləşdirilməyib. İnnovativ transformasiyalar üçün texnologiya kimi innovasiya strategiyasını başa düşməmək kifayətdir. Turizm təşkilatının innovativ potensialının diaqnostikası metodologiyası hazırlanmamışdır. Turizm sistemində innovativ komponentin inkişafının elmi-metodiki məsələlərinin əsas hissəsi xüsusi tədqiqat tələb edir.

Turizm innovasiyalarının elmi inkişafı vəziyyəti onların xüsusi tədqiqinə ehtiyacı müəyyən edir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:** Dissertasiya işinin məqsədi işğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin müasir innovativ konsepsiyasını hazırlamaqdır. Bu məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələr həll edilmişdir:

-İnnovasiya inkişafının mahiyyəti və əsas istiqamətlərini təhlil edilmişdir;

-Turizm sahəsində innovasiya fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini müəyyən etmək və təkmilləşdirilməsinin vacibliyini əsaslandırmaq;

-Turizm sahəsində regionun innovasiya potensialının qiymətləndirilməsi metodikasının işlədilməsi və sınaqdan keçirilməsi;

-Bölgələrdə turizm sənayesinin innovativ inkişaf yoluna keçid üçün lazım olan iqtisadi və institusional dəyişiklikləri müəyyən etmək.

- Turizmdə innovativ idarəetmənin funksiyaları və məqsədləri təhlil edilmişdir;

- Turizm sahəsində innovativ idarəetmə xüsusiyyətləri tədqiq edilmiş və müasir şəraitdə onun təkmilləşdirilməsinin ən mühüm istiqamətləri əsaslandırılmışdır;

**Tədqiqatın obyektı və predmeti:** Tədqiqatın obyektı turizm sistemidir. Tədqiqatın predmeti turizm təşkilatlarının innovativ prosesləridir.

**Tədqiqat metodları:** Dissertasiyanın yazılmasında müxtəlif üsullardan istifadə edilmişdir. Belə ki, bu üsullar əsasında sintez və analiz üsullarından, toplama və çıxma üsullarından, eləcə də müqayisəli analiz üsullarından istifadə edilmişdir. Təhlil metodunun köməyi ilə dissertasiyanın adı bölmələrə və fəsilərə bölünəcək, sonra isə sintez üsulu ilə ayrı-ayrı fəsillərin təhlili ümumiləşdiriləcək. Daxiletmə metodunun köməyi ilə məqalənin başlığına uyğun olaraq iqtisadi faktlar müəyyən edilmişdir. Deduksiya üsulu ilə müəyyən edilmiş bu iqtisadi reallıqlar əsasında nəzəri biliklər, o cümlədən nəticə və təkliflər müəyyən edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Tədqiqatın informasiya bazasını normativ sənədlər, dövrü nəşrlərdə çap olunmuş məqalələr və internet şəbəkəsinin materialları, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi materialları istifadə olunmuşdur.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** İnnovasiya sahəsi üzrə informasiya bazasının, iqtisadi və statistik göstəricilərin bu mövzu haqqında yetəri qədər olmamasıdır.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi:** İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmdə innovasiyaların ilk xüsusi tədqiqatı olmasındadır. Ardıcıl həyata keçirilməsi turizmin innovativ potensialını aktivləşdirəcək baxışlar, prinsiplər, metodlar sistemi kimi turizmin innovativ konsepsiyasının yaradılması görülən işlərin əsas elmi nəticəsi hesab edilməlidir. Tədqiqatda təklif olunan innovativ potensialın

diaqnostikası metodologiyası iqtisad elminin nəzəri problemlərinin daha da inkişafına, təcrübənin təkmilləşdirilməsinə öz töhfəsini verəcəkdir. İşğal olunmuş ərazilərimizdə turizmi inkişaf etdirmək üçün öncə bərpa işləri aparılmalıdır. Məlum olduğu kimi mənfur düşmənlərimiz tərəfindən dağıdılan bu ərazilər sıfırdan yenidən qurulmalıdır. Tikib qurma işləri ilə yanaşı turizmə də start vermək önəmli şərtlərdən biridir. İşğal olunmuş ərazilərimizdə turizmi inkişaf etdirmək üçün öncə bərpa işləri aparılmalıdır.

**Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri:** Əldə edilən nəticələrin Praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, əsas metodoloji və praktiki müddəalardan respublika və regional səviyyələrdə icra hakimiyyətləri tərəfindən turizm sənayesinin inkişafının strateji idarə olunmasında, işğaldan azad edilmiş ərazilərin turizm sənayesinin inkişafı üçün normativ hüquqi aktların, strategiyaların və məqsədli proqramların hazırlanmasında istifadə edilə bilər.

# I FƏSİL. TURİZM BAZARININ FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFININ NƏZƏRİ ƏSASLARI

## **1.1. Turizm bazarının mahiyyəti, əhəmiyyəti və inkişaf şərtləri**

Turizmin yeni, keyfiyyətli və xüsusi maraqlarını nəzərə alaraq, daha çox fərqləndirilmiş məhsullar onların nisbətən yüksək qiymətə satılmasına imkan verir və bu ölkələrə mütləq üstünlük verir. Bu sahələrdə onlar xidmətlərin keyfiyyətini fərqləndirərək və yaxşılaşdıraraq inkişaf etməkdə olan ölkələrin aşağı maaşlı işçi qüvvəsi ilə rəqabət apara bilirlər. Bazarda müəyyən boşluqlara xidmət göstərmək üzrə ixtisaslaşaraq, bu ölkələrdə kiçik firmalar hətta şiddətli rəqabət şəraitində də sağ qala bilirlər.

Zəngin resursları və turizm üçün ucuz işçi qüvvəsi olan inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlarının əksəriyyətində bu sektor çox güman ki, valyuta gəlirlərinin alternativ strateji mənbəyinə çevriləcək. Beləliklə, turizmin əsas mənbələrindən coğrafi cəhətdən uzaq olan inkişaf etməkdə olan ölkələrlə müasir hava əlaqəsinin tətbiqi ilə onlar tezliklə qlobal turizm bazarında yeni rəqabətqabiliyyətli regionlara çevrilə bilirlər.

Turizm müəssisələrinin və əlaqəli maliyyə kapitalının nisbətən sərbəst hərəkəti inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrdə turizm sənayesinin inkişafının maliyyələşdirilməsində çətinlikləri aradan qaldırmağa kömək edəcəkdir. Məsələn, çoxmillətli otellər şəbəkəsi genişləndiriləcək, onların kapitalı və təcrübəsi ucuz yerli işçi qüvvəsi və turizmin təbii ehtiyatları ilə birləşdiriləcək ki, bu da regionlarda turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətini artıracaq. Bu çoxmillətli şəbəkələr də marketinq faydaları gətirəcək. Bununla belə, çoxmillətli otellər şəbəkəsinin yerli turizm sənayesinə verə biləcəyi töhfə, onlarla 34 yerli otel arasında bağlanmış müqavilələrin faktiki məzmunundan asılıdır.

Beynəlxalq turist səyahətlərinin liberallaşdırılması və şirkətlərin, o cümlədən turizm sənayesinin transmilliləşdirilməsi regional və beynəlxalq institusional razılaşmalarla yanaşı, qlobal turizm bazarını daha da genişləndirəcək və milli

sərhədlərin şəffaflığını artıracaqdır. Beynəlxalq səyahətlərin qiyməti artıq potensial turistlər üçün münasib olub və ölkədən ölkəyə səyahət vaxtı azalıb.

Tur operatorları xərcləri və səyahət vaxtlarını optimallaşdırmaq üçün bir raundda bir neçə istiqaməti birləşdirdikcə, çox ölkəyə paket turlar ölkə ixtisasları arasındakı sərhədləri bulandırır. Həyat tərz fərqləri, artan sərvət, demoqrafik dəyişikliklər və uzun məsafəli xidmətlərin çoxalması, şübhəsiz ki, 21-ci əsrdə səyahətlərə təsir göstərəcək.

Turizmin inkişafına yönəlmiş proqramların nümunələri onların həyata keçirilməsinin birbaşa təsirini göstərir: yəni mehmanxanalar, restoranlar, xizək kurortları, yollar, bu proqramların həyata keçirilməsi milli iqtisadiyyatın digər sahələrinə: tikintiyə, istehsalata investisiya tələb edir. Bu proqramların həyata keçirilməsinin multiplikativ effekti yerli, regional və federal büdcələrə pul vəsaitlərinin hərəkətini təmin edən müxtəlif sahibkarlıq subyektlərinin (reklam agentlikləri, ticarət müəssisələri, ictimai iaşə, əyləncə, nəqliyyat şirkətləri) iştirakını əhatə edir.

Turizmin əhəmiyyəti hər hansı bir ev sahibi ölkəyə gətirdiyi çoxsaylı fayda və üstünlüklərdən irəli gəlir. Ancaq turizmin əsl əhəmiyyəti onun təbiətindən və necə təyin olunduğundan və quruluşundan irəli gəlir. Və burada izah edəcəyimiz budur. Turizm ölkənin tam böyüməsinə və inkişafına töhfə verir: birincisi, çoxsaylı iqtisadi dəyər və faydalar gətirməklə; və ikincisi, ölkənin brend dəyərini, imicini və şəxsiyyətini formalaşdırmağa kömək etmək. Turizm sənayesi cəlbedici istiqamətlərdən kənara çıxaraq mühüm iqtisadi artıma töhfə verir.

Turizmin bir ölkəyə necə iqtisadi (və qeyri-iqtisadi) dəyər qatdığını və niyə hər bir ölkə üçün bu qədər əhəmiyyət kəsb etdiyini danışib izah edəcəyik. Nə üçün hər bir ölkə turizmə təkcə turistləri cəlb etmək kimi deyil, iqtisadi artımı və tam inkişafı dəstəkləyən platforma kimi baxır. Nə üçün o, təkcə artım və inkişafın deyil, həm də sosial-iqtisadi amillərin göstəricisi və barometri kimi tanınır və əhəmiyyət kəsb edir.

Burada biz təkcə turizm əhəmiyyətli məqamları sadalamırıq. Biz əslində turizmin ölkələr, iqtisadiyyatlar və dünya üçün nə üçün vacib olduğunu bilmək istəyirik. Biz həqiqətən turizmi vacib edən səbəbləri və amilləri anlamaq istəyirik.

Bunun üçün turizmin tərifini, mənasını və strukturunu başa düşməliyik. Turizmi vacib edən və onun bütün fayda və üstünlüklərini gətirən təbiəti, mənası və tərkibidir.

Bu anlayış yalnız turizmin iqtisadi dəyərini və əhəmiyyətini bilmək və anlamaq üçün əsas yaradacaqdır. Biz turizmin ölkələr, iqtisadiyyatlar üçün necə belə mühüm rol oynadığını və onun geniş miqyaslı böyümə və inkişaf üçün əhəmiyyətini biləcəyik. Və yalnız bundan sonra biz turizmin əhəmiyyətini və oynadığı mühüm rolu həqiqətən dərk edə və qiymətləndirə bilərik.

Şübhəsiz ki, turizm özü ilə bir ölkə üçün çox böyük iqtisadi dəyər gətirir. O, turizm xərcləri vasitəsilə bir neçə sənaye sahəsinə birbaşa və daha bir çox dolayı yolla toxunur və təsir edir. Turizm bir ölkə üçün məşğulluq və valyuta gəlirlərinin yaradılmasının mühüm mənbələrindən biridir. Bütün bunlara görə turizm istənilən ölkə üçün daha çox iqtisadi əhəmiyyət qazanır.

Turizm, müxtəlif istirahət və ya iş məqsədləri üçün öz şəhərinizdən və ya ölkənizdən fərqli bir yerə səyahət etmək və orada uzun müddət ərzində xeyli müddət qalmaq kimi müəyyən edilə bilər. Bu, çox uzun və ya qalıcı olmayan bir məqsəd və qalmaq üçün səyahət edir.

Turizm geniş miqyasda istehlak üçün əsas yaradan və geniş fayda gətirən bir fəaliyyətə çevrilir. Turizm sənayelərə, iqtisadiyyata, cəmiyyətə və deməli, ölkənin bütün böyüməsi, tərəqqisi və inkişafı üçün geniş miqyasda müsbət təsir göstərən bir fəaliyyət kimi əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin tərfi həm də turizm sənayesinin bünövrəsini və geniş kontekstini yaradır ki, onun vasitəsilə üstünlüklərin və üstünlüklərin əksəriyyəti bütövlükdə ölkə tərəfindən alınır. İndi turizm sənayesinin nə olduğuna və onun necə mühüm rol oynadığına baxaq.

Yuxarıdakı bölmədə turizmin tərifindən və təsvirindən turizm sənayesini başa düşə bilərik. Sadəcə olaraq, bunu irəli aparıb sənaye perspektivinə qoymalıyıq. Turizm əsasən xidmət sənayesidir. Maraqlıdır ki, bir sənaye olaraq turizmin sənaye kimi düzgün tərfi yoxdur.

Bunun səbəbi, biz turizmi müəyyən əlaqəli iqtisadi fəaliyyətlər dəsti ilə məhdudlaşan sənaye kimi düzgün təyin edə bilmərik. Bir sənaye olaraq əvvəlcədən

müəyyən edilmiş sərhədləri yoxdur. Və sonra turistlər tərəfindən istehlak edilən xidmətlərin əksəriyyətini yalnız səyahət, otel, yemək və qonaqlama kimi turistlər üçün nəzərdə tutulmuş xidmətlər adlandırmaq olmaz.

Beləliklə, turizmi bir sənaye olaraq təyin etməyə və strukturlaşdırmağa çalışarkən, bu məhdudiyyətləri nəzərə almalıyıq və ya daha doğrusu turizmin müxtəlif digər sənayelərdə məhdudiyyətsiz mövcudluğunu söyləməliyik.

Turizm sənayesini təsvir etmək, strukturlaşdırmaq və müəyyən etmək üçün ən yaxşı yol, turizmin tərfi və izahı vasitəsilə ona baxmaqdır.

Yuxarıdakı turizm tərfi göstərir ki, bu, bir yerə səyahət etmək, orada qalmaq və daha çox yerli səyahət etmək kimi hərəkətlər və ya fəaliyyətlər toplusudur. Buna əsaslanaraq, turizm sənayesini səyahətçilərin turizm yönümlü səyahətləri boyunca bütün xidmət və məhsulların istehlakı və ya istifadəsi kimi müəyyən edə bilərik. Bu, turizm sənayesinin tələb tərəfinin tərifidir.

Təchizat tərəfi turizm sənayesinin tərfi belə olacaq: Turizm sənayesi turistlərin və səyahətçilərin istirahət, işgüzar və digər əlaqəli turizm xarakterli səyahət səfərlərində müxtəlif ehtiyacları üçün xidmətlər və məhsullar təqdim edən sənayelər qrupudur. Turistlərin bu xidmət və məhsulların istehlakına sərf etdikləri şey turizm sənayesinin gəlirlərinə çevrilir.

UNWTO (Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatı) onu adətən turizm üçün xarakterik məhsullar (və xidmətlər) təklif edən bir neçə turizm yönümlü sənayedən ibarət Turizm Sektoru adlandırır. Bu irəliləyişlə UNWTO ümumilikdə turistlərə xidmət edən 12 turizm sənayesini müəyyən edir. Bu sənayelər bunlardır:

Ziyarətçilər üçün yerləşdirmə;

Qida və içki xidmətləri göstərən fəaliyyətlər;

Dəmir yolu sənişin daşımaları;

Avtomobil sənişin daşımaları;

Su sənişin daşımaları;

Hava sənişin daşımaları;

Nəqliyyat avadanlıqlarının icarəsi;



Səyahət agentlikləri və digər rezervasiya xidmətləri fəaliyyətləri;

Mədəni fəaliyyətlər;

İdman və istirahət fəaliyyəti;

Ölkəyə xas turizm xarakterli malların pərakəndə ticarəti;

Ölkəyə xas olan digər turizm xarakterli fəaliyyətlər.

Turizm sənayesi əslində turizmə və səyahətçilərin və ya ziyarətçilərin ehtiyaclarına xidmət etməyə yönəlmiş məhsul və xidmətlər çeşidini təmin edən bu sənayələrin böyük bir qrupudur. Bu qrup və ya zəncir də bizi turizm sənayesinin dəyər zəncirinə doğru göstərir və gətirir.

Turizm sənayesi gətirdiyi faydalar və daha çox sənaye üçün tələb və artım yaradan kommersiya fəaliyyəti roluna görə vacibdir. Turizm təkcə daha çox iqtisadi fəaliyyətə töhfə vermir, həm də daha çox məşğulluq, gəlir yaradır və inkişafda mühüm rol oynayır.

Turizm səyahət və yerləri ziyarət etmək üçün fərdi fəaliyyətdir. O, müxtəlif üslub və ya səyahət növlərini və səyahətçiləri yaratmış və təbliğ etmişdir. Biz bu səyahətçiləri müxtəlif turistik yerləri və destinasiyaları ziyarət edən turistlər adlandırırıq. Bu turistlər istəyirlər və onlar yerlərə səyahət edir və o yerləri daha da populyar edir. Bu yolla onlar qazanc imkanları gətirirlər. Onlar həmçinin artan turizm fəaliyyətini asanlaşdırmaq üçün həmin yerlərin, yaxınlıqdakı yerlərin və əslində bütün ölkənin və ya bölgənin inkişafını təşviq edirlər.

Bu, turizmin unikal cəhətidir, çünki bu, qlobal miqyasda və daha da vacibi hər bir ölkə üçün iqtisadiyyatlar üçün tələb yaradır və hətta müxtəlif icmalar üçün şəhər səviyyəsində və yerli səviyyədə tələb və artım imkanlarının yaradılmasında daha da dərinləşir.

Bu, turistləri bir ölkə üçün əhəmiyyətli edir. Onların rolu və əhəmiyyəti artır, çünki onlar həm də istənilən ölkə üçün ən yaxşı brend səfirlərdən biridir. Müxtəlif ölkələrdən gələn turistlər ölkənizlə bağlı imic və qavrayışı onlarla birlikdə daşıyır və daha çoxları ilə paylaşır.

Turizm həm də kommersiya fəaliyyətidir, çünki bütün turizm prosesi xidmət və məhsulların istehlakını əhatə edir. Bu, turistlərin əhəmiyyətini və onların rollarının iqtisadiyyatlar və ölkələr üçün əhəmiyyətini vurğulayır.

Turizm, qısa müddət ərzində demək olar ki, bütün işləri görən və ölkənin yerli əhalisinin və ya istehlakçıların gördüyü xidmət və məhsulların əksəriyyətini istehlak edən bir ölkənin istehlakçı əhalisinə əlavə edir.

Onlar turistdir. Turizm, sadəcə sözlə, davamlı əsasda ölkə iqtisadiyyatında ümumi tələbatı artırır. Bu, turizmin rolunu, əhəmiyyətini, təsirini və əhəmiyyətini düzgün şəkildə yekunlaşdırır. O, həmçinin turistlərin hər bir ölkə üçün niyə vacib olduğunu izah edir və əsaslandırır.

Turizm sənayesi çoxlu fayda və üstünlüklər gətirdiyi üçün vacibdir.

Bu sənayenin gətirdiyi İqtisadi Dəyər və ya turizmin hər bir ölkənin iqtisadiyyatına qatdığı dəyər yeganə ən böyük amildir.

Əslində bu sənayeni vacib edən bütün əsas iqtisadi, maliyyə və hətta digər səbəbləri bu bir faktor altında təsnif etmək olar.

Turizmin ÜDM-ə töhfəsi;

Məşğulluğun yaradılması;

Onun gətirdiyi turistlər;

Onun yaratdığı biznes;

İstənilən ölkənin sənayesinə verdiyi geniş miqyaslı təkan.

Bütün bu üstünlüklər bu sənayeni həqiqətən dəyərli edən bir və yalnız bir amili göstərir.

Aşağıda müzakirə etdiyimiz onun gətirdiyi 5 əsas fayda bizə bir sənaye olaraq turizmin bir ölkə və global miqyasda necə böyük iqtisadi dəyər yaratdığını göstərir.

Turizm sənayesinin 5 əhəmiyyəti var. Bunlar həm də turizmin üstünlükləridir və əslində onun iqtisadiyyatlar, ölkələr və onların cəmiyyətləri üçün, həmçinin global miqyasda turizm əhəmiyyətini ifadə edən 5 əsas xüsusiyyətidir. Bu 5 amil sayəsində yalnız turizm tələbat yaradır, həmin tələbi yerinə yetirir, istehlakı artırır, ölkələrə və iqtisadiyyatlara artım və inkişaf gətirir.

-Turizm fəaliyyəti tələbat yaradır

-Turizm sənayesinin dəyər zənciri tələbatı sənayelər arasında qarşılıyır və yayır və daha çox iqtisadi fəaliyyətləri artırır

-Turizm ölkənin sağlam inkişafını tələb edir

-Qlobal Standartlara çatmağa həvəsləndirir

-Turizm daha çox istehlaka səbəb olur

Səyahət və turizm sektoru ilə bağlı vurğulamaq istədiyimiz digər mühüm müşahidə odur ki, bu sektorun istehlakçısı olan turistlər qlobaldırlar və bütövlükdə turizm və əlaqəli xidmətlərin qavranılması və istehlakına gəldikdə buna uyğun hərəkət edirlər. Bu sənayenin bu müşahidəsi və ya xarakteristikası onun yuxarıda müzakirə olunan sənaye sahələrinə təsirini daha da gücləndirən şeydir.

