

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

**LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAFININ
SOSIAL-İQTİSADI DURUMA TƏSİRİ**

İxtisas: 5312.01 – Sahə iqtisadiyyatı

Elmi sahəsi 53 - İqtisad elmləri

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş

DİSSERTASIYA

İddiaçı:

Qəhrəman Mühəddin oğlu Yusupov

Elmi rəhbər:

Əməkdar elm xadimi, i.e.d., prof.

Əli Qənbərəli oğlu Əlirzayev

Bakı-2021

MÜNDƏRİCAT

Giriş.....	3
I FƏSİL. TURİZM SAHƏSİNİN TƏDQIQININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ	
ƏSASLARI	
1.1.Sərhədyanı regionların inkişafının turizm amili ilə qarşılıqlı əlaqəsi.....	9
1.2.Turizm fəaliyyətində turizm ehtiyatlarının yeri və rolu.....	18
1.3.Regionun cəlbədiciliyində turizm infrastrukturunun rolu.....	29
II FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADİ RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAFININ	
TƏŞKİLATI-İQTİSADİ PROBLEMLƏRİNİN TƏDQIQI	
2.1. Lənkəran İqtisadi Rayonunda turizm fəaliyyətinin müasir vəziyyəti və dinamikası.....	40
2.2.Sərhədyanı əməkdaşlıqda beynəlxalq təcrübənin Lənkəran İqtisadi Rayonunda tətbiqi imkanları.....	55
2.3.Lənkəran İqtisadi Rayonunun sosial-iqtisadi potensialı.....	68
III FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADİ RAYONUNUN TURİZM	
DESTİNASİYASINA ÇEVRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ	
3.1.Lənkəran İqtisadi Rayonunun turizm sənayesinin inkişafı perspektivləri.....	81
3.2. Lənkəran İqtisadi Rayonunda turizmin inkişafının tənzimlənməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi.....	106
NƏTİCƏ.....	131
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	136
ƏLAVƏLƏR.....	148
İXTİSARLAR SİYAHISI.....	162

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Müasir dövrdə turizmin inkişafı ölkənin potensial imkanlarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinin prioritet istiqaməti sayılır və bu səbəbdən də mühüm sosial-iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin inkişafının nəzəri və metodoloji aspektdən tədqiqi onun xüsusiyyətləri və sosial-iqtisadi nəticələr nəzərə alınmaqla aparıldıqda yüksək səmərə verə bilər. Azərbaycanda turizm potensialının düzgün qiymətləndirilməsi, onun infrastrukturunun fəaliyyət mexanizmlərinin daha da təkmilləşdirilməsi yüksək nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malikdir. Bu, ilk növbədə ölkədə maliyyə imkanlarının genişlənməsinə, ölkənin ictimai-siyasi həyatında mühüm sosial-iqtisadi amil sayılan məşğulluq probleminin səmərəli həllinə geniş imkanlar açmış olur.

Son illərdə Azərbaycanda dövlət tərəfindən turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirilməsində məqsəd kimi yalnız insanların istirahətə olan ehtiyacın təmin edilməsi deyil, eyni zamanda bu sahənin ümumilikdə milli iqtisadiyyatın və eləcə də onun ayrı-ayrı sahələrinin inkişafına təsiri imkanlarının artırılması yolu kimi baxılır.

Azərbaycanın müasir beynəlxalq iqtisadi integrasiya proseslərinə səmərəli şəkildə qoşulmasında sərhədyanı regionlar mühüm rol oynamağa başlamışdır. Belə ki, sərhədyanı regionlarda turizmin inkişafı nəticə etibarı ilə qonşu dövlətlərlə sosial-iqtisadi əlaqələrin daha da genişləndirməsinə böyük imkanlar açır. Turizmin inkişafı nöqteyi-nəzərindən sərhədyanı regionlara bu cür diqqətin artırılması həmin ərazilərdə rəqabətə davamlı yeni infrastrukturun formalaşmasına, müxtəlif istehsal növlərinin yaradılması və inkişafına, ümumilikdə ölkə iqtisadiyyatına, eləcə də, regionların və xüsusilə də sərhədyanı ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafına xarici investisiyaların cəlb olunmasına əlverişli şərait yaradır. Bu isə öz növbəsində Azərbaycanda səmərəli beynəlxalq iqtisadi fəaliyyətin həyata keçirilməsinə geniş imkanlar açmış olur.

Hazırda dünya iqtisadiyyatında baş verən böhran prosesi Azərbaycanda dövlət tərəfindən sərhədyanı regionların dinamik sosial-iqtisadi inkişafının operativ təmin edilməsi istiqamətində əsaslandırılmış bir siyasət həyata keçirilməsini tələb edir. Bu isə öz növbəsində sərhədyanı bazarların integrasiyası, transsərhəd ərazilərin ayrı-ayrı

təsərrüfat subyektləri arasında qarşılıqlı faydalı əlaqələrinin güclənməsi, malların, xidmətlərin, kapitalın, texnologiyaların, informasiyanın, işçi qüvvələrinin qarşılıqlı sərbəst axını şəraitində daha yüksək səmərə verə bilər. Bu, onunla izah olunur ki, real şəraitdə həmsərhəd dövlətlərin iqtisadi sistemləri arasında müəyyən fərqlər mövcuddur. İqtisadi münasibətlər prosesində beynəlxalq iqtisadi hüquq normaları nəzərə alınmaqla bu fərqliliklər hər iki tərəfin maraqları əsasında iqtisadi əməkdaşlığın bütün sahələrində və xüsusilə də, turizm sahəsində çoxşaxəli bir sistemin yaradılması üçün əlverişli zəmin yarada bilər. Lənkəran İR-u coğrafi, tarixi-mədəni və sosial-iqtisadi potensialına görə geniş imkanlara malikdir və bu nöqteyi-nəzərdən sərhədyanı rayonlarda turizmin inkişaf etdirilməsi həm regionun kompleks inkişafı üçün, həm də ümumilikdə Azərbaycanın iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsində xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Məhz bu baxımdan hazırda sərhədyanı regionun sosial-iqtisadi inkişafında, prioritet sahə kimi, turizm fəaliyyətinin kompleks tədqiq edilməsi böyük aktuallıq kəsb edir.

Problemin işlənmə dərəcəsi. Son dövrlərdə Azərbaycanda və dünyada beynəlxalq turizmin formalaşdırılması və daha da inkişaf etdirilməsinə münasibətdə bir çox müəlliflər geniş araşdırmalar aparmışlar. Turizmin iqtisadiyyatı mövzusunda Ə.Əlirzayev, E.Məmmədov, R.Qasimov, E.Qocayeva, F.Rəhmanov, N.Qafarov (Azərbaycan), M.Morozov, A.Zdorov, V.Borodin, D.Uşakov, A.Ovçarov, N.Moiseyeva, V.Boqolyubov (Rusiya Federasiyası), P.Pusenteylo (Ukrayna) və digər alimlər yazmışlar.

Regionlarda turizmin inkişafının müasir problemləri barədə A.Həsənov (Azərbaycan), O.Zuyeva, N.Quliyev, Y.Çernyavskiy, İ.Draqileva, S.Poşnaqov (MDB ölkələri), digər xarici ölkələrin müəlliflərindən F.Kotler, Q.Ridevskiy, R.Nurkoviç, A.Figueira, N.Apostolov və başqa alimlər araşdırmalar aparmışlar.

Nəticə etibarlı ilə xarici ölkələrin mütəxəssisləri tərəfindən turizmin səmərəli inkişaf etdirilməsi üzrə aparılan elmi tədqiqatlar sərhədyanı regionların sosial-iqtisadi inkişafının idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə mühüm elmi-nəzəri və praktiki əsas yaradır.

Azərbaycanda sərhədyanı rayonlarda turizmin inkişafında problemlərin həllinin aktuallığı dissertasiya işinin mövzusunun, tədqiqat obyektinin və predmetinin

seçilməsini, həmçinin tədqiqatın məqsəd və vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsini şərtləndirir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Dissertasiya işinin məqsədi Lənkəran iqtisadi rayonunun turizm potensialının qiymətləndirilməsi və turizmin bu regionun sosial-iqtisadi inkişafına təsiri imkanlarının gücləndirilməsi yollarının müəyyən edilməsidir. Qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı **vəzifələr** müəyyənləşdirilmişdir:

- ✓ Sərhədyanı regionun iqtisadiyyatında turizm sektorunun yeri və onun dinamik inkişafı problemlərinin nəzəri-metodoloji aspektlərinin tədqiqi;
- ✓ Turizm bazarı amillərinin qiymətləndirilməsi əsasında regionun turizm potensialının səmərəli istifadəsi yollarının tədqiqi;
- ✓ Lənkəran iqtisadi rayonunun turizm resurslarının və turizm infrastrukturunun təhlili;
- ✓ Turizm sahəsinin gələcək inkişaf meyllərini əsaslandırmaq məqsədi ilə regionun GZİT təhlilinin aparılması;
- ✓ Lənkəran iqtisadi rayonunun «Turizm istiqamətli xüsusi iqtisadi zona» elan edilməsinin və Regional Turizm Şurasının yaradılmasının elmi, metodiki və iqtisadi tərəflərinin əsaslandırılması;
- ✓ Lənkəran iqtisadi rayonunun kompleks sosial-iqtisadi inkişafını təmin etmək məqsədilə turizmin inkişafında beynəlxalq təcrübənin araşdırılması və onun sərhədyanı regionlarda səmərəli tətbiqi yollarının müəyyənləşdirilməsi;
- ✓ Lənkəran iqtisadi rayonunun iqtisadi inkişafında turizmin rolunun yüksəldilməsi, investisiya imkanları və iqtisadi inkişaf perspektivlərinin turizmlə əlaqəli proqnozunun işlənilib hazırlanması;
- ✓ Lənkəran iqtisadi rayonunun beynəlxalq səviyyəli turizm destinasiyasına çevrilməsi məqsədi ilə Regional Turizm Şurası tərəfindən turizm fəaliyyətinin səmərəli tənzimlənməsi yollarının müəyyənlişdirilməsi.

Tədqiqatın obyekti Azərbaycanın Lənkəran iqtisadi rayonunun turizm sahəsidir.

Tədqiqatın predmetini Lənkəran iqtisadi rayonunun sosial-iqtisadi inkişafında

turizmin rolunun yüksəldilməsi yolları təşkil edir.

Tədqiqat metodları. Dissertasiya tədqiqatının nəzəri və metodoloji əsasını yerli və xarici mütəxəssislərin elmi əsərlərində iqtisadiyyatın dövlət tənzimləməsi, sosial yönümlü bazar təsərrüfatı, regional iqtisadiyyat, idarəetmə nəzəriyyəsi, turizm sferasının inkişafı məsələlərinə dair konsepsiyalar və müvafiq nəzəriyyələrin əsas müddəaları, turizm xidmətləri bazarları ilə bağlı məsələləri tənzimləyən normativ-hüquq aktlar kompleksi təşkil edir.

Dissertasiya tədqiqatında respublika regionlarının inkişafına dair Dövlət proqramlarında təsbit olunmuş konseptual ideyalardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın metodoloji əsasını müqayisə metodu, habelə qrafik metod, analitik qruplaşdırmalar metodu, sorğu metodu və korrelyativ-reqressiv analiz metodu təşkil edir.

Tədqiqatın informasiya bazasını son illərdə Azərbaycanın qoşulduğu çoxtərəfli beynəlxalq müqavilələri, həmçinin hökumətlərlərarası sazişlər, regionların inkişafı üzrə, iqtisadi sahələr üzrə müvafiq Dövlət proqramlarının materialları, Azərbaycanda ixtisaslaşdırmış turizm sənayesinin inkişafı üzrə Strateji yol xəritəsi, Ümumdünya Turizm Təşkilatının, Avropa İttifaqının, digər beynəlxalq təşkilatların rəsmi sənədləri, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin, Dövlət Turizm Agentliyinin rəsmi məlumatları təşkil edir.

Müdafiəyə təqdim edilən əsas müddəalar

- 1.Sərhədyanı regionun turizm ərazisi kimi qiymətləndirilməsi;
- 2.Lənkəran iqtisadi rayonunda turizmin inkişafına təsir edən amillərin müəyyənləşdirilməsi;
- 3.Qonşu ölkə ilə sərhədyanı əməkdaşlıq Lənkəran İqtisadi Rayonunun sosial və iqtisadi inkişafının əsas şərtlərindən biri olduğu əsaslandırılması;
- 4.Lənkəran İqtisadi Rayonunun GZİT təhlili;
- 5.Regionun «Turizm istiqamətli xüsusi iqtisadi zona» elan edilməsinin və Regional Turizm Şurasının yaradılmasının elmi və metodiki tərəflərinin əsaslandırılması;
6. Lənkəran İqtisadi Rayonunun investisiya cəlbediciliyinin və bu rayonun

destinasıyaya çevrilməsi əsaslandırılıdırılması;

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi:

- “Turizm ehtiyatları” anlayışı fərqli formatda təqdim edilmişdir. Bu anlayışa “etnoqrafik qrup”un əlavə edilməsi əsaslandırılmışdır; “etnoqrafik qrup” elementini əlavə etməklə ərazidə yaşayan xalqların adət-ənənələrinin saxlanması, yaddan çıxmaqda olan xüsusiyyətlərin bərpasına dəstək olmaq məqsədi güdülür;
- Lənkəran İqtisadi Rayonunun turizm potensialı müasir tədqiqat metodologiyasına əsasən qiymətləndirilmiş və sərhədyanı turizmin təşkilinin beynəlxalq təcrübəsinin Azərbaycan regionu şəraitində tətbiqinin yolları əsaslandırılmışdır;
- İqtisadi, sosial və ekoloji qiymətləndirilmə əsasında regionun turizm məqsədli inkişafı əsaslandırılmışdır;
- Lənkəran sərhədyanı regionun sosial-iqtisadi inkişafında turizmin yeri və rolu müəyyənləşirilmiş və turizmin istiqamətli inkişafına yönəlmiş Xüsusi İqtisadi Zonasının yaradılmasının nəzəri və təcrübi aspektləri açıqlanmışdır;
- Regionun bir marka altında tanınılmasının təşkili və yanaşma metodları ilə həyata keçirilməsi yolları müəyyənlişdirilmişdir.

Tədqiqat nəticələrinin nəzəri və praktiki əhəmiyyəti.

Tədqiqat işinin nəzəri əhəmiyyəti turizm sahəsinin tədqiqinin nəzəri bazasının genişləndirilməsindən, sərhədyanı turizmin təşkili haqqında mövcud elmi biliklərin sistemləşdirilməsi və genişləndirilməsindən ibarətdir.

Dissertasiyanın praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, tədqiqatın yekununda əldə olunan konseptual müddəalar, verilən təkliflər müvafiq orqanlar tərəfindən Lənkəran regionunun sosial-iqtisadi inkişafının planlaşdırılması və proqramlaşdırılması məqsədi ilə istifadə edilə bilər.

Araşdırmalardan əldə olunan nəticələr Dövlət Turizm Agentliyi, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, rayon icra hakimiyyəti və regional idarəetmə orqanları tərəfindən sərhədyanı regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsində, qonşu dövlətlərin sərhədyanı regionları ilə əməkdaşlığın inkişafının prioritet istiqaməti kimi turizm-rekreasiya imkanlarından səmərəli istifadə edilməsində mühüm vasitə sayıla bilər.

Tədqiqat nəticələrinin aprobasiyası. Dissertasiya işinin əsas müddəaları və nəticələri beynəlxalq və respublika səviyyəli elmi-praktik konfranslarda və seminarlarda şərh edilmiş, müzakirə olunmuş və bəyənilmişdir. O cümlədən:

Belarusda 2, Bolqarıstanda 2, Rusiya Federasiyasında 3, Qazaxıstanda 1, ölkəmizin müxtəlif təhsil ocaqlarında keçirilən konfransların materiallarında 4 və Azərbaycan Respublikasında dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən dövrü elmi nəşrlərdə 6 məqalə nəşr edilmişdir.

Dissertasiya işində əldə olunan elmi müddəalar “Xəzər” Universitetində “Turizm işinin təşkili” ixtisası üzrə mütəxəssislərin hazırlanması prosesində istifadə edilir.

Müəllif tərəfindən tədqiqatın mövzusu üzrə ölkəmizdə və xaricdə 18 məqalə, habelə 1 dərs vəsaiti, 1 dərslik (müəlliflər kollektivi) və 3 kitabça çap olunub.

Dissertasiyanın strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş (10494 işarə), üç fəsil (I fəsil – 60852 işarə, II fəsil – 71274 işarə, III fəsil – 92166 işarə), nəticə (9554 işarə), 141 adda istifadə olunmuş mənbə siyahısından, əlavələrdən və ixtisarlar siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işində 21 cədvəl, 2 şəkil, 3 qrafik, 12 diaqram, 4 sxem, əlavədə 5 xəritə və 3 sorğunun nəticələri verilmişdir. İşin ümumi həcmi 162 səhifədən (244342 işarə) ibarətdir.

I FƏSİL. TURİZM SAHƏSİNİN TƏDQIQININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Sərhədyanı regionların inkişafının turizm amili ilə qarşılıqlı əlaqəsi

Regionlar özlərinin spesifik xüsusiyyətlərinə və sosial-iqtisadi inkişaf formalarına görə fərqlənirlər. Bunlar təbii, sosial-siyasi, demoqrafik və digər amillərlə bağlıdır. Təbii-coğrafi və iqtisadi xüsusiyyətlərinə görə regionlar təbii-iqlim və ekstremal zonalara, dənizkənarı və sərhədyanı regionlara, habelə ölkənin əsas ərazisindən ayrılmış regionlar kimi təsnifləşdirilir. Bu cür bölgü turizm-rekreasiya potensiallarından istifadə etməklə tələb olunan müvafiq inkişaf strategiyasını həyata keçirmək imkanı yaradır. Bu imkanlar regionun potensialını qiymətləndirmək, sosial-iqtisadi inkişafın zəif tərəflərini aydınlaşdırmaq yolu ilə müəyyən olunur. Azərbaycanda 66 rayondan 34-ü qonşu ölkələrlə həmsərhəddir. Bəzi rayonlar 2 ölkə ilə həmsərhəddir. Lənkəran İR-na daxil olan 6 rayondan 4-ü qonşu İran İslam Respublikası ilə həmsərhəddirlər. Qonşu ölkə ilə həmsərhəd olması rayonların hər birinin turistlər üçün cəlbedici xüsusiyyətlərə malik olması deməkdir.

Turistlər üçün məqsədli olan ərazi turizm sisteminin bir hissəsi kimi zəngin məzmunu və mürəkkəb struktura malikdir. Bu sfera müxtəlif elm sahələri (coğrafiya, ekologiya, iqtisadiyyat, torpaqşünaslıq, marketinq və s.) tərəfindən və fərqli nöqtəyi-nəzərlərdən tədqiq edilir [113, s.145].

Bölgüyə görə ölkəmiz paytaxt və daha 10 iqtisadi rayona bölünür: Abşeron, Aran, Dağlıq Şirvan, Gəncə-Qazax, Quba-Xaçmaz, Naxçıvan MR, Lənkəran, Kəlbəcər-Laçın, Şəki-Zaqatala, Yuxarı Qarabağ [123].

“Region” anlayışının açıqlaması müəyyən məhdud məkanı əhatə edən “ərazi” anlayışı ilə eynidir. Region özlüyündə ölkənin sosial-iqtisadi kompleksinin alt sistemi olmaqla özünəməxsus istehsal strukturuna və müəyyən sosial xüsusiyyətlərə malik olan struktur vahididir. Regionun əhatə etdiyi ərazi, regionun təyin edilməsi amilləri, burada baş verən sosial-iqtisadi münasibətlər barədə O.V.Zuyeva [67],

Y.V.Çernyavskiy [105], İ.İ.Draqileva [61], S.L.Poşnaqov, A.İ.Tarasionak [109] (MDB ölkələri), digər xarici ölkələrin müəlliflərindən F.Kotler [75], Q.V.Ridevskiy, R.Nurkoviç, A.P.Figueira, N.Apostolov [113] və başqaları yazmışlar.

Ə.Q.Əlirzayev, “İslahatlar və strategiya şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər” kitabında regionun aşağıdakı kimi açıqlamasını vermişdir: “Region qapalı iqtisadiyyatdan fərqli olaraq, giriş və çıxış parametrləri olan və özünün iqtisadi-sosial parametrlərinə uyğun kompleks sistemli fəaliyyət göstərən ərazi vahidi kimi iqtisadi əsasları, təkrar istehsal strukturu, maliyyə və əmək, təbii resursları, onlardan istifadənin xüsusiyyətinə görə ixtisaslaşan təsərrüfatçılıq obyektlərinin məcmusudur” [25, s.357].

Sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi regionun digər ərazilərdən üstünlüyünü və ya zəifliyini göstərən əsas göstəricidir. Bir regionun fərqliliyi onu digər regionlara nisbətən daha cəlbedici və ya tamamilə cəlbedici olmayan əraziyə çevirir. Hər hansı regionun bu və ya digər təbii xüsusiyyətlərə malik olması ilə və bu xüsusiyyətlərin yerli qurumlar tərəfindən yayımlanması, fərqliliyini qabartması həmin regionun sonda müsbət imicə sahib olmasına səbəb olur. Nəticədə bu regionun ölkənin digər regionları, hətta xarici ölkələr tərəfindən tanınmasına gətirir.

Region dedikdə özünün səciyyəvi əlamətlərinə görə fərqlənən ayrı-ayrı ərazilər başa düşülür. Regionları coğrafi, iqtisadi, dini, etnik və s. baxımdan ayırmaq mümkündür. Miqyas baxımından da regionları ayırmaq olar. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatı (BMÜTT) dünya ərazisini Afrika, Amerika, Asiya və Sakit Okean, Avropa, Orta Şərq turizm regionlarına ayırır. Bundan başqa hər region daha kiçik turizm regionlarına bölünür. Azərbaycan Respublikası Mərkəz-Şərq Avropa regionu ölkələri siyahısındadır.

Cədvəl 1.1.1-dən göründüyü kimi dünyada turizm fəaliyyəti ildən-ilə sürətlə inkişaf edir. Hətta terror aktlarının, bəzi regionlarda müharibələrin, ayrı-ayrı ölkələrdə dövlət çevrilişlərinin, təbii fəlakətlərin baş verməsinə baxmayaraq, turizm sahəsi inkişaf edir. Dünyanın ayrı-ayrı regionlarında beynəlxalq turizmin sürətlə inkişaf etməsinin səbəblərindən biri gömrük və viza sənədləşməsinin sadələşdirilməsi, iqtisadi artım və ümumən siyasi sabitlikdir. BMÜTT-nin məlumatına görə dünya turizm

sənayesinin orta illik artımı 4-5%-dir. Bir çox ölkələr turizm və sosial-mədəni servis sahəsini inkişaf etdirərək beynəlxalq ticarətdə müsbət saldo şanslarını əldə edirlər. İspaniya, Macarıstan, Avstriya və bir çox digər ölkələr gəlmə turizm formasını inkişaf etdirməklə digər iqtisadi sahələrdə olan xaricə valyuta axınını artıqlaması ilə kompensasiya edə bilirlər.

Cədvəl 1.1.1

Dünyada gəlmə turizm üzrə əsas göstəricilər

Beynəlxalq turist gəlmələri (million nəfər)						% tutumu				
regionlar	1990 il	2000 il	2010 il	2015 il	2019 il	1990 il	2000 il	2010 il	2015 il	2019 il
Dünya	435	674	950	1186	1458	100	100	100	100	100
Avropa	261,5	386,6	489,4	607,7	744,3	60,1	57,4	51,5	51,2	51,0
Asiya və Okeaniya	55,9	110,4	205,5	279,2	360,1	12,9	16,4	21,6	23,6	24,7
Amerika	92,8	128,2	150,2	192,6	219,4	21,3	19,0	15,8	16,2	15,1
Afrika	14,8	26,2	50,4	53,5	72,4	3,4	3,9	5,3	4,5	5,0
Orta Şərq	9,6	22,4	54,7	53,3	61,4	2,2	3,3	5,8	4,5	4,2

Mənbə: BMÜTT-nin 2015-ci və 2019-cu il üzrə hesabatlarına əsasən (UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition) [112]

Dünya üzrə öz ölkəsindən xaricə turist səfəri etmiş insanların sayı 1 milyard rəqəmini 2012-ci ilin dekabr ayında keçmişdir. Cədvəl 1.1.1-dən göründüyü kimi əcnəbi turistlərin sayı ildən-ilə artır və 2019-cu ildə 2015-ci ilə nisbətən 122.9% olmuşdur. Asiya və Okeaniya regionunda əcnəbi turistlərin sayı gözəçarpacaq dərəcədə artır. Əcnəbi turistlərdən əldə olunan gəlir də ildən-ilə artır. Belə ki, BMÜTT-nin məlumatına görə, əcnəbi turistlərdən dünya miqyasında əldə olunan mədaxil 2012-ci ildə 1075 milyard, 2015-ci ildə 1196 milyard və 2019-cu ildə 1478 milyard ABŞ dolları həcmində olmuşdur [112].

Əcnəbi turist sayında qonşu ölkəyə səfər edən sərhədyanı əhali böyük çəkiyə malikdir. BMÜTT-nin hesabatına görə Avropa regionunun ölkələri gələn əcnəbi turistlərin sayına görə birinci yerdədir. Lakin ümumi gələn turistlərin sayında Avropanın payı illər keçdikcə azaldığı halda Asiya və Okeaniya regionunun payı artmaqdadır. Asiya və Okeaniya regionunda xarici turistlərin sayının digər regionlara nisbətən daha sürətlə çoxalmasının izahı ondadır ki, bu ərazidə son 15 ildə siyasi sabitlik və iqtisadi yüksəliş əhalinin maddi imkanlarının artımına səbəb olmuşdur. Maddi imkanların artımı öz

növbəsində turizm xidmətlərinə tələbatın artması ilə müşayiət olunur. Tələbatın artımı müvafiq xidmətləri təklif və təqdim edən strukturun, bu halda turizm infrastrukturunun yaxşılaşmasına və inkişafına səbəb olmuşdur. Bütün bunlarla yanaşı stabil inkişaf üçün hüquqi bazanın olmasına ehtiyac vardır. Çin Xalq Respublikasının işgüzar turizmə açıq qapı elan etməsi, Yaponiya hökumətinin öz əhalisinə getmə turizmini təbliğ etməsi, Tailand, Malayziya, Sinqapur dövlətlərinin turizmin inkişafına investisiyaların artırması regionda beynəlxalq turizmin inkişafını sürətləndirir. Göstərilən dövr ərzində Asiya və Okeaniya regionunda əcnəbi turistlərin sayı 5 dəfədən çox, Amerika regionunda isə cəmi 2 dəfə artmışdır. Cənubi Amerika ölkələrində qeyri-sabit iqtisadi vəziyyət, ölkələr arasında soyuq münasibətlər, bu regionda beynəlxalq turist axınlarının artımını gecikdirir. Nəzərə almaq lazımdır ki, regiondaxili ölkələrarası keçmələr ümumi göstəricinin beşdə dörd hissəsini təşkil edir.

Avropadaxili regionların uğurlu inkişafının əsası hüquqi bazanın olması ilə bağlıdır. Regional və yerli səviyyədə əməkdaşlığın şərtlərini müəyyən edən əsas hüquqi sənəd 21 may 1980 ildə Madriddə qəbul olunmuş “Ərazi icmaları və hakimiyyət orqanları arasında transsərhəd əməkdaşlıq haqqında” Avropa Çərçivə Konvensiyasıdır [29]. Konvensiyanın qəbul edilməsi və imzalanmasında əsas məqsədə nail olmaq üçün sərhədyanı rayonlarda regional, şəhər və kənd inkişafı, ətraf mühitin qorunması, ictimai infrastrukturun və xidmətin yaxşılaşdırılması sahəsində, habelə fəvqəladə hallarda qarşılıqlı yardım sahəsində ərazi icmaları və hakimiyyət orqanları arasında əməkdaşlığın əhəmiyyətini nəzərə almaqdır.

Rusiyalı müəllif M.Bilçakın fikrincə “Müasir dövrdə iqtisadiyyatda baş verən böhran hadisələri sərhədyanı regionların inkişafının davamlılığını operativ şəkildə təmin etmək tələb edir ki, bu da öz növbəsində bazarların integrasiyasına, ayrı-ayrı təsərrüfat subyektlərinin əmtəə, xidmət, kapital, texnologiyalar, informasiya, işçi qüvvəsinin transsərhəd əməkdaşlıqda iştirakını təmin edir”[99]. Sosializm sistemindən bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə keçmiş sosialist dövlətlərinin sərhədyanı ərazilərinin sürətli iqtisadi inkişafı qonşu ölkələrlə sıx kommersion əməkdaşlığının olmasının nəticəsidir. Yerli əhalinin işgüzar aktivliyi sərhədyanı regionda xarici mal alveri bazarlarının yaranmasına səbəb olur. Məhz bu ərazilər ölkədaxili regionlar üçün əlverişli

ticarət zonalarına çevrilir.

Keçən əsrin 90-cı illərində sosializm düşərgəsinin dağılması nəticəsində azad bazar mühitinə daxil olmuş ölkələrin iqtisadiyyatının inkişafına kömək etmək məqsədilə Qərbi ölkələrində həmsərhəd olan ölkələrlə **birgə sərhədyanı regionlar** yaradılırdı. Bu cür regionların yaradılması eyni zamanda bir sıra strateji məqsədlər güdür: yeni bazarların açılması; Avropa təhlükəsizliyinin, siyasi sabitliyin və iqtisadi mütəsəkkilliyin yaradılması. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün müxtəlif dövlətlərarası orqanlar yaradılırdı ki, bunların da əsas vəzifəsi regionların əməkdaşlıq fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi idi.

Dövlətlərarası regional əməkdaşlıq çox hallarda sərhədyanı ərazilərlə məhdudlaşdırılır. Sərhədyanı region hər-hansı inzibati-ərazi vahidinin dövlət sərhədi ilə məhdudlaşan ərazilərində müəyyən edilir. Inzibati-ərazi vahidi dövlətin sərhədyanı zonasında yerləşə bilər. Avropa İttifaqında olan təcrübə göstərir ki, həmsərhəd dövlətlərin inzibati-ərazi bölgüsündən asılı olaraq sərhədyanı rayon sərhəd inzibati-ərazi vahidindən kiçik və ya da böyük olmaqla bir-neçə inzibati-ərazi vahidlərini birləşdirə bilər [81].

Iqtisadi cəhətdən regionlaşmanın əsas şərti ölkələrin qonşu olması, coğrafi ümumi cəhətlərə malik olmasıdır. Əgər qonşu ölkələrin sərhədləri konflikt meydanı deyilsə, bu, onların əməkdaşlığına böyük imkan yaradır. Əməkdaşlığın sıx inkişaf etməsinə ölkələrarası razılaşmalar və bu razılaşmalar əsasında güzəştli şərtlərin yaradılmasıdır [47].

Sərhədyanı zonanın ölçüləri, gömrük məntəqəsindən başlayaraq radius ölçüsünə görə fərqli ola bilər. Avropa İttifaqı özünün 1972-ci il Direktivi ilə sərhədyanı zonanı sərhəd xəttindən 15 km enliyində qəbul etdi. Lakin, eyni zamanda qeyri-rəsmi şərhə görə, İttifaqın üzvü olan hər dövlət sərhədyanı zonaya ərazisinin kiçik hissəsi də daxil olan hər inzibati-ərazi vahidini bütünlüklə daxil edə bilərdi. Avropa İttifaqı 1988-ci ilədək əsasən 20 km-lik radius qəbul etsə də, sərhədyanı zonanın 50 km-lik radiusadək artırılması dəfələrlə müzakirə edilib.

Ümumiyyətlə, Avropa İttifaqında regionların **transsərhəd** əməkdaşlığı aktiv surətdə maliyyələşdirilir və bu zaman, xüsusi diqqət ekoloji aspektə verilir (maliyyə vəsaitinin 50%-dən çoxu).

Bir çox dövlətlərdə bazar münasibətlərinin inkişafı üçün yerli sahibkarların və

xarici şirkətlərin investisiyalarının cəlb edilməsi məqsədilə bir sıra güzəştli təkliflər edilir. Burada xarici investorlara əsas önəm verilir. Çünki, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə tədricən öz yerini tapmış ümumi qaydaya əsasən, xarici investorlar ölkə ərazisinə yalnız kapital deyil, həmçinin ölkənin iqtisadi artımına xidmət edən təcrübə və biliklər də gətirirlər. Məqsədə nail olmaq üçün hökumət tərəfindən ölkə ərazisinin bir hissəsi azad və ya xüsusi iqtisadi zona elan edilir. 18 may 1973-cü il tarixli Kioto Konvensiyasının sənədlərinə əsasən bu zonalarda kommersiya, istehsalat, xidmət fəaliyyətinə xüsusi güzəştlər və həvəsləndirici sistemlər tətbiq edilir, əmtəə gömrük nəzarətinə, rüsum və vergilərə cəlb edilmir. Azad iqtisadi zona yaradan ölkələrin məqsədləri müxtəlif ola bilər. Bəzi ölkələr azad iqtisadi zonalardan iqtisadi integrasiya mexanizmi kimi, digərləri isə xarici texnologiyaların cəlb edilməsi vasitəsi kimi istifadə edirlər [47].

Müxtəlif istiqamətli, fərqli ixtisaslaşma ilə bir çox ölkələrdə azad iqtisadi zonalar, azad ticarət mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Hətta bir sıra ölkələrdə (Ukrayna, İordaniya, Tailand, Filippin, Honduras, Rusiya Federasiyası və s.) **turizm istiqamətli** fəaliyyətin üstünlük təşkil edən xüsusi inkişaf zonaları vardır.

Azad iqtisadi zonalar ölkə daxilində olduğu kimi qonşu ölkələrlə sərhəd ərazilərində və ya qonşu ölkələrin birgə sərhəd zolaqlarında yaradıla bilər.

Hüquqi və fiziki şəxslərin qonşu ölkələrin sərhədyanı ərazilərində ticarət və ya istehsalat fəaliyyəti zamanı onlara qarşı tətbiq edilən tələblər eyni ilə həmin ölkələrin hüquqi və fiziki şəxslərinin öz ölkəsinin ərazisində fəaliyyəti zamanı onlara qarşı qoyulan tələblərdən kəskin şəkildə fərqli olmamalıdır. Əks halda, bu, bizim vətəndaşların diskriminasiyası kimi qəbul edilə bilər. Bu zaman tətbiq edilən rüsumlar, vergi dərəcələri ikitərəfli razılaşmalara uyğun olmalıdır.

Azərbaycan Respublikası 5 ölkə ilə həmsərhəddir və sərhədlərin uzunluğu 2657 km-ə yaxındır. Ölkəmiz şimalda Rusiya ilə, şimal-qərbdə Gürcüstanla, qərbdə Ermənistanla, cənub-qərbdə Türkiyə ilə və cənubda İranla həmsərhəddir. Ölkəmizin İran İslam Respublikası ilə 765 km quru sərhədi vardır [9, s.11]. Ölkə şərqdən Xəzər dənizi ilə sərhədlənir (780 km). Sahil xəttinin uzunluğu 813 km-dir [138].

Azərbaycanın İranla həmsərhəd olan bir neçə iqtisadi rayonunun olması iki ölkənin regional iqtisadi inkişafı üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda Azərbaycan

Respublikasının Aran, Kəlbəcər-Laçın, Lənkəran və Naxçıvan iqtisadi rayonları İran İslam Respublikası ilə həmsərhəddirlər.

Lənkəran iqtisadi rayonunun ərazisi 6075 kv kilometr təşkil edir və bu əraziyə Cəlilabad, Masallı, Lənkəran, Yardımlı, Lerik və Astara inzibati rayonları daxildirlər. İran İslam Respublikası ilə Astara, Lerik, Yardımlı və Cəlilabad rayonları birbaşa həmsərhəddirlər. İqtisadi regionun inkişafında sərhəd faktorundan istifadə edilməsi böyük rol oynayır. Sərhədyanı region beynəlxalq dəhliz vəzifəsini yerinə yetirdiyi halda transsərhəd əraziyə çevrilir. Bu zaman ərazidən mühüm nəqliyyat xətləri keçməklə bərabər burada beynəlxalq iqtisadi əlaqələr həyata keçirilir. Hazırda regiondan beynəlxalq avtomobil yolu keçməklə yük maşınları vasitəsilə müxtəlif təyinatlı yüklər hər iki tərəfə daşınır. Bakıdan Astaraya qədər uzanan dəmir yol xəttinin İranın dəmir yolu xətti ilə birləşdirilməsi barədə razılıq əldə edilmişdir. Dəmir yol xətləri birləşdikdən sonra iqtisadi rayondan keçən beynəlxalq yükdaşımaları ilə yanaşı sənişin daşımalarının da həcmi kəskin artacaqdır. Lənkəran İR-nu isə Rusiya Federasiyası və İran İslam Respublikası arasında beynəlxalq yükdaşımalarda tranzit ərazi rolunu oynayır.

Transsərhəd region iki və daha çox qonşu dövlətlərin sərhədyanı əraziləridir. Transsərhəd region təbii şərait və ya oxşar milli və mədəni kökləri, eyni tarixi ənənələri, ekoloji və digər problemləri olan, habelə müəyyən potensiala malik olan, lakin iqtisadi inkişafa ehtiyacı olması ilə xarakterizə olunan ərazidir. Adətən transsərhəd region qonşu ölkələrin sərhədyanı rayonlarının mədəni, iqtisadi, siyasi və digər əlaqələrinin möhkəmləndirilməsi, geniş spektrli ümumi problemlərin həlli üçün yaradılır [81].

Transsərhəd regionların müəyyən edilməsi zamanı aşağıdakı amilləri nəzərə almaq zərurəti vardır:

- ✓ regionun dövlət sərhədi daxilində olması;
- ✓ dövlət sərhədinin təsiri ilə müəyyən olunan əlamətlər;
- ✓ qonşu ölkələrdə tələb olunan mal və xidmətlərin eksportuna istiqamətlənən iqtisadiyyatın olması;
- ✓ təsərrüfat və əhali subyektlərinin öz fəaliyyətlərinin sərhədyanı ərazidə yerləşməsinə pozitiv münasibəti;
- ✓ sərhədin hər iki tərəfindəki əhalinin mövcud və potensial, rəsmi və qeyri-

rəsmi əlaqələri;

- ✓ regionun sərhədyanı və transsərhəd infrastrukturla təminatı.

Göstərilən əlamətlərin hamısı Lənkəran regionunda mövcuddur. Bir çox ölkələrdə ümumi mədəni irsi saxlamaq istəyi transsərhəd regional əməkdaşlığın inkişafına təsir göstərir. Bu istək sosial amil baxımından sərhədyanı əhali arasında rəsmi və qeyri-rəsmi münasibətlərdə qarşılıqlı anlaşmanın möhkəmlənməsi, cəmiyyətdə ola bilən antipatiyanın aradan qaldırılmasına səbəb ola bilər.

Rusiyalı müəllif L.Kiryanova “Destinasiyaların marketinqi - turizm regionlarının idarə edilməsinə müasir yanaşma” məqaləsində bildirir ki, transsərhəd əməkdaşlıq fərqli formalarda və müxtəlif sahələrdə həyata keçirilir [84]:

- ✓ istehsal, sosial, informasiya, ekoloji və digər infrastrukturun yaradılması və təkmilləşdirilməsi (sərhəd keçidləri, kommunikasiya vasitələri və s.);

- ✓ regional və yerli iqtisadiyyatın inkişafı, xarici təsərrüfat subyektləri ilə əlaqələrin möhkəmləndirilməsi, mal və xidmətlərin mübadiləsi, ticarət-sənaye palatalarının yaradılması, sahibkarlığın dəstəklənməsi;

- ✓ mədəni və elmi-texniki əməkdaşlığın, habelə təhsil, idman, turizm və s. sahələrdə əlaqələrin genişləndirilməsi

- ✓ ətraf mühitin qorunması, transsərhəd təbiətin mühafizəsi ərazilərinin yaradılması;

- ✓ transsərhəd qurumları həddində milli, regional və yerli orqanlar, qeyri-hökumət təşkilatları tərəfindən sərhədyanı rayonların inkişaf etdirilməsi proqramların, strategiyaların, konsepsiyaların, proqnozların hazırlanması [84]. Beləliklə, transsərhəd əməkdaşlığın faydalı olmasını müxtəlif sahələrdə qəbul etmək olar:

- ✓ iqtisadiyyatda – sərhədyanı ərazidə ticarət mübadiləsinin və yerli əhalinin gəlirinin artması;

- ✓ texniki infrastrukturda – kommunal qurğuların inşası, bərpası və istismarı;

- ✓ sosial infrastrukturda – mədəniyyət, innovasiya və texnologiya mərkəzlərinin yaradılması;

- ✓ ətraf mühitin mühafizəsində - ərazinin monitoring sisteminin formalaşdırılması, mühafizə edilən ərazilərin bərpa edilməsi;

- ✓ turizm sahəsi üzrə birgə proqramların işlənilib hazırlanması.

Transsərhəd əməkdaşlıq regional inkişaf üçün mühüm amil olmaqla, bu ərazilərin rəqabət imkanlarını yüksəldir. Avropada mövcud olan onlarla Avroregionlarda transsərhəd əməkdaşlığa böyük əhəmiyyət verilir. Ölkələrin həmsərhəd rayonlararası regional əməkdaşlıq münasibətlərinin qurulması Avropada keçən əsrin 80-ci illərindən geniş vüsət almışdır. Belə ki, bu cür sərhədyanı rayonlarda əməkdaşlığın idarə edilməsi mərkəzi hakimiyyətdən alınaraq yeni yaradılan regional səviyyəyə etibar edilmişdi. Bu cür ərazilər “Avropa regionları” adını almışdır. Avroregionlarda iştirak etməklə sərhədyanı problemləri yerli səviyyədə həll etmək, xarici investisiyaları cəlb etməklə infrastrukturun yaradılması və genişləndirilməsi üçün çevik təsərrüfat strukturları yaratmaq, sərhədyanı ticarəti və turizmi tənzimləmək, mədəni, sosial, təbiətin mühafizəsi və başqa sahələrdə əməkdaşlığı genişləndirmək imkanı yaranır. Bu ərazilərin fəaliyyətinin əsasında özünüidarəetmə, transsərhəd kooperasiya, tərəflərin bərabər səlahiyyətlərə malik olması, daxili qanunvericiliyin gözlənilməsi durur. Avropada bu cür regionların mövcudluğu daxili sərhədlərin olmaması, varlı ölkələrin büdcələrindən və Avropa İttifaqı strukturlarından vəsaitlərin daxil olması ilə həyata keçirilir. Regional əməkdaşlıq təcrübəsi İspaniyanın muxtar vilayətləri, Fransanın ərazi departamentləri və Almaniyanın federal torpaqları ərazilərində mövcud olan regionlardan irəli gəlir. XX əsrin 90-cı illərindən bəri Almaniya federal torpaqları ilə Çexiya və Polşa rayonları arasında yaranıb fəaliyyət göstərən sərhədyanı regionlarda əməkdaşlıq öz müsbət nəticələrini vermişdir.

Avropa İttifaqının köhnə və yeni üzv ölkələrinin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi fərqli idi. Qərb ölkələrində əməkdaşlıqda prioritet yerli ictimaiyyətin maraqları olduğu halda Şərqi Avropa ölkələrində transsərhəd əməkdaşlıq dövlət maraqları baxımından həyata keçirilir.

Lənkəran İR-nun İran İslam Respublikası ilə həmsərhəd olması və ərazidən beynəlxalq təyinatlı yük avtomobillərinin keçməsi bu ərazini transsərhəd regiona çevirir ki, bu da öz növbəsində regionun transsərhəd əməkdaşlıq ərazisi kimi inkişafına imkan yaradır. Regionun sosial-iqtisadi inkişafını məqsədli turizm fəaliyyəti ilə bağlılığını nəzərə alsaq, bu inkişaf Azərbaycanla İran arasında baş verə bilən regional əməkdaşlığın dövlət tərəfindən idarə edilən sərhədyanı regional əməkdaşlığı ilə həyata keçirilə bilər.

Sahilyanı, sərhədyanı və ölkənin əsas ərazisindən uzaq olan rayonlar, habelə iqtisadiyyatına aktiv surətdə xarici kapital qoyulan regionlar dövlət əhəmiyyətli strateji ərazilərdir. Bu ərazilərin inkişaf etdirilməsi dövlət strateji məqsədlərinə uyğun həyata keçirilir. Regional turizm-rekreasiya komplekslərin strateji idarə edilməsi üçün sahə rayonlaşdırmasının dərinlən öyrənilməsi və turizm rayonlarının müasir xüsusiyyətlərini bilmək tələb olunur. Ümumdünya Turizm Təşkilatının müəyyən etdiyi kimi, turizm regionu sağlamlaşdırma və istirahətin təşkili üçün tələb olunan xüsusi qurğular və xidmətlər şəbəkəsinə malik olan ərazidir. **“Turizm regionu”** anlayışı altında turistin səyahət məqsədilə seçdiyi müəyyən məkan, vilayət və ya coğrafi ərazi başa düşülür. Bu ərazi səyahətdə olanlar üçün tələb olunan yerləşdirmə, qidalanma və istirahət müəssisələrinin olduğu yerdir.

Nəticə etibarı ilə sərhəd regionlarına verilən xüsusi status bu ərazinin iqtisadi inkişafına böyük təsir göstərməklə yanaşı ölkənin daxili regionlarının inkişafına da birbaşa təsir göstərir, daxili və xarici turist axınlarının həcmnin artmasına səbəb olur.

Sərhəd amili və regional iqtisadi-sosial potensial turizmin inkişafına birbaşa və dolayısı təsir edir. Regionun geniş coğrafi imkanları, nəqliyyat dəhlizi və ortaq infrastruktura əsaslı kapital qoyuluşu turizm obyektlərinin və müştərək müəssisələrin artmasına səbəb olur. Təşkilatların idarəetmə strukturları regionda formalaşır, bu da regionun inkişafına təsir edir – məskunlaşma və ticarət əlaqələri üçün imkanlar yaranır. Sərhədyanı mövqe mühafizə, gömrük infrastruktur institutlarının regionda yerləşməsinə gətirir.

Göründüyü kimi, Lənkəran İR-u “region”, “sərhədyanı region” və “tarnssərhəd region” şərtlərinə cavab verir.

1.2. Turizm fəaliyyətində turizm ehtiyatlarının yeri və rolu

Regionun sosial-iqtisadi inkişafını planlaşdıran zaman müəyyən maraqların nəzərə alınmasına zərurət vardır. Əli Əlirzayev “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” adlı dərs vəsaitində maraqlar problemini aşağıdakı kimi vurğulayır:

“Regional ixtisaslaşma region marağı üzərində qurulur. Sahə ixtisaslaşması isə səmərəli istehsal, xidmət və gəlir gətirmək marağı üzərində qurulur. Funksional maraqlar isə biznes fəaliyyəti üzərində qurulur...Turizmdə sahibkarlıq təkcə yerli bazara hesablanmır, o həmçinin xarici bazarların istehlakçılar kimi cəlb edilməsinə və onların alıcılıq qabiliyyətindən istifadə motivinə uyğun olaraq istehsal etmək, xidmət yaratmaq strategiyasına əsaslanır. Turizm bazarında sahibkarlıq birbaşa daxili və xarici şirkətlərin müqavilələri, əlaqələri ilə baş verir” [26, s.189,190].