Gəlin əvvəlcə turizm istehlakçısının niyə həqiqətən qlobal olduğuna cavab verək. Səyyah olduğu üçün, yəni iş və istirahət üçün müxtəlif yerlərə səyahət edirlər. Bu nə deməkdir? Bu, digər şeylərlə yanaşı, həm tələb, həm də təklif tərəflərindən təsirlənən kritik təsire malikdir. Tələb tərəfdən baxsaq, bu o deməkdir ki, səyahət edənlər (istehlakçılar) qlobal miqyasda müxtəlif istiqamətlərdə və tədbir məkanlarında demək olar ki, eyni xidmətlər dəstini və ya paketini istehlak ediblər və buna görə də bu xidmətlərin istehlakı zamanı və ya gələcəkdə, onlar bu xidmətləri müqayisə edəcəklər. Tələb tərəfinin bu təsiri turistləri cəlb etmək istəyən ölkəni və ya bölgəni təmin etdikləri infrastruktur və turizm xidmətlərində keyfiyyət və qlobal standartları təşviq etməyə sövq edəcək.

Eyni nəticənin təchizat tərəfi ondan ibarətdir ki, bu xidmətlər müxtəlif ölkələrdə və yerlərdə mövcuddur (bunlar tədbir məkanları və təyinat yerləridir) və onlar onu istənilən yerdən seçə bilirlər. Beləliklə, səyahətçi turizmlə bağlı infrastrukturunu və xidmətləri qlobal səviyyədə istənilən vaxtda qiymətləndirir və müqayisə edir. Bu, xidmət təminatçılarını daha rəqabətqabiliyyətli olmağa və xidmətlərinə daha çox dəyər əlavə etməyə, yenilik və ideyalar gətirməyə sövq edir.

Beləliklə, infrastruktur və xidmətlərin təminatçısı qlobal standartlara riayət etməli və təkcə öz istehlakçılarına xidmət göstərməklə kifayətlənməməlidir.

İndi biz tam dərk etdik ki, turizm yüksək iqtisadi əhəmiyyətə malik olmaqla yanaşı, həm də sosial və mədəni əhəmiyyətə, dəyərə və təsirə malikdir. Buna görə də turizm bütün ölkələrin böyüməsinə və inkişafına bir çox cəhətdən töhfə verir.

Turizmin töhfəsi müxtəlif nisbətdə və hər bir ölkə üçün fərqlidir. Turizmin inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün əhəmiyyəti və töhfəsi inkişaf etmiş ölkələr üçün əhəmiyyətindən, təsirindən və dəstəyindən fərqlidir.

Beləliklə, beynəlxalq turizm iqtisadi tənəzzül riskinə baxmayaraq inkişafını davam etdirəcək, çünki turizm tələbinin özünün müəyyən edici amilləri var. Turizm sektorunda beynəlxalq bərabərsizliyin əhəmiyyətli olduğu da danılmazdır. Dünyada bərabər uğur əldə etmək üçün turizmin inkişafının təşviqinə yeni yanaşmalar beynəlxalq əməkdaşlığa əsaslanmalıdır. Deməli, turizmin əsas komponentləri (mehmanxanalar, nəqliyyat, turizm şirkətləri) arasında beynəlxalq əməkdaşlıq və sazişlər sənayenin gələcək inkişafına zəmanət verməlidir. Turizm - sosial-mədəni fəaliyyət forması kimi və səyahət prosesində yaranan ehtiyacları ödəmək üçün zəruri xidmətlər istehsal edən bir sənaye kimi, iqtisadiyyatın mühüm sahəsidir, onun gələcək inkişafı və təkmilləşdirilməsi dövlətin artımına kömək edəcəkdir.

Turizmin mahiyyəti statistik və dinamik göstəricilər sistemi ilə izah olunur. Sistemin anlaşılması və təhlili nöqtəyi-nəzərindən turizmin mövcud vəziyyəti ölkəyə gələn və gedən turistlərin sayı, habelə yerli turistlərin müxtəlif istifadə formaları, habelə dövlət tərəfindən yaradılan obyektlər ilə qiymətləndirilir.

Azərbaycan iqtisadiyyatının sosial-iqtisadi inkişafının sabit və tarazlı dinamikası respublikanın təbii, insan və coğrafi sərvətlərindən, bazar münasibətləri imkanlarından səmərəli istifadə etməklə alternativ layihələr əsasında mümkündür. Respublikanın inkişaf konsepsiyası maksimum ömrün və təhlükəsiz həyatı müəyyən etmək üçün onun resurslarından istifadə etməkdir. Qlobal məqsədlərin həyata keçirilməsində turizmin sosial-iqtisadi amil kimi rolunun qiymətləndirilməsi iqtisadi inkişaf strategiyasının və strateji planlaşdırmanın tərkib hissəsi kimi bu sektorun inkişafını təşkil etməkdir.

Turist biznes resurslarının potensialı, onlardan istifadənin və icrasının əsas formaları bu sektorun ilkin fəaliyyətinə və gələcək perspektivlər üçün maliyyə və

proqram təşəbbüslərinə və onların elmi-metodoloji proqnozlarına əsaslanır. Ona görə də konseptual baxımdan iqtisadi inkişafın, investisiya prioritetlərinin və regional və regional inkişaf məsələlərinin həllində turizmin inkişafı əsas rol oynayır. İqtisadi rol nəzəri cəhətdən səmərəlilik və məhsuldarlıq göstəricilərinin mürəkkəb sistemindən istifadə etməklə qiymətləndirilir. Amil kimi turizmin effektivliyi onun hər bir konseptual işin həyata keçirilməsində fəal rolunun göstəricisi ilə seçilir. Turizmin iqtisadi əhəmiyyəti və ondan istifadənin mühüm istiqamətləri bütün ölkələrin iqtisadi inkişaf konsepsiyası və resurs potensialının növü, eləcə də təşkilati strukturun gərgin işi və səmərəliliyi ilə gücləndirilir. Buna görə də onun ideologiyası və metodologiyası turizm amilləri baxımından müəyyən edilir. İqtisadi ədəbiyyatda milli təhlükəsizlik və turizm sahəsində torpaq təhlükəsizliyi, ətraf mühit, məşğulluq və əmək haqqı sistemi, onun ticarət maraqları, inteqrasiya tələbləri, respublika ilə digər ölkələr və şirkətlər arasında iqtisadi əlaqələrin intensivliyi mühüm yer tutur.

## **1.2. Müasir təsərrüfat şəraitində turizm xidmət bazarının formalaşma xüsusiyyətləri**

Turizmin mahiyyəti və sosial-iqtisadi mahiyyəti statistik və dinamik göstəricilər sistemi ilə izah olunur. Sistemin anlaşılması və təhlili baxımından turizmin mövcud vəziyyəti ölkəyə gələn və gedən turistlərin sayı, yerli turistlərin müxtəlif istifadə formaları və turistlər tərəfindən yaradılan obyektlərlə qiymətləndirilir.

Azərbaycan iqtisadiyyatının sosial-iqtisadi inkişafının sabit və tarazlı dinamikası alternativ layihələr, respublikanın təbii, insan və coğrafi sərvətlərindən səmərəli istifadə, bazar münasibətlərinin imkanları əsasında mümkündür. Respublikanın inkişaf anlayışı onun resurslarından istifadə etməklə maksimum ömür müddətini və təhlükəsiz həyatı müəyyən etməkdən ibarətdir. Qlobal məqsədlərin həyata keçirilməsində turizmin sosial-iqtisadi amil kimi rolunu qiymətləndirmək, iqtisadi inkişaf strategiyasının və strateji planlaşdırmanın tərkib hissəsi kimi bu sahənin inkişafını təşkil etmək. O, resurs potensialı, turizm dövriyyəsinin əsas istifadə formaları və səmərəliliyi, bu sahənin ilkin fəaliyyəti və

onun gələcək perspektivləri üzrə təşkilati, maliyyə və proqram xarakterli tədbirlər kompleksinə və onların elmi-metodiki proqnozlarına əsaslanır. Bu səbəbdən turizmin konseptual yanaşma ilə inkişafı iqtisadi artım, investisiya prioritetləri və regional və regional inkişaf problemlərinin həllində mühüm rol oynayır. İqtisadi rol səmərəlilik və məhsuldarlıq göstəricilərinin kompleks sistemindən istifadə etməklə nəzəri cəhətdən qiymətləndirilir. Amil kimi turizmin effektivliyi onun hər bir konseptual tapşırığın həyata keçirilməsində aktiv rolu üçün vahid göstərici ilə müəyyən edilir. Turizmin iqtisadi rolu və əsas istifadə aspektləri hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf konsepsiyası və resurs potensialının növü, habelə təşkilati idarəetmə strukturlarının əməyi və səmərəliliyi ilə optimallaşdırılır. Bu səbəbdən də onun nəzəri və metodoloji prinsipləri turizm amilləri baxımından müəyyən edilir. Torpaq təhlükəsizliyi, ekologiya, məşğulluq və əmək haqqı sistemi, kommersiya maraqları, inteqrasiya tələbləri, respublika ilə digər ölkələr və şirkətlər arasında iqtisadi əlaqələrin intensivliyi iqtisadiyyat ədəbiyyatında, daxili təhlükəsizlik və turizmdə mühüm yer tutur.

Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri Azərbaycanın iqtisadi potensialının strukturu, onun əsas istiqamətləri, iqtisadi dövriyyədə iştirakı və istehlak seqmentinin sosial-demoqrafik xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir. Müasir turizm modeli əhalinin sosial-demoqrafik vəziyyəti, həyat səviyyəsi və onun gələcək inkişafı ilə müəyyən edilir. Turizmin inkişafının xüsusiyyətləri, dünyada istehlakçılarda olması və müxtəlif istehlak xüsusiyyətləri müəyyən edilmişdir. Turizm dünya iqtisadiyyatının ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir. Böyük valyuta məzənnəsinin kəsiri və iqtisadiyyatın digər sahələri ilə əlaqədar turizm sənayesi ildən-ilə tədricən genişlənir (beynəlxalq miqrasiya). Turizmin bir sektor kimi formalaşması və inkişafı makro və mikro səviyyəli problemlər prizmasından istifadə etməklə ölçülür. Buna görə də konseptual işlənilib hazırlanması və konkret proqramların təyinatı və funksional məqsədi ilə işlənilib hazırlanması prinsiplial əhəmiyyət kəsb edir. Resurs təminatı cari fəaliyyətlər və ehtiyat gözləntiləri nəzərə alınmaqla qiymətləndirilir. Sistemli nöqtəyi-nəzərdən, müəyyən ölçülərin və genişlənmənin necə təsdiqləndiyinə əsaslanan turizmin inkişafının müəyyən

aspektləri var. Turizmin inkişafının konseptual inkişaf amili kimi əhəmiyyəti artıq Azərbaycan Respublikasında qəbul edilmişdir. Bu amil turizmin strateji inkişaf sahəsi kimi iqtisadi və sosial rolunu müəyyən edir və inteqrasiya üçün vacibdir. Turizmin inkişafı coğrafi baxımdan müəyyən edilsə də, onun gələcək inkişafını ölkədə digər sahələrdən səmərəli istifadə və səmərəli inteqrasiya üçün həyata keçirilməli olan çətin şərait və fəal tədbirlər müəyyən edir. İlk şərt kimi respublika əhalisinin maddi rifahını əsas məhsullara maksimum tələbatla, eləcə də çıxış yolu ilə orta və yüksək səviyyədə yaşayan əhalinin xüsusi çəkisi ilə ölçmək olar. Turizmdə ən milli-etnik və texnoloji faktor olan əhalinin yaş strukturu onların istehlakçı davranışında maddi və mənəvi dəyərləri seçmək qabiliyyətindən asılıdır.

Müasir səyahət modeli əhalinin həyat şəraiti, həyat səviyyəsi və onun gələcək inkişafı ilə müəyyən edilir. Səyahət inkişafının xüsusiyyətləri, qlobal müştərilərdə mövcudluq və bir çox potensial xüsusiyyətlər müəyyən edilmişdir. Səyahət qlobal iqtisadiyyatın ən qabaqcıl hissələrindən biridir. Böyük maliyyə çatışmazlığı və iqtisadiyyatın digər sahələri (beynəlxalq miqrasiya) səbəbindən turizm sənayesi hər il artır.

Müasir şəraitdə artan rəqabət, dəyişən iş şəraiti, texnoloji yeniliklər, ətraf mühit şəraiti kimi amillər turizm müəssisələrində dəyişikliyi zəruri edib. Bu şərtlər qarşısında bizneslərin daha çox dəyişməyə, yenilənməyə, yeni planlar və hədəflər yaratmağa, fərqli taktika və texnikalara müraciət etmələrinə və bu kontekstdə turistlərin fikirlərini dəyişməsinə təsir göstərərək onları turizm xidmətlərindən istifadə etməyə inandırmağa ehtiyac var. Nəticədə turizm müəssisələri marketinqdən səmərəli və düzgün istifadə etməlidirlər. Turizm marketinqindən səmərəli istifadə etmək üçün turizm bazarını yaxşı təhlil etmək, turistlərin istək və ehtiyaclarını müəyyən etmək və onların səyahət motivlərini üzə çıxarmaq lazımdır. Bu istiqamətdə hədəf auditoriya müəyyən edilə və uyğun marketinq üsulları hazırlana bilər.

Marketinq anlayışı bütün sektorlar üçün əvəzolunmaz əhəmiyyətə malikdir və ümumiyyətlə, müştərilərin bir məhsulu daha çox istehlak etmələri və satın almaları üçün göstərilən səylər kimi müəyyən edilə bilər. Turizm marketinqi, digər tərəfdən,

maddi bir məhsul deyil, müəssisələrin təklif etdiyi xidmətlərin daha çoxunu satmaq və istehlak etmək üçün həyata keçirilən fəaliyyətdir. Turizm sektoru və buna görə də turizm marketinqi xüsusilə İkinci Dünya Müharibəsindən sonra böyük əhəmiyyət qazanmış və getdikcə bütün dünyada əvəzolunmaz bir alətə çevrilmişdir. İstehlakçıların ehtiyac və istəklərini əvvəlcədən müəyyən edərək, daha sonra yeni ehtiyacları və satın alma səbəblərini ortaya çıxararaq, bu ehtiyacları ödəmək üçün mal və xidmətlərin ilk istehsalçılardan son istehlakçılara ötürülməsini təmin edən bütün xidmət və üsullar. istehlakçılar marketinq adlanır. Marketinq, istehlakçıların istəklərini qarşılamaq və biznes məqsədlərinə çatmaq üçün istehsalçıdan son istehlakçıya və ya istifadəçiyə mal və xidmət axınını idarə edən biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsidir. Marketinqin istehlakçılar və tədarükçülər tərəfindən necə qəbul edildiyi çox vacibdir, çünki o, istehlakçıları və təşkilatları birləşdirməyi hədəfləyən bir intizamdır və hər iki tərəf marketinq söylərindən özlərini üstün hiss etməlidirlər. Kotlerə (1973) görə marketinq məhsula, xidmətə, yerə və ya ideyaya tələbin ölçüsünü, xüsusiyyətini və vaxtını tənzimləmək üçün görülən fəaliyyətlərdir. Bu araşdırmalar nəticəsində müxtəlif növ tələblər meydana çıxır və bu tələblərə uyğun planlaşdırma aparılır.

Turizm xidmətlərinin bu xüsusiyyətləri marketinq faktorundan istifadə edərkən, bəzi fərqlər etmək lazımdır. Xülasə olaraq, marketinqin əsas yanaşmalarını xidmət müəssisələrinə uyğunlaşdırmaqla tətbiq etmək lazımdır. Turizm marketinqi turistik xidmət və ya məhsul və turizm bazarından ibarətdir. Turistik xidmətlər istehsal edən müəssisələri üç qrupa bölmək olar.

- 1- Yerləşdirmə-yemək-içki müəssisələri,
- 2- Səyahət müəssisələri və agentlikləri,
- 3- Yan dəstək xidmətləri təklif edən digər müəssisələr.

Turizm bazarı isə ümumiyyətlə coğrafi yerlər və bölgələr üçün istifadə edilən milli və beynəlxalq turizm bazarlarına bölünə bilər. Ədəbiyyata nəzər saldıqda görürük ki, turizm marketinqinin çoxlu müxtəlif tərifləri var. Turizm məhsulunun bazarda yaxşı mövqe tutması üçün turizm tələbinin xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla,



turizm məhsulu haqqında araşdırma, qiymətləndirmə və seçim etməyi qarşısına məqsəd qoyan idarəetmə fəlsəfəsidir.

Kompleks kimi səyahətin yaradılması və inkişafı makro və blog işlərinin standart dozasıdır. Buna görə də, proqramların məqsədlərinə uyğun tərtib edilməsi və işlənilib hazırlanması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Resursların təmin edilməsi cari xidmətlər və saxlama qabiliyyəti baxımından proqnozlaşdırıla bilər. Hərbi nöqtəyi-nəzərdən səyahətin inkişafının müəyyən aspektləri var ki, bunun əsasında konkret ölçülər və yüksəliş əsaslandırılır. Azərbaycanda intellektual inkişafın tərkib hissəsi kimi səyahətin inkişafının əhəmiyyəti artıq qəbul edilib. Bu qərar səyahətin siyasətini və sosial təsirini inkişaf prosesi sahəsi kimi müəyyənləşdirir və inteqrasiya üçün vacibdir. Turizmin inkişafı yerli iş olsa da, onun gələcək inkişafını ölkənin digər bölgələrində də səmərəli və səmərəli şəkildə həyata keçirmək üçün götürülməli olan çətin şərtlər və maneələr müəyyən edir. Bir sözlə, respublika əhalisinin maddi rifahını orta və yuxarı təbəqənin əsas yüklərə çıxış imkanları, eləcə də maksimum tələb payı ilə ölçmək olar. Səyahətdə ölkənin ən texnoloji cəhətdən inkişaf etmiş amili kimi əhalinin yaş sistemi istifadəçi davranışında daha çox material və dəyərlər seçmək qabiliyyətindən asılıdır.

Səyahət artımı ilk növbədə sistemin təhlükəsizliyi və insan institutunun səviyyəsi ilə müəyyən edilir. Ona görə də Avropa əhalisi ilə Azərbaycan əhalisi arasında səyahətdən istifadə payı eyni ola bilər. Bu fərqlər ümumi daxili məhsulun (ÜDM) və ya fərdi gəlirin, eləcə də hər bir ailədə işləyən insanların sayının nəticəsidir. Buna görə də xarici turistlər üçün səyahətlərin inkişafı, həyata keçirilməsi və idarə edilməsi istiqamətləri yerli və xarici səyahət xidmətlərindən istifadəyə yönəldilə planlaşdırıla bilər. O, saytları həll etmək və idarə etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur və ixtisasınızın hərtərəfli təhlili və ya proqnozu kimi istifadə olunur. Səyahətlərin inkişafı qismən idman cəmiyyətinin bir hissəsidir və onun daxili planına və cədvəlinə uyğun olaraq təşkil edilir. İqtisadiyyat ədəbiyyatında səyahət əhalinin müxtəlif təbəqələri, biznes fəaliyyətinin yerləri və variasiyaları, hər bir müstəqilin potensialı üçün fərqli yanaşma və məzmunu malikdir. Odur ki, Azərbaycanda regional səyahətlər, regional turlar və yol səfərləri onun amilləri ilə

müəyyən edilir. Makroiqtisadiyyat iqtisadiyyatlarında müxtəlif ölkələrdə səyahətin inkişafı qanuna uyğun olaraq və iqtisadiyyatın inkişafı ÜDM-in bölüşdürülməsi və yenidən qurulmasının mühüm hissəsi kimi seçilir. Azərbaycanda səyahətin maksimum istinadını onun əhalisi, səyahət xidmətlərindən istifadə edənlərin sayı və səyahət logistikasının yaradılması üçün mövcud olan maliyyə resurslarının həcmi müəyyən edə bilər. Buna görə də, potensial faydalar həm onları səyahətə cəlb etmək üçün dünyalar tərəfindən, həm də xüsusi proqramlar və strateji planlaşdırma tədbirləri vasitəsilə müəyyən edilir.

Ümumiyyətlə, bu keçid yüksək keyfiyyətli və çox möhkəm olmalıdır, çünki cari turizm və perspektivlərə baxmayaraq, bu amil islahatlar perspektivləri və gəlirlərin artımı baxımından həlledici seçimdir. Ümumiyyətlə, turizm sektorunda islahatlar mərkəzləşdirilmiş qaydada deyil, qeyri-hökumət təşkilatları və qlobal təcrübəyə əsaslanan resurslar vasitəsilə həyata keçirilir. Transformasiyanın təşkilati xarakteri və yanaşması turizmin inkişafında mövcud riskləri və fərdi sahibkarların müxtəlif turizm bazarları yaratmaq səylərini bölüşmək üçün sahibkarlıq mühitinin yaradılmasıdır.

Bu səbəbdən hazırda turizm sektorunun təhlili və turistlərin motivasiyası onun yaradılması və fəaliyyətində struktur dəyişikliyinə son nəticəsinin planlaşdırılması üçün mühüm əsas ola bilər. Turizmin ehtiyaclarını ödəmək üçün səylər sivilizasiya, istehlakçı davranışının yaxşılaşdırılması, ailə və qadın inkişafı (gender) ilə əlaqəli məqsədlər və mümkün dəyişənlər, habelə əhalinin gəlirləri və fizioloji ehtiyacları kimi davamlı anlayışlardır.

Analitik yanaşma yalnız mövcud statistikaya deyil, həm də məqsədlərin və şərtlərin dəyişməsinə səbəb ola biləcək tikinti qiymətləndirmələrinə diqqət yetirməlidir. Bu andan etibarən turizmin inkişafının mahiyyəti və yanaşması daha davranışçı yanaşma ilə izah edilməlidir. Buna görə də, turizmin inkişafının xarakteri və yanaşması davranış tendensiyalarına uyğun olaraq fəaliyyət vəziyyəti ilə daha da izah edilməlidir. Ona görə də əhalinin gəlir səviyyəsi indiki vəziyyətdə olsa, 22 adda ərzaq və qeyri-ərzaq məhsullarının istehsalının artması, turizm daha çox inkişaf edərsə, bu, öz-özünə nəticələnər.

Turizm bazarının fəaliyyət mexanizmi turizm məhsullarına, valyuta-turizm məhsullarına, pul vəsaitlərinin hərəkətinə və turizm məhsullarının hərəkətinə tələb və təklifi tarazlaşdırmaq üçün iqtisadi rıçaqlar sistemidir (Atakişiyev M., Süleymanov Q. 2014: s.324).

Turizmin və daxili turizm bazarının inkişafı böyük iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir, çünki bu üstünlüklər mühüm iqtisadi problemlərin həllinə kömək edir, turizmin inkişafı həm də milli iqtisadiyyatın bütün sahələrinin güclü inkişafını tələb edir. Ölkənin iqtisadi münasibətlər sistemində turizm və mehmanxana bazarları ikiqat olur. Bunun əksi doğrudur: bir tərəfdən yüksək inkişaf etmiş turizm bazarı artır (Dövlətin rifahı və sərvəti) ,digər tərəfdən də inkişaf etməmiş və təkmil olmayan turizm bazarı (Əzizova G.A. 2012: s.314).

İnkişaf etməkdə olan turizm iqtisadiyyatı turistlərin ehtiyac və istəklərini tam ödəyə bilmir. Turistik obyektlərin bolluğundan məqsədli istifadənin məqsədəuyğunluğu mürəkkəb və müxtəlif materialların yaradılmasına və turizm və mehmanxana bazarlarının texniki bazasına əsaslanır. Turizm və mehmanxana sənayesindən əldə edilən iqtisadi gəlirlər artdıqca, gəlirlər turizmdəki bəzi dəyişiklikləri qarşılamaq üçün istifadə olunur, lakin əlavə olaraq, sənaye də daxil olmaqla, digər sektorların iqtisadi inkişafına səbəb olmalıdır. Birtərəfli turizmin inkişafı kifayət deyil. Harmonik və səmərəli inkişaf üçün ölkə iqtisadiyyatının bütün sahələrinin iqtisadi fəallığını artırmaq lazımdır. Turizm bazarında və mehmanxana biznesində turizm məhsullarının və fasiləsiz nağd pulların aktiv turist hərəkətini təşkil edir. Turizm və mehmanxana xidmətlərinə tələbat əhalinin mövcud qiymətlərlə əldə edilə bilən müəyyən sayda turizm və qonaqpərvərlik məhsulları ilə ifadə olunan, əhali həlləri ilə təsdiqlənən tələbidir (Hüseynov T.Ə. 2009: s.590).

1. Bazarda tələbata uyğun olaraq, turizmdə təklif mövcuddur - turistin səyahət və istirahət zamanı ehtiyac duyduğu müxtəlif sayda xidmətlər. Turizm və mehmanxana məhsullarının təklifi turizm və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf səviyyəsi, turist resurslarının həcmi və məhsul istehsalçılarının mövcudluğu ilə bağlıdır.

Tələb və təklif arasında sıx əlaqə var: tələb təkcə təklifi yaratmır, həm də təklif müəyyən şəkildə tələbə təsir edir. Turizm və qonaqpərvərlik sənayesi bazarında turistin pulu xidmətlərə dəyişdirilir. Balanslaşdırılmış mübadilə ilə, bir tərəfdən, turist və mehmanxana məhsulunun istehsalçısının və onun istehlakçısının maraqları təmin edilir, digər tərəfdən, turizm və qonaqpərvərlik sənayesinin mütərəqqi inkişafı üçün şərait yaradılır. Turizm və mehmanxana biznesini təşkil edərəkən turist və mehmanxana xidmətləri bazarının malik olduğu spesifik xüsusiyyətləri nəzərə almaq lazımdır.

Daxili turizm və yerli (milli) turizm məhsulunun bütün çeşidi istehlakçılar tərəfindən digər ölkələrdən gələn təkliflə müqayisədə nəzərə alınır və daxili turizm məhsulunun rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsi bütün dünya turist diapazonundadır. Əsas bazar mexanizmləri: tələb və təklifin dinamikası və turizm məhsullarına rəqabətqabiliyyətli qiymətlərin müəyyən edilməsi - qlobal turizm bazarının miqyasında fəaliyyət göstərir. Azərbaycan turizm bazarının inkişafı üçün imkanlar arasında ən əhəmiyyətliilərini qeyd etmək olar.

1. Onlayn satışların artması. Onlayn satışlar son illərdə Azərbaycanda aktiv artım nümayiş etdirən turizm sənayesinin inkişafında mühüm rol oynayır. Turistlər ucuz səyahət təklifləri və aviabiletlər haqqında məlumat tapmaq üçün internetdən olduqca daha çox istifadə edirlər. Nəticədə, daha çox şirkət bir sıra xidmətlər üçün onlayn rezervasiya təklif edir. Həmçinin, həmin, İnternetin müasir istehlakçıların həyatına artan nüfuzu və dəyişən biznes modelindən qaynaqlanır. Aviaşirkətlər xidmət haqlarını ləğv etdiyinə görə, turoperatorlar başqa gəlir mənbələri tapmağa çalışırlar.

2. Tədbir turizminin inkişafı. Tədbir turizminin faydalarına mövsümdənkənar maraq və yüksək mənfəət marjaları daxildir. 2014-cü ildə Soçidə keçirilən Olimpiya Oyunları, 2018-ci ildə futbol üzrə dünya çempionatı kimi mühüm idman tədbirləri turizmin inkişafına önəmli təkan verir. Təkcə bu tədbirlər zamanı turistləri cəlb etmək deyil, həm də turist yarada bilmək vacibdir. Azərbaycanda tədbir turizmi ciddi inkişaf tələb edir. Onun iqtisadi səmərəliliyi böyük dərəcədə bacarıqlı təşviq və reklamdan asılıdır (Rüstəmli T. 2016: s.106).

3. Ucuz hava nəqliyyatı. Ucuz aviadaşıyıcıların inkişafı bütün istehlakçı qrupları arasında turistlərin sayının artmasına səbəb olacaq. Hal-hazırda yüksək hava limanı vergiləri, Azərbaycan aviaşirkətləri ilə şiddətli rəqabət və şəhərləri arasında əhəmiyyətli məsafələr səbəbindən belə daşıyıcıların sayı azdır (Şahbazov K.A., Məmmədov M.H., Həsənov H.S. 2005: s.1000).

4. Regional turizmin tərəqqisi. Qeyri-standart regional turizm imkanlarından tam istifadə olunmayıb. Nadir təbiət obyektləri əsasında turizmin etnik, ekoloji və ekstremal növləri inkişaf etdirilə bilər.

5. Yeni mehmanxana təsnifat sisteminin formalaşması onların reytinginin tənzimlənməsinə təsir göstərə bilər və nəticədə sərmayə qoyuluşunu təşviq edə bilər.

6. Xüsusilə turistlər üçün viza rejiminin asanlaşdırılması yolu ilə turizmin inkişafının stimullaşdırılması və s.

7. Daimi müştəriləri cəlb etmək və potensial qonaqları həvəsləndirmək məqsədilə endirimlər sisteminin formalaşdırılması.

8. Nəzəriyyə ilə təcrübəni birləşdirən mehmanxana sənayesi mütəxəssisləri üçün təlim və yenidən hazırlanma proqramlarının hazırlanması.

9. Azərbaycan Respublikasının bütün regionlarının potensial turizm istiqamətləri kimi inkişafına kömək etmək və nəqliyyat infrastrukturunun, kütləvi əyləncə və mədəni-tarixi mərkəzlərin (muzeylər, teatrlar və s.) inkişafına dövlət səviyyəsində dəstək göstərmək.

10. Oteldə qaldıqları müddətdə təhlükəsizliyin təmin edilməsi, müxtəlif əyləncə proqramlarının və səyahətçilərin məlumatlandırılması üçün müxtəlif mehmanxana xidmətlərində ən son texnologiyadan geniş istifadə edilməsidir. Azərbaycan turizm bazarında segmentləri (gələn, gedən və daxili) fərqləndirərək qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə onların hər birinin inkişafı üçün unikal imkanlar var. Azərbaycan Respublikasında demək olar ki, bütün təsis qurumları müxtəlif turizm növlərini təşkil etmək üçün kifayət qədər turist potensialına malikdir, lakin onların əhəmiyyətli bir hissəsində praktiki olaraq heç bir turizm infrastrukturunu yoxdur. Bundan əlavə, mehmanxana segmentində rəqabətin olmaması və əhəmiyyətli illik qiymət artımının səbəbi ümumi yerləşdirmə obyektlərinin olmaması faktorudur.

Beləliklə, həm paytaxtda, həm də bütövlükdə Azərbaycanda qonaqpərvərlik sənayesinin keyfiyyət və kəmiyyət artımı problemləri effektiv həllini tələb edir (Tağıyev A.H. 2012: s.266).

Azərbaycan Respublikasında daxili turizm, təbii və iqlim amillərinə əlavə olaraq, turizm məhsulu təchizatının nisbətən aşağı inkişaf səviyyəsinin təsir etdiyi əhəmiyyətli mövsümi dəyişikliklərlə xarakterizə olunur. Buna baxmayaraq, hazırda ölkədə ilboyu fəaliyyət göstərən kurortlar yaradılır, onların ərazisində müxtəlif istirahət və turizm sahələrini inkişaf etdirmək mümkün olacaq: çimərlik, müalicə, sağlamlıq və s. Statistika görə, Azərbaycanda daxili turizm bütün turist səfərlərinin 70% -dən çoxunu təşkil etmir, digər ölkələrdə isə bu göstərici orta hesabla 80-90% əhatə edir.

Daxili turizm sahəsində ən çox bahalaşma hava və quru nəqliyyatı, yerləşdirmə obyektlərində yerləşmə, muzey və sərgilərə səfərlər sahəsində xidmətlərin qiymətləridir. Beləliklə, turizm müəssisələri səviyyəsində turizm məhsulunun səmərəli planlaşdırılması probleminin həlli və bütün tərəflər (istehsalçılar və vasitəçilər) arasında tərəfdaşlıq əsasında mütəşəkkil turizmin inkişafı aşağıdakı mühüm proseslərlə əlaqələndirilir: - makro-mühit amillərindəki dəyişikliklərə sürətli reaksiya; - çeşidlərin uyğunlaşdırılması (turizm məhsullarının bərabər istehlak dəyərinə malik məhsullar üçün ekvivalent əvəzinin axtarışı); -tərəfdaşlıq münasibətlərinin uyğunlaşdırılması (qarşılıqlı faydalı şərtlərin daimi tənzimlənməsi, yenilənən kommunikasiya sisteminin qurulması).

Beynəlxalq turizm qəbul edən ölkənin iqtisadiyyatına fəal təsir göstərən turizm fenomeninin tərkib hissəsi olduğundan, bu sahədə dövlətlər arasında beynəlxalq əməkdaşlığın tənzimlənməsinə ehtiyac var.

Müxtəlif ölkələrin dövlət ictimai strukturları səviyyəsində sıx əməkdaşlığı olmasaydı, beynəlxalq turizmin inkişafının perspektivi olmazdı, çünki bu sahədə bir çox məsələlər konkret ölkənin qanunvericilik və icra hakimiyyəti orqanlarının mövqeyindən asılıdır.

Turizm sahəsində müxtəlif formalarda beynəlxalq əməkdaşlıq turizmin tərəqqisinə yardım etmək və turist axınını artırmaq məqsədi daşıyır. Deməli,

beynəlxalq əməkdaşlıq turizmə təsir edən siyasi amillərin strukturunda mühüm elementdir.

Turizm bazarının fəaliyyəti tələb və təklif arasında qarşılıqlı münasibət qanunlarına əsaslanan ümumi iqtisadi prinsiplər, habelə dövlət tənzimləmə mexanizmləri ilə xarakterizə edilir.

Bununla belə, turizm bazarının əsas subyektlərinin fəaliyyətini planlaşdırarkən nəzərə alınmalı olan spesifik xüsusiyyətlər də vardır. Son zamanlar turizm və qonaqpərvərlik bazarının dinamikasına və inkişaf istiqamətlərinə mühüm təsir göstərən amillər üstünlük təşkil edən qlobal siyasi vəziyyət, dövlət siyasəti və iqtisadi proseslərdir.

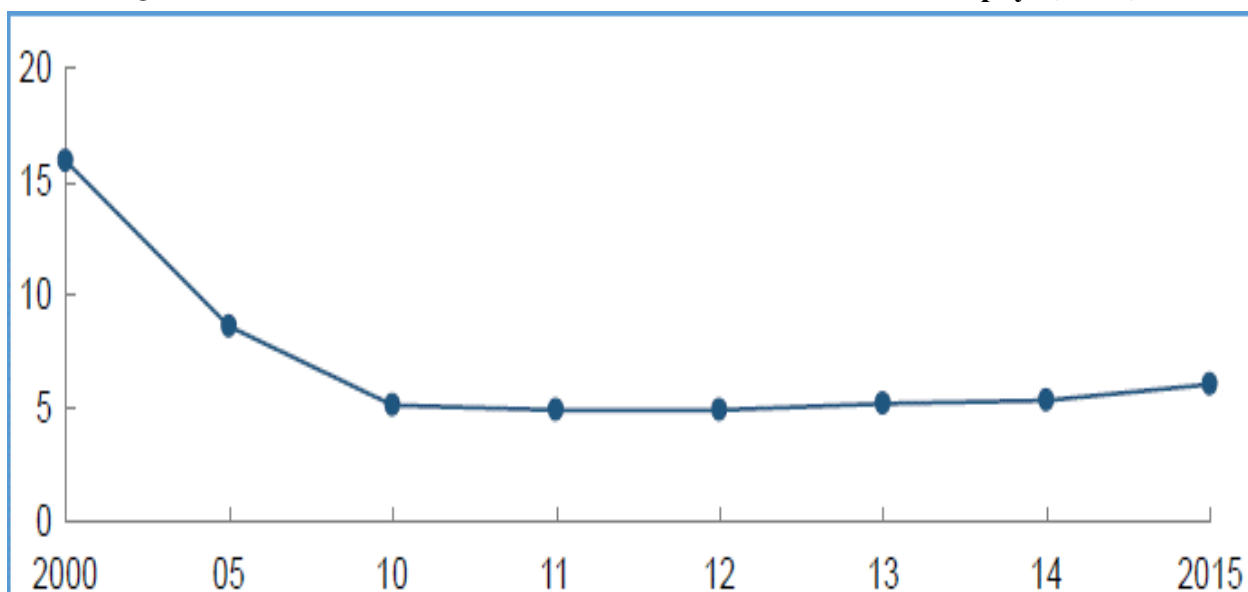
## II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ İNNOVATİV FƏALİYYƏTİ

### 2.1. Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərinin müasir vəziyyətinin təhlili

1923-cü il noyabrın 7-də yaradılmış Dağlıq Qarabağ Muxtar Vilayətinin ərazisi 1988-ci ildə 4,4 min kvadratkilometr, əhalisi 180,2 min nəfər idi. Əhalinin 48%-i şəhər, 52%-i isə kənd sakinləri idi. 1923-cü ildə əhalinin sayı 158.000 nəfər idi ki, bunun da 4%-i (7000 nəfər) şəhər, 96%-i (151.000 nəfər) kənd sakinləridir. Dağlıq Qarabağ Muxtar Vilayəti tarixən kənd təsərrüfatı və bir çox sənaye məhsulları istehsal edib.

1980-1988-ci illərdə 41,9-74,1 min kilovatsaat elektrik enerjisi əsas sənaye məhsulları, 780-1136 min ədəd flüoresan lampalar üçün işıqlandırma hissələri, 6,3-10,1 min ton tikinti üçün əhəng, 94-131 ton xam ipək 98-1113 min ton, ton əyirilmiş ipək, 14,9-16,5 milyon metr bərk ipək parça, 4181-4515 min cüt ayaqqabı, 885-936 ton heyvan yağı, 652-1018 ton yağlı inək və qoyun pendiri, təşkil etmişdir (<http://unec.edu.az/application/uploads/2015/02/UE-2020.pdf>).

**Qrafik 1: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının ÜDM-də payı (faizlə)**



**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/> (2015) Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.



1987-ci ilin sonuna rayonda 81 kənd təsərrüfatı müəssisəsi və təsərrüfatlararası müəssisə və müəssisə fəaliyyət göstərirdi. Ümumilikdə 1987-ci ildə əkin sahəsi 1960-cı illə müqayisədə 31,4 faiz və ya 27,7 min hektar azalaraq 60,5 min hektara qədər azalmışdır ki, bunun da 22,7 mini taxıl sahələridir.

**Cədvəl 1: Azərbaycanın işğal olunmuş keçmiş DQMV və ətraf rayonlarında kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı haqqında məlumat (1988-ci il)**

| İşğal olunmuş rayonlar | Bitkiçilik məhsulları |                     |                   |                     | Heyvandarlıq məhsulları |                  |                       |              |                 |
|------------------------|-----------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------------|------------------|-----------------------|--------------|-----------------|
|                        | Taxıl<br>(min ton)    | Pambıq<br>(min ton) | Üzüm<br>(min ton) | Kartof<br>(min ton) | Ət<br>(min ton)         | Süd<br>(min ton) | Yumurtu<br>(min ədəd) | Yun<br>(ton) | Barama<br>(ton) |
| DQMV                   | 100,0                 | -                   | 71,8              | 2765                | 10,2                    | 36,5             | 11,1                  | 477          | 89,0            |
| Laçın                  | 3,0                   | -                   | -                 | 46,0                | 2,0                     | 4,1              | -                     | 198          | -               |
| Kəlbəcər               | 1,0                   | -                   | -                 | -                   | 1,0                     | 3,1              | -                     | 86           | -               |
| Ağdam                  | 30,1                  | 19,0                | 1,2               | 5,0                 | 2,7                     | 12,6             | 2,3                   | 297          | 379             |
| Füzuli                 | 31,9                  | 1,5                 | 100,1             | -                   | 1,5                     | 6,8              | 1,1                   | 128          | -               |
| Cəbrayıl               | 20,1                  | -                   | 42,0              | 13,0                | 1,4                     | 6,6              | -                     | 130          | 282             |
| Qubadlı                | 6,7                   | -                   | 2,9               | 55,0                | 0,6                     | 3,3              | -                     | -            | 14,4            |
| Zəngilan               | 4,6                   | -                   | 16,3              | 64,0                | 0                       | 2,5              | -                     | 20           | 82,0            |
| Cəmi:                  | 179,4                 | 20,5                | 324,3             | 2348                | 20,0                    | 75,5             | 14,5                  | 136<br>0     | 846,4           |

**Mənbə:** <https://agroecconomics.az/az/article/34/iscaldan-azad-olunan-erazilerimizde-kend-teserrufa/> mənbəsi(1988) əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Dağlıq Qarabağda müasir suvarma sistemlərinə malik iri təsərrüfatların olmamasına və orta taxıl istehsalı potensialı 190 min tondan çox olan rayonların azad edilməsinə baxmayaraq, Ermənistanın kənd təsərrüfatı naziri işğal olunmuş Azərbaycan ərazisində istehsal olunan taxılın illik miqdarının işğalçı ölkəyə verildiyini etiraf etdi. Qarabağ bölgəsində inkişaf etdiriləcək sosial-iqtisadi layihələrdə ənənəvi sahələrlə yanaşı, bir çox yeni sahələrin də inkişaf etdirilməsi nəzərə alınmaqla rayonun mövcud potensialının, o cümlədən keçmiş SSRİ-nin statistik göstəricilərinin dəyərləndirilməsi vacibdir.

Ənənəvi sahələr olan üzümçülük və şərabçılıq Azərbaycanda tarixən 5-7 min il əvvəl mövcud olsa da, onun kommersiya inkişafı 19-cu əsrin əvvəllərində başlamışdır.

1913-cü ildə ölkədə 26500 hektar üzüm bağı var idi. Şərab istehsalı 400.000 hl idi. 1931-ci ildə şərab istehsalı və satışı üzrə ilk dövlət qurumu yaradıldı. Çoxlu yerli üzüm sortları ilə tanınan Azərbaycanda vitti mədəniyyətinin əsas inkişafı iyirminci əsrin ikinci yarısında başlamışdır. 1969-cu ildə ölkədə cəmi 50 min hektar üzüm bağı var idi ki, bu da 60-70% az idi. Mövsüm ərzində 230 min tona yaxın məhsul istehsal edilmişdir. Qısa müddətdə ən böyük aqrar-sənaye kompleksi kimi Dövlət Baytarlıq və Onkologiya Komitəsi yaradıldı. Buraya 256 xüsusi sovxoz, o cümlədən 97 sovxoz, 8 əsas emal və 10 təkrar emal müəssisəsi daxildir. Təkcə sektorda 132 min fəhlə, mütəxəssis və qulluqçu çalışıb. Hər il 20-22 min hektar sahədə yeni üzüm bağları salınırdı. 1984-cü ildə Azərbaycanda üzüm bağları 284 min hektara çatmış, hər hektardan məhsuldarlıq 100 sentner, istehsal gücü isə 2,1 milyon ton olmuşdur. Ölkədə hər il 60-dan çox şərab markası, 70,7 milyon dekalitr şərab və 11,6 milyon dekalitr konyak istehsal olunur, 230-250 min ton süfrə üzüm ixrac edilir. 1984-cü ildə Azərbaycan üzüm istehsalına görə İttifaqda birinci yeri tutmuşdur.