Turizm fəaliyyətinin əsasını təşkil edən ehtiyatların düzgün müəyyən edilməsi, insanların fiziki və mənəvi ehtiyaclarını ödəmək imkanları olan ünsürlər barədə müxtəlif müəlliflər tərəfindən fərqli açıqlamalar verilir. Regionun inkişaf xüsusiyyətləri aşağıdakılardan ibarətdir: 1) onun potensialından: təbii ehtiyatlar; sənaye; nəqliyyat, rabitə, xidmətlər; mədəni ehtiyatlar; əmək ehtiyatları, təhsil. 2) turizm nöqteyi-nəzərindən regionda tarixən təşəkkül tapmış xüsusiyyətləridən [60, s.102].

Özünün təbii ehtiyatlarına görə Lənkəran regionu müxtəlif turizm növlərinin inkişafı üçün böyük imkanlara malikdir: dərkətmədən tutmuş (tarix-mədəni obyektlərin və Milli parkların ziyarəti, təbiət qoynunda və kənd evlərində istirahət) yerli ekzotik xidmət növlərində (balıqçılıq, uzunömürlülər ailəsində ünsiyyət, etnoqrafik və sair).

Regional turizm bir-biri ilə əlaqəli olan coğrafi və sosial-iqtisadi amilləri birləşdirir. Coğrafi amil dedikdə, rekreasiya ehtiyatlarının yerləşdiyi, yerli əhalinin rekreasiya tələbatını ödəyə bilən və turistlərin axınını cəlb edə bilən bir ərazi nəzərdə tutulur. Sosial-iqtisadi amil isə ərazinin rekreasiya səviyyəsinin mənimsənilməsi səviyyəsini və turizm fəaliyyətinin burada inkişafının imkanlarını bildirir. Bütün regionun inkişafının strateji məqsədi uzunmüddətli rəqabətədavamlı iqtisadi sistemin yaranmasıdır. Bunun üçün isə, nəqliyyatın, kommunal təsərrüfatının, ticarətin, əhalinin və bunların bazarının qarşılıqlı fərqliyyəti, ətraf mühitin ekoloji tarazlığının olması gərəkdir. Regionda turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsi üçün əvvəlcə burada turizm ehtiyatlarının və ilk növbədə rekreasiya ehtiyatlarının olub-olmaması müəyyən edilməlidir [106, s.228].

1999-cu ildə qəbul edilmiş “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının

Qanununda (1999 il 4 iyul) ölkəmizdə turizm siyasətinin əsas prinsipləri müəyyən edilmişdir. Qanunda turizm terminlərinin anlayışları, turizmin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi, turizm və rekreasiya zonaları, turistlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və sığortalanması qaydaları əks olunur. “Turizm ehtiyatları - səfər edilən ölkənin (yerin) təbii, mədəni, tarixi, sağlamlaşdırma obyektləri və turistlərin ayrı-ayrılıqda və ya kompleks halında tələb və ehtiyaclarını təmin edə bilən, onların fiziki və mənəvi qüvvələrinin bərpası və inkişafına kömək edə bilən digər obyektlər məcmusu”dur [41, maddə 1].

Ukraynalı müəlliflər M.P.Malska və V.V.Xudo turizm ehtiyatlarının anlayışında turizm-rekreasiya ehtiyatlarını əhatəli şəkildə verərək buraya tarixi-mədəni, təbii və iqlim rekreasiya resurslarını daxil etmişlər. “Turizm-rekreasiya ehtiyatları – coğrafi mühit komponentləri, antropogen fəaliyyət obyektləridirlər ki, bunlar da unikalıq, tarixi və ya bədii dəyəri, orijinallığı, estetik cəlbediciliyi və müalicəvi-sağlamlıq əhəmiyyəti olan xüsusiyyətləri ilə rekreasiya tədbirlərinin müxtəlif növlərində istifadə edilə bilərlər” [83, s.57]. Bir sıra müəlliflər (N.Apostolov [113] - Bolqarıstan, V.A.Kvartalnov [71], İ.V.Zorin, V.İ.Krujalın [78], A.D.Çudnovskiy [90], A.S.Kuskov [80] və d.- Rusiya) turizm (-rekreasiya) ehtiyatlarını bəzi fərqliliklərlə 2 qrupa (hissəyə) bölürlər: təbii və mədəni-tarixi (və ya antropogen).

Turizm ehtiyatlarına səmərəli və qayğı ilə münasibətin bəslənməsi, bunların mühafizəsi və artırılması Ümumdünya Turizm Təşkilatının qəbul etdiyi Turizm Xartiyasında Turizmin Qlobal Etik məcəlləsində [42,28], bəyan edilib və beynəlxalq turizm konvensiyaları ilə tövsiyə edilib. Bir çox hallarda məhz turizm təbiət ehtiyatlarından istifadənin katalizatoru, istirahətin, sağlamlaşmanın sosial amili, xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşma, şəxsiyyətin inkişafı, sosial tarazlıq və siyasi sabillik əlamətidir. Turizmin spesifik fəaliyyəti ondan ibarətdir ki, bu fəaliyyət təbii ehtiyatların istifadəsinə yönəlib. Təbii ehtiyatlar öz xarakterinə görə mineral, su, torpaq, iqlim, bioloji və günəş enerjisi resurslarına bölünür. Təbii ehtiyatlardan istifadə insanların fiziki və mənəvi bərpasına yönəlmiş prosedurdur. Turizm fəaliyyətində insanların fiziki və mənəvi bərpası “rekreasiya” termini ilə əvəzlənir.

“Rekreasiya” sözünün izahı müxtəlif mənbələrdə aşağıda kimi verilir:

Rekreasiya (lat. *recreatio* – bərpa olunma) qüvvələrin bərpa olunması, istirahət, insanların işdən kənar asudə vaxtlarının keçirməsi; istirahət yeri [94, s.392]. Rekreasiya (lat. *recreatio* hərfi mənada *bərpa olunma*) istirahət, əmək zamanı sərf edilmiş insan gücünün bərpa olunması [97, s.437]. Bu açıqlamalar göstərir ki, insanların mənəvi və fiziki bərpası təbii və antropogen ehtiyatlarla bağlıdır. Turizm ehtiyatlarının izahı müxtəlif mənbələrdə müəyyən fərqlərlə verilsə də, ümumi əlamətlər kimi təbiət, antropogen və etnoqrafik ehtiyatlar əhatə olunur.

Digər müəlliflərdən fərqli olaraq turizm ehtiyatları 3 qrupda bölgüsünü təklif edirik: 1.Təbii-iqlim ehtiyatları; 2.Etnoqrafik ehtiyatlar; 3.Antropogen ehtiyatlar. Təbii-iqlim ehtiyatlarına landşaft mənzərələr və iqlim xüsusiyyətləri (dağ, meşə, düzənlik çaylar, dəniz və s.), flora, fauna, kurort və balneoloji zona, milli parklar, qoruqlar, təbii mağaralar, şlalələr; turistlərin mənəvi və fiziki marağını təmin edən hər şey [22, s.13].

Təbii ehtiyatlar regionun turizm cəlbediciliyinin yaradılmasının əsasıdır. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, təbii ehtiyatları eləcə də süni obyektlərlə təmin etmək olar. Bu isə böyük maliyyə qoyuluşları tələb etdiyindən mövcud təbii imkanları daha geniş istifadə etmək daha məqsədəuyğundur.

“*Mac Konnel* hesab edir ki, turizm resursları öz özlüyündə istifadəsiz mövcud ola bilməz, yəni: 1) turist bunları istifadə etməlidir; 2) sözsüz ki, obyektlərin yerləşdiyi yer istifadə olunmalıdır; 3) fərqli əlamətləri, görünüşü bunları müstəsna, qeyri-adi edir” [115, s.47]. Buradan məlum olur ki, insanın hər hansı bir məkana (yerə, əraziyə) gələrək öz asudə vaxtını səmərəli (zövq alaraq, səs-küydən uzaq, məlumatlanmaq məqsədilə, özü üçün yeni olan nəyi isə mənimsəmək və s.) keçirməsi üçün həmin məkanın cəlbedici nəyi isə olmalıdır. Bu nə isə - təbiət mənzərəsi, arxeoloji qazıntı, memarlıq abidəsi, kulinariya təklifi, xalq yaradıcılığı, görkəmli insanlarla görüş və s. ola bilər.

Təbii ehtiyatların bir hissəsi dövlət qanunvericiliyi ilə xüsusi mühafizə edilən təbiət əraziləri və mədəni miras obyektləri statusuna malikdir. Azərbaycan Respublikasının Xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri və obyektləri haqqında Qanununda deyilir: “Azərbaycan Respublikasının ərazisində məqsədindən, mühafizə

rejimindən və istifadə xüsusiyyətlərindən asılı olaraq xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri aşağıdakı növlərə ayrılır: dövlət təbiət qoruqları, o cümlədən biosfer qoruqları; milli parklar; təbiət parkları; ekoloji parklar; dövlət təbiət yasaqlıqları; təbiət abidələri; zooloji parklar; nəbatat bağları və dendroloji parklar; müalicə-sağlamlaşdırma yerləri və kurortlar” [4, maddə1, 5]. Lənkəran İR ərazisində Hirkan və Qızılağac Milli parkları mövcuddur.

Lənkəran regionu özünün turizm-rekreasiya ehtiyatlarına görə ölkə miqyaslı və bəlkə də beynəlxalq miqyaslı potensiala malikdir. Lənkəran İR-nun ərazisi Lənkəran coğrafi vilayəti ilə ərazicə üst-üstə düşür. Vilayət öz növbəsində Lənkəran rayonuna və Talış dağları rayonuna bölünür. Landşaftın fərqli xüsusiyyətlərə malik olması, unikal təbii və mədəni-tarixi komplekslərin mövcudluğu, biomüxtəliflik, təbii mühitin ekzotikliyi bu ərazinin bioresursların mühafizəsində əhəmiyyətli ekoloji rola malik olmasını bildirir. Eyni zamanda bütün bunlar bu əraziyə gələn ölkə və əcnəbi turistlərin cəlb olunmasına gətirir.

Lənkəran fiziki-coğrafi vilayətinin ən görkəmli oroqrafik vahidləri Talış dağları və bu dağlarla Xəzər dənizi arasında yerləşən Lənkəran ovalığından ibarətdir. Lənkəran ovalığı sadə relyefə malik olmaqla şimaldan cənuba ensizləşir. Səthin əsas formaları çayların gətirmə konuslarının qabarıq düzənlikləri, hamar dəniz düzənlikləri, bəzi yerlərdə isə səthi batıq düzənliklərdir [Əlavə 1].

“Talış dağlıq sahəsində üç paralel silsilə ayrılır. Əsas suayrıcı Talış silsiləsidir (Gömürköy – 2493 m, Qızıyurdu – 2433 m, Şandanqalası – 1816 m). Talış dağlıq sahəsində üçüncü alçaq dağlıq tirə Burovar tirəsidir (Burovar- 914 m, Dizdoni – 1056 m). Bu tirəni Viləşçay və Lənkərançay antedent dərələrlə kəsir. Talış dağları qoynunda Yardımlı, Lerik çökəklikləri yerləşir. Talış silsiləsinin Ərdəbil çökəkliyinə baxan qərb yamacları qısa və az maili olmaqla, əsasən müvəqqəti axar suların erozion formaları ilə, geniş şərq yamacları isə çoxsaylı dərin çay dərələri ilə parçalanmışdır [21, s.153]. Dağlarda ekoloji, piyada, məcra turist marşrutlarının salınması üçün hər cür şərait vardır.

Regionun daha münasib təbii-iqlim şəraiti təbiətin zamanımıza gəlib çatmış elementləri ilə özünü biruzə verir. Bunlara aiddir – dəmirağac meşələri, küknar tipli

meşə zonaları, mühafizə məqsədilə əkilmiş müxtəlif bitkilər, meşə parkları.

“Regionda meşələrin sahəsi 150 min ha təşkil edir. Lakin uzunmüddətli antropogen amillərin (meşəsizləşdirmə, meşədə hədsiz mal-qaranın otarılması, ağacların qanunsuz kəsilməsi və s.) təsiri nəticəsində relikt meşələr azalır, onların bioloji müxtəliflikləri deqradasiyaya uğrayır (kasadlaşır) və ya məhv edilir, ayrı-ayrı qiymətli növlər sıradan çıxır, təbii meşə sahələri antropogen ekosistemlərlə (aqrosenozlar, sitrus bağları və s.), müxtəlif təbii-antropogen qruplaşmalarla (törəmə tipli şibləklər, bozqır və çəmən qruplaşmaları) ilə əvəz olunur, dağlıq ərazinin və çayların hidroloji rejimi pozulur, meşələrin qoruyucu funksiyası və rekreasiya əhəmiyyəti azalır”[21, s.152].

“Milli Parklar - Xüsusi ekoloji, tarixi, estetik və digər əhəmiyyət daşıyan təbiət komplekslərinin yerləşdiyi və təbiəti mühafizə, maarifçilik, elmi, mədəni və digər məqsədlər üçün istifadə olunan təbiəti mühafizə və elmi tədqiqat idarələri statusuna malik olan ərazilərdir. Hazırda milli parklar ölkə ərazisinin 3,7 %-ni təşkil edir. Hirkan Milli Parkı Azərbaycanın cənub-şərqində, Lənkəran və Astara inzibati rayonlarının ərazisində yerləşir. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2008-ci il 23 aprel tarixli Qərarı ilə Hirkan Milli Parkının ərazisi genişləndirilərək 40358 hektara çatdırılmışdır [Əlavə 5]. Hirkan MP həmçinin öz nadir təbiət abidələri ilə də məşhurdur. Burada 100-dən çox təbiət və mədəniyyət abidələri var. Ən məşhur təbii meşə abidələrindən biri Astara rayonunun Züngüləş kəndi yaxınlığında yerləşir. Xəzər dənizinin yaxınlığı, təbiətin rəngarəngliyi ərazidə ekoturizmin inkişafı və ətraf mühitin öyrənilməsi üçün əlverişli şərait yaradır”[118, 126]. Hirkan MP-nın ərazisində turistlərin marağını ödəmək məqsədilə Ekologiya və Təbii sərvətlər Nazirliyinin mütəxəssisləri tərəfindən 5 marşrut hazırlanmışdır. 26 sentyabr 2018-ci ildə Qızılağac qoruğu bazasında Qızılağac Milli Parkı yaradılmışdır. Ərazisi 99 min ha-dır [116].

Lənkəran coğrafi vilayətinin çayları (Viləşçay, Lənkərançay, Təngərüçay, Astaraçay və s.) birbaşa Xəzər dənizinə tökülən çaylardır [117]. Bu ərazidə mövcud olan Xanbulançay su anbarının sahəsi 24.6 kv.km., həcmi 0.052 kub km-dir. Termal və soyuq suların temperaturu 31°C-dən 64°C-ə qədərdir. Onlar azot və metan tərkibliidir. Lənkəran bölgəsində 157 mineral su mənbəyi mövcuddur: Astara rayonunda 20-dək

mineral bulaq var. Rayonun Sım və İstisu kəndlərində, Lənkəran rayonunun İbadisu, Haftoni kəndlərində, habelə Masallının Qəriblər kəndində və s. Lənkəran rayonunda "Meşəsu" (550 min litr/gün) və "İbadisu" (550 min litr/gün) termal suları bir çox xəstəliklərin (dəri-zöhrəvi, ürək-damar sistemi və s.) müalicəsində istifadə edilir. Lerik rayonunda "Bülüdül" mineral sularının istismar ehtiyatları 86,4 min litr/gün. Termal suların proqnoz istismar ehtiyatları aşağıdakı kimi qiymətləndirilir [133]:

Talış dağlıq bölgəsi - 15000 m³/gün (t-31-43°C);

Lənkəran düzənliyi - 7000-8000 m³/gün (t-44-64°C).

Lənkəran İR-nun sosial-iqtisadi sahəsində turizmin əhəmiyyətli yer tutması üçün iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafı ilə yanaşı rekreasiya ehtiyatlarının düzgün istifadəsini həyata keçirmək lazımdır. Ərazinin turizm məhsulunun formalaşdırılması və irəlilədilməsi üçün bu prosesdə birbaşa və dolayı iştirak edən bütün subyektlər tərəfindən maliyyə qoyuluşu tələb olunur. Turizm məhsulu istehlakçılar tərəfindən tələb olunduğu zaman hamıya iqtisadi xeyir gətirir, əks halda region subyektləri ziyanda qalır. Bu ərazidə xeyli həcmdə mineral bulaq mənbələri mövcuddur. Regionun çimərlik resursları böyük olmasına baxmayaraq, bunlardan istifadə etmək imkanları aşağıdır. Buna bir sıra səbəblər vardır, o cümlədən sahil ərazilərin özəlləşdirilməsi, dəniz dibinin taxta, metal, balıqçı torları tullantıları ilə zibillənməsi ilə bağlıdır.

Turizm fəaliyyəti həmin dövredək istifadəsiz qalmış təbiət obyektlərini və mədəniyyət komplekslərinin iqtisadi münasibətlərə cəlb olunmasına imkan yaradır. Əhalinin müxtəlif sosial seqmentlərini çeşidli xidmətlərlə təmin etmək üçün ərazi müxtəlif turizm-rekreasiya ehtiyatlarına unikal təbiət guşələrinə, təbiət və insan əli ilə yaradılmış landşaft komplekslərinə, mədəni-tarixi irs kompleksləri və ayrı obyektlərə malik olmalıdır.

Turizm fəaliyyəti üçün kompleksli əsas yaratmaq məqsədilə mövcud ehtiyatların sistemli tədqiqatı aparılmalı və bunun nəticəsində turizm resurslarını onların yerləşdiyi ərazilərə və xüsusiyyətlərinə görə qruplaşdıraraq cəlbedici xassələrini qabartmaq ehtiyacı vardır. Əhalinin istirahətinə təxsis edilmiş təbiət-rekreasiya ehtiyatları iqtisadiyyatın turizm sahəsinin əsas elementidir. Bu ehtiyatların keyfiyyəti və miqdarı

turizm-rekreasiya komplekslərinin istiqamət xarakterini müəyyən edir.

“Səyahət agentlikləri və turoperatorluq” (B.Bilalov, Q.Yusupov) dərs vəsaitində turizm ehtiyatlarının tərkib hissəsi kimi **etnoqrafik ehtiyatlar** qeyd olunub. “Etnoqrafik ehtiyatlar: turistlərin olduğu yerdə yerli milli ənənələr, adətlər, məişət, xalq yaradıcılığı” [22, s.13] nümunələridir. Turizm şirkətləri tərəfindən etnik, etnos, milli azlıqlar və hətta yerli xalqın keçmiş adət-ənənələri ilə bağlı olan turlar hazırlanır. Bu turlar zamanı yerli mədəniyyət obyektlərinin, etnoqrafik kəndlərin ziyarəti, etnik mədəniyyət və sənətkarlıq işləri ilə tanışlıq baş verir. Ümumiyyətlə, istənilən turizm növü üzrə hazırlanmış turlar zamanı yerli sakinlərin məişəti, kulinariyası, xalq yaradıcılığı nümunələri turistlər üçün ekzotik olduğu üçün böyük marağa səbəb olur. Turizmlə bağlı ədəbiyyatda etnoqrafik, etnik, etnoekoloji turizm adı altında bir sıra anlayışlar verilir. Məs., Rusiya müəllifləri V.A.Kvartalnov etnomədəni turizm (*этнокультурный туризм*) [71], O.V.Zuyeva və M.V.Krijjanovski etnoekoloji turizm (*этноэкологический туризм*) [67] anlayışından istifadə edirlər. Bu turizm növü mədəni əlaqələrin daha sıx olmasına, kiçik xalqların mədəniyyətinin dünya mədəni irsinə daxil olmasına imkanlar yaradır. Etnoqrafik turizm turistlərə imkan verir ki, müxtəlif regionların əhalisinin adət-ənənələri, məişəti ilə tanış olsunlar: milli mətbəx yeməklərini dadmaq, ənənəvi ev təsərrüfat tikililərini görmək, əl sənətkarlıq nümunələrini almaq, milli bayram və festivallarda iştirak etmək. Bu yönümlü tanışlıq həm turistlərin, həm də yerli əhalinin dünyagörüşünü genişləndirir, mədəni əlaqələrin yaradılmasına, tolerantlığın inkişafına şərait yaradır. Bundan başqa etnik xüsusiyyətlər barədə məlumatlı olmaqla insanlar müxtəlif ölkələrə getdikdə həmin yerlərdə millətlərarası münasibətlərdə loyallıq üçün zəmin yaradır. “... turizm, ziyarətçilərlə ziyarət edilənlər arasındakı qarşılıqlı əlaqəni təşviq edir ki, bu da daha kiçik və ya daha böyük sosial və mədəni təsirlərlə nəticələnir, mədəniyyət nümunələri arasındakı fərqlərin dərəcəsinə və sosial və iqtisadi xüsusiyyətlərinə görə əlaqə yaranır. Müsbət nümunələr olaraq, tarixi və mədəni irsin qorunmasına, yerli mədəniyyətə olan qürurun canlandırılmasına və fərqli mədəniyyətlər arasında mübadiləyə əsaslanır” [136, s.2].

Etnoqrafik ehtiyatlara ənənəvi maddi və mənəvi mədəniyyət komponentləri daxildir. Belə ki, ənənəvi sənətkarlıq işləri böyük maraq doğurur. Sənətkarlıq həmin

ərazinin vizit kartına çevrilir. Turistlər hər hansı əraziyə gəldikdə yerli suvenirləri əldə etmək istəyirlər. Bu da turistlərdə səfərdə olduqları ərazi barədə daim yaşadıkları yerdə bir xatirə kimi qalır. Beləliklə turistlər həmin xalqın ənənəvi sənətkarlıq işləri barədə məlumat və suvenir əldə etməklə həmin xalqın təsərrüfat estetik xüsusiyyətləri barədə də təsəvvür əldə edirlər [67, s.22].

Milli azlıqlar və hətta müxtəlif regionlarda yaşayan əhali fərqli spesifik xüsusiyyətlərə malikdirlər. Buna misal kimi ölkəmizin Lahıc qəsəbəsi - fərqli sənətkarlıq nümunələrinin hazırlanması mərkəzi kimi, bir sıra rayonlar, o cümlədən Şəki və Lənkəran fərqli kulinariyaları ilə, Qusar, Quba, Gədəbəy, Masallı və Lənkəran rayonları folkloru ilə fərqlənir.

Bir çox turistlər kiçik xalqların adət-ənənələrini müşahidə etmək, sənətkarlıq nümunələri əldə etməklə yanaşı onların məişəti ilə də yaxından tanış olmaq arzusunda olurlar. Bu halda həmin turistləri kənd qonaq evlərində yerləşdirməklə onların istəyini yerinə yetirmək olur. Qonaq ev sahibinin ailəsi ilə birbaşa ünsiyyətdə olmaq, onların dilindən yerli rəvayət, folklor nümunələrini eşitmək, yerli kulinariya nümunələrindən istifadə etmək və s. turistlərin tamam başqa, ekzotik bir aləmdə olmasına imkan yaranır.

Bəzi ölkələrdə dövlətin dəstəyi ilə və xarici turistlərin daha çox sayda cəlb edilməsi məqsədilə “turist kəndləri” yaradılır. Bu kəndlərdə evlər yerli sakinlərin həyat tərzinə uyğun qurulur, hətta turistlərə istirahət müddətində yerli sakinlərin milli geyimlərində olması təklif olunur. Bir sıra ölkələrdə açıq hava altında muzeylər açılır. Burada yerli xalqın orta və daha əvvəlki əsrlərdə olan ənənəvi yaşayış binaları, təsərrüfat tikililəri, məişəti, dekorativ məmulatları, dini məbədləri və s. göstərilir. Bakıda buna nümunə olaraq bərpa edilmiş "Atəşgah məbədi" Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu, “Qala” Arxeoloji-Etnoqrafik Qoruğu misal ola bilər.

Beləliklə, turizm ehtiyatlarında **etnoqrafik qrupun** ayrıca təqdim edilməsi ilə multikulturalizmin qorunması bir əsas kimi götürülməlidir.

Turizm ehtiyatlarının üçüncü qrupuna **antropogen**, yəni insan əli ilə yaradılmış ehtiyatlar daxildir. Antropogen ehtiyatlar: saysız mədəni-tarixi irs və hətta müasir dövrdə insan əli ilə yaradılmış obyektlər; arxeoloji qazıntılar, tarixi abidələr, tarixi

hadisələrin baş verdiyi yerlər, dahi insanların doğulub və böyüyüb yaşadıkları yerlər, memarlıq və şəhərsalma obyektləri, müasir modern memarlıq tikililəri; muzeylər, rəsm qalereyaları, teatrlar, sərgilər və s. aid edilir. Bunlara nümunə kimi Abşeron qalaları, qala qalıqları, qədim şəhər qalıqları, Şirvanşahlar və Şəki Xan sarayları, dahi Nizaminin, Möminə Xatunun, Əcəminin məqbərələri, Lənkəran xanının, general Həzi Aslanovun, Abbasqulu ağa Bakıxanovun, Üzeyir Hacıbəylinin ev-muzeyləri, hər rayonda yerləşən tarix və diyarşünaslıq muzeylərini və s. aid etmək olar [22, s.14].

Turistlər üçün maraqlı olan, onların diqqətini cəlb edən müasir tikililər də antropogen ehtiyatlara aid edilir. Bunlara Bakıda son illərdə tikilib istifadəyə verilmiş Fairmont kompleksinin, Heydər Əliyev mərkəzinin binalarını aid etmək olar. Bunlar antropogen obyektlər olmaqla kənardan və içəridən baxmaq üçün cəlbedici olduğu kimi, eyni zamanda turistlərə xidmət göstərmək məqsədilə istifadəyə verildiyi üçün turizm infrastrukturuna aiddirlər. Otel turistlərə yerləşdirmə, qidalanma və s. xidmətlər, mərkəz isə müxtəlif konsertlərin, toplantıların, sərgilərin keçirilməsi ilə xidmətlər göstərir.

Turizm-rekreasiya ehtiyatlarının kompleks şəkildə qiymətləndirilməsində məqsəd regionlarda müasir yüksək keyfiyyətli və rəqabətədavamlı turizm fəaliyyəti sisteminin yaradılmasındadır. Rusiya müəllifləri Y.İlyin [68] və A.Yeqorovun [65] fikrincə, bu cür sistemin yaradılması ilk növbədə müvafiq xidmətlərlə turistlərin tələblərinin ödənilməsidir. Turizm fəaliyyətinə bu cür yanaşma regionun iqtisadiyyatına əhəmiyyətli investisiya qoyuluşuna səbəb olar, yerli iqtisadiyyatın digər sektorlarına müsbət təsir göstərir, son nəticədə isə ölkədə turizm fəaliyyətinin miqyasını genişləndirir.

Regionda muzeylər, çoxsaylı tarix-mədəniyyət abidələri yerləşir ki, bunlar da turistlər üçün, onların spesifik və ya ümumi dərkətmə tələblərini ödəmək məqsədilə yerlərdə ekskursiya marşrutlarına salına bilər. “Azərbaycan Respublikası ərazisində dövlət mühafizəsinə götürülmüş daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin əhəmiyyət dərəcələrinə görə bölgüsü” çap materialında Dünya əhəmiyyətli daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin siyahısında arxeoloji abidələr tərkibinə Cəlilabad rayonu Üçtəpə kəndi ərazisində yerləşən eneolit dövrünə aid Əliköməktəpə yaşayış yeri

(inv.№ 27) və Cəlilabad şəhərinin cənubunda yerləşən eneolit - ilk dəmir dövrünə aid olan I-III əsrə aid Mişarçay yaşayış yeri (inv.№ 31) daxildir. Ölkə əhəmiyyətli siyahıda memarlıq abidələri tərkibinə Masallı rayonunun Qızıl-ağac və Hişgədərə kəndlərində müvafiq olaraq XIX əsrə aid olan məscid (inv.№ 313) və XIV əsrə aid olan Xanım türbəsi (inv.№ 314) yerləşir. Həmin siyahının Arxeoloji abidələri tərkibinə əsasən Astara rayonunda 26 abidə, Cəlilabad rayonunda 142 abidə, Yardımlı rayonunda 51 abidə, Lerik rayonunda 42 abidə, Lənkəran rayonunda 21 abidə və Masallı rayonunda 97 abidə yerləşir [10,33]. Bunlardan başqa rayonlarda müxtəlif sayda yerli əhəmiyyətli tarix və mədəniyyət abidələri də mövcuddur. Yerli əhəmiyyətli abidələr arasında müxtəlif adlı qəbiristanlıqlar, kənd yerləri, qala qalıqları, yaşayış evləri çoxluq təşkil edir. Astara rayonunda “ləm” adlanan və evlərin həyətinə istirahət yeri kimi istifadə edilən tikililər xüsusilə nəzəri cəlb edir.

Mövcud turizm-rekreasiya potensialı əsasında regionun müasir bir turizm mərkəzi imicinin formalaşdırılması və təşviqi ilə iqtisadi proseslərin aktivləşdirilməsi baş verəcək. Bu isə sosial-iqtisadi inkişafa müsbət təsir göstərəcəkdir. Mövcud imicin formalaşdırılması və yönəldilməsi strategiyası radikal yenidənqurma işlərini və iri həcmli kapital qoyuluşunu tələb etmir, bunun qüvvəsi regionun mövcud üstün cəhətlərinin təbliğatına və informasiyanın yayımlanmasına yönəlir. Təbliğat kampaniyalarının həyata keçirilməsinin nəticəsi olaraq xarici subyektlər region barədə ətraflı məlumat əldə etməklə yanaşı buranın kontakta, əməkdaşlığa hazır olduğu bilinir. Ölkəmizdə hər region, rayon, kiçik ərazi özünə görə unikal və maraqlıdır. Regionlar ətrafında dostluq ictimai imicinin yaradılması ərazinin imicinin marketinqindən çox asılıdır.

Turizm ehtiyatlarının iqtisadi səmərəsi, onların turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi intensivliyi ilə ölçülür. İl ərzində regiona ölkədaxili və əcnəbi turistlərin axını bu ehtiyatların istifadəsinə və onların təkrar istehsalına ayrılan vəsaitləri müəyyənləşdirir. Burda maliyyə, əmək və təşkilatların idarəetmə ehtiyatları turist axınının perspektivini müəyyən edir. Əgər inteqral səmərə ilə turizm ehtiyatlarını ölçsək, onda aşağıdakı göstərici (1.2.1) ilə ehtiyatların planlaşdırılması və təkrar istehsalı proqramları tərtib oluna bilər [27, s.12]:

$$Te = \frac{\sum Rs}{T} \quad (1.2.1)$$

Burada: ***Te*** – turizm ehtiyatlarının istifadə göstəricisi;

$\sum Rs$ – rekreasiya ehtiyatlarının dəyərinin mövcud qiymətləndirilməsi

T - turistlərin illik sayı.

Qeyd edək ki, rekreasiya ehtiyatlarının təkrar istehsalına yönəldilən maliyyə mənbələrini turizm gəlirləri və kredit resursları təşkil edir:

$$\bar{K} = Tg + Kr \quad (1.2.2)$$

Burada: \bar{K} – kapital qoyuluşu;

Tg – turizmdən gəlir;

Kr – kredit resursları;

Region turizmində rekreasiya sistemi sahələrarası təsirləri də əhatə edir. Torpaq, su və təbii xammaldan səmərəli istifadə edilməməsi ekoloji tarazlığın pozulmasına səbəb olur [24]. Yalnız bərpa tədbirlərin həyata keçirilməsi ətraf mühitin mühafizəsinə və lazım olan təqdirdə genişlənməsinə imkan verə bilər.

“Turizm ehtiyatları” termini ölkəmizin və əcnəbi müəllifləri tərəfindən açıqlaması verilib. Bu açıqlamalardan fərqli olaraq “turizm ehtiyatları” termini dissertasiya işinin müəllifi tərəfindən 3 qrupa bölünür: təbii-iqlim, etnoqrafik və antropogen. Regionda mövcud olan turizm ehtiyatları barədə ətraflı məlumat verilir, ölkəmizin digər regionları ilə müqayisələr gətirilir. Burada İran İslam Respublikası ilə meşə örtüyünün turizm fəaliyyətində birgə istifadəsi və müvafiq olaraq birgə mühafizəsi barədə əməkdaşlığın həyata keçirilməsi təklifləri ola bilər.

1.3.Regionun cəlbədiciliyində turizm infrastrukturunun rolu

Turizm fəaliyyətinin əsas hərəkətverici elementi turistlərə xidmət göstərən obyektlər şəbəkəsidir. Məhz bu obyektlər tərəfindən turistlərə yerləşdirmə, qidalanma, nəqliyyat, ekskursiya, əyləncə və s. xidmətlər ayrılıqda və ya kompleks şəkildə təqdim edilir. Turistlərə xidmətlər göstərən obyektlər məcmusu müxtəlif mənbələrdə “turizm infrastrukturu” və ya “turizm sənayesi” termini ilə ifadə edilir.

Rusiya müəllifləri P.Stisyuk və O.Artemyeva Beynəlxalq iqtisadi forumda (2012 *год, Институт экономики и права Ивана Кушнирова*) turizm infrastrukturu anlayışını iki mənada (“dar” və “geniş”) açıqlayırlar. Dar mənada buraya yalnız turistlər üçün yaradılmış obyektləri daxil etmək olar ki, bu obyektlərdən yerli sakinlər demək olar ki, istifadə etmirlər. Əsasən bu obyektlərə mehmanxana təsərrüfatı obyektləri turizm bazaları, xüsusi nəqliyyat aid edilir. Geniş mənada turizm infrastrukturu ümumərazi təsərrüfat infrastrukturunun bir hissəsi kimi qəbul edilir. Yəni, turizm infrastrukturu (“dar mənada”) ərazi təsərrüfat kompleksinin tərkib hissəsidir [96].

İnfrastrukturun bu cür bölgüsü də şərtidir. Aydınır ki, ərazi enerji sistemi funksional bölgüsündən asılı olmayaraq bütün təsərrüfat obyektlərinə, o cümlədən turizm obyektlərinə də xidmət göstərir. Turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi zamanı mövcud ərazi enerji sisteminin gücü yeni yaradılacaq turizm obyektlərinin təminatını çatdıra biləcəkmi? Müəyyən məsafədə yerləşdirilmiş turizm obyekti üçün yalnız buranı təmin edə bilən avtonom enerji bloku işləyə bilər. Birinci halda infrastruktur anlayışı “geniş”, ikinci halda isə “dar” anlamda işlənir. Anlayışlara yanaşma tədqiqat mövqeyindən asılıdır. Regionun turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi paralel olaraq enerji, su, kanalizasiya, rabitə xətlərinin və nəqliyyat sisteminin genişləndirilməsinə, yeni texnologiyaların tətbiqinə səbəb olur.

Beləliklə, turizm infrastrukturu adı altında region ərazisində yerləşmiş ümumi infrastrukturunun bir hissəsi başa düşülür ki, bunun da təyinatı bu ərazidə məhz turist xidmətləri infrastrukturunun fəaliyyətini təmin etməkdir.

Turist xidmətləri bazarının formalaşdırılması və fəaliyyətinin əsası kimi turizm infrastrukturunun xüsusi diqqətə gətirilməsi onunla bağlıdır ki, ölkədə və ya konkret regionda infrastrukturun inkişaf etdirilməsi zamanı yeni turizm obyektlərinin yerləşdirilməsi həmişə diqqət mərkəzində olmalıdır.

“Ərazi turizm infrastrukturunun müəssisə və təşkilatları istehsalat, sosial və institusional infraqururura bölünür. Sosial infraqururur adı altında işçi qüvvəsinin təkrar istehsalı ilə əlaqəli olan sahə müəssisələri, strukturu başa düşülür: səhiyyə idarələri, turizm sahəsində təhsil, pərakəndə ticarət şəbəkəsi, kütləvi ictimai iaşə müəssisələri, sənişin nəqliyyatı və mənzil-kommunal təsərrüfatı strukturu, asudə

vaxtın təşkili strukturu və digərləri. Turizm sahəsinin istehsalat infrastrukturuna turoperatorlar, agentliklər, yerləşdirmə obyektləri və s. aiddir. İnstitusional turizm infrastrukturuna turizmi tənzimləyən idarəedici orqanlar, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən birliklər, assosiasiyalar aiddir” [96]. Göründüyü kimi, burada Rusiya müəllifləri P.Stısyuk və O.Artemyeva Beynəlxalq iqtisadi forumda öz məqalələrində turizm infrastrukturuna sosial, istehsalat və institusional təşkilatları aid edirlər.

Turizm sənayesi – yerləşdirmə və nəqliyyat vasitələri, ictimai iaşə, əyləncə, dərketmə, işgüzar, sağlamlıq, idman və digər təyinatlı obyektlərin, turoperator, turagent, ekskursiya və gid-tərcüməçi xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur [34, s.71]. Burada göründüyü kimi, Azərbaycan müəllifləri C.Məmmədov, H.Soltanova, S.Rəhimov tərəfindən “Beynəlxalq turizmin coğrafiyası” dər vəsaitində turizm sənayesinin açıqlamasında isə institusional orqanlar göstərilməyib.

Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanununda turizm infrastrukturunun aşağıdakı kimi açıqlaması verilib: “Turizm infrastruktur - turizm məhsulu istehsalı təşkilinin kompleksli sistemi və yaxud mehmanxana və digər yerləşdirmə-yerdəyişmə, nəqliyyat vasitələrinin, ictimai iaşə, əyləncə obyektləri və vasitələrinin, tanış olma, idraki, iş-peşə, sağlamlaşdırma, idman və digər təyinatlı obyektlərin, turoperator və turaqent fəaliyyətini həyata keçirən ixtisaslaşdırılmış müəssisə və təşkilatların, həmçinin ekskursiya və bələdçi (bələdçi-tərcüməçi) xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusu”dur [41, maddə 3]. Hər iki mənbədə turizm sənayesi ilə turizm infrastrukturunun açıqlaması eynidir. Turizm sənayesi turistin istifadə etdiyi geniş xidmət sahələrini birləşdirən təsərrüfat kompleksidir [34, s.71]. Bu açıqlamadan bilinir ki, turizm sənayesi turistlərə xidmət göstərən ixtisaslaşdırılmış bir sahədir. Bolqarıstanlı müəllif M.Vodenska bildirir ki, turizm sənayesi müxtəlif turizm məhsulu və xidmətlərin hazırlanmasını və realizasiyasını (satışını) edəndir [114, s.15]. Turizm sənayesinin bu cür açıqlaması Ümumdünya Turizm Təşkilatının açıqlaması ilə üst-üstə düşür. Bu təşkilatın “*Glossary of tourism terms*” sənədində turizm sənayesinin açıqlaması aşağıdakı kimi verilib: “Turizm sənayesi turizm fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini özündə birləşdirən bütün obyektləri əhatə edir. Turizm sənayesi (həmçinin turizm fəaliyyətinə istinadən) adətən turizm xüsusiyyətli məhsulları istehsal

edən fəaliyyətdir.” Bu sənəddə “turizm infrastrukturu” termininə rast gəlinmir.

Turizm infrastrukturu ilə turizm sənayesi arasında əsas fərq - potensialla real fəaliyyət arasında olan fərkdir. Regionda olan xidmət təminatçılarının imkanlarından 100% istifadə edilməsi mümkün olmur. Bəzən obyekt rəhbərlərinin idarəetmədə səriştəsizliyi, marketinq araşdırmalarının aparılmaması, müştərilərin istəklərinin tam qarşılanmaması və digər obyektiv və subyektiv amillərdən bəzi obyektlər tam gücü ilə işləmir. Bu səbəbdən turizm sənayesi hazır turizm məhsulu istehsalı üçün ayrı-ayrı obyektlərin iştirakı ilə yaranan son nəticədir. Beləliklə, turizm sənayesinin əhatə dairəsi üçtərəfli fəaliyyəti ilə özünü cəlb edir: sosial – əhalinin turizmə olan tələbatını ödəmək və turizm infrastrukturunun fəaliyyəti ehtiyaclarının təminatı; istehsalat və ya turizm infrastrukturu – turizm biznesindən mənfəətin əldə edilməsi, yəni turistlərə xidmət göstərən müəssisələr kompleksi; institusional – turizm sahəsinin müxtəlif strukturlar tərəfindən tənzimlənməsi və monitorinq keçirilməsi, sərgilərin təşkili. İstehsalat fəaliyyət forması turizm infrastrukturunu tam əhatə etdiyi kimi, sosial formaya aid olan fəaliyyəti də tam təmin etmiş olur. Səfərdə olanlara turist-ekskursiya xidmətlərinin göstərilməsi onların mənəvi və fiziki istirahətə, müalicəyə, işgüzar tələblərin normal keçməsi üçün müvafiq şəraitin yaradılmasına yönəldilmiş bir fəaliyyətdir.

Turizm sənayesinin uğurlu inkişafı regionun turizm infrastrukturunun aşağıdakı fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edir:

- Mülkiyyət formasından asılı olmayaraq infraquruktura daxil olan müəssisələrin yalnız fəaliyyətini deyil, eyni zamanda effektiv və davamlı inkişafını təyin etmək;
- İnfraquruktura daxil olan müəssisələrin yeni partnyor əlaqələrinin yaranmasına şərait yaratmaq;
- İnfraquruktura daxil olan müəssisələrin funksional ixtisaslaşmasını, buraxılış imkanlarını nəzərə almaqla müəssisələrə qarşı müəyyən tələblər qoymaq;
- Sənaye tərəfindən infraquruktura daxil olan turizm bazarının bütün müəssisələrinə elə mühit (dislokasiyası, işgüzar xidmətlərin qiyməti, real imkanlar barədə məlumatların alınması və s.) yaradılmalıdır ki, turizm biznesinin inkişafı və təkmilləşməsi üçün hər cür imkanlar (informasiya bazalarına daxil olmaq, kadrların hazırlanması və ixtisas səviyyəsini artırmaq, hüquqi məsləhətlər almaq və s.) olsun;

- Turizmin fəaliyyəti və inkişafı ilə bağlı qəbul olunmuş qanunvericilik aktları, standart və normativləri barədə müəssisələrin vaxtında məlumatlandırılması, habelə turizm bazarında xidmətlərinin monitorinqinin aparılması.

Rusiyalı müəllif D.Uşakov turizm infrastrukturunu obyektlərini 2 kateqoriyaya bölməklə - a).yalnız turistlərə və - b). turistlərlə yerli sakinlərə xidmət göstərilmə xüsusiyyətlərinə görə qruplaşdırır. *“Turizm sənayesi çərçivəsində məhsulu (xidmət və əmtəə) yalnız turistlərin tələbatını ödəyən müəssisələrə və fəaliyyəti həm turistlərə, həm də yerli sakinlərə istiqamətlənən müəssisələrə ayırd etmək olar. Birinci kateqoriyaya turizm firmaları, tənzimləyici strukturlar, ekskursiya büroları aid edilir. İkinciyə - mehmanxanalar, nəqliyyat təşkilatları, ictimai iaşə müəssisələri, sığorta kompaniyaları, banklar və d.”* [102, s.7]. Fikrimizcə, xidmətedici obyektlərin bu cür bölgüsü şərti xarakter daşıyır çünki, bütün xidmətedici obyektlər turistlərə xidmət etdiyi halda eyni zamanda yerli sakinlərə də xidmət göstərilir. Bu imkanı həmin obyektlərin fəaliyyətindən ayırmaq olmaz. Belə olan halda turizm infrastrukturunu obyektlərini kateqoriyalara qruplaşdırmaq nisbi xarakter daşıyır. Müasir dövrdə hər bir yerləşdirmə obyektini yerli sakinə gecələmə üçün yer verə bilər; yerli sakinlər ekskursiya bürolarına müraciət etməklə müvafiq xidmətlərə malik ola bilər; yerli sakinlər bu əraziyə gəlmiş turistlərlə yanaşı suvenir alır və s. Yalnız turizm destinasiyalarında, kurortlarda yerləşən xidmətedici obyektləri turizm infrastrukturunun birinci kateqoriyasına aid etmək olar. Misal üçün, bu ərazilərdə yerləşdirmə obyektləri, ekskursiya büroları, nəqliyyat müəssisələri, turfirmalar, əyləncə obyektləri, muzeylər, sərgi salonları, yanacaqdoldurma stansiyaları, poçt şöbəsi, qidalanma obyektləri, ərzaq və qeyri-ərzaq malları satan dükənlər fəaliyyət göstərə bilər. Bu da nisbidir. Çünki, hər bir yerli sakin yaxınlıqdakı kurort ərazisinə ödənişli və ya ödənişsiz daxil olaraq burada fəaliyyət göstərən bütün xidmətlərdən istifadə etmək hüququna malikdir.

“Turizm sənayesi – turizm üçün əmtəə və xidmət istehsal edən sahələrarası təşkilatlar kompleksidir. Turizm sənayesini sahələr və komplekslərdən ibarət olan iqtisadi sistem kimi də müəyyən etmək olar. Bunların funksiyası istirahət və əyləncənin müxtəlif növlərinə olan ehtiyacların ödənilməsidir. Turizm sənayesi aşağıdakı spesifik xassələrə malikdir: müvafiq ehtiyatların mövcudluğu, istehsalın mövsümi və tsiklik

xarakterli olması, turizm infrastrukturuna əhəmiyyətli dərəcədə kapital qoyuluşuna zərurətin olması” [104, Mövzu 2, 4.Turizm sənayesi].

Müxtəlif müəlliflərin “turizm sənayesi” terminin açıqlamasından aydın olur ki, infrastruktur - sənayenin əhəmiyyətli və zəruri hissəsidir. Turizm infrastrukturunu turistlərə turizm-rekreasiya ehtiyatlarından istifadəni təmin edərək rahat istirahətin reallaşması üçün müxtəlif çeşidli xidmətlər təklif edir. Turizm infrastrukturunun tərkib hissəsinin hər bir subyektinin uğurlu fəaliyyəti yerli sosial-iqtisadi vəziyyətin davamlı inkişafı üçün zəmin yaradır. Belə ki, yerləşdirmə obyektlərinin və onlarda olan çarpayı yerlərinin sayına uyğun olaraq ictimai iasə müəssisələrində oturmaq yerlərinin də müvafiq sayda olmasını tələb edir. Hər iki tip müəssisələrdə yerlərin sayının tələbatı uyğun olması ən azı bunların müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərməsi deməkdir. Adətən iri kruiz gəmilərində turistlərin qidalanması zamanı növbələrin qarşısının alınması üçün qidalanma obyektlərində oturmaqların sayı gəminin sənişingötürmə qabiliyyətinin 75%-dən aşağı olmur. Bu prinsipə kurort yerlərində də riayət etmək olar və hətta oturmaq yerlərinin faizi daha yüksək ola bilər.