İşğaldan əvvəl ərazidəki ən güclü sənaye müəssisələri yerli əhalinin ərzaqla təmin olunmasında əsas rol oynayırdı. Bu ərazilərə Ağdamda Steso və Tarşasu mineral su şüşələri istehsalı zavodları, mərmər və taxta-şalban zavodları, şərab zavodları, tekstil və ayaqqabı fabrikləri, Dağlıq Qarabağ və Qarabağ ipək fabrikləri daxildir. İş gedirdi. Bu sahələrdə əkinçilik, taxılçılıq, yem istehsalı, tütünçülük, üzümçülük, pambıqçılıq, kartofçuluq, bağçılıq və bağçılıq, ətlik-südçülük, xüsusilə qoyun-keçiçilik üstünlük təşkil edir. Hazırda bu ərazilərdə 312 kənd təsərrüfatı müəssisəsi, o cümlədən məşhur Qarabağ atlarının yetişdirildiyi Ağdam At Sovxozu, 320 kolxoz və 93 sovxoz işğal nəticəsində dağıdılıb. Ümumiyyətlə, işğala qədər Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarının təxminən 35-40%-i, o cümlədən 15%-i ət, 18%-i kakao, 15%-i taxıl, 32%-i üzüm, 18%-i süd istehsal olunurdu.

Rayonun sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının təsdiq edilməsi və 2012-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında üzümçülüyn inkişafına dair Dövlət Proqramının təsdiq edilməsi kimi mühüm sənədlər üzümçülüyn inkişafında inqilabi dönüş yaratdı. Ölkədə aparılan islahatlar, sənayeləşmə üzrə dövlət əməkdaşlığı regionlarda baytarlıq mədəniyyətinə marağı artırıb. Sahibkarlığa

Kömək Milli Fondu tərəfindən 113 layihəyə 20,8 milyon manat vəsaitin ayrılması, Gəncə Qazax, Cəlilabad, Salyan və digər ərazilərdə 1500 hektar üzüm bağlarının salınması bu istiqamətdə atılan addımların əməli nəticəsidir. Azərbaycan istehsal etdiyi şərabların böyük hissəsini şərabçılarla rəqabət apararaq dünya bazarlarına çıxarır. Qeyd edək ki, Çin Xalq Respublikasında əhalinin artım tempinin yüksək olması səbəbindən spirtli içkilərə tələbat sürətlə artır. Düzgün marketinq strategiyası ilə reklam, düzgün distribyutor seçmək, Çin bazarında yerli və xarici rəqiblərlə Çinin idxal-ixrac prosesi haqqında ətraflı məlumat.

Aşağıdakı cədvəldə işğal olunmuş ərazilərdəki ayrı-ayrı faydalı qazıntılar göstərilir:

**Cədvəl 2: İşğal olunmuş rayonlar üzrə ayrı-ayrılıqda hansı faydalı qazıntılar**

| Rayonun adı | Faydalı qazıntı növü   |
|-------------|--|
| Ağdərə      | Qızıl, qurğuşun, sink, mis, mişar daşı, gəc  |
| Şuşa        | Üzlük daşı, gil, tikinti daşı  |
| Xocalı      | Gil, üzlük daşı, qum-çınqıl  |
| Xocavənd    | Üzlük daşı, tikinti daşı   |
| Kəlbəcər    | Qızıl, civə, mişar daşı, gil, perlit, qum-çınqıl, tikinti daşları, üzlük daşları, əlvan daşlar (obsidian, oniks, pefritoid, listvenit) |
| Laçın       | Civə, mişar daşı, üzlük daşı, tikinti daşı, gil, qum-çınqıl, pemza, vermukulit, vulkan külü, əqiq, jad                                 |
| Qubadlı     | Mişar daşı, gil, tikinti daşı, üzlük daşı, əlvan daşı  |
| Zəngilan    | Qızıl, gümüş, üzlük daşı, əhəng daşı, gil, tikinti daşı, qum-çınqıl  |
| Cəbrayıl    | Mişar daşı, gil, qum, sement, gəc, tikinti daşı, kips, ahhidrid, pemza, vulkan külü, əlvan daşlar (yəşəm, xalsədan)                    |
| Füzuli      | Mişar daşı, gil, qum-çınqıl  |
| Ağdam       | Mişar daşı, üzlük daşı, sement xammalı, gil, qum-çınqıl  |

**Mənbə:** <https://ereforms.gov.az/az> saytının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır (2021).

Keçmiş SSRİ dövründə istifadəyə hazır filiz ehtiyatlarının olduğu tədqiq edilmişdir. Kəlbəcər rayonunda Şorbulaq və Ağyatağda sənaye civə ehtiyatları var. Bərpa olunan ərazilər sənaye və tikinti üçün böyük önəm daşıyan müxtəlif tikinti materialları ilə də zəngindir. Ağdam rayonunda yerləşən Çobandağda 140 milyon

ton gil və 20 milyon ton əhəng, Şahbulaqda 25 milyon ton, Boyəhmədlidə 45 milyon ton gil var. Xankəndində iri tikinti daşı yataqları və Xarovda mərmər yataqları da var. Bütün bunlar erməni işğalından azad olunmuş bütün rayonlarda faydalı qazıntıların və xammal potensialının yenidən qiymətləndirilməsi məsələsini gündəmə gətirir. Bu kontekstdə, ilk növbədə, əlvan metalların, tikinti materiallarının və nadir metalların potensialını və metallurgiyasını yenidən qiymətləndirmək üçün gələcək tədqiqatların və geoloji tədqiqatların aparılması vacib olacaqdır.

Rayonun minalardan təmizlənməsindən sonra əhalinin məskunlaşması bu məhsulların emalına şərait yaradacaq və yeyinti sənayesində etibarlı təchizat bazasının formalaşmasına imkan verəcək. Düşünmək olar ki, Qarabağ bölgəsi üçün hazırlanacaq sosial-iqtisadi layihələrdə rayonun mövcud potensialı, keçmiş SSRİ statistikasına, o cümlədən su təchizatı potensialı, elektrik enerjisi ehtiyatları, sənaye rekreasiya imkanları, faydalı qazıntılar ətrafı təhlil edilir.. Qeyri-neft sektorunda ixracın həcmi bir çox yeni istehsal və xidmət sahələri ilə yanaşı, bu sahələrdə ənənəvi sahələr də inkişaf etdirməklə qiymətləndiriləcək və canlandırılacaqdır.

Bu vəzifənin uğurlu həlli, ilk növbədə, iqtisadiyyatımıza dəymiş zərərin, işğal olunmuş ərazilərimizin itirdiyi iqtisadi potensialın dəqiq müəyyən edilməsindən, onların mövcud iqtisadi potensialının qiymətləndirilməsindən, mövcud iqtisadi potensialının müəyyən edilməsindən, dövlətimizin başçısının diqqətinə çatdırmaqdan ibarətdir. Bu potensialın səmərəli həyata keçirilməsi üçün bu torpaqlarda inkişaf prioritetlərimizi müəyyən etmək üçün resursların və imkanların və zəruri iqtisadi mexanizmlərin hazırlanması vacibdir.

Ermənistanın hərbi təcavüzü nəticəsində Azərbaycanın itkilərini qiymətləndirmək üçün dövlət başçısı tərəfindən yaradılmış işçi qrupu 2014-cü ildən bu işlə ciddi məşğul olub və konkret nəticələr əldə edib. Məlum olub ki, 1988-1994-cü illərdə 2400 sənaye, kənd təsərrüfatı və digər müəssisələr, 5200 km avtomobil yolu, 350-yə yaxın körpü, 286 km dəmir yolu, 116 dəmir yolu körpüsü, 225 su anbarı, 7,7 min km məsafə tamamilə dağıdılıb. 220 min iribuynuzlu heyvanın başı müsadirə edilib. Şübhəsiz ki, 2020-ci ilin sentyabrında başlayan Vətən müharibəsi

zamanı ölkəmizin vurduğu itki və itkiləri, onun dağıdılması nəticəsində əldə edilə bilməyən gəlirləri və qazancları nəzərə alsaq, bu rəqəm daha çox olacaq.

Bu ərazilərin, o cümlədən meşələrin, suların və torpaqların iqtisadi potensialını nəzərə alaraq ehtiyatları reallaşdırır (Məmmədova N. 2016: s.16).

Kənd təsərrüfatına gəlicə, burada taxılçılıq, yem istehsalı, tütünçülük, üzümçülük, pambıqçılıq, kartofçuluq, bağçılıq, ətlik və südçülük üstünlük təşkil edir. Bu dövrdə bu ərazilərdə 311 kənd təsərrüfatı müəssisəsi, o cümlədən məşhur Qarabağ atlarının yetişdirildiyi Ağdam Atçılıq Sovxozu, 319 Kolxoz və 92 Sovxoz məhv edilib. Ümumilikdə, Azərbaycanda kənd təsərrüfatı məhsullarınının 35-40%-ə qədəri, o cümlədən ətin 14%-i, barama istehsalının 17%-i, taxılın 14%-i, üzümün 31%-i, südün 17%-i, böyük hissəsi isə 19%-i bu məhsullarda istehsal olunub.

Dövlət puluna qənaət etmək və investisiyaların səmərəliliyini artırmaq üçün o, yol nəqliyyatı, kommunal xidmətlər, ənənəvi və alternativ enerji istehsalı, miqrasiya və meliorasiya sistemləri, investisiyalarda dövlət və özəl sektor tərəfdaşlarından geniş istifadə kimi sahələrdə iqtisadi inkişafı təşviq etmək məqsədi daşıyır.

Azad ərazilərdə xüsusi güzəştli iqtisadi rejimin tətbiqi məqsədəuyğun hesab edilir. Bu vəzifəni uğurla yerinə yetirmək üçün Qarabağın Dirçəliş Fondu yaradılıb. Belə ki, 2021-ci ilin dövlət büdcəsindən ayrılan 2,2 milyard manatdan əlavə, dövriyyədə iştirak milli sərvətlərin - torpaq, meşə, su, faydalı qazıntılar, əmlak və mədəni sərvətlərin - daşınmaz əmlakın kapitalınınin həcmi artırır. Qeyd edək ki, 2021-ci il Birləşmiş Millətlər Dayanıqlı İnkişaf üzrə BMT tərəfindən Beynəlxalq Yaradıcı İqtisadiyyat İli elan edilib. Azərbaycanın BMT-nin nümunəvi üzvü kimi bu təşəbbüsə qoşulması azad zonalarda davamlı iqtisadi inkişafı təmin etmək üçün investisiya cəlbediciliyini daha da artıracaq. O, Açıq Ərazilərdə Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin uğurla həyata keçirilməsində mühüm rol oynayacaqdır. Düşmən 30 ildir rayonumuzda nəqliyyat infrastrukturunu, yol nəqliyyatını dağıdıb. Belə ki, Ağdamda 22 nəqliyyat müəssisəsi, 11 avtovağzal, 160 avtomobil, Füzulidə 60, Cəbrayılda 60, Cəbrayılda 15, Cəngilanda 41, Şuşada 90, Xocalıda 70, Qubadlı, Xankəndidə 50, Kəlbəcərdə 351, Kəlbazarda 350, talan və ziyan dəymişdir.

Dağılmış nəqliyyat infrastrukturunun və maddi-texniki bazanın bərpasına qoyulan investisiyalardan səmərəli istifadə edilməsi mühüm məsələlərdəndir.

Hazırda Füzuli-Şuşa avtomobil yolunun və Bərdə-Ağdam dəmir yolunun tikintisinə artıq başlanılıb.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev bildirmişdir ki, işğaldan azad edilmiş zonalarda 300-ə yaxın kənd, 5 şəhər, 4 qəsəbə və inzibati bina, 700 tarix və mədəniyyət abidəsi, 927 kitabxana, 800 mədəniyyət ocağı, 85 musiqi və incəsənət məktəbi vardır. , 22 muzey, 4 rəsm qalereyası, 4 kinoteatr, 100 min eksponatın olduğu 2 konsert zalı dağıdılıb. Onların bərpası üçün lazım olacaq milyardlarla investisiyanın uğurla maliyyələşdirilməsi üçün Qarabağın Dirçəliş Fondu yaradılıb.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev bildirib ki, azad zonalardakı kəndlər ağıllı kənd konsepsiyası əsasında salınacaq. İlk pilot layihə Ağıllı kənd həyata keçiriləcək. Bu yerlər düzgün qeyd edilməlidir. Yollar əkin sahələrindən və əkin sahələrindən təmizlənməlidir.

(<http://unec.edu.az/application/uploads/2015/02/UE-2020.pdf>).

## **2.2. Turizm xidmət bazarının inkişafı və milli innovativ fəaliyyətinin tənzimlənməsi**

turizmin inkişafı, ölkədə ən böyük turizm potensialına malik olan Qarabağ və ona bitişik rayonların inkişafı istiqamətində xeyli iş görülməsinə məhəl qoymayaraq, bu qaydaya istisnalar var. Artıq dördüncü mövsümdür ki, füsunkar təbiəti, təmiz havası, şəfalı suları, tarixi abidələri ilə ziyarətçiləri heyran edən bu diyar yağlı palıd ağaclarından təmizlənib. (<https://xalqgazeti.com/az/news/67819>).

Bunlardan ən mühümü təhlükəsizlikdir. Əhalinin geri qayıtması ilə mənzillərin və infrastrukturun bərpası, turizm məhsullarının istehsalı olacaq. Digər məsələ regiona investisiyaların cəlb edilməsidir. İlkin olaraq nəqliyyat infrastrukturunun, mülki infrastrukturun yaradılması və investisiya üçün şərait yaradılması nəzərdə tutulur. Fikrimizcə, azad zonalarda bir neçə turist qrupları yaradıla bilər.

İlk növbədə, bu, Füzuli-Xocavənd-Şuşa-Laçın istiqamətidir. Digər çoxluq isə paralel olaraq Füzuli-Cəbrayıl-Zəngilandır. Üçüncü və dördüncü qrup Zəngilan-Qubadlı, Kəlbəcər-Laçın, beşinci qrup isə Bərdə-Ağdamdır. Şuşa bəzi ərazilərin turizm potensialına görə yüksək qiymətləndirilir. Burada mədəni tədbirlər, festival turları təşkil etməyi təsəvvür edə bilərsiniz. Biznes nəticələrini qorumaq üçün Laçın-Kəlbəcər istiqamətində təbiət, qış turizmi və sağlamlıq turizmi, Qubadlı-Zəngilanda mədəniyyət və təbiət, Füzuli-Ağdam-Cəbrayıl isə mədəniyyət və təbiət turizmi həyata keçirilməlidir.

Bu regionlarda turizm marşrutları ilə bağlı müxtəlif fikirlər var ki, bu da strategiyada öz əksini tapacaq.

1. Bu gün turizm regional inkişafın hərəkətverici qüvvəsinə çevrilir və getdikcə daha çox yeni istiqamətləri əhatə edir. Yaranan yeni turizm istiqamətləri turizmin inkişafından daha çox faydalanmağa çalışır. Nəticədə istiqamətlər arasında rəqabət genişlənəcək ([http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5\\_jexnqymvejdtvpyo.pdf](http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5_jexnqymvejdtvpyo.pdf)).

Beləliklə, 2025-ci ilə qədər Azərbaycanda ekoturizm, eləcə də sağlamlıq, qış və mədəniyyət turizminin geniş şəkildə tanınacağı gözlənilir. Qarabağ bölgəsini turizm məkanı kimi qiymətləndirsək, deməli, bir çox alternativ turizm növləri üçün yüksək potensiala malikdir. Bu bölgə mədəni turizm, qaranlıq turizm, termal turizm

və digər turizm növləri ilə yanaşı, turizmin alternativ növlərindən biri olan ekoturizmdə də böyük potensiala malikdir. Qarabağ bölgəsinin zəngin flora və faunası, əsasən dağlıq relyefi, füsunkar təbiəti, min il əvvələ aid abidələrin olması, zəngin mədəniyyəti bu bölgədə ekoturizmin inkişafını zəruri edir. Ölkənin Strateji Yol Xəritəsində ekoturizmə xüsusi önəm verilməsi Qarabağ bölgəsinin də ekoturizmin tərkib hissəsi kimi qiymətləndirilməsini qaçılmaz edir. Qarabağ bölgəsi yüksək potensialından istifadə edərək aşağıdakı ekoturizm növlərini həyata keçirə bilər:

1. Mağara turizmi: Azərbaycanın cənub-qərbində Füzuli şəhəri yaxınlığındakı Azıx mağarası dünyanın ən köhnə yaşayış məskənlərindən biridir. Burada ilk insanların paleolit dövründə məskunlaşdığı güman edilir. Bu da ekoturizmdə istifadə olunan mağara turizminin tərəqqisinə zəmin yaradır.

2. Termal fəaliyyətlər: Qarabağ bölgəsində zəngin termal bulaqların olması ekoturizmdə istifadə olunacaq əsas resurslardan biridir. Bu, bu gün təbiət qoynunda vaxt keçirməklə yanaşı, sağlamlıq baxımından şüurlu turistlərin bu məkana cəlb olunmasında mühüm rol oynayacaq.

3. Dağ turizmi. Qarabağ bölgəsinin əsasən dağlıq ərazisi turizmin bu növünün inkişafı üçün zəmin yaradır. Dağ turizmi ekoturizmdə uğurla tətbiq olunacaq və bu istiqaməti daha cəlbedici edəcək turizmin ən mühüm növlərindən biridir.

4. Aqroturizm: Turizmin bu növünün inkişafı rayonda yaşayan əhəlinin sosial rifahını yüksəldəcək, gələcəkdə rayon əhəlisinin yaşamasına və mədəniyyətinin təbliğinə səbəb olacaq.

5. Gəzinti: Dağlıq ərazilərdə və daha çox qrup halında gəzinti ekoturizm çərçivəsində bölgəyə daha çox turist cəlb olunacaq.

6. Botanika turizmi: Qarabağ bölgəsinin endemik və nadir bitkilərlə zənginliyi bu turizm növünün inkişafına şərait yaradır və təbiət qoynunda daha çox vaxt keçirmək istəyən turistləri cəlb edir (Tağıyev A.H. 2012: s.15).

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin mülkiyyətində, habelə istifadəsində olan ümumi sahə 2018-ci ildə 3073,4 min kv.m, 2014-cü ildə 3563,2 min kv.m, 2019-cü ildə 2433,8 min kv.m, 2016-cı ildə 3642,4 min kv.m, 2017-ci ildə



2716,2 min kv.m olmuşdur. Ümumi mülkiyyətdə olan sahədən həmin illər üzrə uyğun olaraq 2015-2019-cü illərdə icarəyə verilmiş sahə 21,5, 21,5, 49,6, 80,8, 25,4 min kv.m, yaşayış sahəsi isə 526,6, 523, 452,4, 558,8, 599,4 min kv.m təşkil etmişdir. 2015-cü ildə ümumi mülkiyyətdə olan sahənin 17%-i, 2017-ci ildə 14%-i, 2018-ci ildə 19%-i, 2016-cı ildə 15%-i, 2019-cü ildə 23%-i yaşayış sahəsinin payına düşmüşdür. Həmin illər üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xidmətin göstərilməsi ilə məşğul olan işçilərin sayı uyğun olaraq 8358, 9008, 8364, 9837, 10016 nəfər olmuşdur.