Regionun turizm potensialının inkişaf etdirilməsinə baxdıqda həyat təminatında münasib sosial-iqtisadi şərtlər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir ki, bunların da yaxşılaşması üçün regional infrastrukturun daimi təkmilləşməsi zəruridir. Ərazi infrastrukturunun yüksək səviyyədə kompleksli inkişafı sosial-iqtisadi və işgüzar aktivliyə yönəlmiş siyasi, hüquqi, elmi-texniki, maarifləndirmə amillərinin təminatı şərti ilə reallaşır. Ərazinin fəaliyyəti yol, su-, qaz-, enerji təchizatı, ictimai asayiş və şəxsi təhlükəsizlik, sanitariya vəziyyəti, tibbi xidmətlə müəyyən edilir. Rekreasia ərazilərinin olması, obyekt və torpaq sahələrinin uzunmüddətli icarəyə götürülməsi imkanlarının olması da əhəmiyyətlidir.

Ərazinin inkişafının əsas istiqaməti infrastrukturun inkişaf etdirilməsi strategiyasıdır. Çünki, infrastruktur mühəndis-nəqliyyat sistemidir və əhalinin məskunlaşması üçün əsas amildir. Infrastrukturun qənaətbəxş vəziyyəti etibarlı enerji və istilik təminatı, nəqliyyat əlaqəsi, təmiz su ilə təchiz edilmə, münasib inşaat işlərinin aparılması deməkdir. Amma mühəndis-nəqliyyat kommunikasiyaların qeyri-qənaətbəxş olması regionun iqtisadiyyatının inkişafını gecikdirir.

Ərazinin inkişaf perspektivləri yeni istehsalatların yaradılmasına və mövcud olanların yenidən qurulmasına təminat yaradır; istehsalat və bazar infrastrukturunun, mühəndis-nəqliyyat kommunikasiyaların dinamik inkişafına şərait yaranır; əhalinin məşğulluq və rifah səviyyəsi, təhsil sisteminin inkişafı və regionun investisiya cəlbediciliyini yüksəldir.

Philip Kotler həmmüəllif olduğu və Rusiyada dərslik kimi qəbul edilmiş “*Marketing. Qonaqpərvərlik. Turizm*” kitabında turizm infrastrukturunu barədə aşağıdakı nümunələri gətirir: “*Mərkəzi Amerika üzrə turlara daxil edilməyən ölkələrdə ya qeyri-stabil siyasi vəziyyət və ya infrastrukturun inkişaf etməməsidir. Digər misalda isə Çinin heç bir cəlbedici obyektlərə malik olmayan 60 min əhalisi olan bir şəhərdə hakimiyyət orqanları yolların yaxşılaşmasına əsaslı xərclər edərək burada keçirilən festivalı, yerli sənətkarların zərgərlik məmulatlarını, yerli fermaları və tropik mənzərələri aktiv reklam edirlər. Nəticədə hər il buraya ölkənin digər regionlarından və qonşu ölkələrdən xeyli sayda turist axını olur*” [75, s.831,832]. “*Vergilərin düzgün təyin edilməsi və tənzimlənməsi nəticəsində bir sıra ölkələr və hətta ayrı-ayrı şəhərlər büdcəyə olan daxilolmaların əksər hissəsini məhz turizm fəaliyyətindən əldə edirlər (ABŞ-ın Dallas, Los-Anceles, Nyu-York şəhərləri və Havayya)*” [75, s.845].

Buna oxşar misalı ölkəmizin Qəbələ rayonu üzrə də gətirmək olar. Rayon ərazisində və xüsusilə, Qəbələ şəhərində rahat yolların salınması, fasiləsiz su, elektrik enerjisi, qaz, rabitə təminatı, müasir tələblərə uyğun ticarət mərkəzlərinin fəaliyyəti, beynəlxalq aeroportun işə salınması rayonu turizm fəaliyyəti üçün cəlbedici etmişdir. Rayonda müxtəlif səviyyəli otellərin tikintisi, köhnələrin əsaslı təmirdən sonra istifadəyə verilməsi, “Qəbələnd” əyləncə parkının işə salınması və eyni zamanda rayon infrastrukturunun yaxşılaşdırılması buraya ölkəmizin digər regionlarından və xaricdən çoxlu sayda turistlərin gəlməsinə səbəb olub. Rayonda bir sıra istehsalat müəssisələrinin açılması ilə yanaşı beynəlxalq səviyyəli musiqi festivalı, müxtəlif forumlar keçirilir. Beynəlxalq Qəbələ aeroportunun açılması xarici turistlərin tranzit ərazilərdən keçmədən birbaşa buraya gəlməsinə imkan verir. Qısa müddət ərzində Qəbələ şəhəri işgüzar və istirahət mərkəzinə çevrilmişdir.

Lənkəran İR-da son illərdə turizm fəaliyyətində nisbi sabitlikdir. Mövcud olan

münasib təbii ehtiyatlar ilə yanaşı istirahət komplekslərinin, müalicə sağlamlıq ocaqlarının, beynəlxalq aeroportun olması, dəmir yolu nəqliyyatının işləməsi, müasir tələblərə cavab verən Bakı-Astara sürətli avtomagistralının mövcudluğu regionun beynəlxalq səviyyəli turizm destinasiyasına çevrilməsinə səbəb olacaqdır.

Statistik göstəricilərə nəzər salsaq görürük ki, 2019-cu ilin sonuna Lənkəran iqtisadi rayonunda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə 3658 yer olmuşdur ki, bu göstərici ilə digər iqtisadi rayonlar arasında 3-cü yerdədir və ölkə üzrə göstəricinin 7,3%-ni təşkil edir. (Cədvəl 1.3.1)

Cədvəl 1.3.1
Lənkəran iqtisadi rayonunda
mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrində birdəfəlik tutum (yer)

inzibati rayonlar	illər				
	2006	2010	2014	2015	2019
Astara	186	244	244	264	293
Lənkəran	367	411	750	1110	1346
Lerik	27	542	752	95	715
Yardımlı	26	30	30	30	30
Masallı	1022	1325	1237	1126	1148
Cəlilabad	108	126	126	126	126
Cəmi	1736	2678	3139	2751	3658

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/tourism/>

Yerləşdirmə obyektlərinin əksəriyyəti kiçik həcmli 10 yerdən 30 yerədək tutumu olan istirahət ocaqlarıdır ki, bunlar da soyuq aylarda fəaliyyət göstərmirlər. Öyləncə attraksionları yalnız rayon mərkəzlərinin istirahət parklarında mövcuddur. Öyləncə kompleksi isə yalnız bəzi istirahət mərkəzlərində vardır. Regionda 1 dövlət teatrı (Lənkəran ş.), 5 rəsm qalereyası, 16 muzey, saysız tarixi və mədəni abidə mövcuddur. Yerli əhəlinin özünəməxsus məişəti, kulinariyası, xalq yaradıcılıq nümunələri, ekzotik fərqliliyi ilə zəngin olan bu ərazi turistlərin xüsusi marağına səbəb olur. Lakin turistlərə paket halında xidmətlər təklif edən turizm müəssisələri regionda mövcud deyil. Yalnız ayrı-ayrı adamlar turistlərə bələdçilik xidmətləri təklif etməklə həvəskar səviyyəsində xidmətlər göstərirlər.

Regionda mövcud 77 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr [9] yerləşdikləri əraziyə (şəhər, kənd, meşə zolağı, dəniz sahili, digər), ulduz dərəcəsinə, tikili quruluşuna (bina və ya kottec), təqdim etdiyi xidmət çeşidinə görə fərqlənirlər

[38]. Tutumuna görə Lənkəran rayonunda yerləşən “AB Qala” və “Qafqaz sahil” mehmanxanasları, Palıdlı sahil istirahət mərkəzi, Lerik rayonunda “Relax” istirahət mərkəzi, Masallı rayonunda “Ailə Sevinci” və Masallı isti-su Fatmeyə Zəhra sanatoriyaları, “Daştənd” və “Turist” istirahət mərkəzləri, “Masallı” mehmanxanası, Astara rayonunda “Marisel” mehmanxanası fərqlənilir. “Meşəbəyi” və “Palıdlı sahil” istirahət mərkəzləri, Fatmeyə Zəhra və Lənkəran İsti su sanatoriyaları termal sular əsasında müalicəvi xidmətlər təqdim edirlər.

Yerləşdirmə obyektlərinin təmirlə bağlı fəaliyyətlərinin tam və ya qismən dayandırılması, yalnız yay mövsümündə işləməsi, maliyyə çətinlikləri və digər obyektiv və subyektiv səbəblərdən çarpayılı yerlərinin sayı mövsümdən-mövsümə dəyişir. Bu da siyahının qısa müddət kəsiyində daim dəqiqləşdirilməsi zərurətini tələb edir. Regionun yerləşdirmə obyektlərinin illik tutum potensialını aşağıdakı formulla təyin etmək olar:

$$Ç = Ç_{il} \times 365 + Ç_m \times 100 \quad (1.3.1)$$

Burada :

$Ç$ – region üzrə yerləşdirmə obyektlərinin ümumi tutumu (çarpayılı sayı);

$Ç_{il}$ – ilboyu işləyən yerləşdirmə obyektlərində çarpayılı sayı;

365 – 1 ildə günlərin sayı;

$Ç_m$ – mövsümi işləyən yerləşdirmə obyektlərində çarpayılı sayı

100 – il ərzində turizm mövsümi günlərinin sayı

Mehmanxana, kottec, istirahət mərkəzlərindən başqa regionun kənd sakinləri də evlərində istirahətə gəlmiş turistləri yerləşdirirlər. Kənd qonaq evlərinin rəsmi qeydiyyatı alınması problemli olduğundan bunların dəqiq sayını bilmək olmur.

Lənkəran şəhərində Turizm-informasiya mərkəzi fəaliyyət göstərir, Lənkəran Dövlət Universitetində və Masallı Dövlət regional kollecində turizm ixtisası ilə tədris həyata keçirilir.

Göstərilmiş məlumatlardan bəlli olur ki, regionun hər guşəsində ilkin dövr üçün kifayət qədər yerləşdirmə obyektləri fəaliyyət göstərir, muzeylər, tarixi və təbiət abidələri, digər cəlbedici obyektlər vardır ki, bunlar da turistlərin marağına səbəb olur. Bəzi obyektlər turistlərə göstərilməsi üçün istənilən səviyyədə baxımlı deyil.

Antropogen ehtiyatların təmir-bərpa işləri aparılmaqla lazımı vəziyyətə gətirilməsi regionun İnkişaf Proqramında nəzərdə tutulmalıdır.

Regionların sosial-iqtisadi inkişafına yönəldilən dövlət siyasəti sahibkarlığın genişləndirilməsi yolu ilə turizm potensialını artırmaq məqsədini güdür. Regionda nəqliyyat infrastrukturunun genişləndirilməsi və yenilənməsi, müasir tələblərə uyğun Bakı-Astara avtomobil yolunun açılması ilə sahibkarlıq daha da səmərəli fəaliyyət göstərir. Ələt-Astara M3 Respublika əhəmiyyətli avtomagistralı Azərbaycan-İran sərhədinə (Astara şəhəri) davam etməklə regionun Cəlilabad, Masallı, Lənkəran və Astara rayonlarının ərazisindən keçir [140]. Bundan başqa yerli əhəmiyyətli avtomobil yolları bütün yaşayış məntəqələrini – şəhər, qəsəbə, kəndləri birləşdirir. Yalnız bəzi kəndlər daxilində qrup yollar istifadədədir. Asfalt yollar yerli sakinlər və turistlər üçün region daxilində yerdəyişməni rahat etməklə təbii və antropogen cəlbedici obyektləri ziyarət etmək imkanlarını artırır. Perspektivdə Astara (Azərbaycan)-Astara (İran) dəmir yolunun işə salınması və bir sıra təşkilati-iqtisadi obyektlərin, bank, sığorta sistemlərinin islahatları bu zonada turizm sahəsini inkişaf etdirəcəkdir.

Beləliklə, regionun hər rayonu üzrə fəaliyyət göstərən turist xidmət obyektləri, bunlarda olan tutum, 2007-2019-cu illərdə yerləşdirilmiş turistlərin sayı barədə məlumatlardan belə nəticəyə gəlinir ki, Lənkəran regionu həm turizm ehtiyatları və həm də turizm infrastrukturuna baxımından böyük potensiala malikdir.

Dünyada koronavirus pandemiyasının yayılması səbəbindən bütün iqtisadi sahələr üzrə fəaliyyətdə azalmalar baş vermişdir. Səfər qadağalarının təsiri nəticəsində xüsusilə də, turizm sahəsində kəskin böhrana səbəb olmuşdur. 2020-ci ildə Dünya üzrə beynəlxalq səfərlər 379.4 mln olmuşdur ki, bu da 2019-cu ilə nisbətən 26% təşkil etmişdir. Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin sayı 725 min olmuşdur, bu da 2019-cu ilə nisbətən 30 %-ə bərabərdir. Ölkə üzrə əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslər tərəfindən mehmanxanalarda keçirilmiş gecələmələrin sayı 2019-cu illə müqayisədə 5,4 dəfə azalaraq 416,7 min olmuşdur ki, bu da ümumi gecələmələrin 41,7 faizini təşkil edir. Mehmanxanaların gəlirləri 2020-ci ildə 2019-cu illə müqayisədə 3,9 dəfə azalaraq 116,8 milyon manat olmuşdur ki, burada nömrələrin təqdim olunmasından əldə olunan gəlir 60,2%, ictimai iaşə 29,0%, müalicə-sağlamlıq xidmətləri 2,5% və 8,5 % isə digər

xidmətlərdən əldə edilmişdir. 2020-ci ildə mehmanxanaların birdəfəlik tutumundan istifadə 6,5 faiz səviyyəsində olmuşdur, 2019-cu ildə bu göstərici 22,1% idi [139].

İlkin məlumatlara əsasən 2020-ci ildə ölkədə 72432,2 milyon manatlıq və ya əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 4,3 faiz az ümumi daxili məhsul istehsal olunmuşdur. ÜDM istehsalının 1,2 faizi turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahələrinə aiddir.

II FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAFININ TƏŞKİLATI-İQTİSADI PROBLEMLƏRİNİN TƏDQIQI

2.1. Lənkəran İqtisadi Rayonunda turizm fəaliyyətinin müasir vəziyyəti və dinamikası

Turistlərin destinasiyaya gəlməsi və onlara səviyyəli xidmətlərin göstərilməsi istirahət mərkəzlərinin personalının peşəkarlığı, ərazinin ümumi infrastrukturu və ekoloji tarazlıqla düz mütənasibdir. Rayonların turizm cəlbediciliyi həmin ərazilərin əhalisinin, sahibkarların, yerli hakimiyyət orqanlarının turizm sahəsində fəaliyyətinə münasibəti ilə bilinir. Turistlərin istirahət mərkəzinə sayca çox gəlməsi və burada qalma müddətinin daha uzun olması üçün turistlərə təklif olunan xidmətlərin keyfiyyəti və digər şərtlərlə yanaşı geniş xidmət çeşidi müxtəlifliyi olmalıdır. Belə ki, regiona gələn turistlərin bu ərazidə daha uzunmüddətli qalması üçün gecələmə yerləri ilə yanaşı, attraksionların, əyləncə mərkəzlərinin, atüstü, piyada, müxtəlif nəqliyyat növləri ilə gəzintilərin təklif olunması ilə birbaşa əlaqəlidir. Statistik məlumatlara əsasən müəyyən olunur ki, Lənkəran regionu iqtisadi rayonlar arasında turizm sahəsi üzrə öz potensialından istifadə faizinə görə aşağı yer tutur.

Cədvəl 2.1.1

**2019-cu il iqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli
müəssisələrin əsas göstəriciləri**

Iqtisadi rayonlar	Birdəfəlik tutum (yer)	İşçilərin orta illik siyahı sayı (nəfər)	Gəlir (min manat)	Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı (nəfər)
Bakı ş.	20740	5696	335760.9	1199151
Abşeron	1087	360	2666.1	15608
Gəncə-Qazax	3392	853	16987.3	78665
Şəki-Zaqatala	4561	1828	34885.9	238085
Lənkəran	3658	721	6229.2	56288
Quba-Xaçmaz	10931	1942	37197.2	193454
Aran	2296	301	3068.9	41321
Yuxarı Qarabağ	60	4	43.7	1167
Dağlıq Şirvan	1738	455	6735.7	31744
Naxçıvan	1517	321	6613.6	64282
Cəmi ölkə üzrə	49980	12481	450188.5	1919765

Mənbə: www.stat.gov.az/turizm e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunmuşdur

Cədvəl 2.1.1-dən göründüyü kimi 2019-cu ildə mehmanxana və mehmnxana tipli müəssisələrdə olan tutuma görə Lənkəran iqtisadi rayonunda Naxçıvan iqtisadi rayonundan 1,9 dəfə, Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonundan 1,1 dəfə çox yer olmasına baxmayaraq, müvafiq olaraq 3,5 və 1,8 dəfə az şəxs yerləşdirilmişdir.

Yerləşdirmə obyektlərinin tutumuna görə Lənkəran İqtisadi Rayonu iqtisadi rayonlar arasında üçüncü yer tutur, işləyənlərin sayına görə dördüncü, əldə olunan gəlirə görə isə altıncı yerdədir. Bu isə onu göstərir ki, regionun potensialı yüksəkdir və bundan məqsədyönlü istifadə etdikdə böyük gəlirlər əldə etmək olar. Regionlarımıza ölkə vətəndaşları ilə yanaşı xarici ölkələrdən də turistlər təşrif buyurur. Əcnəbi turistlərin çox olması ölkəmizdə onlar tərəfindən valyuta xərcləmələri ilə bağlıdır. Bu səbəbdən ölkəmizdə daha uzun müddət qalan əcnəbilər daha çox vəsait xərcləməlidirlər. Buna nail olmaq üçünsə, turistlərə, ölkə vətəndaşları ilə yanaşı həm də xaricdən gələnlərə fərqli çeşidli, maraqlı xidmət proqramları təklif olunmalı və bu xidmətləri yüksək səviyyədə yerinə yetirmək gərəkdir. Yalnız bu halda turistlər regiondan, istirahət mərkəzindən və xidmətlərdən razı qalmaqla yanaşı regionun reklam daşıyıcılarına çevrilirlər.

Cədvəl 2.1.2

2019-cu ildə Lənkəran İqtisadi Rayonunun inzibati rayonları üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin göstəriciləri

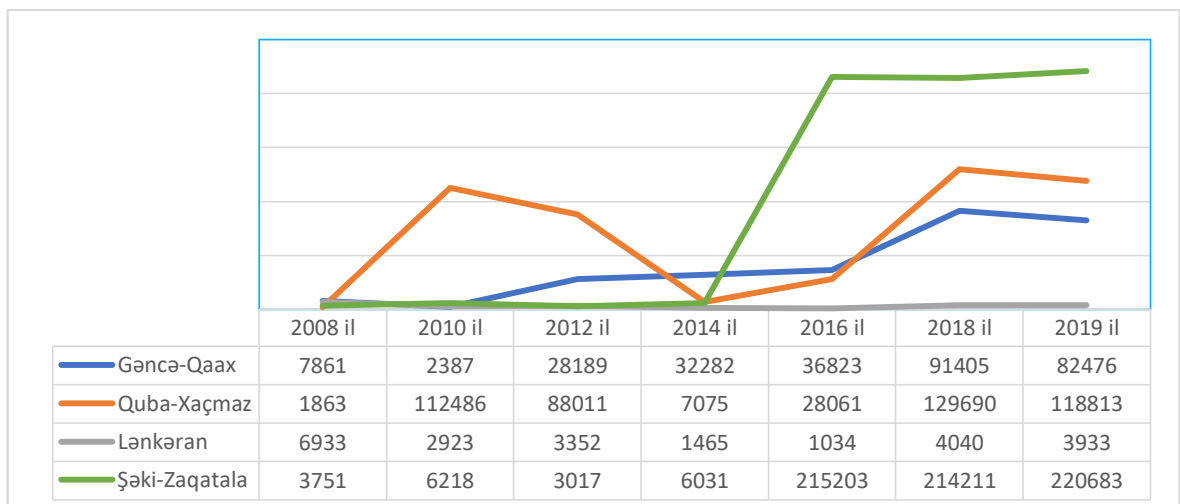
Inzibati rayonlar	Birdəfəlik tutum	Nömrələrin ümumi sayı	Turist dərəcəli nömrələrin sayı	Nisbətən %-lə süt.4/süt.3	İşçilərin orta illik sayı (nəfər)
1	2	3	4	5	6
Astara	293	116	72	62	28
Lənkəran	1346	636	273	43	505
Lerik	715	187	30	16	42
Yardımlı	30	21	-	-	0
Masallı	1148	453	215	47	136
Cəlilabad	126	67	55	82	10
Cəmi	3658	1480	645	44	721

Mənbə: www.stat.gov.az/turizm e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub

Kütləvi turizmin inkişaf etdirilməsi üçün sadə formatlı, standart otaqların və ya turist dərəcəli nömrələrin olması gəliri orta səviyyəli olan ailələrin istirahət mərkəzlərinin xidmətlərindən istifadə etməsini artırır. Turist dərəcəli nömrələrin həcmi ölkə üzrə 46%, Bakıda 35%-dir. Regionlarda bu göstərici nisbətən yüksəkdir. Belə ki,

Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda turist dərəcəli nömrələr ümumi sayda 64%, Lənkəran İR-da isə 44% təşkil edir. Lənkəran İR-nun inzibati rayonları arasında yüksək göstəricilər - Lerikdə 72%, Astarada 62% və Cəlilabadda 82% təşkil edir (Cədvəl 2.1.2). Turist dərəcəli nömrələrin mövcudluğu kütləvi turizmin fəaliyyətinə imkan yaradır, gənclər, ekoloji turizmi seçənlər məhz aşağı dərəcəli mehmanxanalara, hostellərə üstünlük verirlər.

Ölkəmizə gələn əcnəbi turistlərin sayı və onların gecələmələrinin sayı ildən-ilə artır. Bu isə xarici valyuta axınının çoxalması deməkdir. Əgər 2006-cı ildə əcnəbilərin gecələmə sayı ölkə üzrə 557,3 min olmuşdursa, bunlardan isə 527,5 mini və ya 94,6%-i paytaxtımız Bakı şəhərinə düşürdüsə, 2019-cu ildə ölkə üzrə əcnəbilərin gecələmələrin sayı 2241.0 min və bundan 77,1%-i Bakı şəhərinə düşüb. Bununla bilinir ki, əcnəbi turistlər yalnız Bakının cəlbedici obyektlərini seyr etmək, şəhərin qonaqpərvərliyini hiss etmək deyil, eyni zamanda ölkəmizin digər regionlarını da gəzir və müvafiq xidmətlər alırlar. Lakin statistik göstəricilərə nəzər saldıqda (Diaqram 2.1.1) görürük ki, bütün iqtisadi rayonlarda əcnəbilərin gecələmələri ilə bağlı illik artımlar olduğu halda Lənkəran İR-da bu göstərici aşağı düşür. İl ərzində bütün turistlərin (yerli və əcnəbi) gecələmələrinin sayı turistlərin birbaşa xərcləri ilə bağlıdır.



Diaqram 2.1.1. İqtisadi rayonlar üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə əcnəbi turistlərin gecələmələrin sayının dinamikası (nəfər)

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub.

Ölkə üzrə cəmi turistlərin gecələmələrin sayı 2006-cı ilə nisbətən 2019-cu ildə 3 dəfə

artdığı zaman, Lənkəran İR-da bu göstərici əksinə 2 dəfə aşağı düşmüşdür. Yalnız 2018-ci ildən iqtisadi rayonda ümumi gecələmələrin sayında artım qeydə alındı və 2019-cu ildə 2006-cı ilə nisbətən gecələmələrin sayı 98% təşkil etmişdir.

Turizm sferası riskli sahədir. Onun dinamikası bir sıra amillərin təsiri ilə dəyişir. Daha çox pandemiya, müharibə, global böhran illərində xarici və daxili turist axınları təbii olaraq azalır.

Statistik məlumatlardan məlum olur ki, 2019-cu ildə Lənkəran İR-da Gəncə-Qazax İR-na nisbətən 21 dəfə, Şəki-Zaqatala İR-a nisbətən 56 dəfə, Quba-Xaçmaz İR-dan 30 dəfə az əcnəbi turist gecələyib. Əcnəbilərin az cəlb edilməsi yerləşdirmə obyektlərinin itirdiyi maliyyə vəsaitinin həcmi aşağıdakı nümunədə görə bilərik. Belə ki, bir əcnəbi turistin gündəlik minimum xərcini 50 manat (şərti rəqəm) təyin etməklə aşağıdakı məlum olur: 2008-ci ildə $6933 \text{ gecələmə} \times 50 \text{ man} = 346650 \text{ man}$.

2019-cı ildə $3933 \text{ gecələmə} \times 50 \text{ man} = 196650 \text{ man}$.

Regionun 2008-ci ilə nisbətən 2019-cu ildə yalnız əcnəbi turistlərdən itirdiyi məbləğ $346650 \text{ man} - 196650 \text{ man} = 150000 \text{ man}$ olmuşdur.

Əcnəbi və yerli turistlərin regiona cəlb etməyin mümkün olmaması bir çox amillərdən asılıdır. Bunlardan regionun tanınmaması, yerli yerləşdirmə obyektlərinin və istirahət mərkəzlərinin turopetorlarla əməkdaşlığının aşağı səviyyədə olması, turistlərə göstəriləcək cəlbədicə obyektlərin baxımsız olması, əyləncə yerlərinin olmaması və s. Bütün bu amillər eyni zamanda regiona gələn turistlərin əksər hallarda burada qısa müddət qalması ilə nəticələnir.

Hər bir turist istirahət etdiyi zaman əyləncə proqramları ilə tanış olmaq, ərazinin təbiəti, tarixi və mədəni abidələrini görmək, yerli rəvayətləri eşitmək, tanınmış insanları ilə görüşmək və ya onlar haqqında məlumat almaq istəyində olur.

2019-cu il ərzində regionda 56288 nəfər mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmişdir. Yerləşdirilmiş şəxslərin 96,7%-i cəmi 1-3 gün müddətinə, 1,8%-i 4-7 gün müddətinə və 1,3%-i isə 8-28 gün müddətinə qalmışlar.

Müqayisə üçün Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda 2019-cı ildə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş şəxslərdən 1-3 gün müddətinə 87,2%, 4-7 gün müddətinə 8,6% və 8-28 gün müddətinə 4,2% olmuşdur.

Qısamüddətli gecələmələrin, yəni 1-3 gün müddətinə yerləşənlərin əksəriyyət təşkil etməsi aşağıdakı səbəblərdən ola bilər:

- 1) həftəsonu istirahətə gələnlərin sayının çox olması;
- 2) əyləncə mərkəzlərinin və maraqlı tarix-mədəni dərkətmə və təbiət ekskursiyalarının az olması və ya heç olmaması;
- 3) şou proqramların ya zəif olması, ya da heç təşkil edilməməsi;

İstirahət edənlərə əyləncə xidmətlərini yalnız otel və istirahət mərkəzləri deyil, həm də bu işlə peşəkarcasına məşğul olan təşkilatlar (animasiya və ekskursiya büroları, idman klubları), mütəxəssislər cəlb olunmalıdırlar. Peşəkar mütəxəssislər turizm müəssisələrində birləşərək müxtəlif istirahət mərkəzlərində şou proqramlar göstərmək, idman yarışları keçirmək, turistlərin təhlükəsizliyini nəzərə almaq şərti ilə piyada yürüşlər təşkil etmək, turistlərlə tanınmış, maraqlı insanların görüşünü təşkil etmək və s. yerinə yetirməlidirlər. Yerli sakinlər arasında göstərilən ixtisaslar üzrə çoxlu sayda savadlı insanlara rast gəlmək olar. Sadəcə, onları turist xidmətləri sahəsində fəaliyyət göstərilməsi işinə istiqamətləndirmək ehtiyacı vardır. Qeyd edək ki, Lənkəran İR-da turizm-otelçilik ixtisası üzrə mütəxəssis hazırlayan Lənkəran Dövlət Universiteti, Masallı və Lənkəran kollecləri fəaliyyət göstərir. Regionda rəsmi olaraq 2019-cu ilə olan məlumata görə cəmi 1 turizm agentliyi fəaliyyət göstərib.

Aşağıdakı formul ilə turistlərin orta gecələmə müddəti müəyyən olunur:

$$S_t = T_g : T \quad (2.1.1)$$

Burada:

S_t – regionda bir turistin orta qalma günlərinin sayı, sutka;

T_g – turist-gün sayı, nəfər-gün;

T – gələnlərin sayı, nəfər

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

Mehmanxanalarda yerləşdirilmiş turistlərin daha uzun müddət qalması həmin yerləşdirmə obyektlərinin xidmətlər çeşidinin müxtəlifliyi, personalın peşəkarlıq səviyyəsi və sonda əldə olunan gəlirlə nəticələnir. Regionun mehmanxanalarının 2019-cu ildə yüklənmə faizini hesablayaq. Bu məqsədlə aşağıdakı formuldan istifadə edilir:

$$Y = G / (Ç_y \times 365) \times 100\% \quad (2.1.2)$$

Burada:

Y – yüklənmə faizi

G – illik gecələmələr

$Ç_y$ - mehmanxanalarda yer sayı (tutumu)

365 – 1 ildə gün sayı

Statistik hesabatdan məlum olur ki, Lənkəran İR-u digər iqtisadi rayonlardan mehmanxanaların yüklənməsi göstəricisinə görə geri qalır [11].

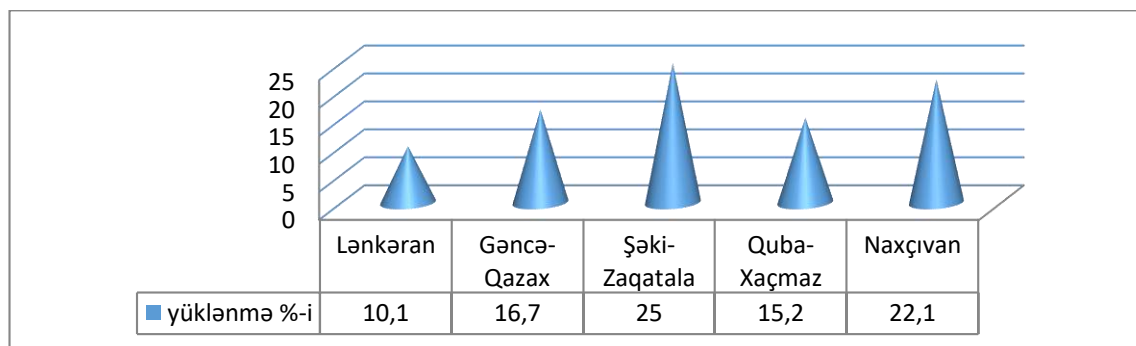


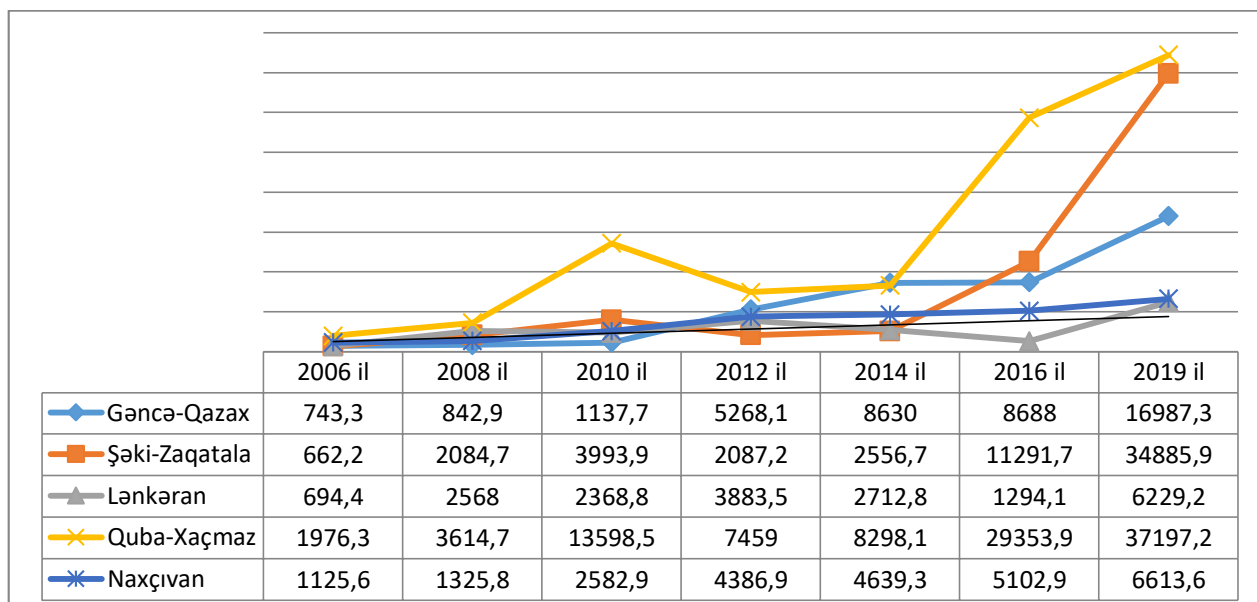
Diagram 2.1.2. 2019-cu il ərzində iqtisadi rayonlar üzrə mehmanxanaların nömrə fondunun yüklənmə faizi

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub.

Beləliklə, göründüyü kimi, Lənkəran İR-da mehmanxanaların 2019-cu ildə **yüklənməsi cəmi 10.1 %** (Diagram 2.1.2). Diaqramdan görüntüyü kimi mehmanxanalar tərəfindən nömrə fondundan istifadə aşağı səviyyədədir. Regionun turizm fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi nəticəsində xeyli sayda daimi və mövsümi iş yerlərinin açılmasına, mövcud iş yerlərinin isə daha artıq həcmə işləməsinə səbəb olacaqdır. Turistlərin orta qalma müddətinin artması yalnız mehmanxanalara deyil regiondakı əyləncə mərkəzlərinin, dükanların, ictimai iaşə obyektlərinin, fərdi satışla məşğul olan şəxslərin, Milli parkların, nəqliyyat sahiblərinin və digər ticarət və xidmət

sahələlərinin gəlirlərinin artımına gətirib çıxarır.

Diaqram 2.1.3-də göründüyü kimi Lənkəran İR mehmanxanalarının gəliri iqtisadi rayonlar arasında ən aşağı göstəricidir. Yalnız 2018-2019-cu illərdə müəyyən artım olmasına baxmayaraq yerləşdirmə obyektləri həmin illəri ziyanla başa vurmuşlar. Qeyd edək ki, turoperatorluq fəaliyyəti və mehmanxana fəaliyyəti üzrə xüsusi razılığın – lisenziyanın tətbiqi 2015-ci ilin dekabrında qüvvədən düşmüşdür.



Diaqram 2.1.3. İqtisadi rayonlar üzrə mehmanxanaların 2006-2019 illərdə gəlirləri (min man.)

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/tourism/> (15.01.2021)

Cədvəl 2.1.3-dən göründüyü kimi regionda 1 nəfərə düşən məhsul buraxılışı ölkə göstəricisindən və 1 nəfərə düşən turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətləri isə 3,9 dəfə aşağıdır. Regionun İnkişaf Proqramının işə düşməsi ilə regionda turizm fəaliyyəti aktivləşdiyi halda gələn turist axınının xeyli artmaq şansı olacaqdır. **2019-ci ildə orta illik yüklənmə 60% olacağı halda mehmanxanaların gəlirini hesablayaq:** 2019-cu ildə region mehmanxanalarında olan tutum 3658 olmuşdur və əldə olunan 10.1% yüklənmə 91436 gecələmə hesabına baş verib. Orta hesabla 1 gecələmədən 68.13 manat (6229.2 min manat gəlir/91436 gecələmə) əldə edilmişdir.

Cədvəl 2.1.3

2019-cu il Azərbaycan Respublikası və Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə
əsas iqtisadi göstəricilər

№	Göstəricilər	Ölkə üzrə	Lənkəran İR üzrə	
			faktiki	hesablama (proqnoz)
1	Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yüklənmə faizi	22.1%	10.1%	60%
2	Məhsul buraxılışı (min manat)	88104332.3	1813005.6	2056680.6 (+243675.0)
3	Qeyri-neft sektoru (min manat)	44471800.0	1813005.6	2053714.6 (+243679.0)
4	Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətləri (min manat)	2105351.5	48735.8	292414.8 (+243679,0)
5	Əhalinin orta illik sayı (min nəfər)	10024.3	941.9	941.9
6	1 nəfərə düşən məhsul buraxılışı (manat)	8789.1	1924.8	2181.1 (+256,3)
7	1 nəfərə düşən Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətləri (manat)	210.02	51.7	310.4 (+258,7)
8	Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətlərinin məhsul buraxılışında payı (%)	2.4	2.7	14.2 (+11.5)
9	Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətlərinin qeyri-neft sektoru daxilində payı (%)	4.7	2.7	14,2 (+11.5)

Mənbə: cədvəl www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib edilib

Region üzrə **bütün digər iqtisadi göstəricilər** eyni qaldığı zaman yerləşdirmə obyektlərində yükləmə 60% olduğu halda 2.1.3 formuldan istifadə etməklə qazanıla biləcək gəlirin məbləğini hesablamaq olar.

$$D_h = (D_f / G_f) * (C_y * 365 * 60\%) \quad (2.1.3)$$

$$D_h = (6229.2 / 91436) * (3658 * 365 * 60\%) = 54579.1$$

Nəticədə mehmanxanalar ümumən 54579.1 – 6229.2= **48349.9 min manat əlavə gəlir** əldə etmək imkanına malik olardılar.

Beləliklə, iqtisadi rayonda 1 nəfərə düşən turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətləri 310.4 manata qalxmalı, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətlərinin ümumi daxili məhsulda və qeyri-neft sektoru daxilində payı 14.2-yə bərabər olacaq idi. Beləliklə, mövcud nömrə fondundan daha səmərəli istifadə etməklə yerləşdirmə obyektləri əsaslı surətdə gəlirlərini xeyli artırmaq imkanına malik olurlar.

Yerləşdirmə obyektlərində nömrələrdən istifadə, yəni yüklənmə faizi həmin

obyektlərin fəaliyyətinin uğurunu bildirir. Lakin yüklənmə faizini qaldırmaq üçün turistlərin regiona axınını artırmaq məqsədilə fasiləsiz olaraq kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsi tələb olunur. Ölkəmizdə turizm mövsümünün ən yüksək günləri iyul-avqust aylarına təsadüf edir. Statistik göstəricilərə əsasən müəyyən edilib ki, 2015-ci ildə ölkə üzrə turistlərin sayının daha çox olduğu dövrdə istifadə olunan yerlərin yüklənmə faizi 65%, son 7 ildə həmin göstərici 59-61% arasında olmuşdur.

Mehmanxana və ictimai iaşə müəssisələri əldə etdikləri gəlirləri özlərində saxlamırlar, onlar bu vəsaitlərin 80%-dək qədərini işçilərin maaşına, dövlət büdcəsinə ödənişlər, kommunal xidmətlər, cari xərclər və digər formalarda xərcləyirlər. Beləliklə, bu vəsait “multiplikasiya” effekti ilə dalğavari olaraq regionun müəssisə və sakinlərinə çatır. İsveçrə alimlərinin hesablamalarına görə turizm xidmətlərinin istehsalından əmələ gələn multiplikator gəliri ölkələrdən və ya regionlardan asılı olaraq 1,2-dən 4-ə qədər dəyişir. Bundan başqa **turizm müəssisələri** tərəfindən və yerləşdirmə obyektlərindən geniş xidmət çeşidi təklifi ilə turistlərin çəkdiyi xərclər daha da artmalıdır. Bu isə öz növbəsində regiona daxil olan pul vəsaitlərinin artması ilə yerli sakinlərin hər nəfərinə düşəcək gəlirin yüksəlməsi ilə nəticələnəcəkdir.

Lənkəran İR-na gələn turistlərin sayı ildən ilə azaldığı kimi müalicə məqsədilə gələnlərin sayı da azalır. Belə ki, Regionda 2014-ci ildə yalnız 293 nəfər, 2015-ci ildə isə 177 nəfər müalicə məqsədilə olmuşdur. Turistlərin məqsədlərinə görə səfərlərinin tədqiqi göstərir ki, 2018-ci ildə ölkədaxili turizm (daxili və gəlmə turizm) kateqoriyasında ölkəmizdə mehmanxanalarda yerləşdirilmiş turistlərin səfərlərinin təqribən 19%-i işgüzar məqsədlərlə həyata keçirilir. Bu göstərici Bakı şəhərində 22,9% olmuşdur. Lənkəran regionunda səfərdə olmuş və mehmanxanalarda yerləşdirilmiş turistlərin 2010-cu ildə 28%-i, 2016-cı ildə isə 50%-i, 2018-ci ildə 42,9%-i işgüzar məqsədlə gəlmişlər. Bilindiyi kimi, beynəlxalq gəlmələrdə işgüzar turizm ən bahalı turizm növü sayılır. Çünki məhz işgüzar məqsədlərlə səfərə çıxmış turistlər daha yüksək xidmətlər tələb edir, işgüzar görüşləri komfortlu şəraitdə keçirməklə yanaşı asudə vaxtlarında da yüksək səviyyəli xidmətlər proqramı tələb edirlər. İşgüzar turistlər gəldikləri regionda yalnız yemək və yatmaq məqsədilə vaxtlarını keçirmirlər. Onlar iştirak etdəcəkləri görüşləri üçün yüksək səviyyəli təminatı olan məkanlar seçir,

müvafiq xidməti tələb edirlər.

Mehmanxana fəaliyyətinin regionun iqtisadiyyatında yerinin ayırd edilməsi üçün *EViews* paketi vasitəsilə 2007-2018 illər üzrə göstəricilərinin reqressiya təhlili aparılıb.

Cədvəl 2.1.4

Lənkəran İqtisadi Rayonun sosial-iqtisadi göstəriciləri, illər üzrə

İllər	Məhsul buraxılışı (cari qiymətlərlə, min man.)	Mehmanxanaların gəliri (min man.)	Muzdlı işləyənlər (min nəfər)
2007	606538,4	1555,4	68,8
2008	756855,1	2568,0	69,9
2009	732656,9	2494,3	69,2
2010	836 757,1	2368,8	67,5
2011	1 009 421,9	3109,0	68,2
2012	1 123 032,3	3883,5	69,3
2013	1 257 464,6	2417,9	69,8
2014	1 343 654,1	2712,8	70,1
2015	1 456 310,8	2129,8	69,7
2016	1 645 842,5	1294,1	70,3
2017	1 871283,90	1707,8	70,8
2018	1 864975,80	3139,4	71,4

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub.

Cədvəl 2.1.4 göstəricilərindən istifadə edilərək *EViews* paketi ilə illər üzrə verilənlərin təhlili aparılmışdır:

- 2007-2018-cı illər üzrə qiymətləndirmə komandası məqsədi ilə region üzrə 2 dəyişənin bir-biri ilə əlaqəsini təyin etmək üçün “əsas sahələrin məhsul istehsalı” (*ESMS*) və “mehmanxanaların gəliri” seçilib (*Estimation Command*):

LS LOG(ESMS); C LOG(MG);

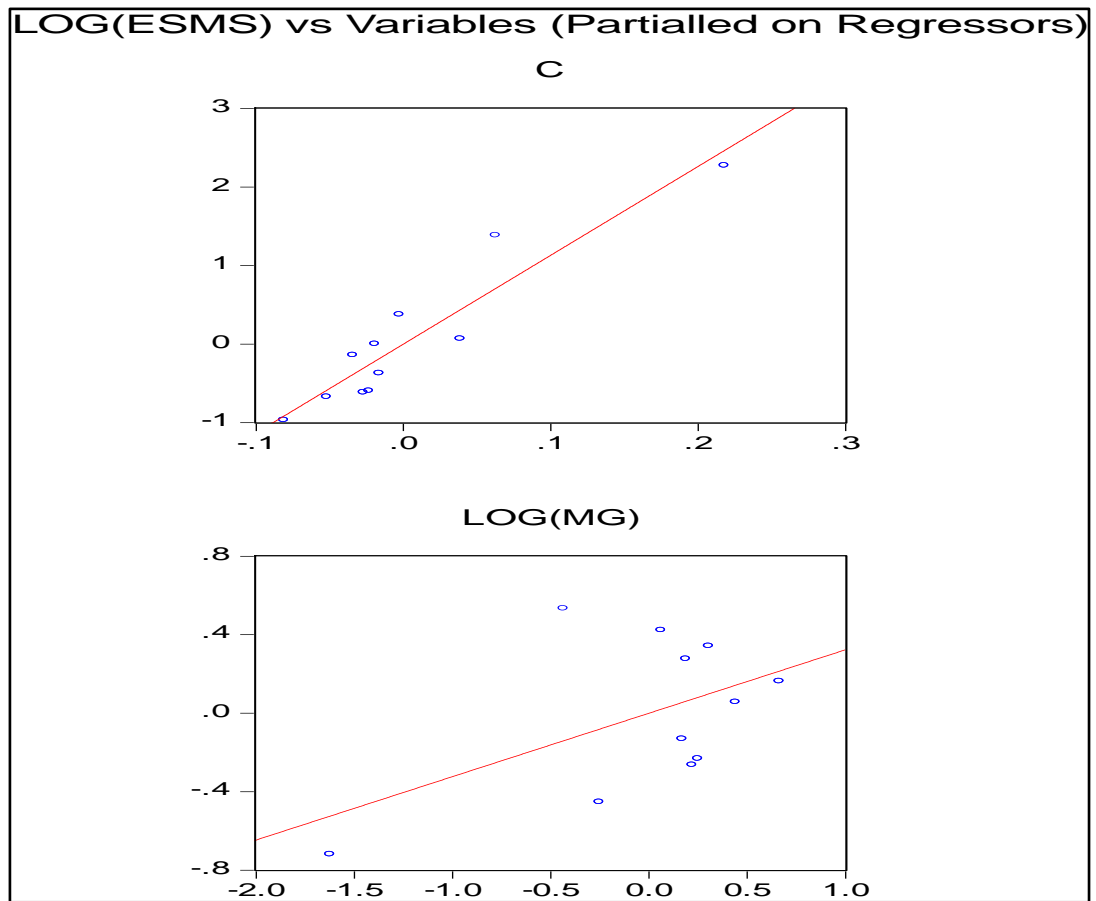
- qiymətləndirmə tənliyi (*Estimation Equation*):

LOG(ESMS) = C(1) + C(2)*LOG(MG);

- dəyişdirilən əmsallar (*Substituted Coefficients*):

LOG(ESMS) = 11.3115035205 + 0.323227248491*LOG(MG)

Korrelyasiya qrafiki formasında göstəricilər aşağıdakı asılılıq şəklini alır:



Qrafik 2.1.1.

Qeyd: 2.1.1 Qrafikləri 2.4 cədvəlinin göstəriciləri əsasında tərtib edilib

Hesablamalardan məlum olur ki, mehmanxanaların gəliri 1% artdığı halda əsas sahələrdə istehsal olunan məhsul 0,032% artmış olur.