**Cədvəl 3: 2019-cü il iqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri**

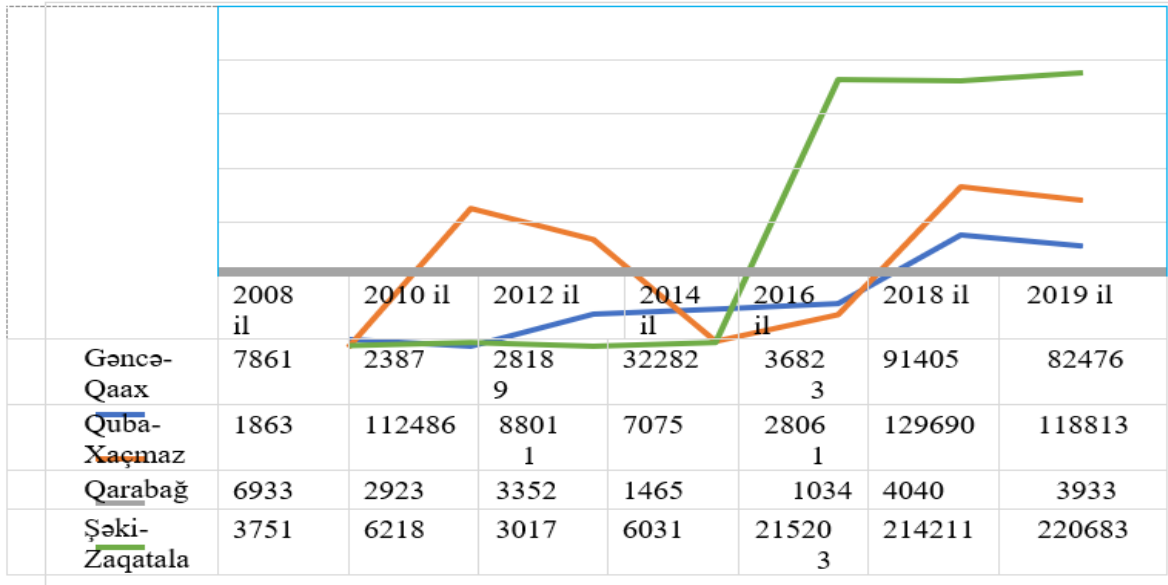
| <b>İqtisadi rayonlar</b> | <b>Birdəfəlik tutum (yer)</b> | <b>İşçilərin orta illik siyahı sayı (nəfər)</b> | <b>Gəlir (min manat)</b> | <b>Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı (nəfər)</b> |
|--------------------------|-------------------------------|---|--------------------------|--|
| <b>Bakı ş.</b>           | 20740                         | 5696  | 335760.9                 | 1199151                                      |
| <b>Abşeron</b>           | 1087                          | 360   | 2666.1                   | 15608  |
| <b>Gəncə Qazax</b>       | 3392                          | 853   | 16987.3                  | 78665  |
| <b>Şəki-Zaqatala</b>     | 4561                          | 1828  | 34885.9                  | 238085                                       |
| <b>Lənkəran</b>          | 3658                          | 721   | 6229.2                   | 56288  |
| <b>Quba-Xaçmaz</b>       | 10931                         | 1942  | 37197.2                  | 193454                                       |
| <b>Aran</b>              | 2296                          | 301   | 3068.9                   | 41321  |
| <b>Yuxarı Qarabağ</b>    | 60                            | 4   | 43.7                     | 1167   |
| <b>Dağlıq Şirvan</b>     | 1738                          | 455   | 6735.7                   | 31744  |
| <b>Naxçıvan</b>          | 1517                          | 321   | 6613.3                   | 64282  |
| <b>Cəmi ölkə üzrə</b>    | 49980                         | 12481   | 450188.5                 | 1919765                                      |

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> e-səhifəsinin 2019-cü il göstəriciləri əsasında tərtib olunmuşdur.

Genişmiqyaslı turizmin inkişafı üçün sadə, standart otaqların və ya turist sinif otaqlarının hazırlanması orta gəlirli ailələr üçün istirahət mərkəzi xidmətlərindən istifadəni artırır. Turist otaqlarının ölçüsü ölkə üzrə 46%, Bakıda isə 35% təşkil edir. Bölgədə bu rəqəm nisbətən yüksəkdir.

Qarabağda isə əksinə, bu rəqəm yarıya qədər azalıb. Təkcə 2018-ci ildə iqtisadi rayonda gecələmələrin sayı artmış, 2019-cü ildə gecələmələrin sayı 2008-cı illə müqayisədə 98 faiz olmuşdur.

**Diqram 1: İqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tiplimüəssisələrdə əcnəbi turistlərin gecələmələrin sayının dinamikası (nəfər)**



**Mənbə:** www.stat.gov.az e-səhifəsinin 2019-cu il göstəriciləri əsasında tərtib olunub. Muəllif tərəfindən (giriş tarixi: 16.02.2022).

2019-cu ildə turistlərin ölkədə gecələmələrinin ümumi sayı 2008-ci illə müqayisədə 3 dəfə çoxdur.

Turizm riskli sahədir. Onun dinamikası bir sıra amillərin təsiri altında dəyişir. Pandemiya, müharibələr, qlobal böhranlar illərində xarici və yerli turist axını təbii olaraq azalır.

Statistikaya görə, 2019-cu ildə Qarabağ iqtisadi zonasında Gəncə-Qazax İqtisadi zonasında 21 dəfə, Şəki-Zaqatalada 56 dəfə, Quba- Xaçmazdan 30 dəfə az xarici turist var. Aşağıdakı misalda aztəminatlı yaşayış obyektlərinin itirdiyi pul məbləği göstərilir. Beləliklə, xarici turist üçün minimum gündəlik xərcləri 50 manat (şərti rəqəm) müəyyən etməklə aydın olur ki, 2008-ci ildə 6933 gecələmə x 50 manat= 346650 manatdır

2019-cu ildə 3933 gecələmə x 50 manat = 196650 manat

Rayonun təkə 2019-cu ildə xarici turistlərdən itirdiyi məbləğ 2008-ci illə müqayisədə 346 650 manat - 196 650 manat = 150 000 manatdır.

Rayona xarici və yerli turistlərin cəlb edilməsinin mümkünsüzlüyü bir çox amillərdən asılıdır. Bunlara regionun tanınmaması, yerli yerləşdirmə obyektləri ilə istirahət mərkəzlərinin turoperatorlarla əməkdaşlığının aşağı səviyyədə olması,

turistlər üçün cəlbedici olan obyektlərə baxımsızlıq, əyləncə obyektlərinin olmaması amilləri daxildir.

Hər bir turist əyləncə proqramları ilə tanış olmaq, ərazinin təbiətini, tarix və mədəniyyət abidələrini görmək, yerli əfsanələri eşitmək, məşhur insanlarla tanış olmaq və ya öyrənmək istəyir.

Əyləncə xidmətləri təkcə mehmanxana və kurortlar tərəfindən deyil, həm də peşəkar təşkilatlar (heyvan və turizm idarələri, idman klubları), mütəxəssislər tərəfindən göstərilməlidir.

Yerli bölgələrdə bu ixtisaslar üzrə çoxlu savadlı insanlar var. Sadəcə onları turizm xidmətləri sektorunda işləməyə göndərmək lazımdır. Qeyd edək ki, Lənkəranda Lənkəran Dövlət Universiteti, Masallı və turizm və qonaqpərvərlik sahələri üzrə mütəxəssislər hazırlayan Lənkəran Universiteti fəaliyyət göstərir. 2019-cu ilin rəsmi məlumatına görə, bölgədə yalnız bir turizm agentliyi fəaliyyət göstərir.

Aşağıdakı düstur turistin orta qalma müddətini müəyyən edir:

$$S_t = T_g : T$$

Burada:

**S<sub>t</sub>** - regionda bir turistin orta qalma günlərinin sayı, sutka;

**T<sub>g</sub>** - turist-gün sayı, nəfər-gün;

**T** - gələnlərin sayı, nəfər

(Rüstəmli T. 2016).

Statistika komitəsinin məlumatlarına görə 2019-cu ildə regionda turizm məqsədilə 56288 turist gəlmişdir və cəmi 91436 gecələmə olmuşdur. Region üzrə ortagecələmə sayını hesablayaq:

$$S_t = 91436 / 56288 = 1,54$$

Göründüyü kimi regionda turistlərin orta qalma müddəti 2019 ildə 1,54 gün. Bu isə aşağı göstəricidir. Region üzrə bu göstərici 2014-cü ildə 3,6 gün, 2016-cı ildə cəmi 2,05 gün olmuşdur.

Turistlərin mehmanxanalarda uzun müddət qalması bu yerləşdirmə obyektlərinin göstərdiyi xidmətlərin müxtəlifliyini, personalın peşəkarlıq

səviyyəsini və əldə edilən gəliri müəyyən edir. 2019-cu ildə bölgədəki otellərin faizini hesablayaq. Bu məqsədlə aşağıdakı formula istifadə olunur:

$$Y = G / (Ç_y \times 365) \times 100\%$$

Burada:

**Y** - yüklənmə faizi

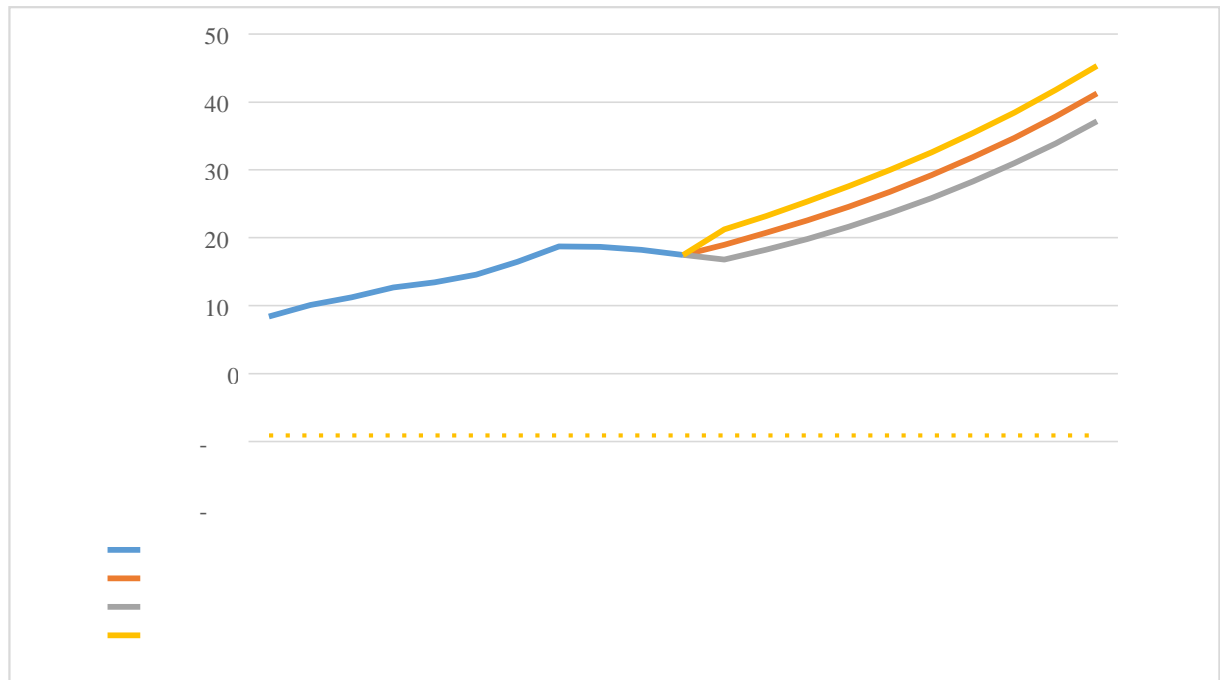
**G** - illik gecələmələr

**Ç<sub>y</sub>** - mehmanxanalarda yer sayı (tutumu)

**365** - 1 ildə gün sayı (Rüstəmli T. 2016).

Yuxarı Qarabağ üçün 2030-cu ildə nəzərdə tutulan statistika aşağıdakı cədvəldə verilmişdir:

**Diagram 2: Yuxarı Qarabağ İR-da məhsul buraxılışının 2020- 2030-cu illər üzrə proqnozu (mln. manat)**



|         | 2019 | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  | 2025  | 2026  | 2027  | 2028  | 2029  | 2030  |
|---------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ÜDM     | 1822 | 1741  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Proqnoz |      | 1741  | 1898  | 2068  | 2255  | 2458  | 2679  | 2920  | 3183  | 3469  | 3781  | 4122  |
| aşağı   |      | 1741, | 1673, | 1817, | 1979, | 2160, | 2360, | 2581, | 2826, | 3094, | 3390, | 3714, |
| yayınma |      | 1741, | 2122, | 2319, | 2529, | 2755, | 2997, | 3257, | 3539, | 3843, | 4172, | 4529, |
| yüksək  |      | 1741, | 2122, | 2319, | 2529, | 2755, | 2997, | 3257, | 3539, | 3843, | 4172, | 4529, |
| yayınma |      | 1741, | 2122, | 2319, | 2529, | 2755, | 2997, | 3257, | 3539, | 3843, | 4172, | 4529, |

**Mənbə:** cədvəl <https://www.stat.gov.az/>. Ölkənin regionlarında iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə məhsul buraxılışı, mln manatla) göstəricilərinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb. (giriş tarixi: 17.02.2022).

Beləliklə, 2019-cu ildə Qarabağ Respublikasında mehmanxanaların sayının cəmi 10,1% təşkil etdiyini görmək olar (Qrafik 2). Diaqramda göstərildiyi kimi, otel otağından istifadə aşağıdır. Rayonda turizm fəallığının artması nəticəsində çoxlu sayda daimi və mövsümi iş yerləri açılacaq, mövcud iş yerləri daha çox olacaqdır.

Ən vacib məsələlərdən biri də Qarabağ bölgəsinin tranzit mərkəzi kimi təbliğidir. Əgər Qarabağ bölgəsi tranzit mərkəzi kimi təqdim edilərsə və Zəngəzur dəhlizi, eləcə də digər kommunikasiya və nəqliyyat marşrutları cəlb olunarsa, o zaman Azərbaycan təkcə öz daxilində deyil, bütövlükdə iqtisadiyyatında, eləcə də tranzit nəqliyyatında ola bilər və ərazidə kommunikasiya xətti çəkilmişdir.. Bu da öz növbəsində ticarətin artmasına və bütövlükdə Azərbaycan iqtisadiyyatının yüksəlişinə müsbət təsir göstərə bilər (<http://unec.edu.az/application/uploads/2015/02/UE-2020.pdf>).

### **2.3. İşğaldan azad olunmuş ərazilərə investisiyaların cəlb olunması və inkişaf nəticələrinin təhlili**

Turizm bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi artımının ən mühüm amili, turizm xidmətlərinin ixracı ilə müşayiət olunmayan ümumi milli məhsulun ölkələr arasında yenidən bölüşdürülməsi mənbəyidir.

Turizm sənayesi iki bloka bölünür: birincisi, qonaqpərvərlik sənayesi, eləcə də yerləşdirmə sahəsində xidmət göstərən müəssisələr: mehmanxanalar, motellər, ictimai iaşə və s. İkinci blok üç səviyyədə ibarət turizm infrastrukturunun komponentini əhatə edir: birincisi sənaye infrastrukturunu (sənaye binalarının, maşınlarının, konstruksiyalarının yaradılması), ikinci və üçüncü səviyyələr turizm məhsullarının və ya xidmətlərinin formalaşmasında iştirak edən müəssisə və təşkilatlardır. Hər üç blokun kompleks formalaşması ilə turizm infrastrukturunun inkişafına xüsusi diqqət yetirilməklə, turizm sənayesinin çoxşaxəli inkişafı baş verir.

Turizm biznesinin uğurlu inkişafının əsas şərti potensial turistlərin bütün ehtiyaclarını tam ödəyən çoxşaxəli və keyfiyyətli turizm infrastrukturudur. Turizm infrastrukturunu çox vaxt turizm sənayesi, istirahət infrastrukturunu və turizm logistikası ilə əlaqələndirilir. Bu qeyri-müəyyənlik turizmin və istirahətin təşkili və inkişafında

ən mühüm resurs amilinin - turizm infrastrukturunun mahiyyətini dərk etməyi çətinləşdirir. Turizm infrastrukturunun mahiyyəti daha çox onun funksional xüsusiyyətlərini və xassələrini təsvir edərkən üzə çıxır. Turizm infrastrukturunun əsas funksiyaları bunlardır: ətraf aləmlə tanışlıq və əhalinin istirahəti üçün lazımı xidmətlərin göstərilməsi, ixtisaslaşmış obyektlərdən istifadə edilməsi. Turizm infrastrukturunu sağlamaşdırıcı və rekreasiya funksiyalarını yerinə yetirir ([http://anl.az/el/h/hi\\_te.pdf](http://anl.az/el/h/hi_te.pdf)).

Turizm infrastrukturunun əsas funksiyası bu sənayenin fəaliyyətini təmin etməkdir: turizm sənayesi müəssisələrinin normal fəaliyyətini və turizm xidmətlərinin istehsalını təmin etmək. İntegrasiya və tənzimləmə funksiyaları sənaye müəssisələri arasında münasibətlərin təşkili və saxlanmasında, ərazi turizm-rekreasiya komplekslərinin formalaşmasında, turizm infrastrukturunun regionun iqtisadiyyatına təsirində özünü göstərir (Məmmədova N. 2016: s.66-67).

Belə ki, turizm infrastrukturunu dedikdə məqsədi yerləşdiyi yerdən başqa müxtəlif yerlərdə müxtəlif insanların ehtiyaclarını ödəmək üçün müalicəvi, sağlamaşdırıcı, rekreasiya tədbirlərini təşkil etmək olan mürəkkəb maddi-iqtisadi, və sosial obyektlər başa düşülür..

Turizm infrastrukturunu bir sıra komponentlərdən ibarətdir.

1. Qonaqpərvərlik infrastrukturuna turistlər və istirahət edənlər üçün yerlər daxildir.

2. İnzibati infrastruktur kompleksin bütün əsasını idarə etmək üçün tələb olunan bina strukturlarını (inzibati binalar, qazanxana, camaşırxana, istixana və s.) əhatə edir.

3. Maliyyə, hökumət və biznes infrastrukturunu.

4. Rekreasiya infrastrukturunu - tarixi-mədəni obyektlər, attraksionlar, idman qurğuları, qorunan ərazilərin infrastrukturunu. Bu vacib komponentdir, çünki tətillik edənlər üçün müsbət emosional əhval-ruhiyyə yaradır.

5. Nəqliyyat və yol infrastrukturuna turistlərin çatdırılması üçün lazım olan nəqliyyat vasitələri (avtomobillər, məişət texnikası), yollar, dayanacaqlar, avtoservislər və yanacaq doldurma məntəqələri daxildir.

6. Sanatoriya-kurort kompleksinin ərazisində sosial infrastruktur yaradılmışdır. Buraya xəstəxanalar, kitabxanalar və təhsil müəssisələri daxildir.

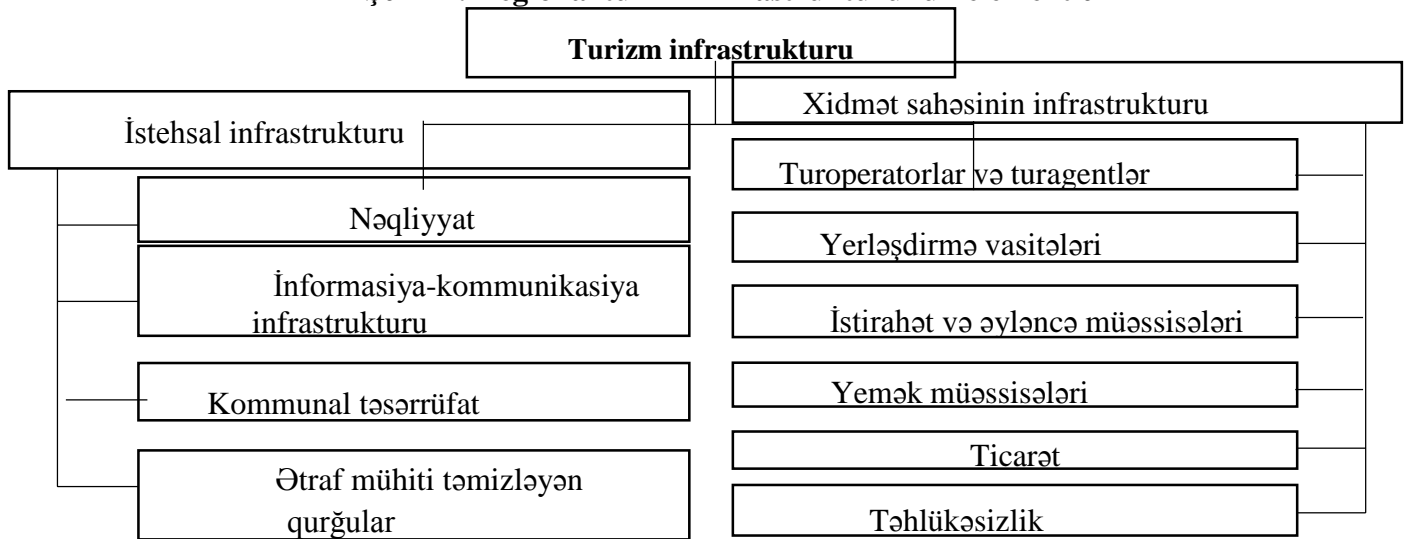
7. Ticarət infrastrukturuna malların pərakəndə satışı obyektləri: bazarlar, mağazalar daxildir.

8. İnformasiya infrastrukturuna telekommunikasiya, rabitə, internet, stasionar və mobil rabitə daxildir.

9. Müalicə inkişafı üçün tibbi infrastruktur mühüm blokdir. Bura xəstəliklərin müalicəsi və profilaktikası üzrə ixtisaslaşmış tibb kompleksinin obyektləri daxildir ([https://mida.gov.az/documents/Turizm\\_s%C9%99nayesinin\\_inki%C5%9Faf%C4%B1na\\_dair\\_strateji\\_yol\\_xeritesi.pdf](https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf)).

Turizm biznesinin uğurlu inkişafının əsas şərti məhz potensial turistlərin bütün tələbatlarını tam ödəyən müxtəlif və yüksək keyfiyyətli turizm infrastrukturudur.

**Şəkil 1: Regional turizm infrastrukturunun elementləri**



**Mənbə:** <https://arastirmax.com/tr/system/files/dergiler/25825/makaleler/2/arastirmax-istehsal-infrastrukturunun-regional-aspektli.pdf>

Turizm infrastrukturunun inkişafı bir sıra meyarlardan asılıdır: ümumi iqtisadi, sosial-mədəni, ekoloji. Turizm infrastrukturunun inkişafında turizm bazarı əsaslı rol oynayır. Turizm bazarını turizm agentlikləri və turoperatorlar təşkil edir. Turizm agentlikləri turizm məhsullarının istehsalı və satışı ilə məşğul olan təsərrüfat subyektləridir. Səyahət agentliklərinin məhsulları əhalinin asudə vaxtının, istirahətinin və müalicəsinin təşkili ilə bağlı fəaliyyətin nəticəsidir və aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirməklə həyata keçirilir: - xidmətlərin göstərilməsi; -

marketing; - istehsal prosesinin təşkili; - maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti. Səyahət agentlikləri vasitəçi kimi çıxış edərkən, turoperatorlar səyahət məhsulları təklif edirlər. Turoperatorların əsas funksiyası potensial müştərilərin turlara və turizm proqramlarına olan tələbatını öyrənmək, bu proqramları hazırlamaq və onların turistlərin ehtiyaclarına uyğunluğunu yoxlamaq, onlar arasında müqavilələr bağlamaqdan ibarətdir.