Eyni hesablamaları muzzdlu işçilərin sayının mehmanxanaların gəlirindən asılılığı ilə edilmişdir:

- Qiymətləndirmə komandası (*Estimation Command*):

$$\text{LS LOG(MUZZDISH) C LOG(MG)}$$

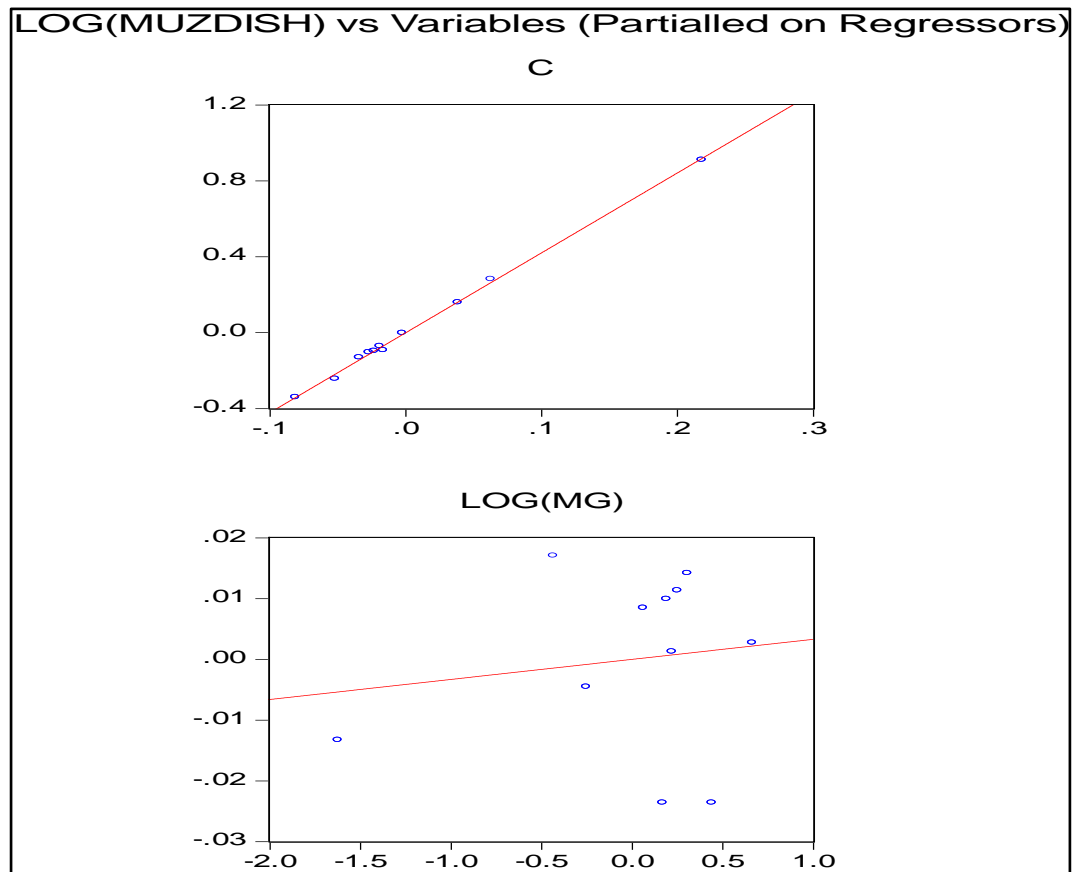
- Qiymətləndirmə tənliyi (*Estimation Equation*):

$$\text{LOG(MUZZDISH)} = C(1) + C(2)*\text{LOG(MG)}$$

-Dəyişdirilən əmsallar (*Substituted Coefficients*):

$$\text{LOG(MUZZDISH)} = 4.21062525632 + 0.00330214884558*\text{LOG(MG)}$$

Korrelyasiya qrafiki formasında göstəricilər aşağıdakı asılılıq şəklini alır:



Qrafik 2.1.2.

Qeyd: 2.1.1 və 2.1.2 Qrafikləri 2.2.4 cədvəlinin göstəriciləri əsasında tərtib edilib.

Hesablamalardan məlum olur ki, mehmanxanaların gəliri 1% artdığı halda region üzrə muzdlı işçilərin sayı 0,03% artmış olur. Təsirin bu qədər kiçik olması mehmanxanalarda işləyənlərin sayının az olması ilə əlaqədardır. Belə ki, təhlil edilən dövrdə (2007-2018 illər) regionda əhalinin orta illik sayı 858.2 min nəfər, muzdlı işçilərin sayı 69,6 min nəfər, mehmanxanalarda işçilərin sayı isə cəmi 326 nəfər olmuşdur.

Yerinə yetirilmiş hesablamalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, dəyişilənlər arasında birbaşa əlaqə vardır. Mehmanxanaların gəlirinin artımı regionun əsas istehsal sahələrinin həcminə və muzdlı işçilərin sayına təsir edir. Belə ki, mehmanxanaların gəlirinin yüksəlməsi bu obyektlərdə turistlərin sayının və müvafiq olaraq iş həcminin artımı ilə müşayiət olunur. İş həcminin artımı öz növbəsində əlavə işçilərin cəlb olunmasına səbəb olur. Mehmanxanaların iş həcminin çoxalması regionun ümumi daxili məhsulunun artımına gətirir. 2.2.3 cədvəlində verilmiş hesablamalara əsasən bütün digər göstəricilər eyni qaldığı halda mehmanxanalarda yüklənmə 60%-ə çatmış

olduğu halda mehmanxanaların gəliri artmaqla bərabər əsas sahələrdə istehsal olunan məhsul 0,192%, işçi personalın sayı 0.18%-ə daha da artmış olar.

Turizm fəaliyyətinin həcmnin artması regionun sosial-iqtisadi inkişafına təsiri ilə nəticələnir. Turistlərin sayının çoxalması yalnız mehmanxana müəssisələrinin və ictimai iaşə obyektlərinin gəlirinin artımı deyil, eyni zamanda bir sıra digər sahələrin fəaliyyət effektivliyinin yüksəlməsi ilə müşayiət olunur. Turizmin inkişafı ilə əhalinin demoqrafik tərkibi və regionlar üzrə yerləşməsi turizm sahəsində məşğulluğu artırır və turistlər üçün zəruri olan xidmət və əmtəə təklifinin artırılmasına səbəb olur [36, s.80].

Azərbaycan ərazisinin əhəmiyyətli hissəsi zəngin turizm ehtiyatlarına malikdir və burada müvafiq istirahət infrastrukturunu da mövcuddur. Lakin buna baxmayaraq bu potensial kütləvi turizm baxımından az istifadə edilir. Ərazilərin turizm fəaliyyəti məqsədi ilə istifadəsinin genişləndirilməsi üçün əhəmiyyəti, investisiya cəlb ediciliyi, istifadə mümkünlüyü üzrə müvafiq tədqiqatlar aparılmalıdır.

Regionun sosial problemlərinin həll edilməsində turizm fəaliyyəti xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Turizm fəaliyyəti hesabına yeni iş yerləri açılır, əhalinin həyat səviyyəsi qalxır, regionun tədiyyə balansı yüksəlir. İnkişaf etmiş sosial-mədəni servis və turizm sahəsi təhsil sisteminin inkişafına təsir edir, xidmət sisteminin yaxşılaşdırılmasına və yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqinə imkan yaradır. Turizm fəaliyyətinin təsiri ilə regional hakimiyyət qurumları və ayrı-ayrı müəssisələr, yerli əhali ətraf mühitin, tarix və mədəni irsin, abidələrin mühafizəsində və bərpasında iştirak edir. İnvestisiyaların qoyulması turizm sahəsini inkişaf etdirməklə təbii-rekreasiya potensialının qorunmasında maraqlı olur. Lakin iqtisadiyyatın inkişafının müasir dövründə xarici iqtisadi əlaqələr mühüm rol oynayır.

Ekologiya və təbii sərvətlər Nazirliyinin mütəxəssisləri tərəfindən işlənib-hazırlanmış turist marşrutları milli parkların fərqli ərazilərindən keçməklə müxtəlif mövzular üzərində qurulub [əlavə 3,5]. Ölkəmizdə parklara turistlər üçün giriş ödənişlidir. Nazirliyin e-saytından məlum olur ki, Milli Parkların ərazilərində 2015-ci ildə 43 ekocığır və marşrut mövcud idi. 2018-ci ildə ekocığır və marşrutların sayı 101-ə çatmışdır.

Xarici vətəndaşlar üçün ölkəmizə daxil olmaq məqsədilə vizanın alınması

sadələşdirilmiş formada həyata keçirilir. Viza rejimi olmayan ölkələrdən olan turistlər üçün isə tamamilə heç bir məhdudiyyət yoxdur.

XX əsrin 80-ci illərində SSRİ rəhbərliyinin qəbul etdiyi inkişaf planlarına əsasən Azərbaycanın Xəzərsahili əraziləri turizm bölgəsinə çevrilməli idi. Lənkəran şəhərində hətta coxmərtəbəli otelin tikintisinə başlanmışdı. Lakin yerli əhalinin etirazı tikintinin dayandırılmasına səbəb oldu. İllər keçdikcə insanların dünyagörüşü dəyişir, turizmin əlavə gəlir mənbəyi olması öz üstünlüyünü biruzə verir. Lənkəran regionunun potensialından düzgün istifadə etməklə müəyyən şərtlər daxilində turizmin inkişafına nail olmaq olar. İlk növbədə isə marketinq araşdırmalarının aparılması, ölkəmizin digər ərazilərində, xarici ölkələrdə regionun turizm ehtiyatlarının ekzotikliyi və infrastrukturunun təbliğ edilməsidir.

2006-2008-ci illərdə dissertasiyanın müəllifi tərəfindən regionun Astara, Masallı, Lənkəran rayonlarının kəndlərində turizmə olan münasibət və turistlərin kənd evlərində yerləşdirilməsi barədə tədqiqat keçirilmiş və anket sorğusu aparılmışdır (Əlavə 6). Bir çox kənd ailələri evlərində müəyyən ödəniş əvəzində turistlərin saxlanmasına razı olduqlarını bildirdilər. Sorğu nəticəsində zamanı aşağıdakılar məlum oldu:

- Həmin illərdə turistləri qəbul edən evlərdə olan şərait tələblərə tam cavab vermirdi. Turistlər göstərilən xidmətlərdən əksər hallarda narazı qalırdılar;

- Anket sorğusu zamanı qonaq otaqlarının kiçik təmirinə, mətbəxə əlavə avadanlığın yerləşdirilməsi və isti su ilə təminatı, sanitariya qovşağının müəyyən tələblərə cavab verməsi üçün yenidənqurma işlərinin aparılması məsələləri qeyd edildi;

- Turistlərin qəbulu üçün kənd evlərində təqribən 3-5 min manatlıq təmir işləri aparılmalıdır. Bu vəsaiti isə kənd sakinlərinə məqsədli kredit şəklində güzəştli formada təqdim etmək olardı;

- Kəndlərdə bir sıra 2-3 mərtəbəli, bütün şəraiti olan evlər çox hallarda boş qalır. Ev sahibləri regiondan kənarda, paytaxtda, xaricdə işlədiklərinə görə buraya kiçik müddətə gəlirlər. Belə olan halda həmin evlərin sahibləri ilə razılaşaraq evləri turistlərin yerləşməsi üçün istifadə edilməsi daha məqsədəuyğun olardı.

Sorğuya 100-dək kənd sakini cəlb edilmişdi. Regionda turizmin inkişaf etdirilməsinə yalnız 10%-dək sakin mənfi cavab vermişdir. Əsas səbəb kimi turistlərin

açıq geyimləri və gənclərin davranışına neqativ təsirin olacağı bildirildi. Evlərində turistləri yerləşdirmək istəyənlərin 80%-i hazırlıq və təmir işlərinə ehtiyac olduğunu bildirdilər. Kənd evlərində əsas problemlər sanitariya qovşağının həyətdə olması və qənaətbəxş formada olmaması, mətbəx avadanlığının çox hallarda köhnə olması idi. Yataq dəstlərinin ailə üzvləri sayından 2-3 dəfə çox olması turistlərin rahat gecələmələrində problem yaratmamalı idi.

Kənd turizmi bütün dünyada inkişaf etmiş turizm növüdür. Ölkələrin əksəriyyəti bu turizm növünün inkişaf etdirilməsinə dəstək verməklə əlavə olaraq daha artıq xarici turistlərin cəlb olunmasına nail olurlar. Hər bir xarici turist üçün gəldiyi ölkənin yerli əhalisinin yaşayış tərzini, ev kulinariyası daha cəlbedici olur və istirahətin ekzotikliyinə vurğulayır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə Avropada yerləşdirmə obyektlərində ümumi yerlərin 15%-i kənd qonaq evlərinin öhdəsinə düşür. Bu sorğunun nəticələri və müvafiq təkliflər vaxtilə keçmiş Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinə təqdim edilmişdir.

2015-ci ildə dissertasiya müəllifi tərəfindən regionda daha iki sorğu keçirildi. “Yerli sakinlərin turizmə münasibəti” sorğusu (Əlavə 7) Lerik, Lənkəran, Yardımlı və Astara rayonlarından olan 124 sakini arasında aparıldı. Sorğuda iştirak edənlər regionda turizm fəaliyyətinin faydası, məşğulluğa təsiri, xalq yaradıcılığının genişlənməsi, turistlərə müxtəlif xidmətlərin göstərilməsi imkanlarının olması, turistlərin öz evlərində yerləşdirilməsi ilə əlaqəli problemlərin olub-olmaması və digər sualları cavablandırmışlar. Yekun nəticədə yerli əhali turizmə müsbət rəyini bildirmişdir.

İkinci sorğu (Əlavə 8) regionun tanınmış istirahət mərkəzində istirahət edənlər arasında keçirildi. Məlum oldu ki, turistlərin 75% buraya 2 və daha çox dəfə gəliblər, xidmət səviyyəsindən və qiymətlərdən razı olduqlarını bildirmişlər. Sorğuda iştirak edənlərin hamısı Bakı şəhərinin sakinləri idi. İstirahət mərkəzinin paytaxtdan 320 km-lik məsafədə olmasına baxmayaraq buranın təbii resursları və xidmət səviyyəsi hamını razı salırdı. Bəzi çatışmayan cəhətlərinə baxmayaraq bu istirahət mərkəzi turistləri özünə cəlb edir, həftəsonu burada boş yer yox idi. Deməli, istirahət mərkəzinin fəaliyyətində gəliri artırmaq üçün potensial vardır.

Regionun ümumi daxili məhsulunun istehsalının ildən-ilə artımı, turistlərə

edilən xidmətlər həcmindən, yerli əhalinin turistlərə və ümumən turizm fəaliyyətinə olan münasibətindən aydın olur ki, bu sənaye sahəsi regionun sosial-iqtisadi inkişafında əhəmiyyətli rol oynayacaqdır. “Doğrudan da, turizm çox vaxt iqtisadi yenidənqurma nəticəsində dağılmış icmaların regional və milli iqtisadiyyatlardakı iqtisadi mövqelərini bərpa etmələrini və inkişaf etdirmələrini təmin edə biləcək bir əsas ünsür olaraq görülür” [111].

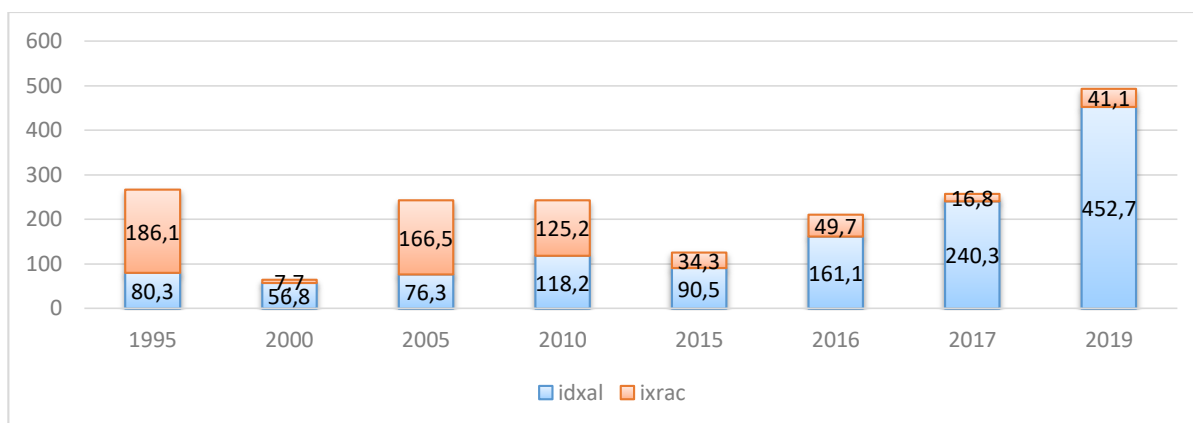
Statistik məlumatlara görə ölkəmizdə 2019-cu ildə 432 turizm müəssisəsi – səyahət agentlikləri və turoperatorlar fəaliyyət göstərmişlər və bunlarda 2205 işçi olmuşdur. Bu müəssisələrin 98%-i Bakı şəhərində yerləşir. Lənkəran İR-da turizm müəssisələrində cəmi 4 nəfər işçi olmuşdur və həmin il bunlar tərəfindən 778,3 min manatlıq yollayış vərəqi satılmışdır. 2019-cı ilin yekununa görə regionun turizm müəssisələrinin əldə etdikləri gəlir 72,3 min manat və xərcləri isə 29,6 min manat olmur. Yerli turizm firması yerli sakinlərə göstərdikləri xidmət əsasən regiondan kənara müalicə sağlamlıq mərkəzlərinə və xarici ölkələr olmuşdur.

2.2. Sərhədyanı əməkdaşlıqda beynəlxalq təcrübənin Lənkəran İqtisadi Rayonunda tətbiqi imkanları

Dövlətlər arasında sərhədyanı ticarət qədim dövrlərdən mövcud olub. Bunun səbəbi sərhədin hər iki tərəfində yerləşən ərazilərin fərqli idarəetməyə, istehsalata, ixtisaslaşmaya malik olmasıdır ki, nəticədə istehsal olunan məhsulların çeşidi, keyfiyyəti, təyinatı ölkədən-ölkəyə müxtəlif olur. Avropa ölkələrində sərhədyanı region əməkdaşlığı XX əsrin 50-ci illərindən başlayaraq get-gedə daha intensiv sürətdə inkişaf etməyə başlamışdır. İntensiv əməkdaşlığın əsas səbəbi siyasi sabillik və iqtisadi inkişaf olmuşdur.

Azərbaycan həmsərhəd olduğu ölkələr arasında Rusiya Federasiyası ilə daha böyük həcmdə ticarət dövriyyəsinə malikdir. İran İslam Respublikası ilə Azərbaycan arasında ticarət dövriyyəsi ildən-ilə dəyişir və stabil deyil. Ölkəmizin xarici ticarət dövriyyəsində İran 1,2%-ə malikdir. Əgər 1990-cı illərdə ticarət dövriyyəsində

ölkəmizdən ixrac daha çox yer tuturdusa, 2010-2019-cu illərdə İrandan idxal üstünlük təşkil etmişdir (Diaqram 2.2.1).



Diaqram 2.2.1. Azərbaycan Respublikası ilə İran İslam Respublikası arasında ticarət dövriyyəsi (mln ABŞ dolları)

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/trade/>

İran ölkəmizin xarici ticarət üzrə 40 əsas tərəfdaş sırasında 19-cu yerdə, 4 həmsərhəd ölkə arasında isə sonuncudur. Rəsmi statistikaya görə, 2019-cu ildə Azərbaycanın beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin ümumi həcmi 33.3 mlrd. dollardan çox olub. Dövriyyənin əksər hissəsi Rusiya, Çin, Türkiyə, İsveçrə, İtaliyanın və Böyük Britaniyanın payına düşüb. Azərbaycanla İran arasında iqtisadiyyat, mədəniyyət, səhiyyə və digər sahələr üzrə hökumətlərarası sazişlər bağlanıb. Azərbaycan, İran və Türkiyə xarici işlər nazirlərinin 2013-cü il aprel 16-da İranın Urmiya şəhərində keçirilən görüşdə qəbul edilmiş bəyanatda sərhədyanı ticarət, nəqliyyat, daşınma, turizmin inkişafı məqsəduyğun sayılıb. Azərbaycan Respublikasının keçmiş Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə İran İslam Respublikasının Mədəni İrs, Əl İşləri və Turizm Təşkilatı arasında turizm əməkdaşlığı sahəsində imzaladıqları İcra Proqramı (2016-2019) Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 04 oktyabr 2016 il Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir [20]. 2020-ci il fevral ayında Tehran şəhərində II ixtisaslaşdırılmış turizm simpoziumunda ölkəmizin nümayəndəliyi iştirak etmişdir. M.Ağazadə “ölkələrimiz arasında əməkdaşlıqda məhz sərhədyanı azad ticarət zonalarının yaradılması və özəl sektorun daha geniş cəlb edilməsi nəticəsində investisiyaların artırılması böyük potensiala malik olduğunu” [51, s.71] bildirir.

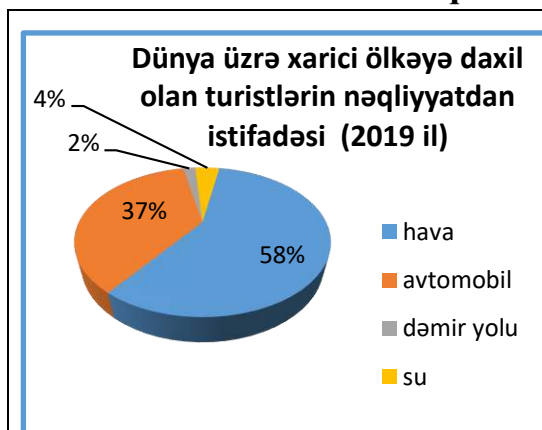
Rusiyalı müəllif Q.Yarovoy “Avropada regionalizm və transsərhəd əməkdaşlıq”

monoqrafiyasında digər ölkələrdən olan müəlliflərin tədqiqatlarına, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq sübut edir ki, regionlar arasında əməkdaşlıq barədə bağlanmış razılaşmalar həmin ərazidə sərhədin hər iki tərəfində yerləşən inzibati rayonlara regiondaxili əməkdaşlığın həyata keçirilməsində və bununla bağlı hər hansı problemlərin həll edilməsində qarşılıqlı səlahiyyətlər verir. Bu cür ərazilər *Euroregion* adlandı. Bu halda məhz “ucalan” regionalizm transsərhəd əməkdaşlığın inkişafında yeni impuls oldu [108, s.178].

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin turizm üzrə hər il hazırladığı bülletenlərdə ölkəmizə və xüsusilə də tədqiqat ərazisi olan Lənkəran İR-na gələn xarici turistlər və onlarla bağlı göstəricilərin təhlili maraqlı mənzərəni üzə çıxarmışdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının və Dövlət Statistika Komitəsinin illik hesabatlarında göstərildiyi kimi Azərbaycana 2015-ci ildə 1921,9 min, 2017-ci ildə 2454,0 min və 2019-cu ildə 2863,5 min əcnəbi turist gəlmişdir. Əcnəbi turistlərin ölkəmizdə etdikləri xərclər 2015-ci ildə 1132,4 mln manat, 2017-ci ildə 2285,3 mln manat, 2019-cu ildə 2971,4 mln manat olmuşdur [12, səh.22]. Əvvəlki illərdən fərqli olaraq 2017-2019-cu illərdə beynəlxalq turizm forması ilə tədiyyə balansı ölkəmiz üçün müsbət olmuşdur. Hər turist olduğu ölkə daxilində, regionda fərdi şəkildə nəqliyyata, qidaya, əyləncələrə, şou-proqramlara, alış-verişə xərclədiyi pul vəsaitləri barədə heç kimə hesabat vermir.

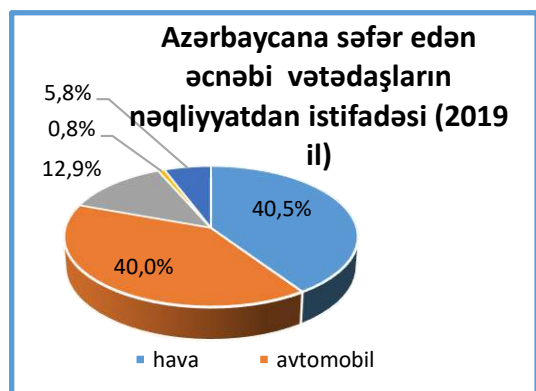
Ölkəmizlə həmsərhəd olan Rusiya Federasiyasından gələnlərin 51,3%-i, Gürcüstandan gələnlərin isə 85,9%-i sərhədimizi avtomobillə keçmişdir. Burada qeyri-adilik yoxdur. Birgə sərhədlərin olması və hər ölkə ilə bir-neçə sərhəd-keçid məntəqəsinin işləməsi qonşu ölkələrin turistlərinin məhz avtomobil nəqliyyatından istifadəyə üstünlük verməsinə səbəb olur. Xaricə səfərə çıxan turistlər istifadə etdikləri nəqliyyat növlərindən hava nəqliyyatına daha çox üstünlük verirlər. Bunun da səbəbi uzaq məsafələri tez qət etməklə turizm destinasiyasında daha çox qalmaq imkanı əldə etməkdir. BMÜTT-nin məlumatına əsasən Dünya üzrə 2019-cu ilin beynəlxalq turist daşımalarının 58%-i hava nəqliyyatına düşür (Diaqram 2.2.5). Azərbaycana gəlmiş xarici turistlərin 40.5%-i hava nəqliyyatından istifadə etmişdir (Diaqram 2.2.6) [9, s.11].

Diaqram 2.2.2

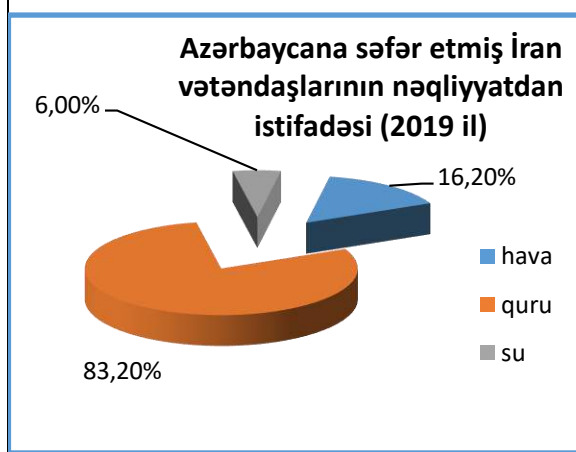


Mənbə: www.unwto.org - International Tourism Highlights Edition-2019 (110)

Diaqram 2.2.3



Mənbə: www.stat.gov.az /tourism/ Azərbaycanla turizm. Statistik məcmuə. Bakı-2020 (11)



Diaqram 2.2.4

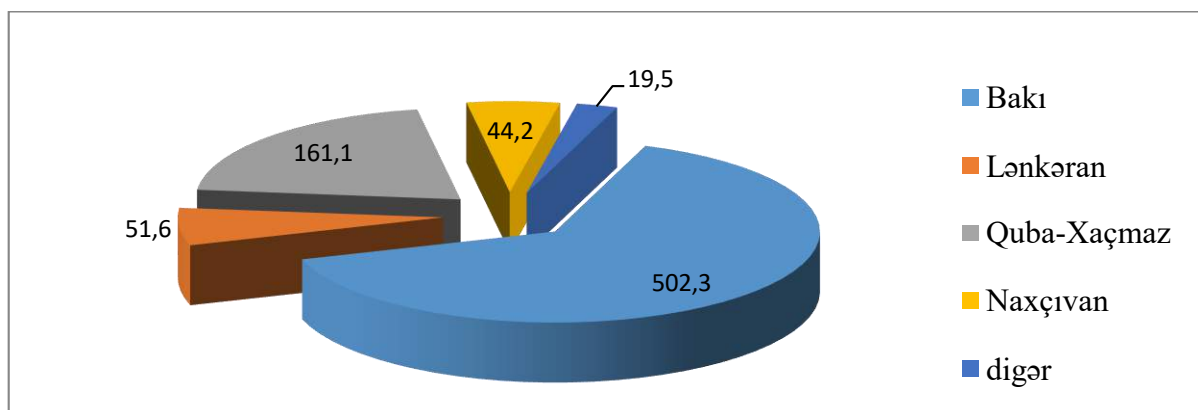
Mənbə: www.stat.gov.az /turizm/ Gəlmə və xarici (getmə) turizm 2019-cu il, Statistik məcmuə, BAKI-2020 (11)

Azərbaycanla ümumi sərhədi olan İrandan ölkəmizə gələnlərin sayı hər il 150 min - 370 min arasında dəyişir. Belə ki, 2008 ildə ölkəmizə 308,7 min, 2010-cu ildə 350,0 min, 2015-ci ildə 149,6 min və 2019-cu ildə 255,6 min İran vətəndaşı gəlib. 2.5 və 2.6 diaqramlarında Dünya üzrə olan göstəricilərdən fərqli olaraq İrandan gələnlərin 83.2%-i (Diaqram 2.2.7) məhz avtomobillə ölkəmizə daxil olmuşlar.

BMÜTT-nin məlumatına görə 2018-ci ildə dünyada turistlərin 56%-i xaricə asudə vaxt, rekreasiya və tətillərin keçirilməsi, 27%-i qohumların ziyarəti, dini, sağlamlıq və digər məqsədlə, 13%-i biznes və peşəkar məqsədlərlə, 4%-i digər məqsədlərlə səfər ediblər. 2014-cü ildə ölkəmizə səfər edən xarici turistlərin 31%-i və 2018-ci ildə isə 29.7%-i məhz biznes və peşəkar məqsədlərlə gəlmişdir. Xarici turistlər arasında İranlı turistlərin 2019-cu ildə biznes və peşəkar məqsədlə səfəri 25.1% təşkil etmiş, istirahət (54.2%), qohumlara baş çəkmə (15.4%), dini (0.8%) və müalicə-

səhlamlıq (2.6%) məqsədləri ilə gələnler cəmi 73% təşkil etmişdir.

Azərbaycana gəlmiş İran turistlərinin 83%-i fərdi yerləşmə obyektlərində (kirayə ev, qohum və dostların evi, özünə məxsus ev) qalırlar. İran turistlərindən fərdi evlərdə qalmalarının çox olmasının səbəbi bununla izah edilir ki, gələnlərin əksəriyyətinin ölkəmizdə qohumu çoxdur və daha ucuz yerləşdirmə obyektlərini seçirlər. Ölkəmizdə olmuş İranlı turistlərin gecələmələrinin sayı 2014-cü ildə cəmi 544,9 min adam-gecə və 2019-cu ildə 737.6 min adam-gecə olmuşdur ki, bunların da böyük əksəriyyəti Bakı şəhərinin payına düşür (Diaqram 2.2.8). 2019-cu ildə İran turistlərinin 68,1%-i Bakı şəhərində gecələdiyi halda, bu göstəriciyə görə ikinci yerdə İranla birbaşa ümumi sərhədə malik olmayan Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu olub və İranla birbaşa həmsərhəd olan Lənkəran və Naxçıvan iqtisadi rayonlarını xeyli geridə qoyub. Belə ki, iranlı turistlərin bu 3 regionlarda gecələmələri müvafiq olaraq 21,8%, 7% və 6% olmuşdur (Diaqram 2.8). Bunun səbəbi onunla izah edilir ki, Quba-Xaçmaz regionunu seçmiş İran turistləri Nabran ərazisinin çimərliklərindən istifadə məqsədini əsas tuturlar.



**Diaqram 2.2.5. İran turistlərinin Azərbaycan rayonlarında gecələmələri
2019 il (min adam-gecə)**

Mənbə: www.stat.gov.az/turizm/

Azərbaycandan İrana turizm məqsədilə 2014-cü ildə 647,1 min nəfər, 2016-cı ildə 728,6 min nəfər, 2019-cu ildə 1353,3 min nəfər turist getmişdir. 2014-cü ildə xaricə müalicə məqsədilə getmiş turistlərimizdən 57%-i, 2019-cu ildə isə 65.3%-i məhz İrana səfər etmişlər (Cədvəl 2.2.1). Bu isə İran səhiyyəsinin Azərbaycanda populyar olması və həmin ölkədə xidmətlərin haqqının aşağı olması ilə bağlıdır. Xaricə

getmiş hər azərbaycanlı turist orta hesabla 553.8 manat pul xərcləmişlər (2407572.8 min manat : 4347,3 turist). İran hökuməti ölkəsinin Azərbaycanla həmsərhəd olan ərazilərində bizim vətəndaşlara müalicə xidmətlərinin göstərilməsi məqsədilə tibb ocaqlarının tikilməsini planlaşdırır.

Cədvəl 2.2.1

İrandan Azərbaycana və Azərbaycandan İrana məqsədlərinə görə səfər edən turistlərin sayı (min nəfər)

Məqsədinə görə səfər edilməsi	İrandan Azərbaycana		Cəmi turistlərə nisbətən %-lə		Azərbaycandan İrana		Cəmi turistlərə nisbətən %-lə	
	2014 il	2019 il	2014 il	2019 il	2014 il	2019 il	2014 il	2019 il
Cəmi turist	126,7	238,0	100,0	100,0	647,1	1353,3	100,0	100,0
Biznes və işgüzar	29,4	59,7	23,2	24.8	182,1	174.7	28,1	12.9
İstirahət və əyləncə	75,0	129,0	59,2	54.2	137,2	224.6	21,2	16.6
Qohumların, dostların ziyarəti	15,6	36,7	12,3	15.4	66,6	136.7	10,3	10,1
Müalicə, sağlamlıq	2,7	6,2	2,1	2,6	96,8	175.5	15,0	13,0
Dini	1,0	1,9	0,8	0.8	89,9	215.2	13,9	15,9
Bazarlıq	0,6	1,2	0,4	0.5	63,4	403.6	9,8	29,8
Digər	2,5	3,3	2,0	1.4	11,0	23.0	1,7	1,7

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin və “Gəlmə və xarici (getmə) turizm, 2019-cu il”, məcmuəsinin göstəriciləri əsasında tərtib edilib

“Beynəlxalq turizmin sərhədyanı rayonlarda inkişafının amillərindən biri qonşu ölkələrdə oxşar mallara qiymətlərin fərqli olmasıdır. Belə ki, Avstriyanın sərhədyanı ərazilərində məhsul və xidmətlərə qiymətin yüksək olması səbəbindən buranın əhalisi qonşu Slovakiyaya şop-turlar edirlər. Digər misal – Rusiyanın Kalininqrاد vilayəti, və habelə Uzaq Şərqdır” [52]. Eyni ilə bu səbəbdən və xüsusilə yeni malların alınması məqsədilə Azərbaycanın İranla, Gürcüstanla, Rusiya ilə həmsərhəd ərazilərinə bizim sərhəd sakinlərinin alış-veriş üçün getmələri misal ola bilər. Başqa səbəblərə qohumlarını görmək əsas amil kimi nəzərə almaq olar.

Azərbaycana gələn əcnəbi turistlərin sayı ildən-ilə artır. Bu isə ölkəmizin əcnəbilər üçün maraq ərazisi olduğunu bildirir. Azərbaycana daha çox xarici turistlərin cəlb edilməsi məqsədilə müxtəlif səpgili tədbirlər təşkil etmək tələb olunur. 2016-cı il sentyabrın 1-də ölkə Prezidenti tərəfindən imazalanmış “şop-festivalın keçirilməsi” barədə sərəncamın icrası ilə və 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanla təsdiqlənmiş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin Strateji Yol

Xəritəsi”ndə turizm fəaliyyətinin ölkəmizin iqtisadiyyatında önəmli yer tutması üçün bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur [5].

Azərbaycanla İran arasında iqtisadi, mədəni, turizm əlaqələrinin genişləndirilməsi məqsədilə hökumətlərarası sazişlər, memorandumlar, razılaşmalar əldə edilmişdir. “2011-ci ildə Tehran şəhərində keçirilmiş “Rəşt – Astara (İran) - Astara (Azərbaycan Respublikası)” dəmir yolu xəttinin tikintisi ilə bağlı İran, Azərbaycan və Rusiyanın dəmir yolları qurumları arasında Anlaşma Memorandumu imzalanmışdır [120]. Göstərilən məlumatdan aydın olur ki, İrandan ölkəmizə və əksinə keçən insanların və yük daşımaların əsas axını məhz Astara sərhəd keçid məntəqəsində baş verir. Bu isə Lənkəran regionunun Azərbaycan üçün mühüm transsərhəd ərazi olduğunu bildirir. Astara (İran) – Astara (Azərbaycan) dəmir yolu xəttinin, Ələt-Astara yeni avtomobil yolunun istifadəyə verilməsi bu istiqamətdə sərnəşin və yük daşımalarını daha da artırmaqla bərabər nəqliyyat xətlərinin istismarı və işlək halda saxlanması üçün, nəqliyyat vasitələrinə daimi texniki xidmətin göstərilməsi məqsədilə yeni iş yerlərinin açılması, turist axınının hər iki tərəfə daha intensiv olması deməkdir.

Dəmir yolu xəttinin açılması və müasir tələblərə uyğun olan avtomobil yolunun istifadəyə verilməsi İranla həmsərhəd olan Lənkəran İR-da turizmin inkişafı üçün perspektiv imkanlar açılır.

Sərhədyanı sakinlərin sərhəd xəttini sadələşdirilmiş qaydada keçməsi 1990-cı ildə iki ölkənin hökumətləri arasında bağlanmış memorandumla əsasən həyata keçirilirdi. Bu sənədə əsasən iki dövlət arasındakı sərhəd xəttindən hər iki tərəfə 45 km enində yerləşən sərhədyanı rayonlarda yaşayan dövlətlərin vətəndaşları sərhədi keçib 15 gün müddətində həmin ərazidə qala bilərdilər [16]. 2005-ci ildə İranla Azərbaycan arasında sərhədyanı əhalinin sadələşdirilmiş qaydada sərhədi keçmək barədə daha iki sənəd imzalanmışdır [18,19]. Bu cür sərhəd keçmələri həmin ərazinin əhalisinin İrana alış-veriş məqsədilə gedərək müxtəlif çeşidli yüngül sənaye, yeyinti sənayesi, elektrik sənaye və məişət cihazlarının və bir çox digər malların gətirilməsinə imkanlar yaratdı. İran vətəndaşları da ölkələrində defisit olan malları almaq, istirahət etmək məqsədilə Azərbaycana səfər edirdilər. Sərhədi keçənlərin sayı qat-qat artırdı. Astara sərhəd keçid məntəqəsindən Rusiya, Gürcüstan, Ukrayna və digər ölkələrin vətəndaşları da intensiv

istifadə edirdilər [13]. Alış-veriş turlarının əsas yer tutması ilə Astara, Lənkəran, Masallı və Cəlilabad şəhərlərində kortəbii surətdə “İran” bazarları yarandı. Həmin bazarlardan ölkəmizin başqa regionlarından və MDB ölkələrindən gələnlər özlərinə və satış üçün tələb olunan malları topdansatış formada alaraq qayıdırdılar. “İran” bazarlarının ətrafında xeyli sayda qidalanma obyektləri açılıb fəaliyyət göstərirdi. Alış-verişə gələnlərin gecələmələri üçün yerli sakinlər evlərini təklif edirdilər. Regionun əhalisi sərhədin açılması ilə müəyyən dərəcədə əlavə gəlir əldə etmək imkanı əldə etdi.

Həmsərhəd dövlətlərin sərhədyanı regionlarının məhsuldar əməkdaşlığı barədə Avropa və Şimali Amerikada çoxlu sayda nümunələr vardır. Sosializm düşərgəsi buxovlarından azad olan Şərqi Avropa ölkələri onlarla həmsərhəd olan inkişaf etmiş Qərbi Avropa ölkələri ilə sərhədyanı regionların əməkdaşlığı barədə bir sıra sazişlər imzalamışlar. Qonşu ölkələrin sərhədyanı əməkdaşlığının iqtisadi, sosial, mədəni faydası barədə N.Mejeviç, N.Juk [85], M.Bilçak [99], Derek R. Hall, Melanie K. Smith [110] əsərlərində bildirmişlər.

1992-1995-ci illərdə bir-neçə Almaniya-Polşa transsərhəd birlikləri yaranmışdı. “Neyse-Nisa-Nısa” Avroregionu 1992-ci ildə Almaniya, Çexiya və Polşa sərhədyanı ərazilərində yaradılıb. Bu regionun ərazisi 494 min kv. km, əhalisi 1,44 mln nəfər təşkil edirdi. Ərazi sənaye cəhətdən yaxşı inkişaf edibmiş. Kənd təsərrüfatı bir o qədər də əhəmiyyətli yer tutmurdu. Bu ərazi turizm perspektivli sahə idi və Polşa tərəfdə yaxşı inkişaf etmiş infrastruktura malik idi. Ərazinin strateji əhəmiyyəti onda idi ki, Cənubi Avropadan Skandinaviyaya gedən yol üstündə idi.

“Pro-Avropa Viadrina” Avroregionu 1993-cü ildə Almaniya sərhədyanı şəhərləri assosiasiyası ilə Polşanın rayonlar birliyi əsasında yaradılıb. Bu Avroregionun yaradılması dövründə sənaye müəssisələri və kənd təsərrüfatı özəlləşdirmə və modernləşdirmə prosesi getdiyindən burada işsizlik yüksək idi. Avroregionun yaradılması ilə problemlər həll edildi. Bu ərazidən Şərq-Qərb nəqliyyat dəhlizinin keçməsi sosial-iqtisadi problemlərin həllində xüsusi rol oynadı.

Avroregionların fəaliyyətindən müəyyən iqtisadi effekt əldə edildi. Təkcə “Neyse-Nisa-Nısa” Avroregionunun fəaliyyəti nəticəsində 1994-1996-cü illər ərzində Polşa tərəfində 900 mln dollar həcmində 32 layihə həyata keçirilmiş və işsizlik

sahəsində pozitiv nailiyyətlər əldə edilmişdir.

Polşanın qonşu ölkələrlə 20-dək Avroregion zonası vardır. Bu zonalarda çoxlu sayda transsərhəd tematik turist marşrutları salınmışdır. Avroregionlarda qonşu ölkələrin sərhədyanı əhalisi yerli adət-ənənələrinin, ənənəvi sənətkarlıq işlərinin və təsərrüfatçılıq qaydalarının saxlanması qayğısına qalırlar.

Sərhədyanı rayonların əməkdaşlığı yalnız iqtisadi maraqlar deyil, eyni zamanda təbiətin mühafizəsi, ekoloji tarazlıq məqsədilə də həyata keçirilir. Belə ki, Almaniyanın cənubunda yerləşən “Bavariya meşəsi” Milli parkının davamı olan Çexiyanın “Şumava” Milli parkı bir ayrılmaz mühafizə olunan təbiət ərazisidir. Belarus Respublikasının ərazisində yerləşən “Беловежская пуца” dövlət Milli parkı ilə Polşa Respublikasının Belovej Milli parkı vahid təbiət kompleksini təşkil edir. Bu milli parkın 87363 ha Belarusda və 10501 ha Polşa tərəfdə yerləşir.

Lənkəran regionu əhalisinin İranla ticarət fəaliyyətini qaydaya salmaq məqsədilə 1995-ci ildə növbəti sənəd qəbul edildi. “Azərbaycan Respublikası dövlət sərhədinin buraxılış-keçid məntəqələrində Sərhədyanı bazarların yaradılması və fəaliyyəti Qaydaları” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 1995-ci il 13 fevral tarixli, 26 nömrəli qərarı [16] ilə təsdiq edilmişdir. Yaradılmış bazarlar hüquqi şəxs statusuna malik idilər və təsdiq edilmiş Əsasnaməyə əsasən fəaliyyət göstərirdilər. Buraxılış-keçid ərazisinə keçmək üçün bazar müdiriyyətinə, bazar heyətinə və ticarətçilərə xüsusi buraxılış vəərəqələri verilirdi. İki dövlət arasında qəbul edilmiş sənədlər sərhədyanı ticarətin inkişafına və müvafiq olaraq alış-veriş məqsədilə səfərlərin edilməsinə təkan verdi. “Azərbaycan ilə İran arasında sərhədyanı rayonlarda yaşayan hər iki ölkənin vətəndaşlarının sadələşdirilmiş qaydada sərhədi keçmələri haqqında” Memorandumun ləğv edilməsi ilə bağlı Qanun yalnız 26 dekabr 2012-ci il tarixdə qüvvəyə minib.

Azərbaycanla İran arasında sərhədyanı əməkdaşlıq yalnız ticarət fəaliyyəti ilə bağlı olduğundan Lənkəran regionunun istehsalat sahələrinin inkişafına, infrastrukturun yaxşılaşmasına təsiri hiss olunacaq dərəcədə deyildi.

Sərhədyanı regionların inkişafı dövlətlərarası razılaşmalar, iki qonşu ölkə rəhbərliyinin qəbul etdikləri birgə inkişaf layihələri, sərhəd regionlarda inkişaf

layihələrinə münasibətin müsbət olması və s. ilə birbaşa bağlıdır. Buna misal olaraq Rusiya ilə Finlyandiya arasında sərhədyanı regionların əməkdaşlığını nümunə kimi göstərmək olar. *WhiteRoad* (Ağ yol) adlanan layihənin məqsədi Finlyandiyanın layihənin təyin edildiyi regionlara və Rusiya Federasiyasının Kareliya Respublikasına turist axınını artırmaq məqsədilə Rusiyadan, Finlyandiya və Mərkəzi Avropadan olan müştərilərə tələblərə uyğun yeni, yüksək keyfiyyətli, asan əldə olunan turizm məhsulunun yaradılmasıdır [129]. Bir şəbəkəyə daxil olan turist xidmətləri yeni sərhədyanı turizm marşrutları kimi təqdim oluna bilər. Layihədə Finlyandiyanın 2 regionu, bir neçə ictimai təşkilatı, təhsil mərkəzi, Rusiyanın 5 vilayəti və 50-ə qədər turizm müəssisəsi cəlb olunub. Daha 2 layihənin icrası zamanı regionların rəqabətədavamlılıq səviyyəsinin, Rusiyadan olan turistlərin orta statistik profilinin ayırd edilməsi və mütəxəssislərin xidmət sferası haqqında fikirlərinin öyrənilməsi (*Russian Tourism Competence Needs in Future*) ilə yanaşı 5 qonşu ölkənin iştirakı ilə sərhədyanı regionlarda sənaye strukturunun və turizm xidmət infrastrukturunun yaradılması və fəaliyyətini təmin etmək məqsədilə (*From Border to Shared Space*) 2012-2020 illərdə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan layihələr qəbul edilmişdir.

Qonşu ölkələrin sərhədyanı regionlarının əməkdaşlığı ölkələrarası integrasiyaya, əmin-amanlığa, iqtisadi inkişafa, xalqlar arasında dostluq bağlantılarına gətirən yoldur. Təqribən eyni ərazini əhatə edən hər üç layihədə turizmin inkişafı xüsusi vurğulanır və turizm müəssisələrinin aktivliyini artırmaq məqsədilə hər iki tərəfdən onların layihələrin icrasına cəlb edilməsi əhəmiyyətli hesab olunur.