Aşağıdakı cədvəldən istifadə etməklə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm agentliklərinin və turoperatorların əsas iqtisadi göstəricilərini təhlil edək.

Cədvəl 4-dən görüldüyü kimi, 2019-cu ildə Azərbaycanda 432 turizm agentliyi və turoperator fəaliyyət göstərmiş ki, bu da 2018-ci illə müqayisədə 15,5%, 2017-ci illə fərqlənmədə 27,4%, 2016-cı illə müqayisədə 58, 8%, bu da 77,8% çoxdur.

**Cədvəl 4: Azərbaycanda Səyahət agentlikləri və turoperatorların əsas göstəriciləri**

|   | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Səyahət agentlikləri və turoperatorların sayı                         | 243     | 272     | 339     | 374     | 432     |
| İşçilərin sayı, nəfər   | 1586    | 1838    | 1891    | 2074    | 2205    |
| Səyahət agentlikləri və turoperatorların əldə etdiyi gəlir, min manat | 36482,2 | 36758,3 | 41034,2 | 56439,4 | 63363,8 |
| Məhsula edilən xərclər, min manat                                     | 30811,6 | 29101,8 | 36734,6 | 46085,1 | 50400,0 |
| Satılmış turizm yollayışlarının sayı, ədəd                            | 44615   | 36 978  | 44 066  | 49992   | 63885   |
| Satılmış turizm yollayışlarının dəyəri, min Manat                     | 33474,7 | 33466,5 | 54612,2 | 66570,7 | 78132,2 |
| Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı,                        | 73527   | 63543   | 77587   | 83722   | 99507   |

**Mənbə:** <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=3668/>

Sahə işçilərinin sayında və dəyərində, əldə edilən gəlirlərdə və satılan turist paketlərində də artım olmuşdur. İşçi qüvvəsinə gəlincə, 2019-cu ildə 2205 nəfər olmaqla 2018-ci illə müqayisədə 131 nəfər, 2017-ci illə müqayisədə 314 nəfər, 2016-cı illə müqayisədə 367 nəfər, 2015-ci illə müqayisədə 619 nəfər çox olub. Bu, turizmin məşğulluğa təsirində özünü göstərir. Gəlirlərin məbləği 63 363,8 min manat olub ki, bu da 2018-ci illə müqayisədə 69 244 min manat və ya 12,3%, 2016-cı illə müqayisədə 2 2329,6 min manat və ya 54,4% təşkil edib. 2015-ci illə müqayisədə 26605,5 min manat və ya 72,4%, 2015-ci ildən isə 26881,6 min manat və ya 73,7% çox olub.



Turizmin inkişafının hazırkı mərhələsi inteqrasiya olunmuş innovasiya sistemi və onun təkmilləşdirilməsi mexanizmlərindən istifadə etməklə daim modernləşməyə ehtiyacı diktə edir. Bunun üçün istər konkret regionda, istərsə də bütövlükdə ölkədə turizm infrastrukturunu təşkil edən müəssisə və qurumların effektiv marketing informasiya şəbəkəsini yaratmaq lazımdır

(<http://www.milli.az/news/economy/183631.html>).

**Cədvəl 5: Səyahət agentlikləri və turoperatorların mülkiyyət növünə görə sayı,ədəd.**

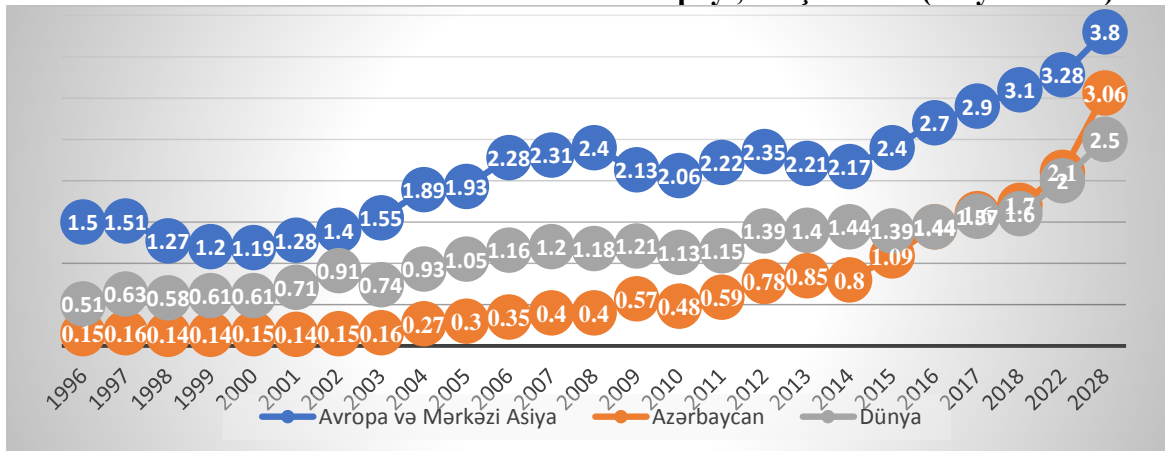
|                           | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Müəssisələrin sayı</b> | <b>218</b> | <b>243</b> | <b>272</b> | <b>339</b> | <b>374</b> | <b>432</b> |
| dövlət                    | 2          | 2          | 2          | 2          | 2          | 2          |
| qeyri-dövlət              | 216        | 241        | 270        | 337        | 372        | 430        |
| o cümlədən                |            |            |            |            |            |            |
| xüsusi                    | 207        | 227        | 251        | 311        | 344        | 393        |
| xarici                    | 5          | 6          | 12         | 19         | 21         | 32         |
| birgə                     | 4          | 8          | 7          | 7          | 7          | 5          |

Mənbə <https://www.stat.gov.az/>

2019-cu ildə işləyən turizm agentliklərinin və turoperatorların sayı 432 olub ki, onlardan 430-u və ya 99,5%-i qeyri-dövlət, 2-si və ya 0,5%-i dövlətdir. Qeyri-dövlət turizm agentlikləri və turoperatorlarının 393-ü və ya 91,4%-i özəl, 32-si və ya 7,4%-i xarici, 5-i və ya 1,2%-i isə birgə mülkiyyətdədir.

O, Azərbaycanda turizm xidmətlərinin keyfiyyətini artırmaq üçün nəzərdə tutulub.

**Sxem 1: Turizmin ÜDM-dəki orta statistik payı, ABŞ dolları (milyardlarla)**



Mənbə: <https://www.worldbank.org/en/home> (2022)

Bu sənayenin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, turizm infrastrukturunun inkişafına investisiyaların stimullaşdırılması üçün təşkilati-iqtisadi mexanizmlərin

tətbiqi zəruridir. Axı, uzunmüddətli investisiya siyasəti turizm infrastrukturunun inkişafına və regionun turist cəlbediciliyinin artırılmasına mühüm təsir göstərir:

1. Turizm infrastrukturunun inkişafı bu sahədə müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılması baxımından çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu, təkcə turist axınının həcminə və turizm sənayesinə deyil, həm də bütövlükdə regionun iqtisadi göstəricilərinə təsir göstərir. Regionlarda turizm fəallığının artması turizm infrastrukturunun inkişafında dəyişiklikləri, onun keyfiyyət komponentinin artırılmasını tələb edir. Bu, öz növbəsində, bütövlükdə turizm bazarının həmçinin onun ayrı-ayrı komponentlərinin, xüsusən də infrastrukturun inkişafının əsas tendensiyalarının seçilməsini tələb edir;

2. Turizm infrastrukturunda biznes mühitinin hazırkı inkişaf mərhələsi müştərilərin xidmətlərə artan tələbatı, onların təqdim edilməsinin yeni formalarının axtarışı, idarəetmə prosesinin təşkilinə innovativ yanaşmaların formalaşdırılması ilə seçilir. Turizm biznesində sahibkarlıq prinsiplərinin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri maliyyə resurslarının optimallaşdırılması və şirkətin əmək resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılmasıdır ki, həm də turizm infrastrukturunun səmərəli təşkilindən asılıdır;

3. İnvestisiya üçün sahələr Münaqişədən sonra münaqişənin vurduğu zərərin bərpası bir çox sahələrin prioritetləşdirilməsini tələb edir. Münaqişədən sonra bu ərazilərin müəyyən edilməsi və reabilitasiyası prosesi mürəkkəb mexanizmlər tələb edir. Beləliklə, beynəlxalq praktikadan aydındır ki, zərər müəyyən edildikdən sonra minimum həyat səviyyəsinin yaradılması prioritet məsələdir.

Minimum yaşayış səviyyəsini təmin etmək üçün mühüm amillər bunlardır:

- Təmizlənmiş ərazilərin minalardan təmizlənməsi;
- Elektrik təchizatı;
- Kritik yolların bərpası;
- İçməli su, kanalizasiya və suvarma sistemlərinin bərpası;
- Mənzillərin yenilənməsi;
- Humanitar yardım, hava limanının bərpası.

İlkin olaraq investisiyalar bu sahələr gələcəkdə sosial və iqtisadi bərpaya dəstək verəcəkdir. Əhalinin bu ərazilərə köçürülməsinin təhlükəsizliyində minalardan təmizləmə ən mühüm meyardır.

2025-ci ilə qədər Azərbaycan brendinq və marketinq fəaliyyəti, hava və quru kommunikasiyalarının inkişafı, infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, turizm mərkəzlərinin və onların fəaliyyətinin genişləndirilməsi, eləcə də regionda sahibkarlıq və peşə hazırlığının həyata keçirilməsində böyük uğurlar əldə edəcək.

Bu dövrdə əsas məqsəd turizm sektorunda prioritetlər arasında tarazlı inkişafı təmin etməkdir. Balanslaşdırılmış inkişaf yanaşması Bakının regionlarda turizm sektoruna sərmayə və potensialını reallaşdırma bilər (beləliklə, müxtəlif turizm növləri, o cümlədən şəhər, sağlamlıq, qış və eko-turizm, həmçinin dini, kruiz və çimərlik turizmi inkişaf etdirilir). bu Strateji Yol Xəritəsində qeyd olunan prioritetlərin 2020-ci ilə qədər həyata keçirilməsini, eləcə də 2025-ci ilə qədər uzunmüddətli təsir göstərəcək təşəbbüsləri əhatə edir

([https://azertag.az/xeber/Ekspert\\_Isgaldan\\_azad\\_olunan\\_erazilerin\\_berpasi\\_afili\\_tazili\\_turizi](https://azertag.az/xeber/Ekspert_Isgaldan_azad_olunan_erazilerin_berpasi_afili_tazili_turizi)).

Ofislər yerli və xarici turistləri daha çox cəlb etməyə və onların Azərbaycana səfərlərinin tezliyini artırmağa kömək edəcək. Bu ofislər həmçinin turist və səyahət məlumat bazasının yaradılmasını və saxlanılmasını təmin edəcək. Büro 2025-ci ildən sonra Azərbaycana gələn turistlərlə bağlı ümumi problemlərin təhlilinə və buna uyğun olaraq brendinq proqramlarının təşkilinə köməklik göstərəcək. 2020-ci il üçün müəyyən edilmiş prioritetlərə uyğun olaraq, 2025-ci ilə qədər Bakıda data əsaslı marketinq fəaliyyəti sınaqdan keçiriləcək və daha da gücləndiriləcək. Tələb və turizm sektorlarının ümumi xarakteristikalarını müəyyən etmək məqsədilə Milli Turizmin İnkişafı Bürosu ölkələrin hədəf qrupları üzrə Azərbaycana gələcək potensial turistlər və digər turistlər barədə araşdırma aparacaq. Artan turizm maraqlarını təhlil edərək, 2025-ci ilə qədər məqsədlərinə çatmaq üçün yeni gələnlər və turistlər üçün ən yaxşı turizm istiqamətlərindən birinə çevrilmək üçün Bakının mövqeyi yaxşılaşmağa davam edəcək. Sadələşdirilmiş hüquqi və inzibati prosedurlar, eləcə də müvafiq tənظیمləyici dəyişikliklər Azərbaycana daha çox XBI cəlb etmək üçün əlverişli mühit yaradacaq. Biznes prosesi turizm assosiasiyaları ilə

birlikdə nəzərdən keçiriləcək və gələcəkdə bütün mümkün maneələrin aradan qaldırılması üçün səylər göstəriləcək. Mədəni zərgərlik məmulatlarının və nadir əşyaların istehsalı və satışı bu turizm istiqamətlərini daha yaxşı tanıtmaya kömək edəcəkdir. Qonşu ölkələrdən başlayaraq, naftalan neftindən hazırlanan kosmetika məhsulları Azərbaycanın səhiyyə ocaqlarına gələn turistlərə suvenir kimi satılaraq digər ölkələrə ixrac ediləcək. Həmçinin Azərbaycanın digər nadir mədəniyyət məhsulları, xalçalar, çay və mis məmulatları bu hədəf ölkələrə ixrac ediləcək.

2025-ci ilə qədər regionlarda və Bakıda daha yaxşı turizm infrastrukturunun yaradılmasına Azərbaycanda ən yaxşı turizm təcrübəsinə nail olmaq üçün uzunmüddətli təşəbbüslər vasitəsilə nail olunacaq. Mövcud aşağı büdcəli yaşayış obyektlərinin (məsələn, iri mehmanxana şəbəkələri, aşağı büdcəli hostel brendləri) diversifikasiyası təmin ediləcək, mövcud obyektlərə artan tələbatla paralel olaraq yeni obyektlərin yaradılmasına şərait yaradılacaqdır. Turizm sektoru infrastruktur baxımından inkişaf etdikcə, yerli xidmətlərə daha çox diqqət yetiriləcək. Əsas bizneslərinə əlavə olaraq, istirahət və əyləncə obyektləri də daxil olmaqla geniş çeşiddə turizm xidmətləri təklif edən bəzi yerli kommersiya şirkətləri turizm konqlomeratları kimi formalaşacaq. Bu sahədə yerli iştirakın gücləndirilməsi təkcə regional turizmin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərməyəcək, həm də Azərbaycanda xidmətlərin keyfiyyətini və rəqabət qabiliyyətini artıracaq.

2025-ci ilə qədər Azərbaycan sağlamlıq, qış, mədəni və ekoturizm kimi bir neçə xüsusi turizm növü ilə tanınacaq. Bundan əlavə, milli parkların, attraksionların və dini obyektlərin bütün dünyada tanınması, Azərbaycanın xarici və yerli turistlər arasında populyar turizm məkanına çevrilməsi üçün səylər göstəriləcək. İpək Yolu və şimaldan qərbə digər mədəni marşrutlar Azərbaycanın mədəni irsini əks etdirən tarixi kəndləri əhatə edən məşhur ekoturizm mərkəzinə çevriləcək. Azərbaycan 2025-ci ilə qədər müxtəlif turizm tədbirlərinə ev sahibliyi edəcək və yüksək keyfiyyətli qış idman qurğuları, eksklüziv sağlamlıq turizmi imkanları, nadir təbiət gözəllikləri və parkların irsi ilə tanınacaq.

([https://mida.gov.az/documents/Turizm\\_s%C9%99nayesinin\\_inki%C5%9Faf%C4%B1na\\_dair\\_strateji\\_yol\\_xeritesi.pdf](https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf)).

# III FƏSİL. İŞGALDAN AZAD OLAN BÖLGƏLƏRDƏ TURİZM SAHƏSİNDƏ İNNOVASIYA YÖNÜMLÜ İNKİŞAFIN TƏNZİMLƏNMƏSİ

## 3.1. Azərbaycanın işgaldan azad olunmuş ərazilərində effektiv dövlət modellərinin tətbiqi

Qarabağın inkişaf modeli yerli, regional, milli və beynəlxalq səviyyələrdə qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli fəaliyyətləri əhatə edə bilər. Strategiyaya əsasən, idarəetmənin formalaşdırılması və makroiqtisadi, maliyyə, monetar, sosial və digər dövlət siyasəti alətlərindən istifadə edilməsi çox vacibdir. Eyni zamanda milli valyutanın real məzənnəsini tənzimləmək üçün pul kütləsinin iqtisadiyyat tərəfindən mənimsənilməsi mərhələlərini nəzərə almaq lazım gələ bilər.

Münaqişədən sonrakı tikinti Azərbaycanda iqtisadi inkişafa təkan verərdi. Ölkə regionda iqtisadi, siyasi və hərbi üstünlüyünü möhkəmləndirməyə davam edəcək.

Münaqişədən sonrakı bərpa strategiyalarının əsas məqsədi davamlı iqtisadi artıma və insan inkişafına nail olmaqdır. İraq, Əfqanıstan, Kosovo və Xorvatiya da aid olmaqla bir çox post-münaqişə ölkələrinin iqtisadi dirçəlişinin tədqiqi göstərir ki, münaqişədən sonrakı ölkələr stabil inkişaf etməmiş ölkələrlə müqayisədə daha böyük problemlərlə üzləşirlər. Bu problemlərə iqtisadi tənəzzül, yüksək inflyasiya, xroniki fiskal kəsir, yüksək dövlət borcu, məhv kapital, məhv edilmiş iqtisadi stimullar, geniş yayılmış kasıblıq və kütləvi işsizlik daxildir. Təhlükəsizlik yastığı, Azərbaycanın aydın baxışı və siyasi iradəsi bizə bu problemlərdən qaçmağa imkan verəcək.

Dünya təcrübəsində münaqişədən sonrakı dövrdə büdcə resurslarının səfərbər edilməsi və təzədən prioritetləşdirilməsi gözlənilən hal olur. İndiki şəraitdə bu modelin Azərbaycanda istifadəsi daha məqsədəuyğun olacaq. 1971-ci ildə Malayziyada qəbul edilmiş yeni iqtisadi siyasət strategiyası iki yolla milli birliyə nail olmağa yönəlmişdi: yoxsulluğun azaldılması və cəmiyyətin yenidən qurulmasını sürətləndirməklə iqtisadi disbalansın aradan qaldırılması.

Dünya təcrübəsinə görə, ilk növbədə, keçmiş münaqişə zonasının əhalisini əhatə edən daxili insan kapitalı dəyərləndirilməlidir. Bu iqtisadi aktorlar passiv

şəkildə xarici agentlərdən maliyyə gözləməməlidirlər. Əksinə, əzmkarlıq, çalışqanlıq və yenilik göstərməklə özləri yeni dəyər ortaya çıxara bilərlər. İnkişaf layihələri sosial dinamika və institusional proseslərin tam məlumatlılığına əsaslanarsa, daha davamlı olacaq, BMT-nin İnkişaf Proqramına görə, bərpa planında yerli iqtisadi faktorlar əsas rol oynamalıdır.

Münaqişədən sonrakı ölkələrin təcrübəsində makroiqtisadi sabitliyi təmin etmək üçün yeni iqtisadi inkişaf layihəsi aşağıdakı tələblərə cavab olmalıdır: iqtisadi islahatların mərhələli və ardıcıl həyata keçirilməsi; özəl investisiyaların əsas prioritet kimi seçilməsi; iqtisadiyyatın bərpasını təmin edən pul və fiskal siyasətin yenidən qurulması; fiskal siyasətin vəcib meyarı kimi bərabər fiskal davamlılığın ərsəyə gətirilməsi ilə bərabər bərpanın və məşğulluğun artımının maliyyələşdirilməsini müəyyən etmək; fiziki şəxslər və ev təsərrüfatları üçün hər bir sosial xidmətlərin bərpası; beynəlxalq yardım və qrantların idarə edilməsində şəffaflığın və əlverişliliyin ortaya çıxması; donör koordinasiya mərkəzinin düzgün qurulması; strategiyanın baş verməsini üzə çıxaran qurumun formalaşdırılması.

II Dünya Müharibəsindən sonra Fransa və İtaliyada iqtisadi canlanma Marşal planına əsaslanırdı. Münaqişədən sonrakı digər yardımlar kimi, Marşal Planı yardımını da idxal edilən mal və xidmətlərlə əlaqələndirilirdi. Həmçinin, yardımdan istifadə ABŞ-ın büdcəsinin və xərclərinin təsdiqi ilə şərtlənirdi. Bu proqramın şərtlərindən və gözləntilərindən kəskin şəkildə kənara çıxan İtaliya və Fransa ölkənin prioritet sahələrinin maliyyələşdirilməsini artırmaqla, münaqişədən sonra uğurlu yenidənqurma siyasəti aparmışlar.

Bütün bu mərhələlərdə münaqişədən sonrakı yenidənqurma modelinin qurulmasında mühüm rol oynayan beynəlxalq strukturların təcrübəsindən istifadə etmək vacibdir. Münaqişədən sonrakı effektiv modelin edilməsi üçün yuxarı səviyyədə institusional mühit, mövcud maliyyə mənbələri və islahatların ardıcıl şəkildə yerinə yetirilməsi mühüm amillər hesab olunur (<http://interfax.az/view/820437>).