Avropa ölkələrinin təcrübəsinin ölkəmiz üçün tətbiq edilməsi böyük iqtisadi əhəmiyyət kəsb edə bilər. UNWTO-nun hesabatlarından əldə olunan məlumatlara görə ölkəyə gələn turistlərin əksər hissəsini qonşu dövlətlərin vətəndaşları təşkil edir. Bu tendensiya istər Avropa ölkələrində, istərsə də Asiya, Amerika, Afrika ölkələrində müşahidə olunur. Dövlət statistika komitəsinin e-səhifəsindən məlum olur ki, ölkəmizə gələn əcnəbi turistlərin əksəriyyəti məhz qonşu ölkələrdən gəlmiş olur. Belə ki, gələn turistlərdən 2016-cı ildə 79,7%-i, 2019-cu ildə yəni 68,8%-i məhz qonşu ölkələrdən gəlib [119]. 2019-cu ildə ölkəmizə qonşu ölkələrdən gələn turistlərin sayı Cədvəl 2.2.2-də verilib. Həmvətənlərimiz digər xarici ölkələrə nisbətən daha çox qonşu həmsərhəd

ölkələrə səfər etmişlər. Rusiya Federasiyası, Gürcüstan, Türkiyə və İrana gedənlərin ümumi yekunda xüsusi çəkisi 72,8% təşkil etmişdir.

Cədvəl 2.2.2

2019-cu ildə Azərbaycana gələn əcnəbi vətəndaşların və Azərbaycandan xarici ölkələrə gedən vətəndaşların sayı (min nəfər)

Ölkələr	Azərbaycana gəlib		Azərbaycandan gedib	
	Min nəfər	%-lə	Min nəfər	%-lə
İran	238.0	8.3	1353.3	31.1
Türkiyə	291.9	10.2	532.9	12.3
Gürcüstan	600.7	21.0	1354.6	31.1
Rusiya	840.6	29.3	833.1	19.2
Digər ölkələr	892.3	31.2	273.4	6.3
Cəmi	2863.5	100.0	4347.3	100.0

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin və "Gəlmə və xarici (getmə) turizm, 2019-cu il", məcmuəsinin göstəriciləri əsasında tərtib edilib

Qonşu ölkələrin birgə sərhədyanı əməkdaşlığı barədə nümunə kimi Danimarka, Finlyandiya, Norveç və İsveçin 26 may 1977-ci ildə bağladıkları Razılaşmanı misal gətirmək olar. Razılaşmaya əsasən əməkdaşlıq sərhəd zolaqlarda yerləşən yerli icmalar səviyyəsində həyata keçirilirdi. Razılaşmaya görə hər bir yerli hakimiyyət orqanı qonşu ölkələrin analoji hakimiyyət orqanları ilə əməkdaşlıq etmək hüququna malik oldular. [108].

Sərhədyanı əməkdaşlıqda daha bir nümunə Qazaxıstan Respublikası ilə Çin Xalq Respublikası arasında bağlanmış sazişə əsasən ölkələrin sərhədində Xorqos beynəlxalq sərhədyanı əməkdaşlıq mərkəzinin tikintisidir. Sərhədin hər iki tərəfində 528 ha ərazidə yerləşən beynəlxalq mərkəz istifadəyə verilmişdir. Əsasnaməyə əsasən çoxfunksiyalı mərkəzdə beynəlxalq konfranslar keçirmək üçün zallar, rəsm salonu, xalq yaradıcılıq emalatxanaları, informasiya mərkəzi və digər əyləncə və sağlamlıq obyektləri olan mədəni-sərgi zona, ticarət bölməsi, tutumu 5 min yer olan mehmanxana zonası, idman-sağlamlıq zonası, etnoqrafik park və s. yerləşir. Turizm zonasında turfirmaların fəaliyyəti üçün xüsusi sahə ayrılıb [131]. Xorqos beynəlxalq sərhədyanı əməkdaşlıq mərkəzinə oxşar mərkəzin yaradılması Lənkəran İR-nun sürətli inkişafına təkan verə bilər. Əhali sayına və sıxlığına görə iqtisadi rayonlar arasında ilk yer tutan bu region yüksək işsizlik səviyyəsinə görə də fərqlənir. Beynəlxalq ticarət mərkəzinin fəaliyyəti göstərilən problemlərin xeyli azalmasına səbəb ola bilər. Eyni zamanda əraziyə yalnız İrandan

deyil, həm də Türkiyədən, Gürcüstandan, Rusiyadan, Pakistandan, Çindən, Hindistandan, digər ölkələrdən gələnlərin sayı dəfələrlə artacaqdır.

Sərhədyanı əməkdaşlığın qiymətləndirilməsinin məqsədi ilə qonşu ölkənin regiona qoyduğu investisiyaların ölkəmizə etmiş ümumi həcmdə xüsusi çəkisini təyin etməklə Lənkəran İR-na olan marağı müəyyən etmək imkanı yaranır. Bu məqsədlə sərhədyanı əməkdaşlıq əmsalının hesablanması metodikası Cədvəl 2.2.3-də təklif olunur. Əmsalların hesablanması ilə hər xarici ölkənin Lənkəran İR-da fəaliyyət aktivliyini təyin etmək olar. Bunun üçün region üzrə statistik göstəricilərin əldə edilməsi tələb olunur.

Cədvəl 2.2.3

Sərhədyanı əməkdaşlıq əmsallarının hesablanması üsulları

Göstərici	Hesablanma üsulu	Göstəricinin məzmunu
Xarici investisiyaların sərhədyanı əməkdaşlıq əmsalı	$Xİsə = \frac{Xİr}{Xİ}$; burada: $Xİr$ –sərhədyanı regiona qonşu ölkə tərəfindən investisiya; ABŞ dolları $Xİ$ –sərhədyanı regiona ümumi xarici investisiya; ABŞ dolları	Qonşu ölkənin regionda investisiya aktivliyi təyin edilir
Qonşu ölkənin müəssisələrinin regionda iştirakı əmsalı	$XMKsə = \frac{XMKr}{XMK}$; burada: $XMKr$ –qonşu ölkənin müəssisələrinin regionda sayı; vahid XMK –xarici kapitalı olan təşkilatların regionda sayı; vahid	Qonşu ölkənin müəssisələrinin regionda fəaliyyətinin xüsusi çəkisi
Sərhədyanı regionun xarici ticarət dövriyyəsinin əmsalı	$XTsə = \frac{XTr}{XT}$; burada: XTr – regionun qonşu ölkə ilə xarici ticarət dövriyyəsi; ABŞ dolları XT – regionun ümumi xarici ticarət dövriyyəsi; ABŞ dolları	Sərhədyanı regionla qonşu ölkə arasında ticarət dövriyyəsinin xüsusi çəkisi
Sərhədyanı regionun turist mübadiləsi əmsalı	$TMsə = \frac{TMr}{TM}$; burada: TMr – regionun qonşu ölkə ilə turist mübadiləsi; nəfər TM – regionun ümumi xarici turist dövriyyəsi; nəfər	Sərhədyanı regionla qonşu ölkə arasında turist mübadiləsinin xüsusi çəkisi

Mənbə: cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilib

Azərbaycan Respublikası ilə İran İslam Respublikası ümumi sərhədə malikdirlər və üstəlik hər iki ölkənin Xəzər dənizinə çıxışı var. Hər iki dövlət iqtisadi, mədəni və təhlükəsizlik problemləri ilə qarşılıqlı maraqlara malikdirlər. 1993-2018-ci illər ərzində İran və Azərbaycan Prezidentləri 18 dəfə görüşüb, Azərbaycan və İran nümayəndə heyətləri 100-ə yaxın qarşılıqlı səfər həyata keçirib, İran-Azərbaycan Dövlət

Komissiyasının 4 iclası təşkil olunub və 50-yə yaxın sənəd imzalanıb. Ölkəmizdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində 550-yə yaxın İran investisiyalı şirkət fəaliyyət göstərir və Azərbaycan iqtisadiyyatına İran tərəfdən ümumilikdə 2,7 milyard ABŞ dolları investisiya yatırılıb. Bununla belə, ölkəmizə investisiya qoyuluşu üçün geniş imkanlar var. Azərbaycan şirkətləri də İranda fəaliyyət göstərir. İran Azərbaycanın mühüm ticarət tərəfdaşlarındanır və 2019-cu ildə ölkələrimiz arasında ticarət dövriyyəsi 2010-cu ilə nisbətə 2 dəfəyədək artıb. Hər il iki ölkənin iş adamlarının iştirakı ilə biznes forum, sərgilər və işgüzar görüşlər keçirilib. Viza rejiminin sadələşdirilməsi nəticəsində 2017-ci ilin əvvəlindən başlayaraq İran vətəndaşları 3 gün ərzində elektron vizalar ala bilir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev mətbuata bəyanatında bu məqamı vurğulayaraq, demişdir: “Bu gün bir çox sənədlər imzalanmışdır, onların arasında iki sənədi xüsusilə qeyd etmək istərdim. Bunlar Xəzər dənizində birgə işləməyimizlə və Astara-Rəşt dəmir yolunun tikintisi ilə bağlı olan sənədlərdir. Bu sənədlər tarixi əhəmiyyət daşıyır. Çünki bu sənədlərin reallaşması nəticəsində həm Xəzər dənizində, həm nəqliyyat sahəsində bizim əməkdaşlığımız daha da yüksək pilləyə qalxacaq və eyni zamanda, bu, regional əməkdaşlığa da çox müsbət təsir göstərəcəkdir”[137]. Qərbi Avropanın sərhədləri boyunca Aralıq dənizi vasitəsilə və Süveyş kanalından keçən dəniz marşrutu 40 gün çəkir. İran, Azərbaycan və Rusiyanın həyata keçirdiyi və bir çox ölkənin marağına səbəb olan Baş Şərq-Cənub Nəqliyyat Dəhlizi isə bunun yarıya qədər azaldılmasına və hətta malların 12-14 günə qədər çatdırılmasına şərait yaradacaqdır. Müəyyən siyasi-təhlükəsizlik, iqtisadi və mədəni-tarixi amillər Azərbaycan-İran münasibətlərinin genişlənməsini zəruri edir. Hazırkı dövrdə, əsaslı olaraq, iqtisadi münasibətlərə xüsusi üstünlük verilir və ənənəvi sahələrlə yanaşı, yeni iqtisadi sferalar da əməkdaşlıq dairəsinə daxil edilir. Hər iki ölkədə özəl sektorun və ayrı-ayrı regionların birbaşa iqtisadi əməkdaşlığa qoşulması bu mərhələnin özünəməxsusluğunu şərtləndirir. Ölkələr arasında müxtəlif istiqamətlər üzrə əməkdaşlığın geniş potensial imkanları vardır ki, onlardan xüsusilə aşağıdakıları qeyd edilir:

- sərhədboyu bölgələrdə azad ticarət zonalarının yaradılması;
- özəl sektorun birgə fəaliyyətə daha geniş şəkildə cəlb olunması ilə qarşılıqlı investisiya

qoyuluşlarının artırılması.

Lənkəran İR-nun sərhədanı amilindən istifadə etməklə turizm sferasında Avropada sərhədanı əməkdaşlıq təcrübəsinin və beynəlxalq ticarət müstəvisində həyata keçirilməsinin mümkünlüyü vurğulanır. Bu cür əməkdaşlıq Azərbaycanla İran arasında ticarət dövriyyəsinin xeyli artımına səbəb ola bilər.

2.3. Lənkəran İqtisadi Rayonunun sosial-iqtisadi potensialı

Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2019-cu il üçün təqdim etdiyi hesabatdan görünür ki, Dünya Ümumi Daxili Məhsulun 10%-i məhz turizm sənayesinin üzərinə düşür, işləyənlərin hər 10 nəfərindən biri turizm sənayesində çalışır. Turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatında kimya və yanacaq sənayesindən sonra üçüncüdür. Turizm sənayesi Dünya eksportundan 1,4 trilyon ABŞ dolları əldə edib. BMÜTT-nin hesabatında 2019-cu ildə Azərbaycana 2 mln.853 min əcnəbi turist gəlib və gələn turistlərdən 1 mlyrd. 792 mln dollar gəlir əldə edilmişdir [112]. Həmin il ölkəmizdə turizm sənayesinin xüsusi çəkisi ümumi daxili məhsulun 2,4 %-i həcmində olmuşdur.

Lənkəran İR-nun sənayesi ölkə iqtisadiyyatında həddən artıq aşağı göstəricilərə malikdir. Regionda ağır sənaye müəssisələrinin olmaması, atmosferin korlanmaması, eyni zamanda zəngin təbii ehtiyatların - geniş meşə ərazisinin, cay və göllərin, dəniz sahilinin olması məhz turizmin inkişaf etdirilməsi üçün zəruriyyət yaranır. Ərazinin sosial-iqtisadi göstəricilərinin nəticələrini formalaşdıran əsas əlamətlər sosial rifahdan istifadə, ömrün davamiyyəti, fiziki və mənəvi inkişaf səviyyəsidir. İqtisadiyyatın sosial istiqamətinin üstünlüyü olan cəmiyyətdə ərazinin təbii, demoqrafik, istehsalat və digər ehtiyatların balanslaşdırılması nəzərə alınmalıdır. Sosial-mədəni servis və turizmin inkişafının vəzifələri əhalinin komfortlu yaşayışını təmin edə bilən şəhərsalma şərtləri ilə qarşılıqlı bağlıdır. Bu vəzifələrin həyata keçirilməsi turizm-rekreasiya resurslarına arxalanan regionun iqtisadi təməlindən birbaşa asılıdır. Lənkəran regionu ölkəmizin ən səfalı ərazilərindəndir. Burada digər coğrafi ərazilərdən fərqli özünəməxsus subtropik təbii-iqlim şəraiti mövcuddur. Eyni zamanda əhalinin sıxlığı, etnoqrafik müxtəlifliyi,

dənizin, geniş meşə örtüyünün, dağlıq ərazi, dəniz sahilində yerləşmə - bu regionu ölkəmizin digər regionlarından tamamilə fərqləndirir. Hazırkı sosial-iqtisadi göstəricilərinin təhlili ilə müəyyən olunur ki, tədqiq regionu əksər sahələr üzrə digər regionlardan geri qalır.

Cədvəl 2.8-dən göründüyü kimi Lənkəran İR-nun əhatə etdiyi ərazi 6,07 min km² bu isə ölkə ərazisinin 8%-ni, 2019-cu ildə regionda əhalinin orta sayı 941.9 min nəfər, bu da ölkə əhalisinin 9,4%-ni, regionda əhali sıxlığı 1 kv.km-ə 156 nəfər təşkil edib ki, bu isə ölkə üzrə orta sıxlıqdan 40 nəfər çoxdur və bu göstərici üzrə ölkədə birincidir.

Regionun meşə örtüyü ərazinin 23%-ni tutur ki, bu isə ölkənin orta göstəricisindən 11% çoxdur. Şəhər əhalisi region əhalisinin 27%-ni təşkil edir. 2019-cu ildə adam başına düşən gəlir Aran İR-da 3561.7 man., Gəncə-Qazax İR-da 3627.5 man., Şəki-Zaqatala İR-da 3021.1 man., Quba-Xaçmaz İR-da 3433.5 man., Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonunda 3110.4 man., Naxçıvan İR 4040.0 man. və Abşeron iqtisadi rayonunda 4097.5 man. olduğu halda Lənkəran iqtisadi rayonunda 2725.6 man olmuşdur ki, bu da İqtisadi rayonlar arasında ən aşağı göstəricidir. Yalnız istehsal olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının həcminə görə region müəyyən üstünlüyə malikdir. Belə ki, bu göstərici ölkə üzrə kənd təsərrüfatı məhsullarının 9.3%-ni təşkil edir. Keçən əsrin tanınmış iqtisadçısı olan İsveç alimi Karl Qunnar Mürdalın fikrincə, əhalinin əksər hissəsinin vəziyyətinin yaxşılaşmasına təsir göstərməyən iqtisadi artımı böyük hərflə inkişaf adlandırmaq olmaz, o səbəbdən ki, o, əhalinin çox hissəsini kənarda qoymaqla elə onların hesabına həyata keçirilir [57]. Bu misalla bildirilir ki, istirahət mərkəzlərində olan yüksək xidmətlə yanaşı həmin mərkəzlərin ətrafında olan ərazidəki infrastrukturun baxımsızlığından, natəmizlik və yoxsulluq neqativ təzadlar doğurur. Belə ki, istirahət mərkəzindən kənarda gəzintiyə çıxmış turistlər bu təzadlarla rastlaşması ümumən region barədə mənfi təəssürata malik olurlar.

Rəsmi statistik məlumatlar əsasında tərtib olunmuş 2.3.1. cədvəlindən aydın olur ki, əhalinin hər adam başına düşən rayondaxili ümumi məhsul bursxılığı həcminə görə

Cədvəl 2.3.1.

2019-CU İLDƏ İQTİSADI RAYONLARIN ƏSAS SOSIAL-İQTİSADI GÖST

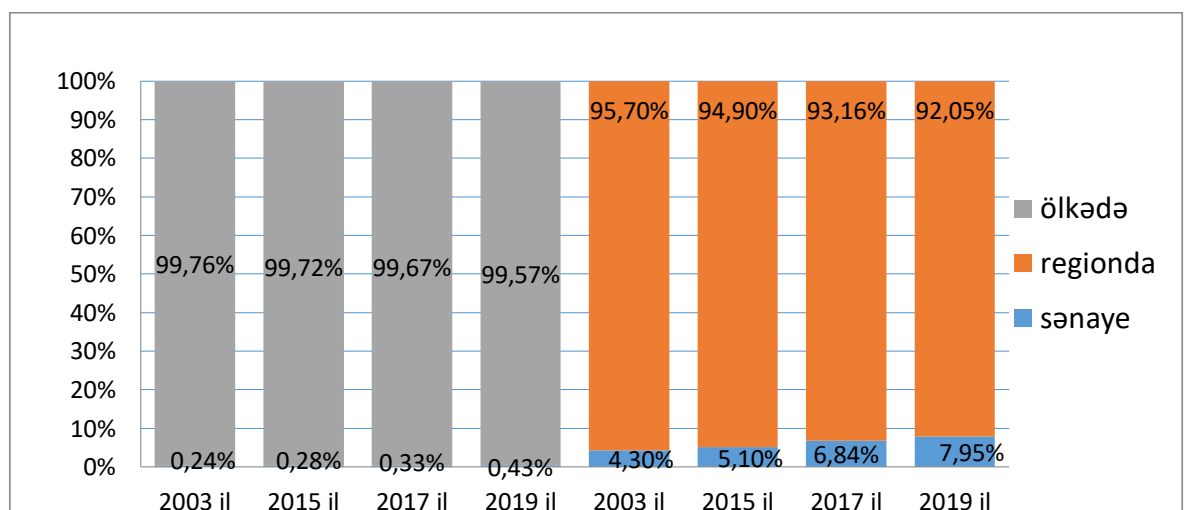
	Ərazi, min kv.km.	2019-cu il üzrə əhalinin orta sayı, min nəfər	İqtisadiy yatda muzdla işləyənlər in sayı, min nəfər	İqtisadiyyat da muzdla işləyənlərin orta aylıq nominal əmək haqqı, manat	Əhalinin gəlirləri, mln manat	Əsas sahələr üzrə məhsulun ümumi buraxılışı, mln. Manat	Sənaye məhsulu, mln manat	Kənd təsərrüfatı məhsulu, balıqçılıq meşə təsərrüfatı, mln manat	Ticarət; nəqliyyat vasitələrin in təmiri, mln manat	Əsas kapitala yönəldil miş vəsaitlər, mln manat*	iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə məhsul buraxılışının hər nəfərə düşən həcmi, manatla
Azərbaycan Respublikası	86.6	10024.3	1646.6	635.1	57035.0	88984.9	46767.6	7399.3	12610.1	17244.8	8876.9
Bakı şəhəri	2.14	2285.3	815.6	868.8	33122.0	60789.0	39666.4	87.9	6503.7	10723.7	26600.2
Abşeron iqtisadi rayonu	3.73	574.6	90.9	503.0	2354.5	5313.9	2274.6	201.2	531.6	1223.0	9248.1
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	12.30	1289.1	140.9	408.7	4676.2	4150.7	944.0	1220.8	1044.3	765.4	3219.8
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	8.84	624.1	73.0	361.1	1885.5	1879.7	424.5	624.7	431.3	384.1	3012.0
Lənkəran iqtisadi rayonu	6.07	941.9	70.2	379.1	2567.3	1822.8	170.8	737.4	604.3	498.2	2725.7
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	6.96	552	51.8	414.3	1895.3	2132.7	277.1	768.4	442.0	455.2	3863.6
Aran iqtisadi rayonu	21.15	2036	209.8	390.3	7251.6	7521.1	1900.4	2513.0	1716.4	1472.3	3694.1
Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonu	7.33	684.9	42.5	351.6	395.1	637.0	42.9	334.3	92.0	67.6	930.2
Kəlbəcər-Laçın iqtisadi rayonu	6.42	258.1	18.0	416.1	-	97.8	0.8	59.0	-	0.4	379.1
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	6.13	320.4	28.1	396.0	996.6	1026.1	50.8	347.0	238.0	316.2	3202.6
Naxçıvan Muxtar Respublikası	5.50	457.9	105.8	484.2	1890.3	3613.7	1014.9	515.5	1006.2	1017.0	7891.9

*2018-ci il məlumatı

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin məlumatları əsasında tərtib edilib

yalnız Yuxarı Qarabağ və Kəlbəcər-Laçın iqtisadi rayonlarını üstələyir. Göstəricilərin aşağı olması işəyararlı işçi qüvvəsinin öz rayonunda işlə təminatının olmaması səbəbindən məşğulluq məqsədilə ya Bakı şəhərinə, ya da xaricə getmək məcburiyyətində olmasıdır. Bundan başqa, muzzla işləyənlərin sayı iqtisadi rayonun əhalisinə nisbətən çox aşağıdır, cəmi 7,6%-dir. Bu göstəriciyə görə Lənkəran İR-nu iqtisadi rayonlar arasında sonuncu yeri tutur. İş yerlərinin olmaması və ya sahibkarlıq mühitinin aşağı olması real işçi qüvvəsinin miqrasiyasına səbəb olur.

Diaqram 2.3.1-dən göründüyü kimi region sənayesinin ölkə və hətta yerli iqtisadiyyatda payı aşağıdır. Regionda ağır sənaye müəssisələri yoxdur. Burada fəaliyyət göstərən sənaye müəssisələri bitkiçilik, heyvandarlıq və balıqçılıq məhsullarının emalına əsaslanır. Ümumiyyətlə, Lənkəran İR-nu daxili məhsul istehsalına görə ölkə üzrə orta göstəricidən xeyli geri qalır. İqtisadiyyat Nazirliyinin məlumatına görə Lənkəran İR-da təbii ehtiyatlardan yalnız mişar daşı, çay daşı, qum, gil, çınqıl, termal-mineral sular mövcuddur [7]. 2019-cu ildə Lənkəran İR-nun ümumi məhsul buraxılışı ölkə üzrə payı cəmi 2,1% olmuşdur və əvvəlki ilə nisbətən 93.2% təşkil etmişdir.

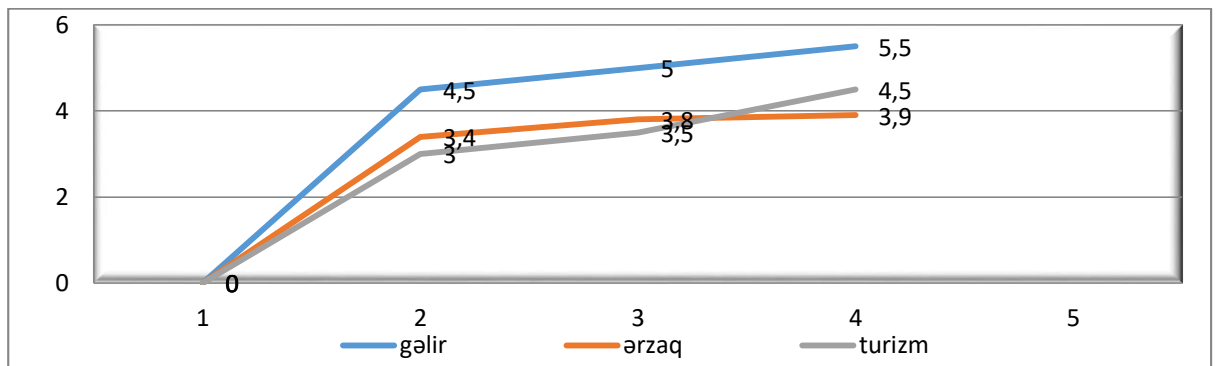


Diaqram 2.3.1. Lənkəran İqtisadi rayonunun sənayesinin əsas sahələr üzrə ümumi məhsul buraxılışında ölkədə və regionda payı

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub

Sosial-iqtisadi sistem (tərz) insana sosial-hüquq vəziyyəti, maddi təmin olunma, mədəniyyət və təhsilin səviyyəsi vasitəsilə təsir göstərir [35, s.145]. İnsanın yaşadığı mühitdən, maddi imkanlarından asılı olaraq tələbatın dairəsi fəniş və ya dar çərçivə ilə məhdudlaşır.

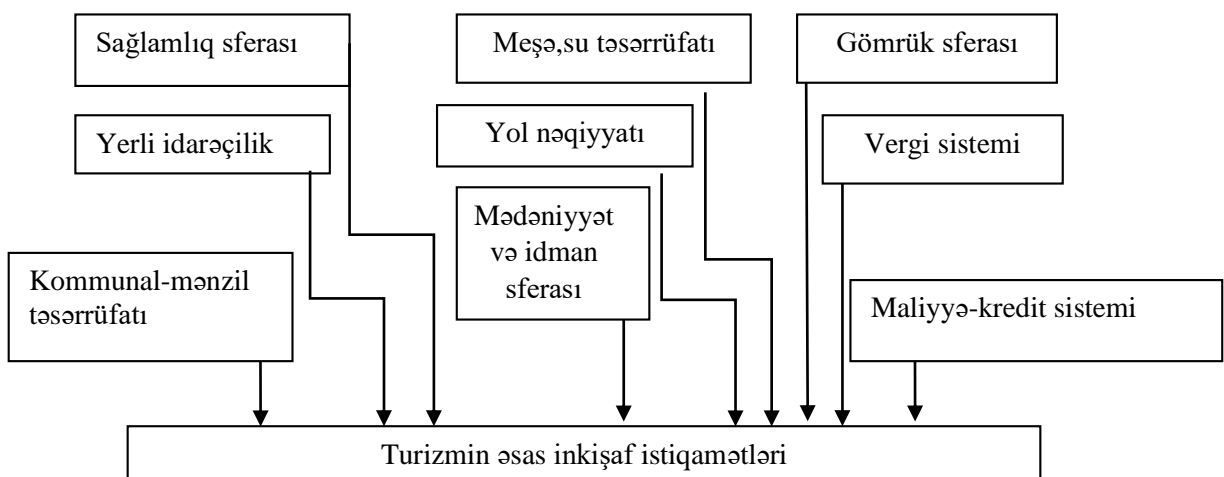
Mədəni-məişət xidmətləri obyektləri ilə təminatı ərazidə həyat səviyyəsinin əsas göstəricilərindəndir. İnsanların həyat səviyyəsi yüksəldikcə onların turist xidmətlərinə tələbatı artır. “...Həyat səviyyəsinin mövcud vəziyyətində cari gəlirlərin artması, ərzaq və qeyri-ərzaq istehlakı üçün daha üstün artımın olmasına üstünlük verilsə, turizmin bu artımdan artıq inkişafı, onun məhsulunun reallaşması nəticəsi ilə özünü büruzə edəcək (Qrafik 2.3.1)” [26, s.249].



Qrafik 2.3.1

Mənbə: Ə.Əlirzəyev, Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi, dərs vəsaiti, Bakı nəşr., 2011, -səh.250

Turistlərin istirahətinin daha uzunmüddətli edilməsi üçün fərqli və geniş çeşidli xidmətlərin təklif edilməsinə tələb vardır. Turistlərin istirahətinin daha məzmunlu keçməsi məqsədi ilə mədəni-məişət obyektlərinin və idman qurğularının mövcudluğu əhəmiyyət kəsb edir. Sxem 2.3.1.-də verildiyi kimi “...funksional model olaraq resurs təminatını, onun üzərində olan məsuliyyətləri və öhdəlikləri sistem halında aşağıdakı kimi təsvir etmək olar” [26, s.254].



Sxem 2.3.1 Resurs təminatı modeli

Regionda turizmin inkişafı üçün müvafiq sayda və keyfiyyətə yüksək sosial, mədəni, maliyyə-kredit, idarəetmə, vergi sisteminin və münasib şəraitin olması gərəkdir. 2018-ci ildə regionda 323 kütləvi kitabxana, 1 teatr (Lənkəran ş.), 16 muzey, 15 mədəniyyət və istirahət parkı fəaliyyət göstərmiş. Regionda dövlətin mühafizəsində olan 715 daşınmaz tarixi-mədəniyyət abidələri var ki, onların 2-si dünya əhəmiyyətli arxeoloji abidə, 272-i ölkə əhəmiyyətli arxeoloji abidədir. Bundan başqa regionda 1039 idman qurğusu, o cümlədən 4 olimpiya kompleksi fəaliyyət göstərir (cədvəl 2.9). Regionda 563 ümumi təhsil, 6 peşə-ixtisas, 5 orta ixtisas və 1 ali məktəb fəaliyyətdədir, 40 xəstəxana 1832 çarpayı sayı ilə və 179 poliklinika müayinəyə və müalicəyə ehtiyacı olanlara xidmət göstərir. “Turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsi yalnız müvafiq infrastrukturun olması ilə başa çatmır. Belə ki, istirahət mərkəzində turistlərə səviyyəli xidmətlərin göstərilməsi ilə yanaşı həmin istirahət mərkəzindən kənarda və ümumən region ərazisində ətraf mühitin vəziyyəti də turistlərin məmnunluğuna təsir göstərir. Turizm məhsulunun keyfiyyəti – turistlərin ehtimal olunan tələbini təmin etmək məqsədilə yerinə yetirilən tur xidmətlərinin və xidmət proseslərinin məcmusudur” [22, s.94].

Cədvəl 2.3.2
2018-ci ildə regionda idman qurğularının sayı

İnzibati rayonlar	İdman qurğularının sayı, cəmi	onlardan			
		Olimpiya idman kompleksləri	İdman zalları olan təhsil ocaqları	Üzgüçülük hovuzları	Atıcılıq tiirləri
Lənkəran iqtisadi rayonu - cəmi	1039	4	306	6	3
o cümlədən:					
Astara rayonu	152	1	53	3	2
Lənkəran rayonu	202	1	71	2	-
Lerik rayonu	143	-	40	-	-
Yardımlı rayonu	164	-	31	-	-
Masallı rayonu	202	1	68	1	-
Cəlilabad rayonu	176	1	43	-	1

Mənbə: www.stat.gov.az/tourism/

Turistin istirahətdən məmnun qalması və regionda daha uzun müddət gecələməsi istirahət mərkəzindəki şəraitdən və ətraf ərazidə olan mühitdən asılıdır. Marşrutda və ya istirahət ərazisində xidmətin keyfiyyəti 3 səviyyədən ibarətdir: 1. texniki keyfiyyət (infrastrukturun vəziyyəti); 2. sosial keyfiyyət

(infrastrukturun xüsusiyyəti, personalın işə münasibəti); 3. ətraf mühitin keyfiyyəti (ekologiya, yerli əhalinin həyat səviyyəsi, kommunal xidmət səviyyəsi).

İqtisadiyyatın sahələrindən biri olan turizm sənayesi regionun iqtisadi həyatında əhəmiyyətli yer tutur. Turistlərin sayının çoxalması turist xidməti göstərən obyektlərin gəlirini artırmaqla yanaşı kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı, avtonəqliyyat xidmətləri, dükanlarda ticarət dövriyyəsinin həcmi artır, muzzla işləyənlərin sayında müəyyən artım nəzərə çarpır. Turizmin inkişaf etdirilməsi regionun əhalisinin əksər hissəsinin – birbaşa turistlərə xidmətdə və bilavasitə turizm sahəsinə aid olan sahələrdə çalışan əhalinin gəlir mənbəyinin artmasına gətirib çıxarar, əlavə daimi iş yerlərinin açılmasına səbəb olar. Bu işə məşhur iqtisadçı Con Meynard Keynsin “multiplikator” nəzəriyyəsi ilə təsdiqlənir.

Cədvəl 2.3.3.
Azərbaycanın iqtisadi rayonlarının əsas iqtisadi, sosial və ekoloji göstəriciləri
üzrə inkişaf reytingi, 2018 il

Sıra say	Region	İqtisadi inkişaf	Sosial inkişaf	Ekoloji inkişaf	Yekun bal
1	Bakı	1	1	10	12
2	Naxçıvan İqtisadi rayonu	2	8	4	14
3	Gəncə-Qazax İqtisadi rayonu	5	3	6	14
4	Şəki-Zaqatala İqtisadi rayonu	8	7	7	22
5	Dağlıq Şirvan İqtisadi rayonu	8	8	2	18
6	Quba-Xaçmaz İqtisadi rayonu	6	6	8	20
7	Abşeron İqtisadi rayonu	3	2	8	13
8	Aran İqtisadi rayonu	5	7	9	21
9	Lənkəran İqtisadi rayonu	9	11	3	23
10	Kəlbəcər-Laçın İqtisadi rayonu	11	10	1	22
11	Yuxarı Qarabağ İqtisadi rayonu	7	9	2	18

Mənbə: www.stat.gov.az e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında tərtib olunub.

Cədvəl 2.3.3.-dən göründüyü kimi Lənkəran İqtisadi Rayonu iqtisadi və sosial göstəricilərə görə digər iqtisadi rayonlara nisbətən aşağı yerlərdə olsa da, ekoloji göstəricilərə görə 3-cü yerdədir. Bu cədvəlin təhlili regionun sırf turizm istiqamətli fəaliyyəti ilə inkişaf etdirilməsinə əsas yaradır. İqtisadi rayonların reytingi hər istiqamət üzrə fərqli göstəricilər əsasında hesablanmışdır. Belə ki, iqtisadi inkişaf - 2.8 cədvəlində əks olunmuş göstəricilər əsas götürülmüş və adambaşına hesablanmışdır; sosial inkişaf - səhiyyə göstəriciləri (hər 1000 nəfərə həkim və tibb işçiləri sayı, hər

10000 nəfərə xəstəxanalarda çarpayı sayı), orta pensiya və orta ünvanlı müavinət əsasında hesablanıb; ekoloji inkişaf isə atmosfərə stasionar mənbələrdən atılan çirkləndirici maddələr (ton) və çirkab suların atılması (milyon kub metr) göstəriciləri əsasında hesablanıb.

Beləliklə, müəyyən olunur ki, Regionun ölkə iqtisadiyyatında tutduğu yer mövcud potensialdan xeyli aşağıdır. 2019-cu il göstəricilərindən məlum olur ki, əhalinin ümumi sayına nisbətə mizdlə işçilərin sayı və ümumi məhsul buraxılışı üzrə Quba-Xaçmaz, Gəncə-Zaqatala, Naxçıvan iqtisadi rayonlara nisbətən Lənkəran İR-da bu göstəricilər aşağıdır. Region sənayesinin ölkə və hətta yerli iqtisadiyyatda payı cüzdür. Ümumən Azərbaycanın iqtisadi rayonlarının əsas iqtisadi, sosial və ekoloji göstəricilər üzrə inkişaf reytinginə görə Lənkəran İR-u sonuncu yerdədir. Kənd təsərrüfatı sahəsi regionun ümumi daxili məhsulunun 92%-ni təşkil edir. Sənaye ölkənin ümumi daxili məhsulunun 0,3%-ni, regionun isə 8%-ni təşkil edir. Regionda ağır sənaye və kimya sənayesi müəssisələri yoxdur, faydalı qazıntılardan isə yalnız inşaat materiallarına yararlı yataqlar mövcuddur. Atmosfərə atılan çirkləndirici maddələrin çəkisi aşağıdır. Bununla da, belə nəticə çıxarmaq olar ki, Lənkəran İR-da əhalinin artım tempini və işsizliyin səviyyəsini nəzərə almaqla yüngül sənaye, konservləşdirilmiş qida məhsulları istehsalı, məişət və ölçü cihazları və digər sahələrə aid müəssisələrin fəaliyyəti üçün geniş imkanlar vardır. Bu isə regionda təsərrüfat subyektlərində, o cümlədən rekreasiya və turizm xidmətləri göstərən iş yerlərinin açılmasını təmin etməlidir. Beləliklə, turizm-rekreasiya ehtiyatlarının potensialından daha effektiv istifadəsi üçün müvafiq təminat yaradılacaqdır. Bu üstünlüklərin yekunu odur ki, regionda olan resurslardan istifadə etməklə ərazidə istehsalın ixtisaslaşması baş verir ki, bu da mövcud təbii ehtiyatların potensialını daha dolğun şəkildə istifadə etmək imkanı yaradır. Regionda turizmin optimal fəaliyyətini həyata keçirməklə daha çox işçi qüvvəsinin iş yerləri ilə təmin etmək imkanı yaranır.

Turizmdə multiplikasiya effekti barədə bir çox müəlliflər (A.B.Kosolapov, M.A.Morozov – Rusiya, F.Kotler – ABŞ, M.Neşkov – Bolqarıstan, digər) açıqlamalar vermişlər. Multiplikasiya effektinin turizmdə daha geniş miqyasda təsir etməsinə bir müqayisə gətirmək olar:

1) Regionda bir mebel fabriki açılmış və buraya yerli sakinlərdən 40 nəfər işə götürülmüşdür. Ən sadə formada həmin insanların işlə təmin olunması 40 ailənin maddi durumunun xeyli yaxşılaşması deməkdir. Fabrikin yerləşdiyi əraziyə asfalt yol çəkilir, təşəbbüskar sahibkarlardan biri tərəfindən yaxınlıqda 3-5 nəfər işçisi olan çayxana açılır. Bununla da regiona olan bununla bitir.

2) Regionda 50 nömrəlik 3*ulduzlu otel açılmış və buraya 40 nəfər işçi ("Mehmanxana dəyərlərinin standart təsnifatlar əsasında regionlararası harmonizasiya meyarları"na uyğun olaraq) qəbul olunmuşdur. Deməli 40 ailənin maddi təminatı yaxşılaşır. Otelə tərəf asfalt yol çəkilir. Turistlər oteldə yerləşdikləri günlər ərzində həm də ətraf ərazidə yerləşən muzeylərə gedir, dükanlarda alver edir, ictimai iaşə obyektlərinin, əyləncə mərkəzlərinin xidmətlərindən istifadə edərkən əlavə xərclər edir. Otel nömrələrinin illik yüklənmə faizi orta hesabla 60% olduğu halda, yeni regiona gələn turistlərin hesabına ərazidə əhali artdığından hər gün təndirdə çörək bişirən kənd sakinləri turistlərin tələbatını ödəmək üçün əlavə un məmulatları hazırlayır, daha artıq süd, ət, göyərti, meyvə və s. satır. Otel ətrafında 5-8 nəfər işçisi olan yeməkhana, əlavə olaraq çayxana açılır. Turistlər şəxsi minik avtomobilləri ilə gəldikləri üçün daha 3-5 nəfər işçisi olan yanacaqdoldurma stansiyası açılır. Beləliklə, turistlərin fərqli tələbatlarını ödəmək məqsədilə dükanlar, ictimai iaşə obyektləri daha geniş məhsul çeşidini təklif edirlər. Daha çox turistlərin gəlməsini dəstəkləyən yerli hakimiyyət orqanları tərəfindən ətraf mühitin qorunması, regionun infrastrukturunun yaxşılaşdırılması üçün tədbirlər keçirilir, yollar salınır, kommunal xidmətlərin fasiləsiz və keyfiyyətli işləməsi məqsədilə yenidənqurma işləri aparılır, tarixi və mədəni abidələrin bərpası və onlara qulluq artır, yerli folklor bayramları keçirilir. Nəticədə regionun cəlbedici görkəmi yaxşılaşır, yerli əhəlinin sosial və maddi həyat səviyyəsi yüksəlir, dünyagörüşü genişlənir. Regiona gəlib-gedən turistlər buranın reklamçılarına dönürlər. Bununla da belə yekuna gəlinir ki, turizm obyektinin açılışı və onun fəaliyyətinin düzgün qurulması regiona daha çox fayda verir. Təqdim olunmuş müqayisədə heç də deyilmir ki, istehsalat obyektləri açılmasın və yalnız turizm obyektləri açılsın. Hər ikisinin – həm istehsalat və həm də turizm obyektlərinin açılması regionun daha yüksək səviyyədə inkişafına təkan verir.

Səyahətçilərin sayının çoxalması regional sənayenin istehsal mallarına tələbatın çoxalması ilə nəticələnir. Öz növbəsində yerli məhsula tələbatın çoxalması əhalinin gəlirini və məşğulluğunu artırır, tələb olunan məhsulun daha çox istehsalına səbəb olur. Regiona gələn turistlər yerli ictimai nəqliyyatın və digər xidmət sahələrinin gəlirinin artmasına təsir göstərir, eynilə rabitə müəssisələrinin də xeyri çoxalır və s. Regiona turistlərin axını xalq sənətkarlıq məhsullarının istehsalının artmasına, folklorun və adət-ənənələrin canlanmasına səbəb olur. Yerli suvenirlərə tələbatın artması yerli sakinlərin gəlirinin artması ilə yanaşı regional turizm məhsulunun reklamına səbəb olur. Turizm biznesinin təsiri ilə regional infrastrukturun genişlənməsi və modernləşməsinə, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehlakının çoxalmasına səbəb olur. Regionun cəlbediciliyi artması ilboyu gələn turistlərin sayının artmasına səbəb olur. Düzgün qurulmuş turizm fəaliyyəti davamlı, stabil inkişafın əsasıdır.

Turizm fəaliyyəti inkişaf etdikcə ərazinin rekreasiya imkanları daha çox istifadə edilir. Ərazinin rekreasiya mənimsənilməsinin əsas müsbət cəhəti odur ki, münasib ekoloji tarazlıq yaranır. Tədqiqat bölgəsində ağır sənaye müəssisələrinin olmaması idman və ekoloji, müalicə-sağlamlıq turizmin inkişafı üçün ən münasib imkanlar yaranır. Bu region özünün müalicə sağlamlıq müəssisələri ilə tanınır və bu sahənin daha da inkişaf etdirilməsinə hər cür potensial mövcuddur.

Sosial-iqtisadi kompleksin əsas tərkib hissələrindən biri mürəkkəb sistemi olan xidmət sahəsidir. İqtisadiyyatı ev təsərrüfatının səmərəli idarə edilməsi elmi kimi xarakterizə etmək olar. İqtisadiyyatın bu tərəfi turizm sahəsinə birbaşa bağlıdır, belə ki, turizm bazarının formalaşdırılması zamanı turist xidmətlərinin hər istehlakçı seqmenti üzrə gəlir və xərcləri nəzərə alınmalıdır. XIX əsrin görkəmli iqtisadçısı və statistiki, “Engel qanunun” müəllifi almaniyalı Ernst Engel qeyd etmişdir ki, daha imkanlı olan insanlar qida məhsullarına daha az pul xərcləyirlər, kommunal xidmətlərə, geyimə çəkilən xərclər eyni ilə qalır, özlərinin mədəni-mənəvi tələbatlarına çəkilən xərclərin xüsusi çəkisi artır. Göründüyü kimi, region əhalisinin xidmət sahəsi vasitəsilə gəlirinin artması onların öz mənəvi qidalarını artırmaq, ölkəmizin digər regionlarına, xarici ölkələrə istirahət etmək məqsədilə səfər etmək imkanlarını artıracaqdır.

Iqtisadiyyat özlüyündə bir-biri ilə əlaqəli olan çoxplanlı kompleksdir, buraya habelə mikro və makro səviyyəli obyektlər də daxildir. Regional iqtisadiyyat yerli xüsusiyyətlər üzərində qurulur. Bizim tədqiqatımızda yerli xüsusiyyətlərdən biri və əhəmiyyətli regionda dövlət sərhədinin olması qəbul edilir. Qonşu ölkə olan İran İslam Respublikasından regiona böyük həcmdə yüngül və yeyinti sənayesi məhsulları, kənd təsərrüfatı məhsulları gətirilir. Import edilən bu malların ucuz olması bir çox hallarda yerlərdə oxşar malların istehsalının qarşısını alır. Lakin eyni zamanda əhalinin bazarda olmayan, az tapılan başqa növ məhsulların istehsalına sövq edir. Bazar iqtisadiyyatı bununla da istehsalatı, insanların müəyyən məhsullara olan tələbatını tənzimləyir.

Regionların turizm potensiallarının qiymətləndirilməsi müxtəlif müəlliflər tərəfindən fərqli baxımdan həyata keçirilir. Bəzi müəlliflər qiymətləndirmədə əsas meyar kimi landşaft və mənzərənin cəlbediciliyinə üstünlük verdikləri halda digərləri tarixi və mədəni abidələrə üstünlük verirlər. Landşaft cəlbediciliyini əsas götürən müəlliflər ərazinin ilk növbədə estetik görüntüsü və turistlər tərəfindən bəyənmə səviyyəsinə arxalanırlar. Tarixi və mədəni abidələri önə qoyan müəlliflər isə abidələrin dünya, ölkə və yerli əhəmiyyəti ilə yanaşı abidələrə baxma müddətinin davamlılığını bir əsas kimi götürürlər. Fikrimizcə, regionun təbii-iqlim ehtiyatlarına üstünlük verməklə yanaşı mövcud olan antropogen obyektlərin də turistlər üçün cəlbedici vəziyyətdə olduğunu əsas götürməklə turizmin inkişafının reallaşması mümkün olar. Xüsusi qorunan ərazilərin təşkili özlüyündə buralara turistlərin cəlb edilməsi üçün əsas amildir. Əvvəlki fəsildə ölkəmizdə mövcud olan 10 Milli park haqqında məlumat verilmişdir. Milli parklar - xüsusi ekoloji, tarixi, estetik və digər əhəmiyyət daşıyan təbiət komplekslərinin yerləşdiyi və təbiəti mühafizə, maarifçilik, elmi, mədəni və digər məqsədlər üçün istifadə olunan təbiəti mühafizə və elmi tədqiqat idarələri statusuna malik olan ərazilərdir. Hazırda milli parklar ölkə ərazisinin 3,7%-ni təşkil edir...[128]. Ölkəmizdə mövcud olan Milli parklar turistlərin üzünə açıqdır və hər kəs istənilən zaman giriş bileti əldə edərək parklarda flora və fauna haqqında ətraflı məlumat əldə etməklə yanaşı at üstü gəzinti, balıq tutmaq və s. xidmətlərdən istifadə edə bilər. 2019-cu ilə olan məlumata əsasən park ərazilərində 6 muzey mövcuddur və

bunları 4992 turist, o cümlədən 905 əcnəbi turist ziyarət etmişdir. Son iki ildə milli parklarımıza gələn turistlərin sayı xeyli artmışdır. Statistika komitəsinin e-portalından alınan məlumata görə Milli parkları 2014-cü ildə 1432 nəfər ziyarət etdiyi halda, 2015-ci və 2016-cı illərdə ziyarətçilərin sayı müvafiq olaraq 74774 nəfər və 195583 nəfər olmuşdur, lakin 2018-ci ildə ziyarətçilərin sayı azalaraq 79789 nəfər olmuşdur. Milli parklara gələn ziyarətçilərin sayının sürətlə artması yəqin ki, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi tərəfindən keçirilən tədbirlərin nəticəsidir. 2018-ci ildə Göy-göl Milli Parkı müvəqqəti olaraq bağlanmışdır.