Qarabağda aparılan bərpa işləri sırasında bütün fəsillərdə füsunkar təbiəti, təmiz havası, şəfalı suları, tarixi abidələri, dastanları ilə gələnləri heyran edən turizm obyektlərinin, istirahət mərkəzlərinin və mehmanxanaların tikintisinə xüsusi diqqət

edilir. Ekspertlərin rəyinə görə, hazırda infrastruktur əvvəlkindən daha yüksək səviyyədə, müasir standartlara cavab verəcək. Yaxın vaxtlarda regionda turizmin tərəqqisi üçün regional iqtisadi inteqrasiya layihələri həyata keçiriləcək. Füzuli-Şuşa yolu artıq istifadəyə verilib. Qarabağdan keçməklə Naxçıvanla Türkiyəni birləşdirən dəmir yolu xəttinin çəkilməsi təkcə regiona deyil, bütövlükdə Cənubi Qafqaza turist axınını sürətləndirəcək. Digər tərəfdən, yeni layihələrin edilməsi nəticəsində səyahət vaxtı minimuma enəcək, sənədləşmə işləri sadələşəcək və turistlər əlavə xərclər çəkəcək.

Turistlərin İran və Türkiyədən Xudafərin və Naxçıvan vasitəsilə gələcəyi gözlənilir. Bu iki istiqamətdən işğaldan azad olunmuş bölgələrə turist axını olacaq. Ölkəmizdə prioritet turizm bazaları mövcuddur və Ölkəmizin Prezidentinin tapşırığı və məsləhətlərinə uyğun olaraq müəyyən idarələr tərəfindən bu yöndə layihələr hazırlanır, zəruri tədbirlər edilir.

Prezidentin tapşırığına əsasən işğaldan azad olunmuş regionlarda bu sektorun inkişafı strategiyası hazırlanıb. Sənədə əsasən, turizm məhsullarının inkişafı bu ərazilərdə turizm infrastrukturunun yaradılması ilə paralel həyata keçiriləcək. Təbii ki, turistlərin təhlükəsizliyinin yaradılması əsas vəzifədir. Əhalinin geri qayıtması, mənzillərin və infrastrukturun həyata keçirilməsi ilə yanaşı, orada turizm məhsulları yaradılacaq.

Dövlət səviyyəsində özəl sektorun və alimlərin birgə səyləri nəticəsində Dağlıq Qarabağın təbii, antropogen turizm ehtiyatları gündəmədədir. Qarabağ dağlıq ərazi olduğu üçün dağadırmanma turizmi xüsusi maraq doğurur. Bundan əlavə, gəzintilərin, aktiv və ekstremal turizmin tərəqqisinə görə maraqlı layihələr hazırlanıb. Bölgələrdə infrastruktur bərpa olunan kimi Azərbaycan vətəndaşları ilk növbədə bu ərazilərə səfər edəcəklər. Həm də, bu layihə əhatəsində Bakı-Şuşa-Ağdam marşrutu üzrə ilk səfərlər təşkil olunub. Bakı-Şuşa-Bakı avtobus reysi hələ də həftədə iki dəfə işləyir. Görünür, gəzib-dolaşmaq, illərdir darıxdığımız yerləri görmək istəyən minlərlə insan var. İkinci ən böyük tamaşaçı potensialı xaricdə yaşayan Azərbaycan diasporunun nümayəndələridir. İlk reysdə səyahət edənlərin sayı təxminən 400 nəfər idi. On milyondan çox azərbaycanlı, hər bir soydaşımız

Azərbaycanın mədəniyyət mərkəzinə çevrilmiş qədim Şuşanı görməyə böyük maraq göstərirlər (<https://aqreqator.az/az/iqtisadiyyat/1086024>).

Bildirək ki, işğaldan azad olunmuş ərazilərin turizm potensialı Qarabağ bölgəsində biznes proseslərinin sürətləndirilməsi üçün yeni imkanlar açacaq. Burada təbiətin gözəl və füsunkar guşələri, müalicəvi mineral içməli suları, turizm və rekreasiya potensialı var. Kəlbəcər və Zəngilan termal sularının mənbələri, Şuşada balneoloji mərkəzlər, kanat yolları potensiala malikdir, Xudafərin körpüsü, Azıx mağarası yeni turizm marşrutları üçün cəlbedicidir.

Qarabağda xalça turlarının təşkili böyük marağa səbəb olub. Turşu qatının müalicəvi və sanatoriya potensialı çərçivəsində böyük turizm-kompleks-turist klasterinin yaradılması mümkündür. Regionlarda, turizmin digər sahələri üçün turizm biznesi üçün əlverişli imkanlar mövcuddur. Artıq Qarabağda turizmin canlanması üçün yeni biznes imkanları araşdırılır, təkliflər verilir və fəaliyyət strategiyaları üzərində intensiv iş aparılır

(<http://www.milli.az/news/economy/183631.html>).

Biz turizm biznesinin potensialının artırılması və turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin gücləndirilməsi üçün bir sıra tədbirlərin görülməsini təklif edirik:

- rayonun turizm potensialının obyektiv və fundamental təhlilinin aparılması, turizm potensialının şəffaf şəkildə qiymətləndirilməsi;

- turizm biznesinin inkişafının intensivləşdirilməsi üçün regionda konkret turizm layihələrinin hazırlanması, öyrənilməsi, biznes planlarının əsaslandırılması və bu sahədə təcrübəsi olan turizm firmalarına və şirkətlərə, potensial investorlara təqdim edilməsi zəruridir;

- Regionda turizmi canlandırmaq üçün ən azı ilk 10 il əhatəsində vergi güzəştləri mexanizmləri və alətləri daxil olmaqla güzəştlər paketinin hazırlanması, özəl turizm müəssisələrinə dövlət dəstəyi mexanizmlərinin gücləndirilməsi. ([http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5\\_jexnqymvejdtpvyo.pdf](http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5_jexnqymvejdtpvyo.pdf)).



### **3.2. Turizm fəaliyyətinin tətbiqinə dair təkliflər və layihənin iqtisadi səmərəliliyinin tənzimlənməsi**

İşğaldan əvvəl təkcə mədənçixarm, metallurgiya, qida, emal, tibb və taxılçılıq sahələrindən deyil, həm də böyük potensialına görə ayrılmış Qarabağ və ətraf rayonların Ermənistan tərəfindən işğalı nəticəsində təhlükəsizlik problemləri yaranmışdı. Turizm və rekreasiya sahəsindəki inkişaf, o cümlədən bu ərazilərdə infrastrukturun məhv edilməsi indiki mərhələdə turizmin təşkilini mümkün deyil.

Təbii ki, Qarabağın və digər bölgələrin turizm imkanlarından tam istifadə etmək yalnız üç mühüm meyarın həyata keçirilməsindən sonra mümkün olacaq: təhlükəsizlik, əhalinin qayıdışı və infrastrukturun yaradılması.

Şübhə yoxdur ki, yaxın gələcəkdə bütün bu məsələləri həll edən Qarabağ Azərbaycanın turizm sektorunda lider mövqə tutacaq. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, Qarabağ regional, sonra isə global əhəmiyyətli ekoturizm mərkəzinə çevriləcək.

İndi müstəqil dövlətlərdə infrastrukturun qurulması işlərinə başlanılıb. Eyni zamanda, turizm potensialının dünyaya tanıtılması istiqamətində maarifləndirmə işlərinə başlanılıb, regionun turizm potensialından yararlanmaq üçün ilkin araşdırmalar aparılıb.

İşğaldan azad edilmiş rayonların turizm ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi, sərgilənən turizm obyektlərinin uçotunun aparılması, turizm potensialından səmərəli istifadə edilməsi, sağlamlıq, dağ və mədəni-məişət vəziyyətinin araşdırılması məqsədilə “Turizm Resurslarının Qiymətləndirilməsi” adlı metodiki ilkin sənəd hazırlanmışdır. turizm resursları. təchiz edilmişdir. Agentlik layihə sənədini genişləndirməyi və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizm resurslarının qiymətləndirilməsini planlaşdırır.

Qarabağ bölgəsindəki Füzuli hava limanı turizmin davamlı inkişafı baxımından mühüm layihə hesab edilir. Bundan başqa, Azərbaycan Prezidentinin Sərəncamına əsasən Əhmədbəyli-Füzuli-Şuşa avtomobil yolunun layihələndirilməsi və tikintisi turistlərin Füzuli, Xocavənd və Şuşaya gediş-gəlişini təmin edəcək. Eyni zamanda, Göygöl rayonundan Kəlbəcər-Laçın istiqamətində avtomobil yolunun çəkilməsi nəzərdə tutulur.

Turistlərin bölgəyə gəlməsi üçün dəmir yolu xətlərinin bərpası vacib hesab edilir. Bu çərçivədə 45 kilometrlik Bərdə-Ağdam dəmir yolunun bərpası istiqamətində işlər davam etdirilir. Qarabağ Turizm Strategiyasının sənəd layihəsinin əsasını dayanıqlı turizm, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizm klasterlərinin inkişafı, təşviq və tənzimləmə siyasəti mexanizmlərinin inkişafı, innovativ texnoloji vasitələrdən istifadə, turizm infrastrukturunu, dövlət-özəl sektorun inkişafı təşkil edir.

Dövlət Turizm Agentliyi “Qarabağa yolumuz” konsepsiyası ilə turizm marşrutlarının layihələrini təqdim edib.

Layihə sənədi əsasında Prezidentin xüsusi nümayəndəsi ilə birgə Ağdam rayonunun işğaldan azad edilmiş hissəsində müvafiq infrastruktur işləri aparılıb, Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən Şahbulaq qalasının memarlıq və turizmin inkişafı üzrə ilkin konsepsiya hazırlanıb.

Qarabağ bölgəsinin müxtəlif bölgələrində turizm və istirahət zonalarının yaradılması potensialı var. Şuşa zəngin təbiəti, tarixi-mədəni turizm obyektlərinə yaxınlığı, turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsi imkanları, əsas magistral yola yaxınlığı ilə çox qiymətlidir.

Kəlbəcərin İstisu rayonunda böyük imkanlar var. İstisu mənbəyindən müalicə və kurort məqsədləri üçün uzun müddət istifadə regionun inkişafının əsasını təşkil edir. Bu baxımdan Kəlbəcərin İstisu, Vəng, Zülfüqarlı kimi təbii ərazilərində istirahət imkanları yüksəkdir.

Dövlət Turizm Agentliyi Kəlbəcər, Zəngilan, Həcavənd, Kubadlı və Laçın rayonlarında yaradılacaq turizm və rekreasiya zonalarının regionlarını müəyyən edib. Şuşadakı “Xarıbülbul” və “Qarabağ” mehmanxanaları da ən son texnologiya ilə təmir edilib.

Qlobal çağırışlar ilk növbədə işğaldan azad edilmiş ərazilərdə salınacaq “ağıllı şəhər”, “ağıllı kənd” – yəni “ağıllı şəhər”, “ağıllı kənd” anlayışları ilə qarşılanacaq. Qarabağ bölgəsi texnologiya investisiyaları üçün diqqət mərkəzində olmaqla yanaşı, digər bölgələrdə də ağıllı şəhər və kənd texnologiyalarının tətbiqi üçün eksperimental rol oynayacaq.

Çox sayda insanın şəhərlərdə cəmləşməsi və onların həyatları ətrafında qurulan ekosistemlər də iqlim dəyişikliyinə əsas səbəblərdən biri olmuşdur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının (BMTİP) məlumatına görə, qlobal istixana qazı emissiyalarının 70 faizindən çoxu şəhərlərin payına düşür. Şəhər sakinlərinin özləri iqlim dəyişikliyinə təsirlərinə, xüsusilə istilik stresinə, daşqınlara və urbanizasiyaya səbəb olan fəvqəladə hallara qarşı daha həssasdırlar.

Ümumiyyətlə, “ağıllı şəhər” konsepsiyasının işğaldan azad edilmiş ərazilərdə tətbiqi ilk növbədə dayanıqlı beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsini, daha sonra isə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi və təşviqini tələb edir.

Ağıllı şəhər həllərini tətbiq etməklə biz təhlükəsizlik, vaxt və rahatlıq, sağlamlıq, ətraf mühitin keyfiyyəti, sosial münasibətlər və vətəndaşların iştirakı, iş yerləri və yaşayış dəyəri kimi müxtəlif həyat keyfiyyət göstəricilərinə təsir edə bilərik.

Ağıllı şəhər texnologiyaları vətəndaşların sağlamlığını və rifahını yaxşılaşdırmaqla yanaşı, iqtisadi inkişaf üçün yeni imkanlar açır. Reabilitasiya olunmuş ərazilərdə bulud texnologiyalarından istifadə regionda bərpa prosesini sürətləndirir və regionu texno-investorlar üçün maraqlı edə bilər.

Azad edilmiş bölgədə ağıllı şəhər layihələrinin həyata keçirilməsi regiona innovativ, texnoloji investisiya axınının sürətləndirilməsində və növbəti mərhələdə Qarabağda innovasiya mərkəzlərinin və texnoparkların yaradılmasında fundamental rol oynaya bilər.

Açıq məkanda “ağıllı şəhər” layihələrinin reallaşdırılması regiona innovativ və texnoloji investisiya axınının sürətləndirilməsində, daha sonra isə Qarabağda innovasiya mərkəzlərinin və texnoparkların yaradılmasında mühüm rol oynaya bilər.

Münaqişədən sonrakı ərazilərdə əsas problemlərdən biri (ictimai təhlükəsizliyi artırmaq üçün ağıllı şəhər həlləri) ərazidə potensial qaynar nöqtələri müəyyən etmək və cinayətin qarşısını almaq üçün real vaxt rejimində cinayət xəritələrindən, silahların aşkarlanmasından və polis proqnozlarından istifadə etməkdir. Bu problemlər “Azerspace” peykinin təqdim etdiyi xidmətlərin köməyi ilə həll edilə bilər.

Prezidentin sözlərinə görə, regionlarda yaşıl enerji sektorlarının yaradılması nəzərdə tutulur. Bu ərazilərdə elektrik istehlakının monitorinqi, ağıllı işıqlandırma, toxunma küçə işıqlandırması və toxunma işıqlandırması kimi ağıllı şəhər həllərinin təşkili bir tərəfdən istixana qazı emissiyalarını, digər tərəfdən isə elektrik və istilik istehlakını əhəmiyyətli dərəcədə azalda bilər.

İT-nin köməyi ilə Qarabağda enerjinin paylanmasını yaxşılaşdırmaq, zibillərin yığılmasını asanlaşdırmaq, nəqliyyat sıxlığını aşağı salmaq və hətta havanın keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq mümkündür. Məsələn, bu ərazilərdə tullantıların idarə edilməsi şirkətlərinə məlumat daşıyan və lazım gəldikdə əvvəlcədən planlaşdırılmış götürmə qrafiki olan smart qutuların quraşdırılması regionu Azərbaycanda tullantılardan təmizlənmiş, təkrar emal mərkəzinə dəyişə bilər.

IV sənaye inqilabı ilə bərabər 5-ci sənaye inqilabından da bəhs olunmaqdadır.

Beşinci sənaye inqilabı fenomeninin hərtərəfli tədqiqi aparılmışdır. Bu mövzu sənayelərin və bütövlükdə cəmiyyətin fəaliyyəti üçün mühiti dəyişdirən biotexnologiyaların və neyron şəbəkələrinin sürətli inkişafı ilə əlaqədar aktualdır. Beşinci sənaye inqilabı termininin müxtəlif şərhləri nəzərdən keçirilir, əvvəlki sənaye inqilablarının əsas xüsusiyyətləri müəyyən edilir və təhlil edilir. İşin əsas məzmunu elmi ədəbiyyatın təhlili, beşinci sənaye inqilabının baxışlarının nəzərdən keçirilməsi, eləcə də istehsal müəssisələrinin, sənaye sahələrinin və bütövlükdə cəmiyyətin üzləşəcəyi əsas imkan və təhlükələrin müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir. Sənaye 5.0-nin işçilərin ehtiyac və maraqlarını ödəmək, eləcə də ekoloji dayanıqlığı təmin etmək və resurslara qənaət etməklə yanaşı sənayelərin iqtisadi göstəricilərinə təsiri təsvir edilmişdir. Gələcəyin sənaye sahələrinin əsas dəyər zəncirlərinin dəyişən şərtlərinə uyğunlaşmağa hazır olmasının vacibliyi vurğulanıb. Müəlliflər elmi ədəbiyyatın təhlilinə əsaslanaraq müəyyən ediblər ki, beşinci sənaye inqilabı üç əsas elementdən ibarət yeni və genişləndirilmiş məqsədyönlülük ilə müəyyən ediləcək: insan mərkəzlilik, sabitlik və davamlılıq. Sonda davamlı strateji dəyər zəncirlərinin, uyğunlaşa bilən istehsal müəssisələrinin və çevik biznes proseslərinin inkişafı vasitəsilə istehsalın tarazlaşdırılmasının vacibliyi vurğulanıb.

Sənaye 5.0 nisbətən yeni bir konsepsiya olsa da, bu prosesin əsas xüsusiyyətlərini təsvir edən bəzi erkən akademik əsərlər var. Beşinci sənaye inqilabı ilə əlaqəli ədəbiyyatın təhlili göstərir ki, onun nə gətirəcəyi, biznesi və cəmiyyəti ətraflı şəkildə necə dəyişəcəyi ilə bağlı alimlər arasında konsensus yoxdur. Beşinci sənaye inqilabının bir neçə baxışı var. 1. Sənaye 5.0 insanlar və robotlar kimi ağıllı sistemlər arasında əməkdaşlıq olacaq. Söhbət insanlara qabaqcıl texnologiyalardan işlətməklə daha yaxşı və daha sürətli işləməyə kömək edən robotlardan gedir: əşyaların interneti, böyük verilənlər və virtual reallıq texnologiyaları. İnsanlar və sistemlər rəqib deyil, tərəfdaş kimi çıxış edəcəklər. Sənayenin inkişafının bu mərhələsində maşınlar bütün monoton, təkrarlanan işləri öz üzərinə götürəcək, insanlar isə yaradıcı tərəfə cavabdeh olacaqlar və bununla da bütün sistemlər üzərində nəzarəti və istehsalın keyfiyyət səviyyələrini artırıcaqlar.

E. Ostergaardın fikrincə, beşinci sənaye inqilabı insan təmaslarının fabrik mərtəbələrinə qayıtmasıdır. Eyni zamanda alimlər bildirirlər ki, növbəti sənaye inqilabına Avropa deyil, Şimali Amerika rəhbərlik edəcək. Buna görə də, Sənaye 5.0 sözügedən koqnitiv hesablama bacarıqlarını insan zəkası və ixtiraçılıqla birgə proseslərdə birləşdirməyi hədəfləyir. Halbuki bir-birinə bu qədər yaxın olan dördüncü və beşinci sənaye inqilablarını əslində bir hesab etmək olar. Yəni, Sənaye 4.0 həm əlaqəni, həm də insan-maşın qarşılıqlı əlaqəsini əhatə edə bilər, çünki Sənaye 4.0-ın sütunlarından biri robototexnika və süni intellektidir. Robot texnikası və süni intellektin təbii davamı insan və maşının əməkdaşlığı olacaq. 2. Sənaye 5.0 bioiqtisadiyyata əsaslanacaq. Bioloji resurslardan sənaye məqsədləri üçün düzgün istifadə ekologiya, sənaye və iqtisadiyyat arasında tarazlığa nail olmağa kömək edəcəkdir. Avropa Komissiyasına görə, bioiqtisadiyyat bərpa olunan bioloji resursların istehsalı və bu resursların və tullantı axınlarının qida, yem, bio-əsaslı məhsullar və bioenerji kimi əlavə dəyərli məhsullara çevrilməsidir. Bioiqtisadiyyat dayanıqlı iqtisadiyyatın qurulması üçün kritik rol oynayacaq və sənayelərdə əsaslı dəyişikliklərə səbəb ola bilər. Almaniya federal hökuməti artıq bu sahəyə diqqət yetirib və 2030-cu ilə kimi olan dövr üçün bioiqtisadiyyat sahəsində tədqiqatların Milli Strategiyasını qəbul edib. Tədqiqat gündəliyi beş fəaliyyət sahəsinə diqqət

yetirir: - global qidalanmanın təmin edilməsi; - dayanıqlı kənd təsərrüfatı istehsalının təmin edilməsi; - sağlam və təhlükəsiz qida istehsalı; - sənaye üçün bərpa olunan mənbələrdən istifadə; - biokütlə əsasında enerji daşıyıcılarının inkişafı.

Beləliklə, bioiqtisadiyyat növbəti sənaye inqilabının əsası və ya heç olmasa bir hissəsi ola bilərdi. Maykl Radanın fikrincə, Sənaye 5.0-nin mahiyyəti ətraf mühitlə sinergiyada maşın və insan əməyinin səmərəli istifadəsi olacaq. Bu baxış tullantıların qarşısının alınmasına və insanların istehsal prosesinə qaytarılmasına yönəlib (<https://e-management.guu.ru/jour/article/download/160/107>).

Bulud informasiya texnologiyalarından istifadə yalnız insan həyatını yox, həm də ərazinin idarə olunmasını asanlaşdırır. Yerli hökumətlər, bələdiyyələr, özəl müəssisələr və vətəndaşlar həyat keyfiyyətini yaxşılaşdıran daha yaxşı qərarlar qəbul etmək üçün bu elektron tətbiqlərlə real vaxt rejimində məlumat toplayıb, təhlil edə bilərlər.