İnsan həyatında turizm məhsulu heç də ilkin tələbat predmeti deyil. Fərdin gəliri müəyyən səviyyəyə çatdıqdan sonra, turizm onun tələbatına çevrilir. İnsanlarda tələbat artdıqca turizm sahəsi də inkişaf edir. Bununla bərabər turizm sahəsinin inkişafına bir çox digər sosial-iqtisadi amillər də təsir göstərir.

Həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin yüksəldilməsi cəmiyyətin sosial prioritet məqsədidir, gəlirin və maaşların artırılması siyasəti dövlətin həyata keçirdiyi əsas istiqamətdir. Bu məqsədə çatmağın əlamətləri Ümumi Daxili Məhsulun yüksəlməsi və bunun makro və mikro səviyyələrdə bölgüsü mexanizminin təkmilləşdirilməsidir. Müasir istehsalata prinsipə yeni texnika və texnologiya tələb olunduğu kimi, həm də yüksək ixtisaslı işçilər də tələb olunur. Bu mütəxəssislər özlərinin intellektual kapitalı ilə fərqlənirlər. Bu cür insanların sosial ehtiyacları fərqlidir və səyahətə, istirahətə, həyat enerjisinin bərpasına, təhsilə daha çox vaxt sərf edirlər. Bu səbəbdən onların həyat səviyyəsi və keyfiyyəti də yüksək olmalıdır. Yüksək dərəcəli “lüks” xidmətlərlə yanaşı, təbiət qoynunda piyada yürüşlərin təşkili, xüsusi maraq turlarının təklifi də yüksək peşəkarlıqla hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir.

Turizmin inkişaf etdirilməsi istiqamətlərindən əhəmiyyətli ölkədaxili turizmin inkişaf etdirilməsidir. Belə ki, bu zaman ölkə vətəndaşları tərəfindən səfərlər zamanı yerləşmə obyektləri kimi kənd qonaq evlərindən istifadə etməklə fərqli istirahət imkanları əldə edilir. Hazırda ölkəmizin bir sıra rayonlarında olduğu kimi Lənkəran İR-da da kənd qonaq evlərinin xidmətlərindən istifadə edənlərin sayı ildən ilə artır. 2019-cu ildə ölkə üzrə turist səfərinə çıxmış vətəndaşlarımızdan yalnız 2,9%-i mehmanxanalarda, 6,4%-i kirayəyə götürülmüş evlərdə, qohumların və dostların

evlərində 36,6%-i və ailə üzvlərinə aid olan evlərdə isə 33%-i gecələmişlər. Lənkəran İR-da müvafiq olaraq ümumi səfərdə olmuş turistlərdən 0,6%-i mehmanxanalarda, 8,7%-i kirayə evlərdə, 46%-i qohum və dostların evlərində və 44,8%-i ailə üzvlərinə aid evlərdə gecələmişlər. Burada məlum olur ki, ölkə vətəndaşları daxili səfərlər zamanı fərdi yerləşdirmə obyektlərində gecələməyə üstünlük verirlər. Bu səbəbdən ölkədaxili səfərlər məqsədilə satılan yollayışların ümumi sayı 63885 olduğu halda, bunun 92.8%-i Bakıda yerləşən səyahət agentlikləri və turoperatorlar tərəfindən üzərinə düşür. Lənkəran İR-da satılmış yollayışların 2019-cu ildə 631 vahid olmuşdur və bunların 601-i xarici ölkələrə səfər məqsədilə, 30 ədədi isə xaricdən ölkəmizə səfər məqsədilə satılmışdır.

Pandemiya dövründə karantin tələblərinin yumşaldığı zaman və pandemiya sonrakı ilk dövrlərdə daxili turizm formasının daha geniş inkişafı gözlənilir. Belə olan halda vətəndaşlarımızın istirahətə olan ehtiyacını nəzər alaraq əyalətlərdə fəaliyyət göstərən mehmanxanalarla yanaşı, kənd qonaq evlərinə olan tələbat dəfələrlə artacaqdır.

III FƏSİL. LƏNKƏRAN İQTİSADI RAYONUNUN TURİZM DESTİNASİYASINA ÇEVİRLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Lənkəran İqtisadi Rayonunun turizm sənayesinin inkişafı perspektivləri

Region sərhədlərində Turizm İstiqamətli Xüsusi İqtisadi Zonanın yaradılmasının əsaslandırılması. Lənkəran İR-nu turizm destinasiyasına çevirməklə regionun sosial-iqtisadi inkişafına, əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsinə, maddi rifahın yaxşılaşmasına nail olmaq olar.

Təqdim olunan araşdırma göstərir ki, regionda turizm potensialından xeyli aşağı səviyyədə istifadə edilir. Bu problemin aradan götürülməsi, regionun turizm destinasiyasına çevrilməsini və bu vasitə ilə regionun sosial-iqtisadi vəziyyətinin inkişafı, əhalinin məşğulluq səviyyəsini yüksəltmək, maddi rifahını yaxşılaşdırmaq məqsədilə kompleks tədbirlər planının həyata keçirilməsinə böyük zərurət vardır.

Lənkəran İR-nun strateji inkişafında turizm ehtiyatlarının sosial-iqtisadi proseslərlə bağlılığını əsas tutaraq regionun inkişaf proqramının işlənilib-hazırlanması təklif olunur. Bu məqsədlə regionun turizm-rekreasiya kompleksinin xarakteristikası təhlil edilir. "...Regionun bazar kimi fəaliyyətində həmin regionun rekreasiya, turizm, bank sistemi, topdansaş ticarət mərkəzi, tranzit xidmətlər məkanı və beynəlxalq simpozium və əlaqələrin məkanı kimi formalaşması yeni bir regional statusu formalaşdırır. Ona görə də, bir regional bazara ənənəvi baxışlardan fərqli olaraq, onların inkişafının yeni istiqamətlərinə potensial qiymətləndirmə metodologiyasından baxırıq" [26]. Kompleksli sosial-iqtisadi inkişafa nail olmaq məqsədilə Lənkəran İqtisadi Rayonu sərhədləri daxilində **Lənkəran Turizm İstiqamətli Xüsusi İqtisadi Zonasının** yaradılması nəzərdə tutulur. Turizm İstiqamətli İnkişaf proqramının hazırlayacaq **Regional Turizm Şurasının** yaradılması təklif edilir. Regional Turizm Şurasına regionun inkişafında birbaşa rolu olan Dövlət Turizm Agentliyinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin, Maliyyə, Nəqliyyat, rabitə və yüksək texnologiyalar nazirliyinin, gömrük nazirliyinin və digər nazirliklərin yerli idarələri daxil edilir. Regional Turizm Şurasının

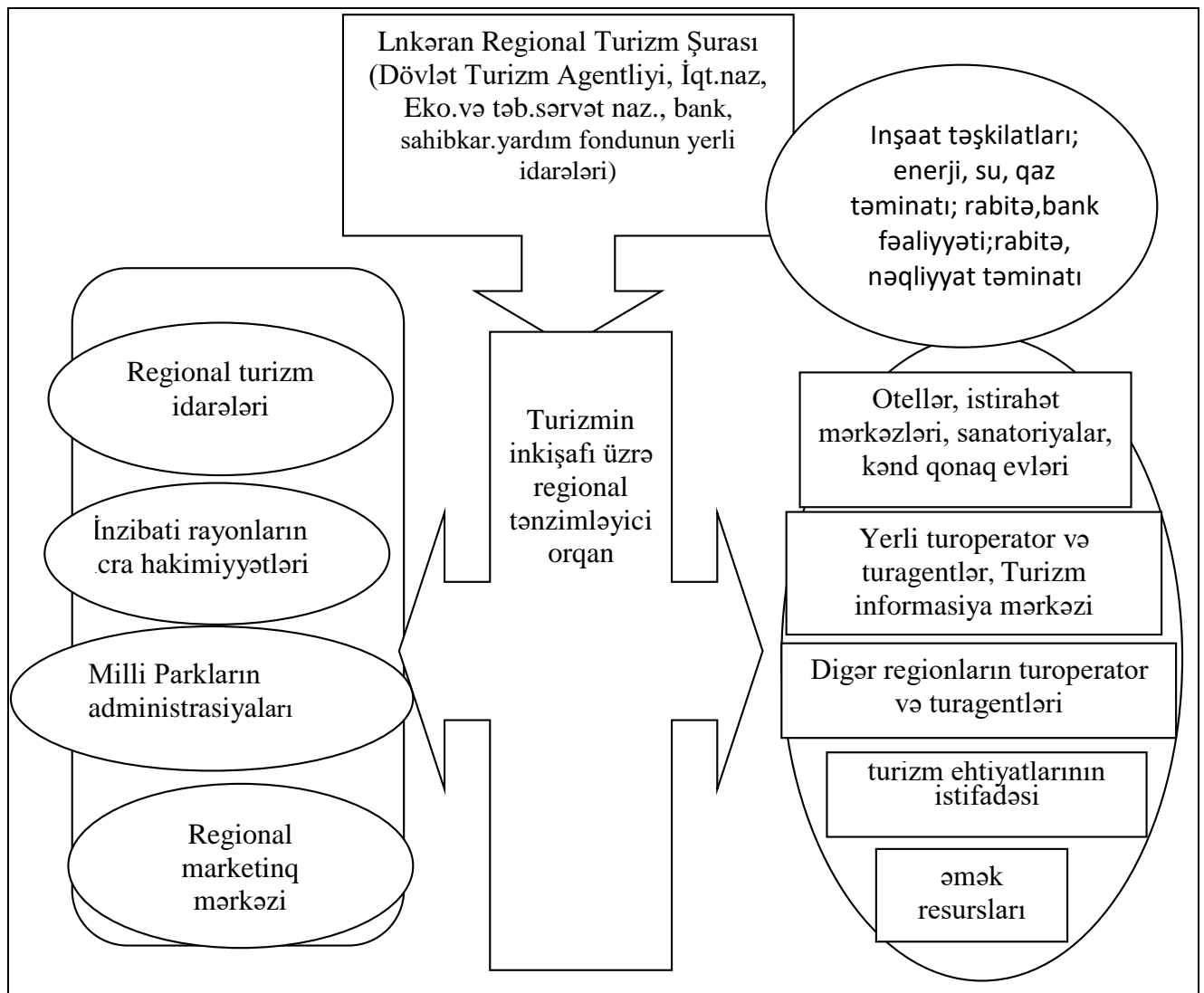
hazırladığı və Nazirlər Kabineti tərəfindən təsdiqlənən Lənkəran İR-un **Turizm İstiqamətli İnkişaf Proqramının** icrası Azərbaycan Turizm Şurasının nəzarəti ilə həyata keçirilə bilər. Regional Şuranın fəaliyyəti regionda fəaliyyət göstərən istehsal və xidmət sahələrinin regionun inkişaf proqramına qatılması və koordinasiya edilməsinə imkan verir. Regionun İnkişafı Proqramının işlənilib hazırlanması region miqyaslı tədbirlərin həyata keçirilməsinin hüquqi bazasını təşkil edir. Bu zaman İnkişaf Proqramının həyata keçirilməsi üçün müxtəlif istehsal və xidmət sahələrinə aid olan müəssisələrin cəlb edilməsi prosesi daha mütəşəkkil formada yerinə yetirilir. Turizm istiqamətli İnkişaf Proqramının qəbul edilməsində məqsəd turizm fəaliyyəti vasitəsilə sərhəd regionunun geniş sosial-iqtisadi inkişafına nail olmaqdır. Məqsədə çatmaq üçün regionda aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi tələb olunur:

- ✓ Marketing tədqiqatlarının aparılması
- ✓ Regional Turizm Reyestri əsasında Turizm klasterlərinin hazırlanması
- ✓ Ölkə və xarici investorların cəlb edilməsi üçün müvafiq maliyyə iqliminin yaradılması
- ✓ Yerli sahibkarların turizm sahəsinə aid fəaliyyətinin kooperasiya formasında fəaliyyətə cəlb edilməsi
- ✓ Regionun turizm potensialını işıqlandıran güclü reklam kampaniyasının keçirilməsi
- ✓ İxtisaslı kadrların hazırlanması
- ✓ Turizm fəaliyyəti ilə əlaqəli hüquqi aktların işlənilib hazırlanması

Proqramda elektrik enerjisi mənbəyinin gücləndirilməsi, yeni içməli su mənbələrinin təminatı, kanalizasiya xətlərinin təzələnməsi, köhnə yolların təmiri və yenilərin salınması, rabitə xidmətinin yaxşılaşdırılması nəzərə alınmalıdır.

Proqramın həyata keçirilməsi prioritetlərin müəyyən edilməsi ilə başlanıla bilər. Əli Əlirzayevin “Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi” kitabında turizm sahibkarlığının təşkili yollarında prioritet sahələr müəyyən edilib. “Turizm gəlirləri regionda prioritet istiqamətdə bölgüsü dövlətin, region əhalisinin payının səmərəli bölgü prinsipləri ilə müəyyən olunur. Beləliklə, turizm işçiləri öz yaşayışlarını, həyat səviyyəsini bu fəalliyətlə bağlı təmin etməklə iqtisadi, mənəvi stimullar alırlar. Turizm prioritetliyi sahibkarlıq prioritetliyi ilə uzlaşır və onun yerləşməsi regionlar üzrə inkişafı tənzimlənən siyasət kimi meydana çıxır.

Prioritetlər tənzimləməni formalaşdırır. Dövlət və qeyri-dövlət təşkilatlarının, sahibkarların, yerli təşkilatların marağını təmin edən prioritetlər sistemi pilləvari iyerarxiya strukturu kimi formalaşır: 1-ci mərhələ - dövlət maraqları prioritetləri; 2-ci mərhələ - region maraqları prioritetləri; 3-cü mərhələ - əhəlinin maraqları prioritetləri; 4-cü mərhələ - turizm subyektinin maraqları prioritetləri” [26, s.195]. Regionun kompleksli inkişafı sahibkarların, istər istehsalat, istər maliyyə-kredit, istər xidmət sahəsində və ya bizim misalımızda olduğu kimi sıx hərtərəfli qarşılıqlı əlaqəli fəaliyyəti kooperasiya formasında idarəetməsi (tənzimləməsi) ilə bağlıdır (Sxem 3.1.1).



Sxem 3.1.1. Regionun turizm potensialının inkişafının idarə edilməsi (tənzimlənməsi) sxemi

Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən tərtib edilib

Bunun destinasiya ərazisində fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün strateji əhəmiyyəti vardır. Hazırkı şəraitdə müxtəlif sferalarda fəaliyyət göstərən müəssisələrin

əməkdaşlığından söhbət gedir. Bunların əməkdaşlığında məqsəd bazarda uzunmüddətli uğurlu fəaliyyətin strateji əhəmiyyət kəsb edən turizm məhsulunun yaranmasıdır [109, s.28].

Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində göstərilib ki, “TRZ-lər (Turizm-rekreasiya zonaları) üzrə idarəetmə strukturuna müvafiq dövlət qurumlarının, yerli bələdiyyələrin, hər bir zonaya daxil olan sahibkarlıq subyektlərinin nümayəndələri, eləcə də ərazidəki torpaq sahibləri daxil ediləcəkdir. İdarəetmə strukturuna daxil olan sahibkarlıq subyektlərinin seçimi zamanı turizm və rekreasiya zonalarında turizm fəaliyyətinə daha önəmli töhfəsi olan nümayəndələrə üstünlük veriləcəkdir” [5, s.46].

Region iqtisadiyyatında istehsalatın kooperasiya formasında idarə edilməsinin effektivliyi yalnız o zaman müsbət nəticə verə bilər ki, əldə olunan mənfəət kooperasiyasız əldə olunan mənfəətdən çox olsun. İdarəetmənin bu əlaməti ictimai-ərazi sisteminin davamlı işləməsini təmin edə bilər. Bu məqsədlə turizm sahəsində çalışan və turizm sahəsi ilə bağlılığı olan təmir, tikinti, kənd təsərrüfatı, balıqçılıq və meşə təsərrüfatı, ticarət, mədəniyyət, nəqliyyat, kommunal xidmət sahələrində çalışan özəl sahibkarların **regional kooperasiya formasında** fəaliyyətinə inandırmaqdır.

Kooperativ fəaliyyət dedikdə sahibkarlıq fəaliyyətinin bir-neçə istiqaməti üzrə birgə və sıx əməkdaşlıq nəzərdə tutulur. Bu zaman banklar sahibkarlara verdikləri kreditləri güzəştli şərtlərlə verir, regionun ümumi cəlbədiciyi barədə reklam kampaniyası birgə ortaq razılaşma ilə həyata keçirilir, turizm infrastrukturu müəssisələri turistlərə xidmətləri aşağı, cəlbədici qiymətlərlə təqdim edirlər. Müxtəlif sahələrə aid olan müəssisə və təşkilatların kooperasiya formasında fəaliyyəti müvafiq qaydada işlənilib-hazırlanmış və müvafiq razılaşmalarla təsdiqlənmiş turizm klasterləri əsasında həyata keçirilir.

Razılaşdırılmış ortaq fəaliyyətin həyata keçirilməsinə aşağıdakı fəaliyyət növlərini aid etmək olar: Ümumi marketinq tədqiqatları - müştərilərin istəyinin öyrənilməsi: müalicə-sağlamlıq, çimərlik istirahəti, ekoturizm, kənd yaşıl turizmi, etnoturizm, ümumi dərkətmə turizmi və s.; Turizm obyektlərinə yolların çəkilməsi,

ətraf ərazinin abadlaşdırılması, tarix-mədəni obyektlərin bərpası, yerli əhaliyə və turistlərə xidmət edən obyektlərin işə salınması və s. işlərin yerinə yetirilməsində təsdiq olunmuş İnkişaf Proqramına müvafiq birgə əməkdaşlıq etmək; ölkədaxili və xarici reklam kampaniyalarının birgə keçirilməsi və sərgilərdə bir stenddə yerləşmək - bu həm ucuz başa gələr və həm də daha effektiv olar; Festival, bayramların keçirilməsi zamanı turistlərin yerləşdirilməsində, onlara xidmətlərin təklif edilməsində həmrəylik göstərmək, istirahət komplekslərinin imkanlarından müştərək istifadə etmək.

Inkişaf investisiyalarsız mümkün deyil. Regionun sosial-iqtisadi inkişafı iqtisadi-coğrafi üstünlükləri nəzərinə ölkə və xarici investisiyalar vasitəsilə baş verə bilər. Ölkədaxili investisiyaların dövlət və özəl sektor tərəfindən edilməsi məqsədəuyğundur. Regionun sərhəddən olmasını nəzərə alaraq qonşu İran İslam Respublikasının da maraqları burada xüsusilə nəzərə alınmalıdır.

Lənkəran İR-da tikintiyə qoyulan investisiyalar ildən ilə artır. Əgər əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalar 2010-cu ildə 133,7 mln manat olmuşdursa, 2018-ci ildə bu rəqəm 498,3 mln manat, 2019-cu ildə 283,3 mln manata çatmışdır. İnvestisiyaların qoyuluşu göstərilən dövr ərzində regionda bir sıra istehsalat və sosial obyektlərinin istismara verilməsi ilə müşayiət olunur. Bu dövr ərzində Lənkəran İR-da sutkada 15 ton çörək məmulatı istehsal edən zavod, saatda min şərti banka istehsal edən konserv zavodu, 1 müalicə diaqnostika mərkəzi, 2 olimpiya idman kompleksi, 1 şahmat mərkəzi, 670 nömrəsi olan avtomat telefon stansiyaları istifadəyə verilmişdir.

“Azərbaycan Respublikasında çayçılığın inkişafına dair 2018–2027-ci illər üçün”, “Azərbaycan Respublikasında çəltikçiliyin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün”, “Azərbaycan Respublikasında sitrus meyvəçiliyinin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün” Dövlət Proqramlarında bu sahələr üzrə konkret istehsal həcmələri verilmişdir. Belə ki, 2025-ci ilədək ölkəmizdə sitrus meyvələri istehsalı 100 min tonadək, çəltik istehsalı 40 min tona və çay istehsalı 8,5 min tona çatdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Subtropik bitkilərin 98%-i Lənkəran regionunda yetişdirilir. Yalnız çəltik istehsalının 34%-i bu regionun üzərinə düşür [8]. Dövlət proqramlarının yerinə yetirilməsi üçün investisiyaların qoyulması nəzərdə tutulub. Bunlardan başqa regionların inkişafı üzrə Dövlət proqramlarında, o cümlədən turizmin inkişafı üzrə

tədbirlər planı nəzərdə tutulur [2,6,11]. Bu isə öz növbəsində Lənkəran regionunun sosial-iqtisadi inkişafına böyük təsiri ilə nəticələnməlidir.

3.1.1 cədvəlindən göründüyü kimi dövlət tərəfindən ölkə iqtisadiyyatına, o cümlədən turizm obyektlərinə hər il böyük həcmdə investisiyalar yönəldilir. Bu isə ildən-ilə məhsul buraxılışı həcmində artımı deməkdir. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyasında “qeyri-neft sektorunun ÜDM-nin orta illik artımı 7% olması nəzərdə tutulur. [17, s.11]”. Lənkəran İR-da 2008-2019-cu illər ərzində məhsul buraxılışının fiziki həcm indeksi orta illik 9% olmuşdur. Bu illərin göstəricilərini əsas götürməklə 2020-2030-cü illər üzrə regional investisiyaların qoyuluşu orta illik ölkə səviyyəsində və regional ümumi məhsulun orta illik artımı 9% həcmində götürüldüyü halda 2030-cu ilə proqnoza əsasən region üzrə məhsul buraxılışının həcmi yüksək xətlə 4521 milyona çatmış olacaqdır (Diaqram 3.1.1).

Cədvəl 3.1.1
Ölkə üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaların indeksi

İllər	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	İqtisadiyyatın sahələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyaları, indeks (əvvəlki ilə nisbətən)											
Cəmi	133.1	77.7	128.2	129.2	120.4	115.8	98.7	90.6	98.8	110.5	98.9	107.0
O cüm. turizm və ictimai iaşə	126.4	4.2 d	2.6 d.	137.4	45.5	49.6	1.8 d	3.7 d.	19.5	2.5 d.	78.8	51.9
Ondan: turistlərin yerləşdirmə obyektlərində xidmətlərin göstərilməsi	26.2 d	11.6 d	90.0	49.9 d	1.7 d.	122.2	82.6	12.2 d	6.3	6.6 d.	90.2	63.0

*Mənbə: cədvəl www.stat.gov.az (3.09,3.10,3.11. İqtisadiyyatın sahələri üzrə əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalar) göstəricilərinə əsasən tərtib edilib

“2020-ci ildə Azərbaycan iqtisadi və siyasi cəhətdən inkişaf etmiş, rəqabətqabiliyyətli ölkə olacaqdır. Azərbaycanın ən ucqar kəndlərində belə, vətəndaşların rahat gündəlik həyatı üçün lazım olan bütün kommunikasiyalar (rabitə, internet, bank xidmətləri, kommunal xidmətlər, yollar və sair), səhiyyə və təhsil xidmətləri təmin ediləcəkdir. [17, s.10]”.

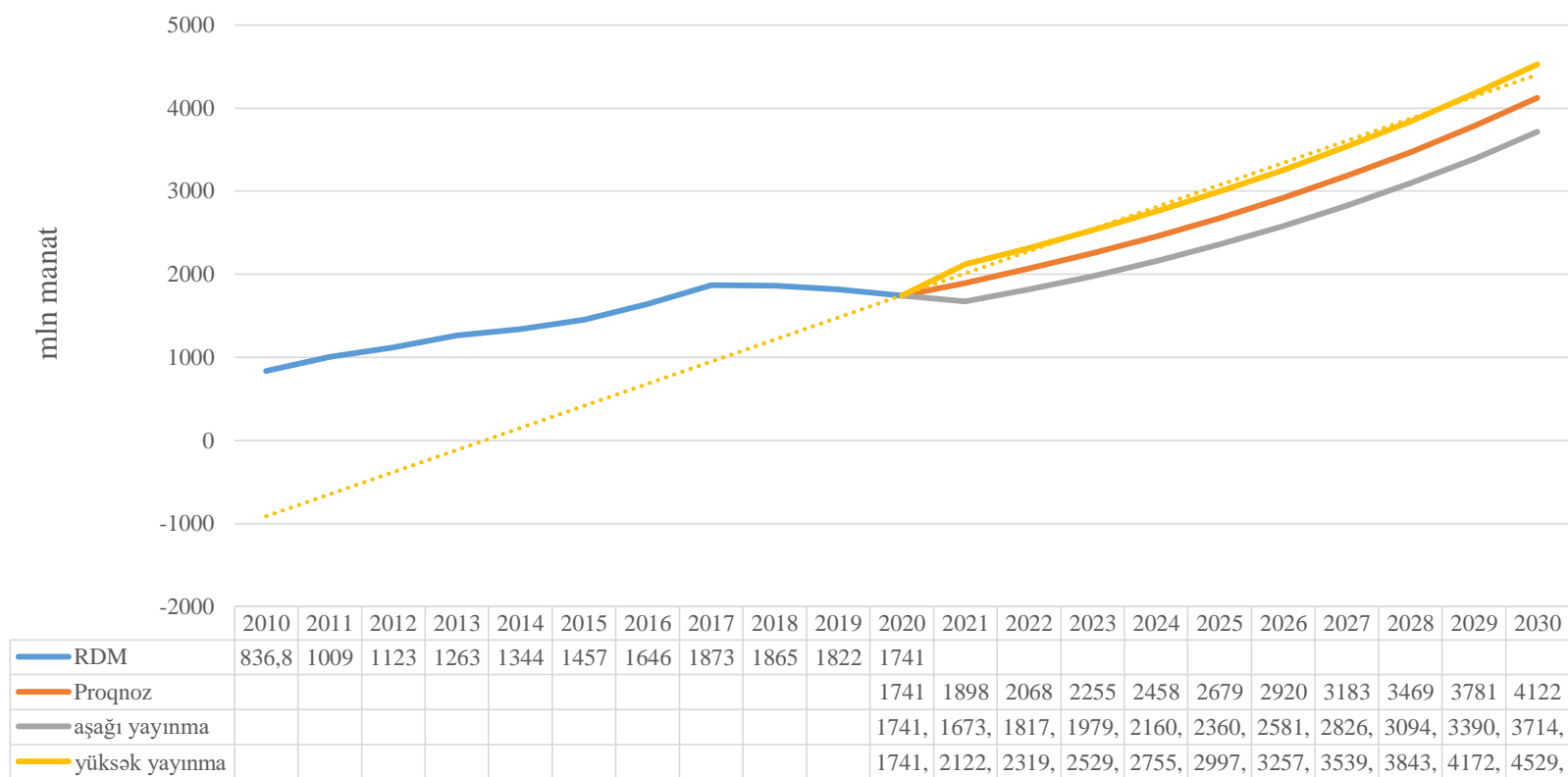
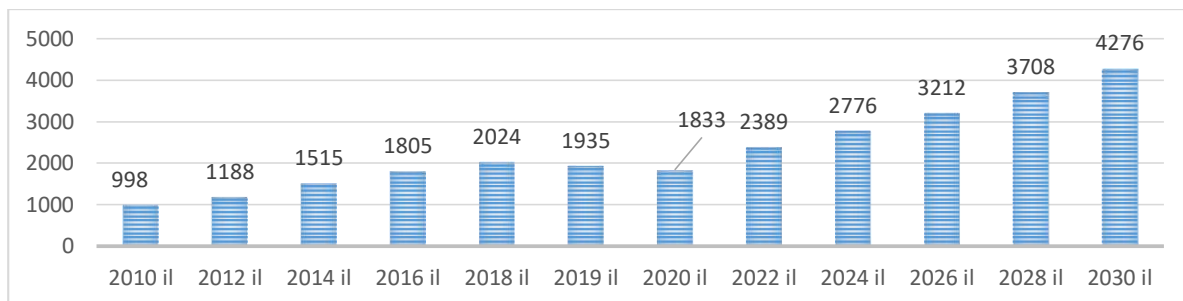


Diagram 3.1.1. Lənkəran İR-da məhsul buraxılışının 2020- 2030-cu illər üzrə proqnozu (mln.manat)

* *Mənbə: cədvəl www.stat.gov.az (34. Ölkənin regionlarında iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə məhsul buraxılışı, mln manatla) göstəricilərinə əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb (15.04.2021)*

Proqnoz hesablamalara əsasən investisiyaların qoyuluşu, regiondaxili məhsul istehsalının artımı göstərir ki, adambaşına düşən məhsul istehsalı yüksək ehtimal göstəriciləri əsasında region üzrə 2030-cu ildə 2019-cu ilə nisbətən 2.5 (4276 manat) dəfə artmış olacaqdır (Diaqram 3.1.2). Artımın aşağı olmasının səbəbi pandemiyanın təsiri ilə bağlıdır.



Diaqram 3.1.2. Lənkəran İR-da adambaşına düşən məhsul buraxılışı (proqnoz) (manat)

Mənbə: cədvəl www.stat.gov.az/turizm e-səhifəsinin göstəriciləri əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Mehmanxanalarda mövcud nömrə sayı nəzərə alınmaqla, 2030-cu il üçün tələb olunan investisiyaların həcmi qiymətləndirilmiş və cədvəl 3.1.2-də göstərilmişdir.

Cədvəl 3.1.2

Yerləşdirmə obyektlərinin artımı həcmi 2030-cu ilədək proqnozu

	Nömrələrin sayı						2030-cu ilədək investisiya (min manat)	
	2006	2010	2019	2030	Yeni tikinti	Moderni zasiya	Yeni tikinti	Moderni-zasiya
Lənkəran İqtisadi rayonu	837	1095	1480	6447	4967	1480	947236	247627
o cümlədən								
Astara rayonu	83	108	116	595	479	116	41063	9970
Lənkəran rayonu	192	211	636	2557	1921	636	550413	182288
Lerik rayonu	28	192	187	645	458	187	71003	27711
Yardımlı rayonu	10	21	21	770	749	21	68972	1934
Masallı rayonu	467	496	453	813	360	453	16937	21345
Cəlilabad rayonu	57	67	67	1067	1000	67	198848	4379

Mənbə: hesablamalar "Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə məskunlaşmanın, təbiətdən istifadənin və məhsuldar qiymətlərin ərazi təşkilinin regional planlaşdırma sxemi"nin məlumatları əsasında aparılmışdır [31].

Əlavə 3-də İR-da turizm üçün əks etdirilmiş münasib ərazilərdə, landşaft, su mənbələri, elektrik enerjisinin təminatı, nəqliyyat infrastrukturu, yeni yerləşdirmə obyektlərinin tikintisi proqnozlaşdırılır. Yeni tikinti ilə yanaşı, mövcud turizm təsislərinin modernizasiya ehtiyacı da qeyd edilməlidir və burada yalnız bina və

avadanlıqların dəyəri deyil, həm də işçi heyətinin sayı və peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsinə çəkilən xərclər də nəzərə alınır.

Turizm təsislərinin planlaşdırılmasında qənaətcil texnologiyaların tətbiqinə üstünlük verilməli və alternativ enerji mənbələrindən istifadə edilməlidir.

Cədvəl 3.1.3

Lənkəran İR rayonlarında turistlərin gecələmələri üzrə 2030-cu ilə proqnoz

Rayonlar	Nömrə sayı	Gecələmələrin sayı
Astara	595	130305
Lənkəran	2557	559983
Lerik	645	141255
Yardımlı	770	168630
Masallı	813	178047
Cəlilabad	1067	233673
Cəmi	6447	1411893

Mənbə: hesablamalar "Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə məskunlaşmanın, təbiətdən istifadənin və məhsuldar qüvvələrin ərazi təşkilinin regional planlaşdırma sxemi"nin məlumatları əsasında aparılmışdır [31].

Cədvəl 3.1.3-də turistlərin gecələmələri üzrə proqnoz gözləntilər aşağıdakı formulla müəyyən edilir:

$$T_G = N * 365 * 60\% \quad (3.1.1)$$

Burada: T_G .turistlərin gecələmələri sayı

N – mehmanxanalarda nömrə sayı

365 – illik təqvim günləri

60% - mehmanxanalarda nəzərdə tutulan yüklənmə %-i

Turizm infrastrukturunu müəssisələrinin beynəlxalq standartlara uyğun fəaliyyət göstərməsi xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi ilə müşayiət olunması deməkdir. 2019-cu il statistik göstəricilərə görə regionun mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə olan işçilərin sayı beynəlxalq standartlara cavab vermir. Mehmanxana dəyərlərinin standart təsnifatları əsasında regionlararası harmonizasiya meyarları BMÜTT regional komissiyaları tərəfindən təsdiq olunmuşdur (Madrid, noyabr 1989-cu il (çıxarış)). Bu meyarlara əsasən ulduz dərəcəsinə görə üzrə hər 10 mehmanxana nömrəsinə işçi sayı müəyyən olunub. 2019-cu ildə Lənkəran İR-də 1480 nömrəsi olan mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə cəmi 721 işçi çalışırdı, orta mehmanxana nömrələri 3-ulduzlu standartlara uyğun olaraq qəbul edilsə [39] 1184 işçi olmalıdır. 2030-cu ilə eyni göstərici 5158 olmalıdır ki, bu da həmin qədər ailələrin

maddi təminatı ilə birbaşa bağlıdır. Turizm fəaliyyətinin Regionun inkişaf proqramına uyğun həyata keçirilməsi zamanı regiona cəlb ediləcək ölkə və əcnəbi turistlərə hərtərəfli xidmətlərin göstərilməsi məqsədilə digər xidmət növləri (bələdçilik, turoperatorluq, ictimai iaşə, camaşırxana, reklam, kommunal xidmətlər, rabitə, təlim və s.) üzrə 50% iş yerləri əlavə olunur. Ümumi iş yerlərinin sayı 7705-ə $[(644,7 \cdot 8) + 50\%]$ çatır.

Yeni iş yerlərinin yaradılması planlaşdırılan zaman aşağıdakı amillər nəzərə alınmışdır:

- rayonda göstəriləcək əsas turizm xidmətlərinin növü;
- iş yerlərinin maksimal olaraq əsas xidmətlərin göstəriləcəyi yerlərə yaxın olması;
- mərkəzləşdirilməsi tələb olunan xidmətlərin yaxınlıq meyarı gözlənilməklə bölgənin iri yaşayış məntəqələrində yerləşdirilməsi.

Mineral və termal suların əsasında müalicə və ora gələn turistlərə bütün digər xidmətlər əsasən bu rayonda yerləşən müəssisələr tərəfindən göstərilməlidir. Sektor üzrə əlavə dəyərin həcmi hesablanarkən Azərbaycanda bir işçiyə düşən faktiki xidmətin dəyəri gözlənilən artım tempinə uyğun korrektə edilmişdir. İş yerlərinə mütənasib yaradılan məhsulun tərkibində milli hesablar əsasında turizm sektoru üzrə hesablanmış aralıq istehlakın payı istisna edilmiş və əlavə dəyər hesablanmışdır.

Aparılmış hesablamalar göstərir ki, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin inkişafına yönəldilmiş tədbirlərin yerinə yetirilməsi məqsədilə ölkə Prezidenti tərəfindən təsdiqlənmiş sərəncamların icrası nəticəsində ölkə və Lənkəran İR-u üzrə əsas sahələrdə məhsul buraxılışının göstəricilərinin 2019-cu illə müqayisədə artımı 2.5 dəfədən çox olması proqnozlaşdırılır. Cədvəl 3.1.4-dən göründüyü kimi 2030-cu ilə digər iqtisadi sahələr üzrə orta artım tempi olmaq şərtilə mehmanxana müəssisələrində yüklənmənin 60%-lə təminatı zamanı region üzrə adambaşına əsas məhsulun buraxılışı 4810.4 manat təşkil etməlidir. 2019-cu ilə Lənkəran İR-da bu göstərici iqtisadi rayonlar arasında ən aşağıdır.

Lənkəran İR üzrə 2030-cu ilə proqnoz göstəricilər

Göstəricilər	2019 il		2030 il	
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yüklənmə faizi	10.1%	60%	10.1%	60%
Regional ümumi daxili məhsul (min manat)	1822005.6	2056680.6	4529000.0	5133150.7
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə (min manat)	48735.8	292414.0	122283.0	726433.7
Əhalinin orta illik sayı (min nəfər)	941.9	941.9	1067.1	1067.1
1 nəfərə düşən ümumi məhsul buraxılışı (manat)	1924.8	2183.5	4244.2	4810.4
1 nəfərə düşən turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətləri (manat)	51.7	310.4	114.6	680.7
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə xidmətlərinin ümumi daxili məhsulda payı	2.7%	14.2%	2.7%	14.2%

Mənbə: cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb

Lənkəran İR üzrə 2030-cu il proqnoz hesablamalar “Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə məskunlaşmanın, təbiətdən istifadənin və məhsuldar qüvvələrin ərazi təşkilinin regional planlaşdırma sxemi”nin məlumatları əsasında aparılmışdır [31].

Regionun güclü və zəif tərəflərinin, imkanların və təhlükələrin təhlili.

Turizm istiqamətində inkişafını təmin etmək məqsədilə regionun güclü və zəif tərəflərini təhlil etmək tələbi vardır. “Qonşuluq Avropa aləti Cənub-Şərqi Finlyandiya – Rusiya” Avropa Sərhədyanı Əməkdaşlıq Proqramı 2014-2020” [95] layihəsini əsas kimi götürməklə tədqiqat ərazisi olan Lənkəran regionunun güclü və zəif tərəflərinin ayırd edilməsi ilə ərazidə turizmin inkişafı üçün tərəfimizdən əhəmiyyətli mənbələr müəyyən edilmişdir (Cədvəl 3.1.5). Əldə edilmiş amillərin təhlili onlar arasında olan əlaqələrin istiqamətlərini ayırd etməyə imkan verir ki, bu da regionun idarə edilməsində əhəmiyyət kəsb edəcəkdir. GZİT təhlil nəticəsində ayırd edilmiş amillər üzrə problemlərin həlli yollarını turizm fəaliyyəti istiqamətindən nəzər yetirək:

Lənkəran İqtisadi Rayonunun GZİT təhlili

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
1.Coğrafi yerləşmə və əlaqə yolları	
<ul style="list-style-type: none"> - əlverişli yerləşmə - istifadədə olan və inkişaf etdirilən yollar - nəqliyyat qovşağı, müxtəlif nəqliyyat növləri üçün keçid məntəqəsinin olması - sərhədyanı ərazi 	<ul style="list-style-type: none"> -yolların keyfiyyəti -bir sərhəd-keçid məntəqəsinin olması
2.Kommersiya fəaliyyəti istiqamətləri	
<ul style="list-style-type: none"> - kənd təsərrüfatı istehsalı - müalicəvi su mənbələrinin bolluğu - ticarət aktivliyi - müxtəlif səviyyəli yerləşdirmə obyektləri, o cümlədən kənd qonaq evləri 	<ul style="list-style-type: none"> -sənaye sahələrinin ÜDM-də həcmnin az olması -işsizlik faizinin yüksək olması -əhalinin turizm fəaliyyətindən olan faydaya inamsızlığı -yüksək texnoloji sahələrin inkişaf etməməsi
3.Ekologiya	
<ul style="list-style-type: none"> - çayların çox olması, bulaqlar, dəniz sahili - geniş meşə örtüyü - turizm məqsədli təbii ehtiyatların bolluğu - Milli park və qoruq 	<ul style="list-style-type: none"> - məişət və texniki tullantıların ərazilərə və çaylara atılması
4.Turizm	
<ul style="list-style-type: none"> -3 mindən çox tutumu olan yerləşdirmə obyektləri -çoxlu sayda tarix-mədəni obyektləri -etnoqrafik ehtiyatlar -əl sənətkarlıq işləri -idman kompleksləri 	<ul style="list-style-type: none"> -yerləşdirmə obyektlərinin əsaslı təmirə ehtiyacının olması -peşəkar turizm mütəxəssislərinin azlığı -yerli sakinlərin ərazi haqqında səthi məlumatlı olması (tarix, mədəniyyət, görkəmli insanlar, rəvayətlər) -hazır turist marşrutlarının olmaması -idman komplekslərinin istifadə səviyyəsinin aşağı olması - sərhəd keçid məntəqələrinin buraxılış gücünün aşağı olması
5.Elm və təhsil	
<ul style="list-style-type: none"> -alı və orta ixtisas təhsil ocaqları -Lənkəran Regional Elmi Mərkəzi 	<ul style="list-style-type: none"> -elmi-tədqiqat işlərinin tələb olunan miqdarda və səviyyədə olmaması
İmkanlar	Təhlükələr
<ul style="list-style-type: none"> - dəniz nəqliyyatından istifadə potensialı -aviaçarter reyslərinin təşkili -turist axınlarının artımı -daxili tələbatın artımı -regionlararası əlaqələrin güclənməsi -sərhədyanı ticarətin güclənməsi -investisiyaların cəlb edilməsi -sahibkarlıq fəaliyyətinə maneələrin azalması -yeni təhsil ocaqlarının açılması 	<ul style="list-style-type: none"> - meşə örtüyünün qırılması - əhali segmentinin turizmə mənfi münasibəti - torpaq sürüşmələri - dəniz səviyyəsinin dəyişməsi

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilib

1.Coğrafi yerləşmə və əlaqə yolları: güclü tərəf amilləri regionun bəlkə də əsas hərəkətverici qüvvəsidir; zəif tərəfdə göstərilən amillər problemli deyil, belə ki, Bakı-Astara dövlət magistralı uğurla istismar edilir; dəmir yolu xəttinin İran tərəfdən olan hissəsinin uzadılması da yaxın vaxtlarda həll olunması gözlənilir. Sərhəddən keçənlərin sayının artması Astara sərhəd-keçid məntəqəsinin modernləşdirilməsinə və əlavə məntəqənin Cəlilabad rayonunda yaradılacaq beynəlxalq ticarət mərkəzi ərazisində açılmasına, fikrimizcə problem olmaz;

2.Kommersiya fəaliyyəti istiqamətləri: regionun iqtisadiyyatında kənd təsərrüfatı sahəsi əsas yer tutur, sənaye sahəsi az inkişaf etdiyindən və əhali sıxlığının yüksək olması işsizliyin də yüksək olmasına gətirir. Turizm istiqamətli azad iqtisadi zonanın yaradılması ilə sahibkarlıq fəaliyyətinə veriləcək güzəştlər məşğulluğun yüksəlməsinə və turizm fəaliyyətinə əhali tərəfindən etimadın artmasına səbəb olacaqdır;

3.Ekologiya: Regionun təbiəti ölkəmizin digər regionlarına nisbətən antropogen təsirə az məruz qalmışdır. Regionda Hirkan MP və Qızılağac MP mövcuddur. Məişət və istehsalat tullantılarının ətraf əraziyə tökülməsinin qarşısı sərt inzibati üsullarla alın bilər. Region bütövlükdə ekoloji turizm, kənd yaşıl turizmi, macəra turizmi növləri üçün ideal yerdir;

4.Turizm: Regionda turizm fəaliyyəti üçün əlverişli imkanlara baxmayaraq bu imkanlardan xeyli aşağı səviyyədə istifadə edilir. Bu neqativ halın aradan qaldırılması məqsədilə intensiv tədbirlərin həyata keçirilməsi zərurəti yaranır. Təklif olunan güzəştlər əsasında istirahət mərkəzlərində təmir işləri aparılmalı, turizm müəssisələrində və xidmət obyektlərində işləyəcək insanlara müvafiq təlimlər keçirilməli, əhali arasında diyarın tarixi və mədəniyyəti barədə məlumatların yayılması ilə yanaşı turistlərə xidmət çeşidinin genişləndirilməsi məqsədilə təkliflər hazırlanmalıdır. Eyni zamanda fərqli xüsusiyyətlərə malik və müxtəlif istehlakçı segmentlərinə uyğun yeni turizm marşrutları salınmalıdır.

5.Elm: Təhsil ocaqlarında turizm sahəsi üzrə mütəxəssislərin hazırlanması ilə yanaşı, elmi-tədqiqat ocaqlarında regionun turizm sahəsi üzrə marketinq tədqiqatları aparılmalı, iqtisadiyyatın digər sahələrin imkanları araşdırılmalı, regionun cəlbediciliyi ilə bağlı davamlı olaraq təkliflər irəli sürülməlidir.

Yuxarıda sadalanan işlərin həyata keçirilməsi yalnız təşəbbüskar sahibkarlar tərəfindən münasib investisiya şəraiti daxilində və Regional Turizm Şurasının dəstəyi ilə həyata keçirilə bilər. Çünki yalnız göstərilən hallarda turistlər üçün regiona beynəlxalq aviaçarter reysləri, gəmilərlə gəzintilər təşkil etmək imkanları yarana bilər. Regionun turizm biznesinin inkişaf etdirilməsinə elastiklik prinsipi ilə yanaşmasına zərurət doğur. Bu zaman regionun malik olduğu təbii-coğrafi, sosial-demoqrafik, iqtisadi, ekoloji və digər resursların unikallığına arxalanmaq tələb olunur. Regional turizm-rekreasiya fəaliyyətinə yerli əhalinin hazırlığına və turizm biznesi fəaliyyətinə nəzarət tələb olunacaqdır. Bu cür sosial-iqtisadi siyasət ərazidə arzu edilməz subyektlərin yaranmasının qarşısını ala bilər.