Müasir dövrdə şirkətlərin informasiya təminatında ən mühüm yeri bulud texnologiyaları tutur. Bulud texnologiyaları indi bir neçə şirkətlər tərəfindən fəal şəkildə istifadə edilən ən son alətlərdir. Onların əsas üstünlüyü kompüter spesifikasiyası üçün mövcud olmayan güclü proqram və aparat, metodologiya və alətlərin istifadəsidir. Bütün bunlar şirkətin sərhədlərini genişləndirməyə imkan yaradır ki, bu da gələcəkdə onun üçün ən böyük qazanc əldə etməyi əvvəlcədən müəyyənləşdirir. Məhz bu fakta görə şirkətin iqtisadi təhlükəsizliyinin və onun daxilində istifadə olunan bulud texnologiyalarının asılılığının təhlili xüsusi aktual məsələdir. Beləliklə, bir çox müasir şirkətlər öz sistemlərinə yeni informasiya texnologiyaları tətbiq edirlər ki, bu da daha sonra təşkilatın səmərəliliyini artırmaq, həmçinin bazarda rəqabət qabiliyyətini qorumaq üçün istifadə olunur. Buna görə də, iqtisadi sahədə şirkətin təhlükəsizliyini təhlil edərkən, həm də informasiya texnologiyalarında baş verən dəyişiklikləri izləmək, eləcə də onları praktikada tətbiq etmək lazımdır. Beləliklə, şirkətlərin iqtisadi təhlükəsizliyi sistemində bulud texnologiyalarının rolu və əhəmiyyəti ilə bağlı suallar xüsusi aktualıq kəsb edir.

Bu baxımdan Şuşanın “Ağıllı şəhər” konsepsiyası çərçivəsində pilot layihə kimi tikintisi turizm potensialına əlavə üstünlüklər verəcək. Məsələn, Şuşada

interaktiv məlumat lövhələrinin quraşdırılması, turizm xidmətləri üçün mobil proqramlar, tarixi abidələr, keçmiş münaqişələrin izləri haqqında məlumat verən robot bələdçilər, intellektual nəqliyyat sistemlərindən istifadə ilə daha ekoloji cəhətdən təmiz turizm istiqamətləri şansları yaradacaq.

“Ağıllı şəhər”lə yanaşı, münaqişədən sonrakı ərazilərdə “Ağıllı kənd” layihəsinin həyata keçirilməsi planlaşdırılır. Beynəlxalq təcrübədə ağıllı kənd kənd əhalisinin üzləşdiyi əsas problemlərin həlli və daha vacib kənd yerlərində yeni iqtisadi imkanların yaradılması deməkdir. Ağıllı kənd texnologiyaları rəqəmsallaşma, kənd düşüncəsi və kənd və ətraf ərazilər arasında əməkdaşlıq üçün yeni paradıqmadır.

Sərbəst ərazilərdə ağıllı əkinçilik texnologiyalarını tətbiq etməklə tənəzzül ehtimalının qarşısını da ala bilərik. Həmçinin, smart-kənd texnologiyalarının tətbiqi bu sektorlara sosial innovasiyaları yaymağa, kənd əhalisi arasında mikro və kiçik biznesə başlamağa imkan verəcək (<https://science.gov.az/az/news/open/17052>).

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

İkinci Qarabağ müharibəsi Azərbaycanın qələbəsi ilə başa çatıb. Xalqımız öz torpaqlarını erməni işğalından azad etdi. Halbuki, azad torpağımız otuz ilə yaxındır ki, erməni qəsbkarları tərəfindən talan edilib, dağıdılıb. Bu torpaqları diriltmək, qurmaq, bərpa etmək, fəth etmək qədər mürəkkəbdir.

MDB Dövlətləri Şurasının iclasında çıxış edən Prezident İlham Əliyev Qarabağın bərpası və yenidən qurulması prosesində yerli ekspertlərlə yanaşı, xarici investorların - Türkiyə, Pakistan, İsrail, Macarıstan, İran və İtaliyanın da iştirakını yüksək qiymətləndirib. O, Azərbaycanın dövlət başçalarına və müttəfiqlərinə müraciət edərək, onların şirkətlərini podratçı kimi bu layihələrdə fəal iştirak etməyə çağırıb. Bərpa işləri dövlət tərəfindən maliyyələşdiriləcək. Əgər müttəfiq şirkətlər bu layihələri həyata keçirib həmrəylik nümayiş etdirsələr, şübhəsiz ki, bütün şəhərlər bərpa olunacaq. Qarabağ dirçələcək və dünyanın ən inkişaf etmiş bölgələrindən birinə çevriləcək.

Prezident İlham Əliyevin təşəbbüsü ilə işğaldan azad edilmiş layihələrin həyata keçirilməsində Türkiyə, Çin, İtaliya və İsrail şirkətlərinin mütəxəssisləri də iştirak edəcək.

Türkiyədə 130 texnologiya şirkətinə dəstək verən GOSB Texnoparkı ilə Azərbaycan İnnovasiyalar Agentliyi arasında imzalanmış Mədəni və Elmi Əməkdaşlıq Memoranduma əsasən, Qarabağda yüksək texnologiyalar parkı yaradılacaq. Parkda ən son yumşaq və sərt elmi tədqiqatların aparılması, yüksək texnologiyalı avadanlıqların istehsalı nəzərdə tutulur.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 4 yanvar 2021-ci il tarixli Sərəncamı ilə işğaldan azad edilmiş ərazilərdə quruculuq-bərpa işlərinin aparılması, o cümlədən əhəlinin təhlükəsiz yaşayışını, səmərəli işini və dayanıqlı artımını təmin etmək məqsədilə yaradılmış Qarabağ Dirçəliş Fondu ərazilərini işğaldan azad etmiş və regionun bərpası və yenidən qurulmasına, habelə sabit iqtisadiyyata və yüksək rifah səviyyəsinə malik regiona çevrilməsinə maliyyə dəstəyinin göstərilməsi və investisiyaların cəlb edilməsində mühüm rol oynayır.



Ali Baş Komandan İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə Milli Ordumuzun işğal etdiyi torpaqların azad edilməsi, işğal olunmuş Ermənistan üzərində tarixi qələbə Azərbaycanın qüdrətini bütün dünyaya nümayiş etdirdi. Bu gün azad zonalarda bərpa və bərpa işlərinin aparılması, zəruri infrastrukturun yaradılması, doğma yurdlarına qayıtmaq istəyən vətəndaşlarımızın məskunlaşması və təsərrüfat fəaliyyəti üçün şərait yaradılması dövlət siyasətinin prioritet istiqamətidir.

İşğal altında olan torpaqlarımızda turizmin inkişafı üçün ilk növbədə bərpa işləri aparılmalıdır. Məlum olduğu kimi, mənfur düşmənlərimiz tərəfindən dağıdılan bu torpaqlar sıfırdan bərpa olunmalıdır. Tikinti işlərindən başqa vacib şərtlərdən biri də turizmə başlamaqdır. Biz turizmin inkişafına innovativ texnologiyaların tətbiqini də daxil etməliyik. Məsələn, elə muzey tikilməlidir ki, Qarabağa gələn bütün turistlər ziyarət etmədən qayıtmaq istəməsinlər. Vizual effektlər Yaponiyanın Kenny Ji Məbədi Muzeyindəki eksponatların canlanmasına kömək edən Microsoft Hololens eynəklərinin köməyi ilə yaradılacaq. Bu cihaz sayəsində istifadəçilər artefaktlara baxarkən ortaya çıxan vizual effektləri, səsləri və məlumatları görə bilirlər. İlk eksponatlardan biri də Yapon külək və ildırım tanrılarının təsviri olan ekran olub. İstifadəçilər reallıq eynəkləri ilə sərgiyə baxdıqda, altında duman və şimşək və sərgi haqqında audio məlumat görürlər. Proses 5 dəqiqə çəkir. Vizual effektlər Hakuhodo komandası tərəfindən Microsoft ilə əməkdaşlıqda hazırlanıb. təsadüfi ziyarətçiləri cəlb etmək lazımdır.

Bu vizual eynəklər sayəsində özümüzü qaynar müharibədə hiss edəcəyik, milli qəhrəmanlarımızın, şəhidlərimizin siluətləri gözümüzün qarşısında canlanacaq, onların xatirələrini əbədiləşdirib yaddaşımıza həkk edəcəyik. İşğal olunmuş ərazilərdəki bu muzeylər innovativ texnologiyalara tam cavab verəcək. İnanırıq ki, bu təcrübə turizmin inkişafına şöhrət gətirəcək və çoxsaylı turistlərin ziyarət yerinə çevriləcək. Bundan əlavə, bu tətbiq dünyada bir ilk olacaq və yalnız Qarabağa aid olacaq.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərə Böyük Qayıdışın təmin edilməsi, erməni vandalları tərəfindən dağıdılmış şəhər və kəndlərimizdə bərpa, yenidənqurma və quruculuq işlərinin aparılması, bu ərazilərin ölkə iqtisadiyyatına inteqrasiyası və

müasir nəqliyyat infrastrukturunun yaradılması əhalinin yüksək həyat səviyyəsini və sahibkarlıq fəaliyyətini təmin edəcəkdir.

Qarabağın bir neçə turizm növünün - ekoloji, dağ, qış, ov, sağlamlıq turizminin inkişafı üçün böyük imkanları var. Qədim tarixi, mətbəxi, tarixi-mədəni və dini abidələri, qədim sarayları, körpüləri, meşələri, şlalələri və s. ilə Azərbaycanın bu bölgəsinin unikal flora və faunası - görməli yerləri turistləri cəlb edəcək. Təbii sərvətlərlə zəngin olan Qarabağda müxtəlif növ ekstremal turizm, aqroturizm, yaşıl turizm təşkil etmək mümkündür.

Əlavə olaraq, Kəlbəcər-Laçın iqtisadi zonasında, İstisu, Tutqunçayda mineral bulaqlar, dağ meşələri kimi iqlim və balneoloji şəraitdən kurort məqsədləri üçün istifadə oluna bilər:

Qubadlının gözəl təbiətindən və Həkəri çayının potensialından burada istifadə etmək olar. Kəlbəcər də daxil olmaqla, bu ərazilərdə gözəl əyləncə mərkəzləri tikməklə yaşıl turizmi inkişaf etdirmək olar.

Kəlbəcər ərazisi həm də qış turizmi üçün ideal yerdir. Şuşanın Azərbaycan turizminin simvolik şəhərlərindən birinə çevriləcəyi gözlənilir. Şuşada ancaq çətirli şlalə hamını ora getməyə məcbur edəcək.

Azərbaycan mədəniyyətinin incisi olan Şuşanın tarixi abidələri və unikal memarlığı yeni turizm marşrutları yaratmağa imkan vermişdir. Şuşanın iqlimi mülayimdir, mineral suyu müalicəvi xüsusiyyətlərə malikdir. Bunlar həm də turizm üçün çox faydalı yerlərdir.

İşğaldan əvvəl Kəlbəcər şəhərinin İstisu kəndində ümumfederal əhəmiyyətli iki böyük sanatoriya var idi ki, burada ildə 50 min insan müalicə olunur və istirahət edirdi.

Təkliflər:

1. Sənayeləşmənin təşkili zamanı ətraf mühitə və sərbəst ərazilərin iqtisadi inkişafına zərər vurma riski minimuma endirilməli və ərazinin təbii gözəlliyi həssaslıqla qorunmalıdır.

2. Hazırda ölkədə turizm bazarının yaradılması prosesi gedir, daimi turistlərin yeni iş forması axtarması zəruridir.

3. Laçın rayonunda içki istehsalı-turizm-əyləncə üçbucağı yaradıla bilər ki, bu da regionların turizm potensialını genişləndirəcək. Əgər müasir tələblərə cavab verə bilsək, o zaman bu üçbucaq turizm üçün daha cəlbedici amilə çevriləcək.

4. İstisu Mineral Suyu həm xarici, həm də daxili xəstəliklərə şəfa verə bilər. Burada kurort və mineral su qablaşdırma zavodu da var idi. Bu o deməkdir ki, Kəlbəcərin turizm potensialı Gürcüstanın turizm mərkəzləri ilə rəqabət apara bilər.

5. Kəlbəcərin relyefi dünyanın ən heyrətamiz və maraqlı turist xidmətlərini yaratmağa imkan verir. Onun potensialından düzgün istifadə etməklə, Qafqazın ən böyük turizm mərkəzini yaratmaq, turist axınını Gürcüstana yönəltmək olar.

6. Xudafərin körpüsü yaxınlığında eyniadlı turizm mərkəzi yaradıla bilər. 1000 illik tarixi olan bir Xudafərin bu bölgənin inkişafında yalnız tarix adına böyük töhfə verə bilər.

Fikrimizcə, turizm şirkətlərinin əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarət olmalıdır:

- İstirahət və səyahət üçün tam və geniş imkanlar, bütün mövcud turlar, düşərgələr və s.;

- bu məlumatların reklam vasitəsilə təbliği;

- turizm məhsullarının həyata keçirilməsinə uyğun olaraq bazar iqtisadiyyatına xas olan müasir biznes üsulları;

- Turizmin yeni növlərinin inkişafı üçün resursların tapılması ilə bağlı təkliflər.

7. Gənc Azərbaycan Turizm Şirkətləri Assosiasiyası tədbirin effektivliyini, səmərəliliyini, gəlirliliyini və peşəkarlığını maksimum dərəcədə artırmaq üçün tədbirlər görməlidir.

## İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

### *Azərbaycan dilində*

1. Atakişev M., Süleymanov Q. (2014), “İnnovasiyaların idarə edilməsi”, Bakı, 324 səh.
2. Əzizova G.A. (2012), “Dövlət Investisiya və İnnovasiya Siyasəti, Bakı, Elm, 314 səh.
2. Həsinov T.Ə.(2009), “Firma iqtisadiyyatı”, Bakı, Səda, 590 səh.
3. İnnovativ fəaliyyətin vergi tənzimlənməsi. Azərbaycan Vergi Jurnalı, 20 səh.
4. Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M. (2009), İnnovasiyalar: Fövqəladə vəziyyət, Genişlənmə və İnkişaf Perspektivləri, Bakı, Elm, 416 səh.
5. Qasımzadə C. (2016), “Azərbaycan, Bakı, ADİU, innovasiya siyasətinin effektivliyinin artırılması yollarına dair” 89 səh.
6. Qiyasova Z.H. (2016), “Dayanıqlı İqtisadi İnkişaf Məsələləri” İdarəetmənin əsasları, Bakı, “Qərənfil” nəşriyyatı, 591 səh.
7. GleiffTA (2012), Dərslik, “Kadrların idarə edilməsi”, Bakı, ADİU nəşriyyatı, 508 səh.
8. Məmmədova N. (2016), “Müasir Biznesin İnkişafı üzrə Əsas Təlimatlar”, Bakı, ADİU, 101 səh.
9. Rüstəmli T. (2016), “Müasir dövrdə müasir inkişaf modelinin dəyişdirilməsinin dövlət proseduru”, Bakı, ADİU, 106 səh.
10. Şahbazov K.A., Məmmədov M.H., Həsənov H.S. (2005), “İdarəetmə” (dərslik), Bakı, Elm, 1000 səh.
11. Tağıyev A.H. (2012), “İxtira (Broşura №2)”, Bakı, Technoor, 266 səh.
12. Tağıyev A.H., Əmirov İ.B. “İnnovasiyaların idarə edilməsi”, Bakı, ADİU, 2010, səh.7-12.

### *Rus dilində*

1. Азар В.И. (1972), “Экономика и организация туризма”, М., Экономика, 147 стр.

2. Азар В.И. (1993), “Экономика и организация туризма”, М., «Экономика», 345 стр.
3. Азар В.И. “Туризм еще один феномен XX века Туризм. практика, проблемы, перспективы”, 2009, № 10, стр.28-31.
4. Алексеева М.А. (1997), “Планирование деятельности фирмы”, М., Финансы и статистика, 246 стр.
5. Ансофф И. (1989), “Стратегическое управление”, М., Экономика, 519 стр.
6. Балабанов И.Т. (1999), “Основы финансового менеджмента, как управлять капиталом? М., Финансы и статистика”, 245 стр.
7. Баранчеев В.П., Гунин В.Н., Ляпина С.Ю., Онищенко С.И., Устинов В.А. (2000), “Инновационный менеджмент”, М., Финстатинформ, 127 стр.
8. Герчикова И.Н. (1995), “Менеджмент”, М., Банки и биржи, ЮНИТИ, 474 стр.
9. Гибсон Д.Л., Иванцевич Д.М. (2000), “Организации: поведение, структура”, процессы, М., ИНФРРА-М, 662 стр.
10. Гительман Л.Д. (1999), “Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению”, М., Дело, 176 стр.
11. “Глобальные системы бронирования”. Турбизнес, 2001, №16-17, 58 стр.
12. Глобальный Кодекс этики туризма. “Туризм, практика, проблемы, перспективы”, 2000, № 4, стр.45-46.
13. Глушенко В.В., Глущенко И.И. (2000), “Исследование систем управления”, г. Железнодорожный Моск. обл., ООО НПЦ «Крылья», 416 стр.
14. Голубков Е.П., Секерин В.Д. (1990), “Маркетинг. выбор лучшего решения”, М., Экономика, 234 стр.
15. Гончаров В.В. (1987), “Роль организационных нововведений в ускорении НТП промышленно развитых стран. Центр, отраслевой орган научн. техн. Информации” «ЭКОС», 81 стр.

16. Гончаров В.В. (1996), В “поисках совершенства управления, Руководство для высшего управленческого персонала”, В 2 т. М., МНИИПУ, т. 2. 438 стр.

17. “Гостиничный и туристический бизнес”. Под ред. А.Д.Чудновского. М., ЭКМОС, 1998, 352 стр.

18. Гребенкин А.В., Лаховская Е.Г., Янбулатов Э.А. (1991), “Основы теории экономических нововведений”, Свердловск. Уральский гос. ун-т, 216 стр.

19. Григорьев Н. “Будущее за электронной коммерцией”, Турбизнес, 1999, № 12, стр.45-46.

20. Гуляев Б.Г. (1996), “Организация туристской деятельности”, М., Нолидж, 312 стр.

### *İnternet resursları*

1. <http://audit-journal.az/files/articles/107.pdf>
2. <http://az.apa.az/news/284344>.
3. <http://unec.edu.az/application/uploads/2015/02/UE-2020.pdf>
4. [http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Tourism/tourism\\_01\\_a.html](http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Tourism/tourism_01_a.html).
5. <http://www.milli.az/news/economy/183631.html>.
6. <http://www.parity.az/olke/2300.html>.
7. <http://www.radio.day.az/news/economy/54202.html>.
8. [http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5\\_jexnqymvejdtpvvyo.pdf](http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/158/5_jexnqymvejdtpvvyo.pdf).
9. <https://agroeeconomics.az/az/article/34/isgaldan-azad-olunan-erazilerimizde-kend-teserrufa/>
10. [https://azertag.az/xeber/Ekspert\\_Isgaldan\\_azad\\_olunan\\_erazilerin\\_berpasi\\_daxili\\_turizmi\\_daha\\_da\\_inkisaf\\_etdirecek-1867005](https://azertag.az/xeber/Ekspert_Isgaldan_azad_olunan_erazilerin_berpasi_daxili_turizmi_daha_da_inkisaf_etdirecek-1867005)
11. [https://beu.edu.az/root\\_panel/upload/files/beu\\_edu\\_az/documents/Kitab\\_Turizm.pdf](https://beu.edu.az/root_panel/upload/files/beu_edu_az/documents/Kitab_Turizm.pdf)
12. [https://mida.gov.az/documents/Turizm\\_s%C9%99nayesinin\\_inki%C5%9Faf%C4%B1na\\_dair\\_strateji\\_yol\\_xeritesi.pdf](https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf)

13. <https://tourismboard.az/>
14. <https://aqreqator.az/>
15. <https://xalqqazeti.com>
16. <https://science.gov.az>
17. <https://e-management.guu.ru>
18. <https://www.trend.az>
19. <https://fed.az/az>
20. <http://www.kitabxana.net>
21. <https://www.azerbaijan-news.az>
22. <http://www.kitabxana.net>

## **Cədvəllərin siyahısı**

|  |    |
|--|----|
| <b>Cədvəl 1:</b> Azərbaycanın işğal olunmuş keçmiş DQMV və ətraf rayonlarında kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı haqqında məlumat (1988-ci il)..... | 33 |
| <b>Cədvəl 2:</b> İşğal olunmuş rayonlar üzrə ayrı-ayrılıqda hansı faydalı qazıntılar.....  | 35 |
| <b>Cədvəl 3:</b> 2019-cu il iqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri.....                                | 41 |
| <b>Cədvəl 4:</b> Səyahət agentlikləri və turoperatorların əsas göstəriciləri.....  | 48 |
| <b>Cədvəl 5:</b> Səyahət agentlikləri və turoperatorların mülkiyyət növünə görə sayı.....  | 49 |

## **Qrafiklərin siyahısı**

|  |    |
|--|----|
| <b>Qrafik 1:</b> Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının ÜDM-də payı (faizlə)..... | 32 |
|--|----|

## **Diaqramların siyahısı**

|  |    |
|--|----|
| <b>Diaqram 1:</b> İqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə əcnəbi turistlərin gecələmələrin sayının dinamikası (nəfər)..... | 42 |
| <b>Diaqram 2:</b> Yuxarı Qarabağ İR-da məhsul buraxılışının 2020- 2030-cu illər üzrə proqnozu (mln. manat).....  | 44 |

## **Sxemlərin siyahısı**

|   |    |
|---|----|
| <b>Sxem 1:</b> Turizmin ÜDM-dəki orta statistik payı, ABŞ dolları (milyardlarla)..... | 49 |
|---|----|

## **Şəkillərin siyahısı**

|  |    |
|--|----|
| <b>Şəkil 1:</b> Regional turizm infrastrukturunun elementləri..... | 47 |
|--|----|