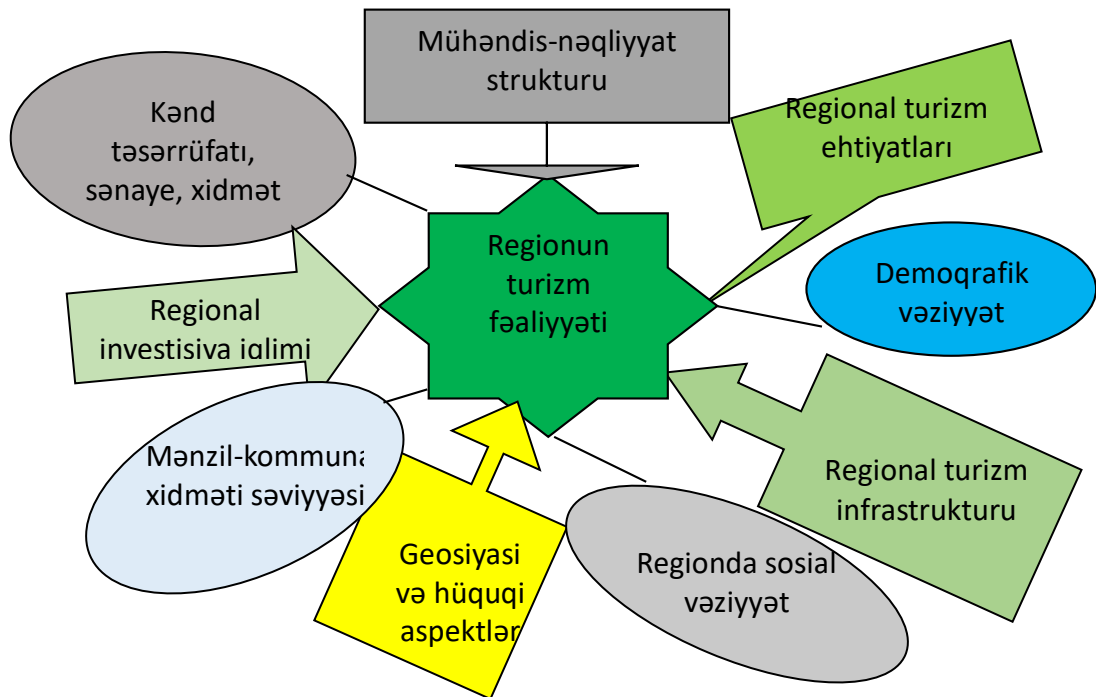
Turistin məmnun qalması üçün ona göstərilən xidmətlər hərtərəfli keyfiyyətli olmalıdır. “Turist tərəfindən istifadə edilib və müəyyən münasibət duyulan turizm məhsulunun keyfiyyəti üç səviyyədə formalaşır – baza, tələb olunan və arzu edilən keyfiyyət” [106, səh.187]. Baza keyfiyyəti – turizm məhsulunun xassələridir ki, bunların məhsulda olması sözsüz ki, mütləqdir. Bunlara aid edilə bilər – təhlükəsizlik və ekoloji təmiz qidanın olması, mehmanxana müəssisəsinin sanitariya və epidemioloji şərtlərə uyğun olması, turist marşrutlarına müəyyən obyektlərin daxil edilməsi, viza dəstəyi və s. Turizm məhsulunun tələb olunan (gözlənilən) keyfiyyətinə - razılaşmış dərəcəli nömrədə yerləşmə, ekskursiya proqramlarının davamiyyəti, səfər zamanı əlavə xidmətlər və s. aid olur. Arzu edilən keyfiyyətə isə turist tərəfindən gözlənilməyən dəyərlərin əldə etməsidir. Bunlara turopoperator və mehmanxana tərəfindən təqdim olunan sadə hədiyyə, suvenirilər, animasiya proqramı, daimi müştəri kartının verilməsi, yerli əhali ilə ünsiyyətdən əldə olunan məmnunluq və s. daxil edilir. Xidmətlərin turistin bu istəyinə cavab verməsi regionun turizm fəaliyyətinin rəqabətə davamlı olmasının əsasını təşkil edir.

Region səviyyəsində turizmin inkişaf etdirilməsinə təsiri olan amilləri müxtəlif tipli üç qrupa ayırmaq olar: ekstensiv, intensiv və əks (mənfi) təsir göstərən amillər. Ekstensiv amillərə iqtisadiyyat sahələrində çalışanların sayının artması, yeni tikilmiş obyektlərin mənəvi cəhətdən köhnəlmiş texniki avadanlıqlarla təchiz edilməsi, turizm sahəsinə yeni torpaq ərazilərinin qatılmasıdır. Bu isə turizm fəaliyyətinin inkişafını

sürətləndirsə də ekoloji mühiti pisləşdirir; Mütərəqqi intensiv amillər isə ətraf mühitə mənfi təsir göstərməsinə imkan vermir. Bunlara aid edə bilərik regional rekreasiya resurslarının istifadəsi, peşəkar təhsil sisteminin təkmilləşdirilməsi, personalın ixtisas səviyyəsinin və xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi, maddi-texniki bazanın modernləşdirilməsi və yeni rəqəmsal texnologiyalarının tətbiqi. R.Balayev bildirir ki, rəqəmsal iqtisadiyyatda artım (ənənəvi) iqtisadiyyatdan fərqli olaraq əksər hallarda məhsuldarlıq və sürət (çeviklik) arasında birbasa əlaqə müşahidə edilir. Rəqəmsal bazar iştirakçılarının mövqeyini şərtləndirən amillər qismində rəqəmsallasmanın tempi və miqyası iqtisadi fayda ilə yanaşı, sosial problemlərin həlli üçün də əhəmiyyətli imkan yaradır [23, s.20]; Regionda turizm fəaliyyətinə əks (mənfi) təsir göstərən amillər dedikdə - siyasi sabilliyin olmaması, işsizliyin artımı, iqtisadiyyatda tənəzzülü yaradan böhranın olması, ekoloji cəhətdən qeyri-münasib şəraitin olması və s. başa düşülür.

Regional turizmin inkişafı bir-biri ilə əlaqəli olan çoxsaylı daxili və xarici amillərdən asılıdır (Şəkil 3.1.1). Turistləri regiona cəlb edən yalnız yüksək komfortlu və keyfiyyətli xidmət göstərən turizm kompleksləri deyil, turistləri buraya cəlb edən eyni zamanda turizm komplekslərinin ətrafında olan mühitdir. Ətraf mühit dedikdə ərazidə kriminal vəziyyətin səviyyəsi, kommunal xidmətlərin işlək olması, bank xidmətlərinin fəaliyyəti, əhəlinin sosial vəziyyəti, səhiyyənin vəziyyəti, ekoloji tarazlıq və bir sıra digər amillər başa düşülür.

İnkişaf strategiyası regionun üstünlüklərini və unikal cəhətləri əsasında turizm sahəsinin əhəmiyyətini gücləndirməlidir. Eyni zamanda real imkanlar nəzərə alınmalıdır. Strateji məqsədə görə region özünü yalnız milli miqyasda deyil, eyni zamanda beynəlxalq miqyasda da bildirməlidir. Bu mərhələdə regionun inkişafı üzrə idarəedici orqan olan Regional Turizm Şurası rayon icra hakimiyyəti orqanları ilə, yerli bələdiyyələrlə və işgüzar dairələrlə sıx əməkdaşlıq etməlidir.



Şəkil 3.1.1 Regional turizmə təsir edən amillər

Mənbə: Şəkil müəllif tərəfindən tərtib edilib

Regionun ərazisi bir məhsul kimi müxtəlif kateqoriyalı istehlakçıları özünə cəlb etməlidir. Bu istehlakçılar iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə aid olan şirkətlər, banklar, sığorta təşkilatları, təhsil ocaqları, tədqiqat büroları və xüsusilə də, turistlərdir. Hər istehlakçını fərqli segmentlər cəlb edir. Münasib investisiya iqliminin yaradılması müəyyən şərtlər daxilində gerçəkləşir. Buraya investorları cəlb edən - ərazidə demoqrafik vəziyyət, yəni əhalinin artım intensivliyi əsas amillərdən biri kimi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Regionun xüsusi azad iqtisadi zona elan edilməsi sahibkarlıq fəaliyyəti üçün münasib şəraitin yaradılması ilə müşayiyyət olunur. Belə ki, yeni otellərin və turist bazalarının tikintisi, kənd qonaq evlərinin turistlərin qəbulu məqsədlərinə uyğunlaşdırılması, müvafiq avadanlığın təminatı, turizm operatorları tərəfindən turist marşrutlarının işlənilib hazırlanması və turist inventarının əldə edilməsi məqsədlə kapital qoyuluşları həyata keçirilməlidir.

Investorları münasib investisiya iqlimi, bankları sahibkarların aktivliyi, əhalinin sosial vəziyyəti, turistləri isə turizm resurslarının vəziyyəti və turizm infrastrukturunun xidmətgöstərmə səviyyəsi maraqlandırır [107] (Şəkil 3.1.2).



Şəkil 3.1.2 Regiona maraq

Mənbə: Şəkil müəllif tərəfindən tərtib edilib

Regional turizm-rekreasiya kompleksinin inkişaf etdirilməsinin strateji məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün regionun bütün sosial-iqtisadi sisteminin strateji idarə edilməsi tələb olunur. İlk növbədə insanın həyatı və fəaliyyəti üçün ən münasib şərait olmalıdır. İnkişaf proqramı hazırlanan zaman təbiətin imkanlarını həddən artıq yüksəltmək və artıq yükləmək istəyindən uzaq olmaq gərəkdir. Belə ki, turistlərin axınının artımı təbiətin mühafizə imkanlarını aşaraq əks nəticə verə bilər. Davamlı inkişafa nail olmaq üçün müəyyən sistemə əsaslanmaq tələb olunur. Proqramın həyata keçirilməsi bir-biri ilə əlaqəli olan elementlər məcmusu nəzərə alınmalıdır: ərazi, əhalinin istehsalat fəaliyyəti, əhalinin özü, sosial sfera.

Lənkəran İR-nun İnkişaf Proqramının məqsədinə uyğun vəzifələr müəyyən olunur:

- bütün regionun iqtisadi və sosial səviyyəsinin yüksəldilməsi, əhalinin həyat təminatı üçün optimal şəraitin yaradılması;
- regionun turist xidmətlərinin ölkə və beynəlxalq bazara çıxarılması;
- regionun təbiət zənginliklərinin və tarixi-mədəni irsinin mühafizəsi və bərpası;
- regionda turizm fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün sahibkarlıq subyektlərinin dəstəklənməsi və stimullaşdırılması;
- İran İslam Respublikası ilə birgə ayrılmış sərhəd ərazidə ticarət əməkdaşlıq mərkəzinin yaradılması;
- region tərəfindən təklif olunan turizm məhsullarının ölkə və əcnəbi təşkilat və vətəndaşlar tərəfindən əldə edilməsi üçün müasir informasiya texnologiyaları imkanlarının geniş tətbiqi.

Regionun turizm-rekreasiya kompleksinin formalaşdırılmasının Proqram üzrə

qoyulmuş vəzifələrini həyata keçirmək üçün bir sıra tədbirlərin tətbiqi nəzərdə tutulur. Belə ki, ölkə əhalisinin və xarici turistlərin bütün təbəqələrinin Regionun turizm potensialından istifadəsini təmin etmək məqsədilə müxtəlif təyinatlı istirahət yerlərinin olması nəzərdə tutulmalıdır [Əlavə 3]. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- mövcud olan istirahət yerlərinin yenidən qurulması;
- məktəblilərin istirahət düşərgələri (yataqxana tipli yerləşdirmə, ümumi qidalanma, idman qurğuları, əyləncə meydançaları və s.);
- turist bazaları (4-6 yerlik yataq yerləri, qidalanma yerləri, əyləncə yerləri, idman meydançaları və s.; çadır, bel çantası, yataq kisəsi, çəkmə və s. kirayə məntəqəsi);
- ətraf ərazilərə müxtəlif məsafəli və çətinlikli turist marşrutları;
- müalicə-sağlamlıq mərkəzlərinin, sanatoriya və ilboyu fəaliyyətinin təmin edilməsi;
- balıqçılıq, ovçuluq bazaları (gecəlmə yerləri, müvafiq xidmətlərin yerinə yetirilməsi üçün inventarın olması, mütəxəssislərin xidmətləri və s.);
- su-idman bazaları, marinalar (yaxtalar, yelkənli və motorlu qayıqlar üçün dayanacaq, gecəlmə yerləri, peşəkar mütəxəssislər, inventar kirayəsi və s.);
- müxtəlif dərəcəli otellər;
- kənd qonaq evləri;
- təbiətdə çadırların qurulması üçün müvəqqəti yerlər;
- təbiət ərazilərində daldalanma yerlərinin təyin edilməsi.

Bütün bu işlərin görülməsi maliyyə qoyuluşunu tələb edir ki, bu da İnkişaf Proqramında nəzərdə tutulmalıdır. Regionun inkişaf etdirilməsinin idarəedici orqanı olan Regional Turizm Şurası tərkibində bank nümayəndələrinin iştirakı nəzərə alındığından tikinti işlərinə güzəştli kreditlərin verilməsi problemi olmamalıdır. Regional qoyulmuş investisiyalar Dövlət təminatı ilə sığortalanmalıdır.

İnkişaf proqramının həyata keçirilməsi məqsədilə regionun ərazisində müasir tikinti materialları istehsalının təşkil edilməsi, təmir-tikinti müəssisələrinin yaradılması, nəqliyyat infrastrukturunun qurulması, o cümlədən yeni yanacaq-doldurma stansiyaları və avtoservislərin işə salınması, bank filiallarının açılması və bankomatların qurulması nəzərə alınmalıdır. Bu iş ocaqlarının fəaliyyətə başlaması üçün torpaq sahələri ayrılmalı,

inşaat işləri aparılmalıdır. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi ilk növbədə inşaat mütəxəssislərinin cəlb edilməsi, yeni iş yerlərinin açılması isə aşağı dərəcəli işçi qüvvəsinə ehtiyacın olması deməkdir. Regionda tikinti işlərinin başlanması, fasiləsiz reklam kampaniyaları nəticəsində turist axınının artması ərzaq məhsullarına tələbatın artmasına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində yerli fermerlərin iş həcmi genişləndirilməsini tələb edir.

Lənkəran İR-nun turizm destinasiyasına çevrilməsi İnkişaf Proqramının realizasiyası ilə sosial-iqtisadi inkişafa təsirinin artması nəticəsi aşağıdakı kimi əks olunacaq:

- ✓ Regionun turizm sferasına ölkə və xarici investisiyalarının həcmi artması;
- ✓ Turizm infrastrukturunun, turist və mədəni-məişət xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəlməsi;
- ✓ Turizm infrastrukturunda yeni daimi və mövsümi iş yerlərinin açılması;
- ✓ Ölkə daxili və xarici turist axını sayının xeyli artması;
- ✓ Sosial turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi, o cümlədən uşaqlar, əlillər, gənclər, sosial yardıma ehtiyacı olan digər kateqoriyalı insanlara xidmətlərin göstərilməsi;
- ✓ Yerləşdirmə obyektlərində orta yüklənmə (dolum) faizinin yüksəlməsi.

Mehmanxanalarda işçilərin sayının beynəlxalq standartlara uyğun olması ilə xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi nəzərdə tutulur. Mehmanxana fəaliyyətinin yüklənmə faizini artırmaq məqsədilə aşağı turizm mövsümü aylarında – noyabr, dekabr, yanvar, fevral aylarında yerli idman mərkəzlərinə ölkəmizin və xarici ölkələrin idman komandalarının məşqlərini təmin etmək imkanları yaradıla bilər. Bu, həm idman mərkəzlərinin və həm də mehmanxanaların fəaliyyətinə müsbət təsir göstərəcəkdir.

GZİT təhlili regionun neqativ və pozitiv tərəflərini müəyyən etmişdir. Regionun inkişafı yalnız təşəbbüskar sahibkarlar tərəfindən münasib investisiya şəraiti daxilində və Regional Turizm Şurasının dəstəyi ilə həyata keçirilə bilər. Yarımfəsildə regional turizmin inkişafı bir-biri ilə əlaqəli olan çoxsaylı daxili və xarici amillərdən asılı olduğunu bildirilir.

Beynəlxalq turizmin təşkili nümunələrinin Turizm İstiqamətli Xüsusi Zonada tətbiqi istiqamətlələri. Sərhədyanı regionlarda beynəlxalq əməkdaşlıq ilk növbədə

ölkəmizin təhlükəsizliyinin təminatı ilə yanaşı xarici siyasətin effektiv realizasiyasının yaradılmasıdır. Regionun turizm rekreasiya kompleksinin inkişafı sərhədyanı əməkdaşlıqda operativliyi artırmaq üçün Regional Turizm Şurasına müəyyən səlahiyyətlərin verilməsi məqsədəuyğundur. Bu halda Regional Turizm Şurası region ilə həmsərhəd olan İran İslam Respublikasının Gilan və Ərdəbil ostanlarının rəhbərlikləri ilə yerli əhəmiyyətli məsələlərin həllini həyata keçirmək iqtidarında olur.

Dünya təcrübəsində çoxdan sübut olunmuşdur ki, bazar münasibətlərinin müvəffəqiyyətlə formalaşmasına, ölkə iqtisadiyyatının inkişafına təkan verən güclü amillərdən biri azad iqtisadi zonaların yaradılması və fəaliyyətidir [40, s.424]. Ziyad Səmədzadə “Çin qlobal dünya iqtisadiyyatında” kitabında göstərir ki, xüsusi iqtisadi zonaların yaradılmasının bir məqsədi də onların coğrafi üstünlüklərindən tam istifadə etməkdir. Buna digər ölkələrlə texniki-iqtisadi əməkdaşlığın gücləndirilməsi, böyük həcmdə xarici kapitalın cəlb edilməsi, qabaqcıl texnologiyanın idxalı, ixracın genişləndirilməsi, valyuta daxilolmalarının və yığımının artırılması üçün güzəştli siyasətin həyata keçirilməsi yolu ilə nail olunur [40, s.428].

Beynəlxalq ticarət mərkəzinin fəaliyyəti iki dövlətin qonşu ərazilərində yaşayan əhəlinin sahibkarlıq fəaliyyətini inkişaf etdirə bilər. Çin-Qazaxıstan Xorqos beynəlxalq sərhədyanı əməkdaşlıq mərkəzinə oxşar Azərbaycan-İran sərhədində beynəlxalq ticarət mərkəzinin yaradılması bu regionun güclü iqtisadi inkişafına səbəb ola bilər. Beynəlxalq turizmin inkişaf etdirilməsi məqsədilə hökumətlərarası sazişlərin bağlanması qonşu sərhəd regionların digər sahələrinin inkişafına da əsaslı təsir göstərir. Ərazidə tikiləcək yerləşdirmə obyektləri burada kommersiya fəaliyyəti olanlara, mal təminatçılarna, mal alanlara gecələmə üçün şərait yaradır, çoxsaylı ticarət sahələri ayrılır, malların saxlanması üçün ambarlar tikilir, məişət xidməti göstərən nöqtələr yaranır, ərazidə müxtəlif səviyyəli ictimai iaşə obyektlərinin, bank filiallarının, istehsalat məntəqələrinin fəaliyyəti üçün geniş imkanlar açılır: milli suvenir istehsalı, əl işləri sənətkarlığı, müxtəlif əşyaların (geyimin, ayaqqabıların, məişət cihazlarının, təşkilat texnikasının, avtomobillərin və s.) təmiri ilə məşğul olan obyektlərin fəaliyyəti üçün şərait yaradılır. Ticarət mərkəzinə rahat avtomobil yollarının açılması ilə yeni yanacaq doldurma stansiyaları da fəaliyyət göstərəcəklər. Beynəlxalq Ticarət mərkəzinin fəaliyyəti ilk

növbədə region əhalisi arasında məşğulluğun xeyli artmasına, maddi və sosial rifahın yüksəlməsinə səbəb olacaqdır.

Lənkəran İR-da Beynəlxalq ticarət mərkəzinin Cəlilabad rayonunun və İran İslam Respublikasının həmsərhəd ərazisində yerləşdirilməsi daha məqsədəuyğundur. Belə ki, aparılacaq tikinti işləri zamanı bu ərazidə meşə örtüyünün az olması səbəbindən ağacların kəsilməsinə ehtiyac duyulmaz və Bakı, Sumqayıt şəhərlərinə, digər rayonlara daha yaxın yerləşməsidir ki, alış-veriş üçün gələnlərə daha rahat olar. Beynəlxalq ticarət mərkəzinin yaradılması turizm növlərindən olan alış-veriş turizminin (şop- turizmin) inkişafına şərait yaradacaqdır.

Dəniz sahili insanları həmişə cəlb etdiyi üçün regionda müvafiq çimərlik infrastrukturunun olması vacib məsələdir. Ərəb ölkələri ilə viza rejiminin sadələşdirilməsi bu ölkələrdən ölkəmizə on minlərlə turistlərin gəlməsinə səbəb olmuşdur. Ərəb turistləri daha çox meşə və dağ ərazilərini, çimərlikləri seçirlər. Dağlıq ərazi və meşə örtüyü piyada yürüşlərin və gəzintilərin, pikniklərin keçirilməsi üçün ideal yerdir. Regionda olan dənizsahili ərazilər müasir tələblərə cavab verən çimərliklərə çevrilməlidir.

Region müalicəvi və termal sularla zəngindir. Bu işə fəaliyyətdə olan müalicə-sağlamlıq mərkəzləri əsasında bu turizm növünün daha sürətlə inkişaf etdirilməsi üçün zəmin yaradır. Lənkəran regionunda çıxan Meşəsu və İbadi mineral bulaqlarının ehtiyatları gündə 550 min litrdir və sənaye istismarı mümkündür. MDB ölkələrindən və Avropa ölkələrindən bu regiona gələn turistlər üçün İran İslam Respublikasının sərhədyanı ərazisinə qısamüddətli 1-3 günlük turların işlənilib-hazırlanması heç də çətin olmaz. Eyni zamanda İrandan da regiona qısamüddətli turlar təşkil etmək olar. Bu da sərhəd turizmi növünün inkişaf etdirilməsini və regionun cəlbediciliyini artırır. Turistlərin regiona cəlb edilməsi üçün digər imkanlar da vardır. Ərazidə yerli kənd təsərrüfatı məhsulları emalı ilə məşğul olan (süd və süd məhsulları, çay fabriki, bostan məhsulları və s.) müəssisələrə, həsir toxunan yerlərə ekskursiyalar təşkil etmək olar. Gələcəyin turistlərinin tələbatını (istəyini) müəyyən etməklə onların məmnunluğunu maksimuma çatdırmaq imkanı artır. Bunun üçünsə insan tələbatına sistemli yanaşma zərurəti ortaya çıxır. R.Kasumov bildirir ki, sistemli yanaşma pozisiyası ilə turizm tələbatlarının ödənilməsinin sonsuz prosesi onunla müəyyən olunur ki, praktik turizm

tələbatları çoxluq təşkil edir, bu çoxluqdakı kombinasiyaların sayı praktik olaraq sonsuz olan müxtəlif sayda elementləri özündə ifadə edir [30, s.67].

Region daim olaraq yeni dəyərlər təklif etməlidir. Bunun üçünsə, məqsədli qruplara arxalanan cəlbədicə əlamətlər yetişdirilməlidir. Region nə qədər kiçik olarsa, təklif olunan dəyərlər bir o qədər unikal və orijinal olmalıdır [46 s.56]. A.Kosolapov [73], A.Kuskov [79], D.Uşakov [103] turoperatorluq fəaliyyəti zamanı işlənilən hazırlanan məhsulun fərqli çeşidə və xüsusiyyətlərə malik olmasını vurğulayırlar. Təklif olunan məqsəd qruplarının iştirakçılarını bir tur daxilində bir-neçə fərqli xidmətlə cəlb etmək olar (Cədvəl 3.1.6). Məs.,

- balıq ovundan sonra ləvəngi bişirməkdə iştirak;
- ekoloji tur zamanı Hirkan MP-da Dəmirağac meşəsinə getmək, Qızılağac MP-da adları qırmızı kitaba daxil olan quşları seyr etmək, foto-ovla məşğul olmaq;
- turistlərin yerli yaşlı insanlarla ünsiyyətini qurmaqla yanaşı onları uzunömürlü ailə üzvü olan evlərdə yerləşdirmək, kənd mətbəxindən bəhrələnməsinə şərait yaratmaq;
- istisu sanatoriyalarında müalicə alanlar üçün təbiət qoynunda gəzintilər, ekskursiyalar təşkil etmək.

Cədvəl 3.1.6

Region tərəfindən beynəlxalq turizm bazarına edilə biləcək təkliflər

s/s	Məqsəd qrupu	Cəlbətmə üsulu
1	Balıqçılıq	Qayıqla dənizdə balıq ovu
2	Qurmanlar	Yerli kulinariya – ləvəngi
3	Sitrus- və çay- sevrələr	Sitrus meyvələrinin yığımında iştirak; çay fabrikinə ekskursiya
4	Təbiətsevrələr	Dəmirağac meşəsi, Milli park - ekoloji turlar
5	Quşsevrələr	Qızılağac Milli Parkı - ornitoloji tur
6	Yerli sakinlərlə ünsiyyəti sevrələr	Uzunömürlülər diyarı – ailələrdə uzunömürlü insanlarla ünsiyyətin təşkili
7	Kənd həyatını istəyənlər	Kənd yaşıl turizmi - kənd qonaq evlərində istirahət
8	Müalicəyə gələnələr	Termal sular - müalicə-sağlamlıq prosedurları
9	Dəniz gəzintiləri	Yaxtalarda gəzintilərin, sualtı ekskursiyaların təşkili

*Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb

Turistlərin cəlb edilməsi ilə yanaşı onlara göstərilən xidmət səviyyəsi də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Regionun ümumi infrastrukturunun tədqiq edilməsi, buranın hansı miqyasda xidmət etmək imkanına malik olması gözdən qaçmamalıdır. İlk

növbədə içməli su təminatı, kanalizasiya sisteminin vəziyyəti, elektrik enerjisi və qaz təminatı, yolların (magistral və məntəqələrarası) istismar səviyyəsi vacib tələbdir. Görkəmli marketoloq F.Kotlerin həmmüəllif olduğu “*Маркетинг мест*” (müə. “Ərazilərin marketinqi”) kitabında belə bir nümunə verilib: Misal olaraq İspaniya infrastruktur səviyyəsini yüksəltmək məqsədilə 1997-2007-ci illər milli inkişaf planına əsasən 133 mlrd.\$ investisiyadan çox hissəsini Avropa Birliyindən almışdır. Yerinə yetirilmiş layihələrdə əsas yerləri şəhərlərarası nəqliyyat, şəhər nəqliyyatı, su xətti təsərrüfatı və ekoloji layihələr tutdular [76, s.173]. İnvestisiyadan düzgün istifadəsinin nəticəsi olaraq İspaniyaya son illərdə 70-80 milyon əcnəbi turist gəlir. İnsanların və mülkiyyətin mühafizəsi turizm cəlbədiciliyində mühüm yer tutur.

Regional İnkişaf Proqramının işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi zamanı region üçün prioritet turizm növlərinin müəyyən olunması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, regionun özünəməxsusluğunu nəzərə alaraq aşağıdakı turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi daha məqsədəuyğun sayılır:

- ✓ Biznes-konqres turizmi
- ✓ Sərhədyanı turizmi
- ✓ Çimərlik turizmi
- ✓ Kənd turizmi
- ✓ Ekoloji turizm
- ✓ Etnoqrafik turizmi
- ✓ Müalicə sağlamlıq turizmi
- ✓ Mədəni-tarixi turizm
- ✓ Ov turizmi
- ✓ Dəniz kruizlərinin təşkili

Ümumiyyətlə, turistlərin regiona cəlb edilməsi geniş xidmət çeşidinin təklifi ilə baş tuta bilər. Çünki turistlər yalnız yemək və gecələmək məqsədilə səfərə çıxmırlar. Regionda turist marşrutları yaratmaqla həmin marşrutların at üstündə, araba ilə, velosipedlə və ulağ üstündə keçmə təklifləri verilməlidir. Lənkəran limanından İranın Rəşt, Ənzəli limanlarına və geriye 2-3 günlük kruizlər təşkil etmək olar. Bundan başqa Bakıdan Lənkərana dəniz kruizlərinin təşkili bir çox turistin cəlb edilməsinə səbəb ola

bilər. Kruizlər zamanı əsas məqsəd son məntəqəyə tezliklə çatmaq deyil, kruiz zamanı gəmidə təklif olunan xidmətlər çeşidi, Lənkəranda, Rəştdə, Ənzəlidə ekskursiyaların təklifi ola bilər. Kruizlərə yalnız Azərbaycan vətəndaşları deyil, həm də Rusiya, Qazaxıstan, Orta Asiya və digər ölkələrin vətəndaşları da qoşula bilər. Bunun üçün isə dövlət sərhədinin keçilməsinin sadələşdirilmiş proseduru tətbiq edilməlidir. Lənkəran beynəlxalq aeroportunun fəaliyyətindən turizm məqsədilə istifadə üçün geniş imkanlar vardır. Yerli və Bakıda yerləşən turizm operatorları aviaçarter reysləri vasitəsilə xarici ölkə turistlərinin birbaşa regiona gəlməsini təşkil edə bilərlər. Bu məqsədlə xarici ölkələrin aşağı büdcəli aviaşirkətləri ilə əməkdaşlıq etmək tələb olunur.

Regiona turistlərin cəlb edilməsi geniş təbliğatla həyata keçirilə bilər. Bu məqsədlə regionun universal e-portalı işləməlidir. E-portalda regionun coğrafi mövqeyi açıqlanmalı, turizm resursları və turizm infrastrukturunu ad-ba-ad verilməli, əhalisi haqqında, dini və dili barədə ətraflı məlumat əks edilməlidir. Regionda fəaliyyət göstərən istehsal və xidmət müəssisələri haqqında ətraflı məlumat verilməlidir. Bundan başqa ölkə və xarici investorların cəlb edilməsi məqsədilə işgüzar mühit haqqında məlumat verilməli, regionun xüsusi statusa malik olmaqla güzəştlərin tətbiqi şərtləri açıqlanmalıdır. Mehmanxana nömrələrinin, kənd qonaq evlərinin rezervasiya edilməsi məqsədilə beynəlxalq bronlaşdırma e-səhifələrinin imkanlarından əhəmiyyətli dərəcədə istifadə edilməlidir. Regionun həqiqi turizm destinasiyasına çevrilməsi üçün mövsümlilik amili yaddan çıxmamalıdır.

Lənkəran İR-da turizmin inkişaf etdirilməsi ölkəmizə yaxın olan Türkiyə və Rusiyanın həyata keçirdiyi güzəştlər sistemindən yararlanmaq olar. "...bu zonaların əksəriyyətində tətbiq edilən iqtisadi qaydalar, alətlər, xüsusi inzibati qanunlar müəyyən hüquqi və təsərrüfat rejimindən heç də azad etmir, sadəcə olaraq, bu rejimi yüngülləşdirir və sahibkarlığın inkişafını stimullaşdırmağa yönəlmiş güzəştlər verir. Faktiki olaraq, dövlət bu zonalarda özünün iqtisadi proseslərə müdaxiləsini məhdudlaşdırır" [122]. Lakin bizim təklif etdiyimiz nümunədə tədqiqat regionuna zona güzəştləri tətbiq edilməsi ilə yanaşı müəyyən fəaliyyət qollarında RST tərəfindən nəzarət edilməsi və tnzimlənməsi təklifi vardır.

Türkiyə Respublikasında hökumətin turizm sahəsinin inkişafına birbaşa təsiri

nəticəsində turizm fəaliyyəti böyük inkişaf yolunu keçmişdir. Son 25 il ərzində Türkiyəyə əcnəbi turlistlərin axını 9 dəfəyədək artmışdır və 2016-cı ildə 40 milyona yaxınlaşmışdır, 2019-cu ildə buraya 45,7 mln əcnəbi turist təşrif etmişdir. Bunun səbəbini mütəxəssislər dövlətin dəstəyi və yerləşdirmə obyektlərində balanslaşdırılmış qiymət siyasətinin tətbiqi ilə bağlayırlar. Belə ki, mehmanxana-turizm kompleksinə dövlətin dotasiyası 40% təşkil edir. Eyni zamanda turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin əsas şərtlərindən biri turizm məhsulları və xidmətlərinə olan qiymətlərin Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə razılaşdırılmasıdır. Bu isə dövlət tərəfindən turizm sahəsində qiymətlərin tənzimlənməsidir ki, bu da mehmanxana və turoperatorlara vergilərdən tam və ya qismən azad olmaqla qiymətləri aşağı salmaq imkanı verir. Eyni zamanda büdcə vəsaitləri hesabına gəlmə və daxili turizmin reklam edilməsi, turizmin inkişafına subsidiyaların ayrılması, verilmiş kreditlərin ödənilməsi üçün xüsusi şərtlərin olması, turizm ərazilərinin infrastrukturunun dövlət təminatı hesabına yaradılması, kommunal xidmətlər üzrə güzəştli tariflərin tətbiqi, turist xidmətlərinin “hər şey daxildir” sistemi ilə qiymətləndirilməsi Türkiyədə bu səpkidə turizm fəaliyyətinə münbit şərait yaratmışdır. Rusiyada turizm istiqamətli azad iqtisadi zonalarda 10 il müddətinə əmlak vergilərindən azad olmaq, federal büdcəyə mənfəətdən 0% vergi, ilk 3 ildə 2%, 4 ildən 8 ilədək 6% və 9-cu ildən başlayaraq 13.5% mənfəət vergisinin təyin edilməsi; amortizasiya müddətini 2 dəfə tezləşdirmək; sığorta haqları və torpağa görə ödəmələrə də güzəştlər nəzərdə tutulub.

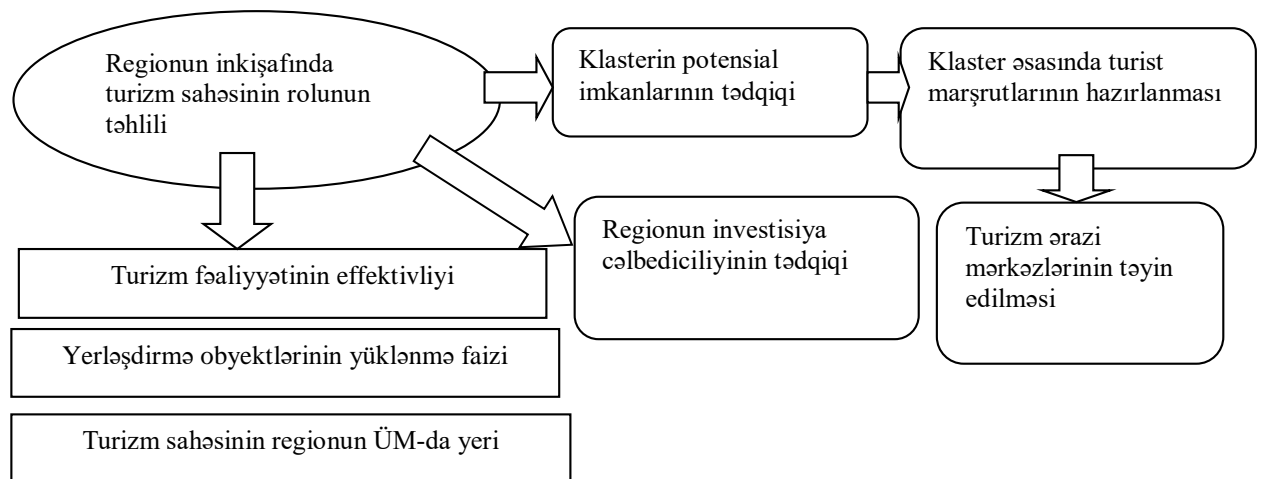
Ölkə rəhbərliyi tərəfindən Turizm Reyestrinin yaradılması və ticarət festivalının (“shopping festival”) keçirilməsi, turizm-rekreasiya zonalarının yaradılması, “Turizm işçiləri günü” peşə bayramının təsis edilməsi, “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”-nin təsdiq edilməsi, bir sıra ölkələrlə viza rejimi sadələşdirilməsi, davamlı turizm növləri olan ekoloji turizm və kənd yaşıl turizminin inkişafatdırılmasına xüsusi yer verilib. Hazırda Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq statuslu hava limanlarında 13 ölkənin vətəndaşlarına 30 günlük və Türkiyə Respublikasının vətəndaşlarına 90 günlük viza rəsmiləşdirilməsi həyata keçirilir, Azərbaycan vətəndaşları İrana vizasız 15 gün müddətinə keçə bilirlər.

Tətbiq olunan tədbirlər nəticəsində 2016 - 2019-cu illər ərzində ölkəmizə gələn əcnəbi turistlərin sayı xeyli artmışdır. Beynəlxalq turizmin inkişaf etdirilməsi sərhəd-keçid məntəqələrinin işinin təkmilləşdirilməsinə, daha operativ işləməsinə zərurət yaradır.

Sərhədyanı əməkdaşlığın effektiv olması üçün Regional Turizm Şurasına İranın həmsərhəd ostanlarının rəhbərlikləri ilə yerli əhəmiyyətli məsələlərin həllini həyata keçirmək səlahiyyəti verilir. Əcnəbi turistlərin cəlb olunması üçün onların tələblərinə uyğun xidmətlər təklif olunmalıdır. Regionun turizm cəlb ediciliyi barədə bir-neçə xarici dildə məlumat yayan e-portalın yaradılması əhəmiyyətlidir. əcnəbi turistlərin cəlb edilməsi barədə İspaniya, Türkiyə, digər ölkələrin turizm sektorlarının fəaliyyətlərindən nümunə götürmək olar.

3.2. Lənkəran İqtisadi Rayonunda turizmin inkişafının tənzimlənməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi

Tədbirlərin keçirilməsi. Regionun beynəlxalq miqyasda turizm destinasiyası kimi tanınılmasını reallaşdırmaq məqsədilə əvvəlcədən regionun turizm imkanlarının tədqiq edilməsi zərurəti yaranır. Öncə Regionun Turizm Reyestri əsasında **turizm klasterlərinin** hazırlanması zəruridir. Klasterlərin hazırlanması ilə *a)* regionun hazırkı potensialının müəyyən edilməsi *b)* bu potensialdan istifadə səviyyəsi, *c)* potensialın istifadə səviyyəsinin artırılması yollarının ayırd edilməsi olacaqdır. Klasterlərin ərazisi Lənkəran İqtisadi Rayonu ilə məhdudlaşır. Klaster hazırlanan zaman regionun turizm potensialının güclü və zəif tərəfləri müəyyən edilir, mövcud potensialın istifadəsinin artırılması ilə yeni infrastruktur obyektlərinin işə salınması imkanlarına ehtiyacın olub-olmaması üzə çıxır. Əvvəlki fəsillərdə Lənkəran regionunda mövcud olan turizm resursları və turizm infrastrukturunu barədə ətraflı məlumat verilmişdir. Bu məlumatı əldə etməklə və klasterdən yararlanmaqla hər bir turoperator optimal turist marşrutları hazırlamaq imkanına malik olur. Regionun inkişaf etdirilməsi məqsədilə işləniləcək hazırlanacaq turizm istiqamətli Regionun İnkişaf Proqramının həyata keçirilməsi Sxem 3.2.1-də göstərilən tədbirlər Regional Turizm Şurasının daim gündəmində olmalıdır.



Sxem 3.2.1 Regionun İnkişaf Proqramının həyata keçirilməsi Sxemi

Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən tərtib edilib

İnkişaf Proqramının hazırlanması zamanı nəqliyyat yolları, kommunal xidmət və rabitə imkanları, mütəxəssis potensialı da tədqiq edilir. Perspektivə inkişaf həcmi müəyyən edilmək üçün tələb olunan tikinti işlərinin həcmi hesablanır, inşaat materiallarının həcmi və bunların əldə edilməsi mənbələri ayırd edilir.

Regionu Turizm Təyinatlı Xüsusi İqtisadi Zona elan etməklə bu ərazinin sosial-iqtisadi inkişafının turizm sənayesi ilə bağlılığına üstünlük verilməsi əsas götürülür. Regionda sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bütün güzəştlər qüvvəyə minir. Ərazi daxilində ayrılmış turizm-rekreasiya zonalarının fəaliyyət istiqamətləri təyin edilir:

1. Lənkəran və Astara rayonlarının dənizsahili ərazisilərində beynəlxalq Ətraf Mühit Təhsil Fondunun (*Foundation for Environmental Education – FEE*) şərtlərinə cavab verən çimətliklərin yaradılması;

2. Hirkan və Qızılağac Milli Parklarının – ekoturizm həvəskarlarının mərkəzinə çevrilməsi.

3. Masallı, Lənkəran, Asatara və Lerik rayonları ərazisində mövcud olan termal su mənbələri hesabına Region müalicəvi-sağlamlıq turizm növünün mərkəzinə çevrilir;

4. Uzunömürlülər diyarı – Lerik və Yardımlı rayonlarının əraziləri etnoqrafik turizm növünün mərkəzinə çevrilir.

5. Beynəlxalq ticarət mərkəzi – Cəlilabad rayonunun və İranın həmsərhəd ərazilərində Beynəlxalq ticarət kompleksinin işə salınması.

Zonaların hər biri dövlət sərhədi ilə bağlı olduğu üçün bu element tur proqramlarında uğurla istifadə edilir. Regionun sərhədyanı olmasını nəzərə alaraq sərhəd

keçid məntəqələrinin buraxılış gücü, sərhədin hər iki tərəfində yaxın ərazidə yaşayan sakinlərin, işgüzar adamlarının qonşu ölkəyə keçmə təşəbbüsü, burada işgüzar əməkdaşlıq etmə imkanları tədqiq edilir.

Regionun turizm klasterinin hazırlanması marketinqin başlanğıc addımı kimi qəbul edilə bilər. Turizm destinasiyasının marketinqi ümumi inkişaf konsepsiyasının tərkib hissəsi olmaqla regionun kompleksli davamlı sosial-iqtisadi inkişafı naminə həyata keçirilir. Ərazinin, regionun tanınması üçün müxtəlif səviyyəli, fərqli imkanlar mövcuddur. Özünü ətraf mühitə, ölkə daxilində və beynəlxalq səviyyədə bildirmək istəyən region üçün rəqabət güclü olduğu qədər yeni partnyorların, əməkdaşlıq imkanlarının mənbəyi də çoxalır. Görkəmli marketoloq Filip Kotlerin həmmüəllif olduğu *“Маркетинг места”* kitabına [76] istinadən və ölkəmizə uyğunlaşdıraraq regionun adının yüksəldilməsi və turizmin inkişaf etdirilməsi ilə sosial-iqtisadi inkişafa nail olmaq məqsədilə bəzi müddəaları qəbul edək.

Ərazilərin regional marketinqi təbii, əmək, maliyyə və maddi-texniki resursların aktiv istifadəsi, habelə ərazi potensialının təzələnməsi üzərində qurulur. Regional marketinq həmin regionun məhsullarının, xidmətlərinin, müəssisələrin və cəlbedici obyektlərin regiondaxili və regiondan xaric hərəkətə gətirilməsidir. Regional marketinq dövlət orqanları səviyyəsində, ictimai təşkilatlardan tutmuş regional təşkilatlar və ayrıca müəssisələrlə birgə həyata keçirilir.

Müxtəlif səviyyəli marketinq tədqiqatları zamanı subyektlər arasında sıx qarşılıqlı əlaqə və informasiya mübadiləsi mövcud olur. Turizm bazarının seqmentlərini müəyyən edən zaman istehlak bazarının istəyini nəzərə almaq vacibdir. Ümumiyyətlə, region səviyyədə marketinq tədqiqatları yalnız regional turizmin inkişaf konsepsiyası deyil, eyni zamanda turizm infrastrukturunun hüquqi və investisiya dəstəyinin təminatı, yerli və xarici turistlər üçün cəlbedici məkan imicinin yaradılması və dəstəklənməsidir. Turizmi inkişaf etdirdikdə ənənəvi turizm əraziləri ilə yanaşı həm də münasib turizm ehtiyatlarına malik olmaqla nisbətən zəif turizm infrastrukturuna malik olan ərazilər kənarda qalmamalıdırlar. Regionda bu cür ərazilərə Yardımlı və Cəlilabad rayonlarını aid etmək olar.

Regionun turizm destinasiyasına çevrilməsi qəbul edilmiş dövlət inkişaf

proqramına əsasən həyata keçirilə bilər. Hökumət tərəfindən müvafiq fəaliyyət hərəkətləri nəzərdə tutulmalıdır. Rusiya müəlliflərinin “*Менеджмент туризма*» dərsliyində deyilir ki, “Hökumətin hərəkətləri dedikdə, icra hakimiyyəti orqanının kredit-pul, vergi, gömrük siyasətinə təsiri nəzərdə tutulur. Hökumət eyni zamanda istehsalçılara və istehlakçılara təsir göstərə biləcək normaları, standartları təyin edir və iqtisadiyyatda əsas sifarişçi rolunda çıxış edir” [86, s.35].

Regionun turizm destinasiyasına çevrilməsi yerli administrasiyanın turizm sənaye təsislərinin birgə səyi ilə İnkişaf Proqramı çərçivəsində həyata keçirilə bilər. Eyni zamanda yerli turizm obyektlərinin rəhbərləri turistlərin cəlb edilməsi məqsədilə oxşarı olmayan təkliflər, tədbirlərlə çıxış etməyi bacarmalıdırlar.

Turizm sənayesində regionun marketinq tədqiqat nəticələrinin dörd əlamətini göstərmək olar. **Birincisi**, bu regionun ölkəmizdə, Qafqazda üstünlüyünü əldə etmək. Ölkəmizdə güclü turizm brendi olan Nabran istirahət zonası – Sovet dövründən qalma adı ilə və çimərlikləri, istirahət mərkəzləri ilə tanınır. Gürcüstanda Acariya – çimərlikləri, Bakuriani – qış-yay istirahət kompleksləri, Borjomi – müalicə-sağlamlıq və istirahət mərkəzləri, Rusiyanın Şimali Qafqaz - mineral mənbələr regionu (*Кавминводы*) – müalicə sağlamlıq mərkəzləri, İranın Serab müalicə-sağlamlıq mərkəzi bu qəbildəndir. Turistləri cəlb edən zonaların sayı daha çoxdur. Lənkəran Regionu turizm destinasiyası adıçəkilən əraziləri üstələməlidir.

İkinci əlamət odur ki, region özünün cəlbediciliyini saxlamaq üçün mütəmadi yoxlamaları həyata keçirməli, turistlər və yerli əhali arasında sorğular aparmalı, maraqların qorunması üçün müvafiq sənədlər qəbul edilməsini, müştəri ilə satıcı arasında yeni münasibət ölçülərini qəbul etməlidir.

Üçüncü əlamət – informasiya texnologiyalarının marketinq planlarında tətbiqidir. Informasiya texnologiyalarından istifadə və bunların təkmilləşdirilməsi ən uzaq ərazidə yerləşən regionlara bütün dünya müstəvisində rəqabətdə iştirak etmək imkanı yaradır.

Dördüncü əlamət - kommunikasiya prosesinin idarə edilməsi əhəmiyyətinə aiddir və ərazinin marketinqi imicin yaranmasını, reklam-təbliğat xarakterli tədbirlərin keçirilməsini və informasiyanın yayılması tədbirlərini nəzərdə tutur.

Regionun üstünlüyünü digər regionlardan fərqli olan amillərlə əldə etmək olar.

Subtropik iqlimin olması bu regiona bəzi xəstəliklərə malik insanların gəlməsinə problemlər yarada bildiyi üçün həmin insanların yalnız həkim məsləhəti ilə gəlib-gəlməməsi müyyən edilə bilər. Ümmilikdə isə bu region sitrus bitkilərinin yetişdirildiyi ərazidir. Bu isə cəlbədicə amil kimi üstünlüyə malikdir. Yəni turistlər birbaşa sitrus plantasiyalarını görür, məhsul yığa bilir, məhsulu birbaşa yerində qəbul etmək imkanına malik olurlar.

Regiona səfər edənləri müxtəlif əlamətlərinə görə ayıraq. Regionun marketinq tədqiqatları ilə məqsədli bazarı nəzərdən keçirək. Turistlər əsasən işgüzar, istirahət, müalicə və qohumların ziyarəti məqsədilə regiona gəlirlər. Regionun marketinqi ilə məşğul olanlar üçün ən mühümü turistlərin hansı məqsədlə gəldiklərinin bilməsidir. Çünki fərqli qrupların tələbatı da fərqli olur. İşgüzar turistlərin gəlməyinin məqsədi danışıqların aparılması və ya konfransda iştirak, işgüzar mühitin kəşfiyyatı və ya nə isə alıb-satmaq olur. İstirahətə gələnlərin əsas məqsədi istirahət, işdən uzaqlaşma olsa da cəlbədicə obyektlərin ziyarəti istəyi də vardır. Müalicəyə gələnlər də səhhətlərinin müalicəsi ilə yanaşı cəlbədicə obyektləri görmək istəyində olurlar. Qohumlarını görmək məqsədilə gələnlərin əksəriyyəti yerli cəlbədicə obyektləri dəfələrlə gördüklərindən, bəzən piknikə çıxmaq istəyində olurlar. Nəzərə alsaq ki, region İran İslam Respublikası ilə həmsərhəddir və buraya həmin ölkədən gələnlər də qohumlarını görmək və işgüzar məqsədlə gəlirlər.

Hazırda Regionda turoperatorluq fəaliyyəti göstərən 1 müəssisə işləyir. Bakıda fəaliyyət göstərən və turistləri regiona cəlb edən, dəvət edən turfirmalar tərəfindən məqsəd prioriteti yoxdur. Turizm bukletləri, prospektləri məqsədli tərtib olunmur və təsadüfi ünvanlara paylanılır. Peşəkarlar tərəfindən işlənib-hazırlanmış marketinq strategiyasını tətbiq etməkdənsə, turizm məhsulunu irəlilədən, təşviq edənlər bazarın tələbatını öyrənmədən eyni mövzulu reklam məhsullarına maliyyə vəsaiti sərf edirlər.

Turizmin inkişaf istiqamətli konsepsiyası regionun sisteməlik və uzunmüddətli marketinq strategiyasının işlənib hazırlanmasını tələb edir. Bu konsepsiya regionun özünəməxsus xassələrinin inkişafına və təkmilləşdirilməsinə yönəlməlidir. Strategiyanın prioriteti regionun əsas məqsəd qrupunun müəyyən edilməsidir ki, bütün resurslar məhz buraya yönəlmiş olsun.

“Regionun iqlimini, təbii relyefini və ya coğrafi mövqeyini dəyişmək mümkün deyil, lakin yeni cəlbedici obyektlər yaratmaq olar. Cəlbedici obyektlərin 10 tipini nəzərdən keçirmək olar:

1. Təbii gözəlliklər və obyektlər
2. Tarix və görkəmli şəxslər
3. Bazarlıq
4. Mədəni cəlbedici obyektlər
5. Istirahət və əyləncə
6. İdman arenaları
7. Festivallar və digər bayramlar
8. Binalar, monumentlər, heykəllər
9. Muzeylər
10. digər” [75, s.181].

Tanınmış marketoloq Filip Kotlerin ayırd etdiyi 10 tip cəlbedici obyektlərin açıqlamalarını [75, s.195] Lənkəran İR-na uyğun aşağıdakı kimi vermək olar:

1. **Təbii gözəlliklər və obyektlər.** Təbiətin gözəlliyi bir çox insanlar üçün dağlar, vadilər, göllər, dəniz və meşələrdir. Lənkəran Regionu da bu cür gözəl mənzərələri ilə fərəhlənə bilər: Qızılağac Milli Parkı və burada yer tapmış quşlar, Dəmirağac meşəsi; Buzlaq mağara (təbii soyuducu) özünün qeyri-adiliyi ilə turistlərin marağına səbəb ola bilər.

2. **Tarix və görkəmli şəxslər.** Lənkəran Regionu tarixi hadisələrin baş verdiyi əraziləri və görkəmli insanları ilə hər kəsi özünə cəlb edə bilər (Rusiya İmperiyasının, Azərbaycan Xalq Cumhuriyyətinin və Sovet Dövlətinin generalı Səməd bəy Mehmandarov, iki dəfə Sovet İttifaqı Qəhrəmanı general Həzi Aslanov, Sovet İttifaqı Qəhrəmanı, akademik Ziya Bünyadov və s.);

3. **Bazarlıq.** Alış-veriş turistlərin istirahət yerində həmişə həyata keçirdiyi zəruri fəaliyyət formasıdır. Yerli sənətkarların qamışdan toxuduqları həsir, zənbil, baş geyimləri ilə yanaşı taxta və toxuculuq məmulatları, digər suvenirlər və s. sözsüz ki, turistləri cəlb edir.

4. **Mədəni cəlbedici obyektlər.** Rəsm qalereyaları, muzeylər, teatr, folklor

ansambları turistlərin marağına səbəb olar.

5. **İstirahət və əyləncə.** Hər region həm yerli sakinlərə və həm də turistlərə rahat istirahət və əyləncə yerinləri ilə təmin etməlidir. Restoranlar, kafelər, idman qurğuları, teatrlar, mədəniyyət mərkəzləri, istirahət parkları və s. regionda fəaliyyət göstərir.

6. **İdman qurğuları.** Regionun hər inzibati rayonunda olimpiya idman kompleksləri fəaliyyət göstərir. Komplekslərdə təklif olunan xidmətlərdən yerli sakinlərlə yanaşı turistlər də istifadə edə bilirlər. Burada üzgüçülük hovuzları, böyük tennis və stolüstü tennis, fitnes zallar və digər xidmətlərdən yararlanmaq olar.

7. **Festivallar və digər bayramlar.** İspaniyada əyalətlərdə bütün yayı turistləri cəlb etmək məqsədilə kəndlərdə hər həftəsonu folklor bayramları keçirirlər. Yerli sakinlər milli paltarlarda mahnı oxuyur, musiqi çalır, rəqslər ifa edirlər və bu tədbirlərə turistləri də cəlb edirlər, onlara yerli paltar geyindirir, mahnı oxumağa, rəqs etməyə dəvət edirlər, yerli yeməklərin bişirilməsi üçün açıq havada mətbəx yerləri təşkil edilir. Novruz bayramının möhtəşəm şəkildə keçirilməsini, Lənkəran regionunun rayonlarında folklor bayramı, sitrus bayramı, kulinariya bayramı və s. bu kimi tədbirləri keçirməklə turistləri bölgəyə cəlb etmək mümkündür.

8. **Binalar, monumentlər, heykəllər.** Regionda turistlərin diqqətini cəlb edən obyektlərin sayı çoxdur. Son illərdə rayon mərkəzlərinə giriş yerləri təmtəraqlı monumentlərlə bəzədilir. Regionda Lənkərana girişdə iri samovar qoyulub, digər rayon mərkəzlərində orta əsrlər tipində darvazalar tikilib. Lənkərandakı Dairəvi qala, qala divar qalıqları, Xan evi, Göytəpə şəhərində pravoslav kilsəsi, Astara rayonunun kənd evlərində olan “ləm” istirahət yerləri və s. həqiqətən də maraq kəsb edir.

9. **Muzeylər.** Regionda 16 muzey vardır və bunlar öz ekspozisiyalarına görə fərqlənirlər. Lerikdə olan uzunömürlülər muzeyi xüsusilə fərqli bir muzeydir. Masallı rayonunun Hişgədərə kəndində yerləşən muzey də seçilir. “Muzeysiz yer – festivalsız və idman komandası olmayan bir yer kimidir. Muzey diyarın mədəniyyəti və tarixi üzrə bələdçi olmaqla ərazinin bazarda yeni dəyərini müəyyən edir.” F.Kotler.

10. **Digər.** Buraya müasir nailiyyətlər əlavə oluna bilər. Məs., qeyri-adi görünüşdə olan tikili və ya ən yeni, oxşarı olmayan xüsusiyyətlərinə görə fəqlənən texnoloji prosesə malik istehsalat vahidi, tamamilə fərqli müalicə prosedurları keçirilən müalicə-sağlamlıq

mərkəzi və s. qamışdan hazırlanmış məişət mebeli və ya dəmirağacından icazə verilmiş həcmdə məmulatların (musiqi alətləri, suvenir qab-qacaq, digər suvenir məmulatları) sənətkarlar tərəfindən hazırlanması və üzərində “dəmirağacdən hazırlanıb” yazılması xüsusi marağa səbəb ola bilər.

Turizmin inkişaf etdirilməsi import məhsullarının regiona axınını artırmağa bilər ki, bu isə öz növbəsində əraziyə turistlər vasitəsilə daxil olan xarici valyutanın bir hissəsinin yenidən xaricə axınına səbəb olur. İmportsuz fəaliyyət göstərmək mümkün deyil və bunun qarşısını almaq düzgün olmaz. Bu səbəbdən regionun iqtisadiyyatını yaxşılaşdırmaq məqsədilə turistləri cəlb etməklə yanaşı yerli, digər regionlardan və xaricdən investisiyaların qoyulmasına çalışmaq lazımdır. Eyni zamanda yerli sahibkarların eksport məhsullarının həcmində artırılması məqsədilə ölkənin və regionun idarəedici orqanları tərəfindən həvəsləndirici güzəştlər nəzərdə tutulmalıdır.

Regiondan kənara mal çıxışı olmayan ərazini heç cür təsəvvür etmək mümkün deyil. Cay, düyü, sitrus, meyvə, tərəvəz, süd və süd məhsullarını, quş məhsullarını hazırlayan və istehsal edən Lənkəran İR-u bunların hamısını özü istehlak etmir. Böyük qismi ölkəmizin digər regionlarına göndərilir və eyni zamanda digər ölkələrə göndərilməsi də həyata keçirilir. Regionun eksport məhsullarının çeşidinin və həcmində artırılması üçün yerli istehsalçıların mərkəzləşdirilmiş məlumat bazası olmalıdır. Məlumat bazası yerli istehsalçıları yalnız alıcılar barədə deyil həm də tenderlər, sərəgilər, müsabiqələr, tələb olunan məhsulun həcmi, çeşidi, növü və s. haqqında məlumatla təchiz edə bilər.

Region eksport istiqamətli şirkətlərin, ticarət palatasının və müstəqil biznes-ekspertrlərin iştirakı ilə seminar, konfrans və təhsil proqramlarının təşkilatçısı kimi çıxış edə bilər. Biznesmenlərin bu cür tədbirlərdə iştirakı sonradan onların nümayəndə olduqları şirkət əməkdaşlarının bu əraziyə istirahət məqsədilə gəlməsinə əsas yarada bilər.

Lənkəran İR nəqliyyat qovşağıdır. Regiona turistlər Rusaiyadan və İrandan (yaxın gələcəkdə) dəmir yolu ilə, müasir avtomobil yolları ilə, uzaq xarici ölkələrdən isə birbaşa hava nəqliyyatı ilə gələ bilərlər. Lənkəranda beynəlxalq aeroportun yerləşməsi bu regionun beynəlxalq əməkdaşlıqda rəqabətə davamlı olması üçün əsas yaradır.

Beynəlxalq aeroport birbaşa eksport və import əməliyyatlarının keçirilməsi üçün üstünlük verir və əcnəbi turistlərin bu bölgəyə birbaşa cəlb edilməsində mühüm arqumentdir. İran İslam Respublikası ilə həmsərhəd olmaqla Lənkəran İR-u sərhəd ticarətini inkişaf etdirməklə ölkəmizin daxili rayonlarını da qonşu ölkənin fərqli malları ilə təmin etmək iqtidarındadır. Beynəlxalq ticarət elə əslində beynəlxalq turizm deməkdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, turizm məhsulunun qeyri-maddi olmasını nəzərə alaraq onun keyfiyyət amillərini göstərmək olmur. Bu səbəbdən turizmdə marketinq tədbirlərinin keçirilməsi mürəkkəb məsələdir ki, bunların həlli marketoloqların keçirdiyi tədqiqatların səviyyəsindən asılıdır. Bu məqsədlə onlardan yüksək peşəkarlıq tələb olunur. Bunu isə yalnız yüksək ixtisaslı, turizm sahəsində böyük təcrübəyə malik yerli və xaricdən dəvət olunmuş mütəxəssislərin vasitəsilə təimlərin keçirilməsi ilə qazanmaq olar.

Regionların və turizm mərkəzlərinin marketinqinin spesifik xüsusiyyətlərindən biri də odur ki, turistlərin yalnız xaricdən deyil, həm də ölkə daxilindən cəlb edilməsidir. Bu səbəbdən, regionun və ya turizm mərkəzinin turizm məhsulu barədə dedikdə, bunun iki fərqli növündən söz düşür. Bu zaman xarici bazarda marketinq tədbirləri milli strategiyaya uyğun olaraq Regional Turizm Şurası tərəfindən Milli Turizm Şurasının koordinasiyası ilə, daxili bazarda isə sırf Regional Turizm Şurası tərəfindən həyata keçirilir. Rusiyalı müəllif A.Drozdetskaya bildirir ki, “Daha bir spesifik xüsusiyyət odur ki, marketinq yalnız turistlərin cəlb edilməsi deyil, eyni zamanda turist axınlarının bu və ya digər regiona və ya turizm mərkəzinə yönəldilməsinin tənzimlənməsinə xidmət edir. Bu cür marketinq strategiyası ekoloji sistemin artıq yüklənməsinin və ya yerli əhalinin böyük turist axınlarına qarşı neqativ reaksiyasının qabağını almalıdır “ [62].

Turistin hər hansı regiona səfər etməsi üçün bir istək olmalıdır. Turistin məqsədli olaraq səfər etdiyi ərazi destinasiyadır. Lakin ərazi bir fiziki yer kimi turisti cəlb edə bilmir, çünki onu cəlb edən - ərazidə olanlardır. Bu səbəbdən, məcazi mənada deyə bilərik ki, Destinasiya – integrasiya edilmiş kompleksli məhsuldur. Bu səbəbdən Lənkəran regionu sərgilərdə, digər reklam vasitələrində, turoperatorlar tərəfindən satış zamanı bir turizm məhsulu kimi təqdim edilməlidir. Hər il Bakıda keçirilən *AİTF* - beynəlxalq turizm sərgisində əksər rayonlar, o cümlədən regionun rayonları öz

stendlərində turizm potensiallarının rəngarəngliyini nümayiş etdirirlər. Lakin bununla yanaşı Lənkəran Regionu xaricdə keçirilən beynəlxalq turizm sərgilərində və yarmarkalarda **bir turizm destinasiyası** kimi öz stendi ilə turizm imkanlarını təqdim etməli, xarici ölkələrin turoperatorları ilə birbaşa ünsiyyət quraraq partnyorluq əlaqələrini yaratmalıdır. Bu, yalnız Regional Turizm Şurasının rəhbərliyi ilə məqsədəuyğun formada uğurla keçirilə bilər. Turist destinasiyanı bütöv bir kompleks kimi qəbul edir. Bir kompleks məhsulu kimi destinasiyaya aşağıdakılar daxildir:

- ✓ resurslar – təbii və mədəni, antropoloji, etnoqrafik, keçirilən xüsusi tədbirlər;
- ✓ infrastruktur – yerləşdirmə obyektləri, qidalanma sistemi, dükənlər, əyləncə yerləri, informasiya mərkəzləri və s.;
- ✓ əlçatan olması – nəqliyyat, iqtisadi imkanlar, viza və s.;
- ✓ turistin regionda olduğu zaman məşğul ola biləcəyi bütün tədbirlər;
- ✓ turpaketin əldə edilməsi – turoperatorlar və turagentlər vasitəsi ilə; elektron sistemi ilə;
- ✓ müştəriyə xidmətlər – bank, rabitə, səhiyyə sistemi, asayişin mühafizəsi, digər.

Lənkəran Regionunun bir turizm məhsulu kimi təbliği. Region bir turizm məhsulu kimi təbliğ edilən zaman informasiya məkanının aşağıdakı strateji şərtlərini üstün tutmaq daha düzgün olar:

- region üçün aktual olan mövzuların daha qabarıq şəkildə verilməsi (tematik vurğulama, pozisiyalaşdırma);
- regionla bağlı olan obyektlərin, məhsulun, görkəmli insanların müəyyən edilməsi, informasiya məkanında yayımlanması (brend-pozisiyalaşma);
- regional turizm məhsulunun informasiya məkanında dəstəyini əldə etmək məqsədilə ölkə və regional KİV-lərlə sıx əlaqədə olmaq, internet resurslar yaratmaq;
- mövzu və ya marka ilə əlaqəli tədbirlərin keçirilməsi.

Regionu bir turizm məhsulu və ya bir əmtəə nişanı kimi tanındılmasının böyük əhəmiyyəti vardır. Əmtəə nişanı 2 mühüm xüsusiyyətə malikdir: qoruyucu qabiliyyət və reklam qabiliyyətli olması. Qoruyucu qabiliyyət odur ki, qanunvericiliyə uyğun olaraq qeydiyyatdan keçmiş əmtəə nişanın saxtakarlıqdan hüquqi müdafiəyə malik olmasıdır.

Ömtəə nişanının reklam qabiliyyəti odur ki, istehlakçının yaddaşında məhz həmin nişan bu region və bu regionun xidmət və məhsulları ilə eyniləşdirilir [58, s.163].

Ə.Əlirzayev bildirir ki, reklam fəaliyyəti turizm fəaliyyətinin tərkib hissəsidir. Əgər reklam fəaliyyətini ixtisaslaşma üzrə bölsək turizm həm reklamçıların obyektidir, həm də turizm fəaliyyətinin özünün obyektidir [26, s.181].

Regionun populyarlaşdırılması yalnız reklamla deyil, eyni zamanda daimi müştəri siyahısının genişləndirilməsi ilə baş verir. Bu səbəbdən korporativ müştərilərə xüsusi fikir verilməlidir. Belə ki, korporativ müştərilərə xidmət zamanı həvəsləndirmə vasitələrindən istifadə etmək olar:

- müəyyən edilmiş tarixədək konkret turizm məhsulunun bronlaşdırılması zamanı qiymətlərdə güzəştlərin tətbiqi; bu zaman daha çox müştəri aşağı qiymətlə turpaket əldə etmək istəyində olacaq;

- uzunmüddətli istirahətə gələnlərə 1-3 günlük pulsuz əlavə xidmətlər təklif olunur;

- kompleksli xidmətlər paketinə bəzi pulsuz xidmətlərin əlavə edilməsi (idman qurğularına, spa-salonlara, disko-kluba və s. girişin pulsuz edilməsi);

- mətbuatda, TV-də, sərgilərdə keçirilən viktorinalarda qaliblərə pulsuz turpaketin verilməsi (bu tədbir potensial müştərilərin cəlb olunmasına səbəb olur). Bununla da turizm müəssisələrinin imici qalxır;

- ayrıca olaraq regionun adı ilə və ya regionun adı yazılmaqla turizm müəsisəsinin, mehmanxana, istirahət və ya əyləncə mərkəzinin adı ilə suvenirlərin paylanması (qələm, yol çantası, qeyim və s.);

- regiona turistlərin cəlb edilməsi korporativ müştərilər vasitəsilə daha böyük effekt verə bilər (iri sənaye müəssisələri, tikinti təşkilatları, səhiyyə müəssisələri və s.).

Turizm təbliğatına xüsusi önəm verilməlidir. Rusiyalı müəllif O.T.Loykoya görə təbliğat vasitəsilə regionun ümumən turizm potensialı, onun ayrı-ayrı ərazilərinin, istirahət məkanlarının imkanları və bunların imicinin qaldırılması haqqında məlumat yayılır [82]. Bu vəzifəni yerinə yetirmək məqsədilə aşağıdakı vasitələrdən istifadə olunur:

1. Mətbuatla əlaqələrin yaradılması və saxlanması ilə burada dərkətmə-hadisə

xarakterli məlumatları yaymaqla regionun turizm cəlbedici obyektlərinə və turist xidmətlərinə diqqətin cəlb edilməsi;

2. Məhsul təbliğatı – konkret turist marşrutlarının, proqramların, xidmətlərin populyarlaşdırılması məqsədilə aparılan fəaliyyət. Misal kimi, turizm günlərinin keçirilməsi zamanı regionun istirahət mərkəzlərinin təbliği kampaniyası, regionda təklif olunan marşrutlar və proqramlar - “Turizm və ekologiya”, “Dəmirağac məkanı”, “Sağlam mühit”, “Kənd həyatı”, “Təbiət qoynunda” və s. turlar təklif etmək;

3. Regionun turizm müəssisələrinin xeyriyyə tədbirlərində iştirakını təşkil etmək;

4. Qanunvericilik və icra hakimiyyəti qurumları ilə regionda turizmin daha geniş vüsətlə inkişafına nail olmaq üçün müəyyən güzəştlərin verilməsinə, cari fəaliyyətlə bağlı məsələlərin həllinin razılaşdırılmasına nail olmaq;

5. Turizm fəaliyyətinin regiona və ölkəyə verdiyi müsbət nəticə barədə rəsmi orqanlara rəylərin, təkliflərin verilməsi.

Uğurla seçilmiş mövzu jurnalistlərin geniş dairəsini maraqlandıra bilər. Reklam daim və fasiləsiz olaraq verilməlidir. Həvəsləndirmə kampaniyaları isə müəyyən təqvim günləri ilə əlaqəli həyata keçirilə bilər.

Lənkəran turizm destinasiyasının beynəlxalq miqyasda tanınmasının yollarından biri də beynəlxalq peşəkar təşkilatlara üzv olmaq, onların tədbirlərində iştirak etmək, bu təşkilatların destinasiyada işin beynəlxalq standartlara uyğun qurulması məqsədilə tanınmış mütəxəssislərin dəvət edərək onların məsləhət və göstərişlərinə əməl etmək zərurəti vardır. Turizm agentlikləri və mehmanxana sahəsində fəaliyyətini quran *ITAP World* – Turizm peşəkarlarının Beynəlxalq assosiasiyası, *IH&RA* – Beynəlxalq mehmanxana və restoran assosiasiyası, *HOTREC* – Mehmanxana və Restoran, pab və kafelər assosiasiyası və bir çox digər təşkilatlar vardır. Rusiyalı müəllif V.Kvartalnov “Turizm” dərslərində bildirir ki, turizm sahəsində keyfiyyətli xidmət təqdim etməklə istehlakçıda rahatlıq hissi yaratmaq lazımdır [71, s.121]. Müxtəlif ölkələrdən gələn turistlərin rahatlığa olan tələbləri fərqlənir və turizm müəssisələri, yerləşdirmə obyektləri bunu əvvəlcədən nəzərə almalıdırlar. Piyada, at üstündə, şayda qayıqla yürüşlərin təşkili turist-ekskursiya xidmətlərinin tələblərinə uyğun təşkil edilməlidir. [43,45,77]. Bu isə təhlükəsizliyin əsasını təşkil edir.

Personalın peşəkarlığı və personalın sayının düzgün təyin edilməsi. İşçilərin peşəkarlığı nəzəri cəhətdən hazırlıqlı olması onların müvafiq təhsilə malik olması və mütəmadi olaraq təkmilləşdirmə ixtisasartırma təlimlərində iştirakı ilə, iş təcrübəsi ilə təmin olunur. Lakin rəhbərlik tərəfindən ayrı-ayrı bölmələr üzrə işçilərin sayının düzgün təyin edilməsi iş keyfiyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərir. Qidalanma yerində aşpazların və ya ofisiantların sayının, nömrələrin təmizlənməsi bölməsində işçilərin az olması müştərilərə keyfiyyətli qidanın vaxtında verilməsinə, nömrələrin lazımi səviyyədə təmizlənməsinə təminat yaratmır. Bu halda xidmətdə gecikmələr və qidada keyfiyyətsizlik müşayiət olunacaqdır. İşçilərin sayının mehmanxananın ulduz səviyyəsi standartlarından az olması xidmət səviyyəsinə və müştəri məmnunluğuna mənfi təsir göstərir. Müştəri məmnunluğu isə turistlərin davamlı cəlb edilməsinin əsas amillərindən biridir.

Turistlərin regiona cəlb edilməsi bir sıra reklam tədbirləri ilə müşayiət olunmalıdır. “PR tədbirlərinin keçirilməsi müəyyən xərclərlə bağlıdır. Həvəsləndirmə kampaniyaları turistlərə konkret güzəştlərin verilməsidir. Bu səbəbdən işin effektivliyini təyin etmək üçün xərclər əvvəlcədən tutulmuş smetaya uyğun həyata keçirilir. ... Paralel olaraq statistik məlumatlar üzləşdirilir, turistlər arasında sorğular keçirilir”[83].

Regionu bir turizm məhsulu kimi satmaq məqsədilə regiondan kənar yerləşən turoperatorları və turagentlikləri istirahət mövsümündən əvvəl infotura (reklam turu) dəvət etməklə buraya turistlərin kütləvi şəkildə cəlb edilməsini təşkil etmək mümkündür. Turizm müəssisələrinə turizm resursları və infrastruktur barədə yazılı, foto və video materiallar təqdim etməklə həmin müəssisələr mövsümə özlərinin reklam bukletlərini hazırlamaq, qiymətləri təyin etmək imkanına malik ola bilsinlər. Infoturda eyni zamanda jurnalistlərin iştirakını təmin etməklə daha geniş potensial müştəri auditoriyasını region barədə məlumatlandırmaq olar.

Marketing tədqiqatlarını yerinə yetirən zaman turoperatorların birgə əməkdaşlığa sövq edilməsi nəzərdən qaçmamalıdır. Turizm şirkətləri regionu birgə təbliğ etməklə daha çox turisti cəlb etmək imkanına malik olurlar. Region üzrə “sitrus” klasteri, “şərab” klasteri, “görməli adamlar” klasteri və s. işlənib hazırlanmalıdır.

Rusiya Federasiyasının Xantı-Mansiysk muxtar dairəsi - Yuqra-nın regional

brendinin eyniləşdirmə və irəliləməsini gücləndirmək məqsədilə kompleksli reklam-informasiya kampaniyası keçirilib. Həmin kampaniyaya oxşar Lənkəran regionunun turizm destinasiyası kimi tanındılması məqsədilə nümunə kimi müəyyən dəyişiklərlə tədbirlər planı hazırlamaq olar:

- dəyərlər platformasına əsaslanan sloqanlar paketi;
- əsas xəbərlərin tezisləri;
- xəbərlərin efirə verilmə kanalları;
- reklam-informasiya kampaniyasında iştirak üçün ictimai fikir (ideya) liderlərinin siyahısı;
- səbəb və tədbirlər üzrə informasiya kompleksi;
- geniş çeşidli reklam çap məhsullarının cəlbəedici dizaynı.

Regionun turizm destinasiyasının bir turizm məhsulu kimi tanınması məqsədi ilə vahid ticarət markasının yaradılmasına zərurət vardır. **Ticarət markası şərti olaraq “Dəmirağac diyarı”** adlandırıla bilər. Regionda keçiriləcək bütün tədbirlər, o cümlədən sərgi, yarmarka, festival, hətta idman yarışları da bu marka adı ilə təbliğ edilməlidir. Bu tədbirlərin təbliği regionun təbliği deməkdir. Destinasiyanın turizm məhsuluna çevrilməsini reallaşdırmaq üçün regiona uyğun turizm növlərinin dəyərləndirilməsi zərurəti vardır. “Dəmirağac diyarı” markası altında kompleksli turizm proqramların geniş formatda reklam edilməsi turistlərin buraya axınını xeyli artırmaqla (Cədvəl 3.2.1). “Şəxsiyyətlər” proqramı üzrə məktəbli və gənclər arasında vətənpərvərlik ruhunun yüksəldilməsi və sağlam həyatın təbliği üstünlük təşkil etməlidir. “Ekoloji turizm” və “Kənd həyatı” proqramları ilə təbiətə sağlam münasibət və fərqli istirahətlə yanaşı fərqli xidmət təklif olunur. “Hadisə turizmi” proqramı ilə yerli folklorla və kuinariya ilə tanışlıq məqsədilə regional tədbirlər təşkil edilməlidir.

Regionda turizm fəaliyyəti inkişaf etmiş əraziləri ilə yanaşı turizm infrastrukturunu az inkişaf etmiş, lakin zəngin turizm resurslarına malik olan ərazilər də təbliğ edilməlidir. Regionun müsbət turizm imicini yaratmaqla yanaşı regionun hüquqi dəstəyini yaddan çıxarmaq lazım deyil.

Lənkəran İR “Dəmirağac diyarı” turizm ticarət markasının tətbiqi

inkişaf istiqamətləri	obyektlər/layihələr	adlar
Ekoloji turizm	Hirkan Milli Parkı, Qızılağac Milli Parkı	Dəmirağac meşəsi, relikt bitkilər; nadir quş növləri; çay və sitrus plantasiyaları;
Kənd yaşıl turizmi	Regionun kəndlərində qonaq evləri; dəniz sahilində, meşə ərazilərində kottec sistemli istirahət ocaqlarında; uzunömürlü ailə üzvü olan kənd evlərində yerləşmə	Kənd ev sahibləri, kottec istirahət sistemləri
Turist kəndləri	Xüsusi turist kəndlərinin evləri	Turist kəndlərində kəndli həyatı
Hadisə turizmi	Çay, sitrus meyvələri bayramı; folklor festivalı; kulinariya festivalı	Azərbaycan və talış folklor ansambların çıxışları; yerli kulinariya - balıq, quş ləvəngisi, təndir yeməkləri
Şəxsiyyətlər	Generallar diyarı, uzunömürlülər məskəni	General Səməd bəy Mehmandarov, 2 dəfə Sovet İttifaqı Qəhrəmanı general Həzi Aslanov; Sovet İttifaqı Qəhrəmanları akademik Ziya Bünyadov, Mirzə Cəbiyev, İlya Kaverin; Milli Qəhrəmanlar; uzun ömür yaşayan insanlarla görüş; uzunömürlülər muzeyi
İran sərhədi	Qonşu ölkə / Fərqli məkan	İranın sərhəddən ərazilərinə ekskursiyalar, turlar

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanıb

Qeyd edilmiş turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün Regionun İnkişaf Proqramında istiqamətli investisiyalar nəzərdə tutulmalıdır. İlk növbədə isə region-daxili komfortlu yollar salınmalı, yanacaq doldurma stansiyalarının, ictimai iaşə obyektlərinin yerləşdirilməsi üçün sahibkarlara torpaq sahələri ayrılmalı, yerli folklor qrupların yaradılması və əl sənəkarlıq işləri həvəsləndirilməsi, turistlərə xidmətlə bağlı fəaliyyət göstərmək istəyən sahibkarlara otel tikintisi, kruiz gəmilərinin, avtobusların alınması üçün aşağı faizli məqsədli kreditlərin verilməsi nəzərə alınmalıdır.

Qonşu Gürcüstanda yardlılmış xüsusi turizm zonalarına investorların cəlb edilməsi məqsədilə bu ərazilər cəmi 1 lari (yerli valyuta) qiymətinə şəxsi mülkiyyətə verilir. Əldə etmiş torpaq sahəsinə görə əlavə dəyər vergisi ödənilmir. 2026-cı ilin yanvarın 1-dək investor mehmanxana xidməti ilə əlaqəli olan mənfəət vergisindən, əmlak vergisindən azad edilir. Habelə inşaat işlərinin başlanması üçün hər hansı

rüsumlardan da azad olur. Bu güzəştləri əldə etmək üçün mehmanxana tikintisinə 1 milyon lari qoymaq tələb olunur. İnvestor orta və yüksək dərəcəli mehmanxana tikdirərək onun fəaliyyətini təmin etməlidir. Dövlət isə mehmanxana binasınadək infrastrukturunu təmin etməyi, ərazinin abadlaşdırılmasını və yaşıllaşdırılmasını öhdəsinə götürür.

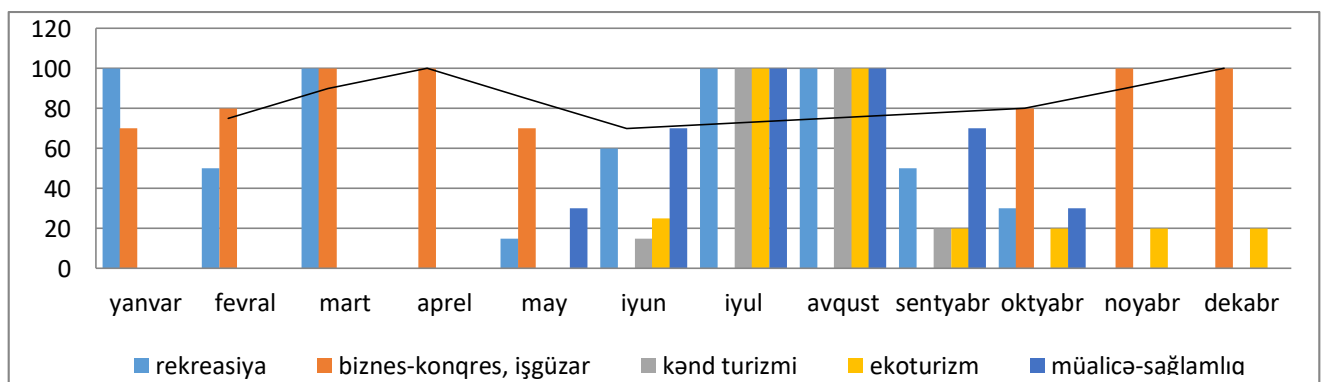
Dəniz çimərlik turizmi üçün müvafiq infrastruktura malik olan çimərlik sahələri yaradılmalıdır. Çimərliklərdə istirahət edənlər üçün soyunub-geyinmə yerləri, sanitariya qovşaqları salınmalı, su və kanalizasiya xətləri çəkilməli, xilasedicilər və tibb məntəqələri yaradılmalıdır. Turistlərin çimərliklərə cəlb edilməsi məqsədilə beynəlxalq Ətraf Mühit Təhsili Fondunun (*Foundation for Environmental Education - FEE*) tələblərinə uyğun şəraitin yaradılması və “Mavi bayraq” sertifikatına layiq görülməsidir [141].

Ekoloji turizmin inkişaf etdirilməsi üçün region münasib landşafta malikdir: dağ, meşə, dərələr, çaylarla yanaşı mühafizə olunan sahələr də (Hirkan MP, Qızılağac MP) mövcuddur. Milli parklarda ekoturistlər üçün müxtəlif davamiyyətli olan piyada və kombine edilmiş şərtlərlə salınmış fərqli çətinlikli turist marşrutları üçün peşəkar mütəxəssislərin sayı artırılmalıdır. Adı çəkilən bu iki turizm növü və kənd turizmi daha çox ilin isti ayları üçün münasibdir. İşgüzar turizm növü ilboyu fəaliyyət üçün münasibdir. Hazırda iri miqyaslı toplantıların aparılması üçün müvafiq konqres zalları olmasa da bu cür tədbirlərin keçirilməsi üçün müvəqqəti olaraq Lənkəran dram teatrının zalından, regionda mövcud olan 4 olimpiya kompleksində olan şəraitdən istifadə etmək olar. İnkişaf proqramında isə regionda optimal sayda konqres keçirilmə mərkəzlərinin inşa edilməsi nəzərdə tutulur. Müxtəlif mineral termal bulaq mənbələri regionda müalicəvi-sağlamlıq mərkəzlərinin yaradılmasına imkan verir. Bu isə ilboyu turistlərin cəlb edilməsi üçün bir fürsətdir.

İnkişaf proqramında nəzərdə tutulan İran İslam Respublikası ilə birgə Əməkdaşlıq mərkəzinin yaradılması ilə buraya ilboyu xarici ölkələrdən və ölkədaxili regionlardan istehlakçıların gəlməsi gözlənilir. Polşa və Belarusiyanın nümunəsindən istifadə edərək Hirkan Milli parkının ərazisi İran (müvafiq hökumətlərarası razılaşma ilə) ərazisində böyüdülmə bilər. Bu isə park ərazisində relikt bitkilərin və qırmızı

kitaba düşmüş heyvanların qorunmasında müsbət nəticə verəcəkdir. Eyni zamanda ekoloji turistlərin cəlb edilməsi üçün bir fürsətdir.

Turoperatorlar fəaliyyətini həyata keçirən müəssisələrin əsas işi turizm xidmətləri paketini yaratmaqdır. Mövsümlilik amilini, bayram günlərini nəzərə alaraq ölkə vətəndaşlarını və xarici turistləri cəlb etmək üçün müvafiq tədbirlər həyata keçirməlidirlər. Mövsümlilik amili yerləşdirmə obyektlərində soyuq aylarda nömrələrin doldurulması problemini yaradır (Diaqram 3.2.1). Bu səbəbdən regionda ilboyu müxtəlif tədbirlərin keçirilməsi, nömrələrin qiymətlərində differensiallıq, xidmət çeşidinin zənginliyi bu problemi nisbətən həll edir. Regional Turizm Şurası tərəfindən təşkil olunan tədbirlərə yalnız turizm infrastrukturunu obyektləri deyil, eyni zamanda digər istehsalat və xidmət sahələrinin müəssisələrini qoşmaq olar. Müxtəlif səviyyəli toplantıların keçirilməsi, idman komandalarının təlim-məşqləri üçün regionun idman komplekslərinin təklif edilməsi, sərgilərin təşkili ilə aşağı mövsüm dövründə turist axınını tənzimləmək imkanı yaranır. Turistlərin asudə vaxtının mənalı keçməsi məqsədilə yerli muzeylərdə ekspozisiyalar mütəmadi olaraq yenilənməli, müxtəlif səpgili sərgilər təşkil olunmalı, yerli istehsalat müəssisələrinə ekskursiyalar keçirilməli, maraqlı insanlarla görüşlər təşkil olunmalıdır. Turizm fəaliyyətində çoxillik təcrübəyə arxalanaraq və mövsümlük amilini nəzərə alaraq ilboyu aylar üzrə turizm təqvimini tərtib edilib:



Diaqram 3.2.1. İllik turizm təqvimi

Mənbə: Diaqram müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Yanvar ayının yeni il bayram günlərində, Novruz bayramında, habelə iyun, iyul və avqust aylarının məzuniyyət günlərində rekreasiya turizmi maksimal səviyyəyə çatır. Təhsil alan gənclər fevral ayında fürsətdən istifadə edərək tətillərini evlərindən

kənardə keçirməyə üstünlük verirlər. Bu zaman gənclər üçün turist qatarları təşkil etməklə Lənkəran regionuna turlar təşkil etmək olar. Biznes-konqres və ya işgüzar turizmin pik vaxtı fevral, mart, aprel və noyabr, dekabr aylarına düşür. Bu zaman konfransların, sərgilərin ən çox keçirilmə vaxtıdır. İşgüzar turizmi ilin 9 ayı gündəmdədir, yay aylarında işgüzar görüşlərin sayı minimuma enir.

Davamlı turizm növləri olan kənd turizmi və ekoloji turizmin ən çox istifadə edildiyi aylar iyul və avqust aylarıdır. Lakin təbiət qoynuna çıxmaqla ekoturizmə olan tələbat digər aylarda da olur. Müalicə-sağlamlıq turizm növü ilboyu fəaliyyətdə ola bilər. Müalicə müəssisələrində yerləşə bilməyən turistlər kənd qonaq evlərində qala bilərlər. Aprel, may, sentyabr, oktyabr aylarında sosial turizmə üstünlük vermək olar: pensiyaçılar, əlillik statusunda olanlar üçün istirahət imkanları yaradılmalıdır.

Yeni mehmanxanaların açılması, yolların abadlaşdırılması, yeni texnika və texnologiyaların tətbiqi turistlərin istirahətdən məmnunluğunu artırır və yerli əhalinin yaşayışı üçün rahatlıq yaradır. Lakin hər regionun özünəməxsusluğu, digər ərazilərdən fərqlilik məhz kəndlərdə özünü daha çox biruzə verir. *EuroGites – European Federation of Rural Tourism* təşkilatı Avropanın 24 ölkəsinin kənd turizm birliklərini birləşdirir [134]. *EuroGites*-də 100 mindən çox kənd qonaq müəssisəsi öz xidmətlərini təqdim edir. Kənd turizmi məhz gecələmə yeri, yerli qida, yerli sakinlərlə ünsiyyət və s. xüsusiyyətlərinə görə turistləri özünə cəlb edir. Bu turizm növünün inkişaf etdirilməsi üçün kənd qonaq evlərinin şəbəkəsi yaradılmalıdır.

Kənd turizminə olan meylin artması səbəbləri Sxem 3.2.2-də əks etdirilib. Kənd turizminə marağın artması burada göstərilən xidmətlərin sayının artması ilə müşahidə olunur. Kanada müəlliflərinin kənd turizmi növü üzrə apardıqları müşahidə və təhlillər nəticəsində müəyyən olmuşdur ki, ənənəvi istirahət növləri ilə yanaşı yeni istirahət növləri də kənd turizmini sevənlər arasında yayılmağa başlamışdır [48]. Bu istirahət növlərinin yaranmasının səbəblərini yeni texniki imkanlarla da bağlamaq olar.



Sxem 3.2.2 Kənd turizmi üzrə turist axınlarının yaranmasına təsir edən meyllər

Mənbə: Sxem müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Cədvəl 3.2.2-da kənd turizmində mövcud olan ənənəvi və müasir istirahət imkanları müqayisəli şəkildə göstərilmişdir. Kənd turizminin kiçik kənd ərazisinə verdiyi əhəmiyyət az deyil. Kənd turizmi bu sahənin bir parçasıdır.

**Cədvəl 3.2.2
Kənd turizmində istirahət təklifləri**

Ənənəvi kənd istirahət fəaliyyətləri	Müasir kənd istirahət fəaliyyətləri
<u>Xüsusiyyətlər</u> Rahat istirahət Passiv Nostalji Ənənəvi Köhnə texnologiya Rəqabət yoxdur	<u>Xüsusiyyətlər</u> Fərdi, fərqli istirahət Aktiv Prestij və ya moda ilə ayaqlaşmaq Müasir Yeni texnologiya Rəqabət vardır
<u>İstirahət növləri</u> Yürüş Piknik Balıq tutmaq Qayıqla gəzinti Mədəniyyət ocaqlarının ziyarəti At minmə Fermalarda kənd təsərrüfatı işlərini yerinə yetirmək	<u>İstirahət növləri</u> Velosipedə minmə Yol olmayan yerdə araba sürmək, yarışlar küçirmək Idman, səmti müəyyənətmə oyunu <i>Survival</i> (həyatda qalma) oyunu Deltaplanla uçma Yamac paraşütü Motorlu qayıqlarda səfərə çıxmaq Su sörfinqi Atla uzaq məsafələri qət etmək Macəra turizmi İstirahəti turist kəndində keçirmək

Mənbə: Cədvəl S.Ahipaşaoğlu, E.Çeltək "Sürdürüləbilər kənd turizmi" kitab.əsas.tərtib edilib [109]

Regionun iqtisadiyyatında əksər hissəni aqrar sahə təşkil edir (bax: diaqram 2.3.1 səh.71). Bu səbəbdən turizmin növlərindən biri olan kənd yaşıl turizminin regiona verə biləcəyi əhəmiyyət böyük ola bilər.

Kənd turizminin regionların iqtisadi inkişafında əhəmiyyəti. Regionlarda

kənd turizmin inkişaf etdirilməsi bu ərazilərin iqtisadi inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Kənd evlərində turistlərin yerləşdirilməsi ev sahiblərinə əlavə gəlir mənbəyidir. Ev sahibi istirahətçini evində yerləşdirməklə ondan yer haqqı alır. Eyni zamanda turisti qida ilə təmin etməklə əlavə haqqını əldə edir. Ev sahibi turistə ətraf ərazinin baxımlı, görməli yerlərini göstərməklə bələdiyyə xidməti göstərə bilər ki, bu da əlavə ödənişlə yerinə yetirilir. Amma təsadüfi gələn turistlərdən bir o qədər də çox gəlir əldə etmək olmur. Ona görə də, kənddə turistlərin qəbulu və onlara xidmətlər göstərən sakinlər bir icma şəklində birləşərək, birgə, qarşılıqlı əməkdaşlıqla fəaliyyət göstərə bilərlər. N.Kolesnikov kənd qonaq evlərinin partnyor şəbəkəsinin yaradılması və bu şəbəkəyə koordinatorluğu turizm operatoruna həvalə edilməsi təklifi verilir. Turoperator-koordinator kənd qonaq ev sahiblərinə texniki, təşkilati və məsləhət dəstəyi göstərməklə yanaşı, kompleksli turpaketlərin hazırlanmasını da öhdəsinə götürə bilər [72, s.9].

Kəndin turizm icması yerli bələdiyyə və icra hakimiyyəti ilə sıx və qarşılıqlı yardım şəklində fəaliyyət göstərir. Əldə edilmiş gəlirdən icma üzvləri yerli infrastrukturun yaxşılaşmasına sərf edə bilər. Kənd içində yolların təmiri, su və kanalizasiya sisteminin qurulması, elektrik xətlərinin çəkilməsi, təbiətin qorunmasına yönələn tədbirlərin maliyyələşməsi və s. istiqamətində sərf edilə bilər. Turistlər də məhz kommunal xidmətləri daha yaxşı olan kəndlərə daha həvəslə gəlirlər [44, səh.187].

Kənddə turizmdən xeyir yalnız ev sahiblərinə çatmır. Bu fəaliyyət zamanı kəndin infrastrukturunu yaxşılaşmaqla bərabər, məşğulluq artır. Turistlərin əraziyə gəlməsi əlavə olaraq ət, süd, un məmulatlarına tələbatın artması ilə müşayiət olunur. Bu da o deməkdir ki, yerli ərzaq məhsulları istehsalçıların da gəliri artır. Əl sənətkarlığı üçün gözəl şərait yaranır: turistləri maraqlandıran yerli əl sənət işlərinin istehsalı emalatxanaları öz fəaliyyətini genişləndirir, yaddan çıxan əl sənətkarlığı ərazidə bərpa olunur. Turistlərə xidmətdən əldə olunan gəlir hesabına kənd əhalisinin gəliri artdıqca onların həyat səviyyəsi də yüksəlir. Yeni evlər tikilir, köhnələri yenidən qurulur, yeni məişət cihazları alınır. Maliyyə imkanları artmış kəndli özü ölkənin başqa regionlarına və ya başqa ölkələrə səyahət edir.

Hazırda Lənkəran rayonunun Rvə, Mollakənd, Havtoni, Lerik rayonunun

Hamarməşə, Lüləkəran, Yardımlı rayonunun Perimbel, Astara rayonunun Sım, Kokolos, Kijəbə, Masallı rayonunun Ərkivan, Şıxlar, Mişgəni, Hişgədərə və digər adları çəkilməyən kəndlərin sakinləri evlərində istirahət edənlərə xidmətlər göstərirlər. Lakin bu fəaliyyət kortəbii, təsadüfi hal formasındadır. Kənd yerlərində yoxsulluğun aradan qaldırılmasında, kənd əhalisinin mütəşəkkilliyinin artmasında və onların işgüzar fəaliyyətinin canlandırılmasında icma əsaslı turizmin böyük əhəmiyyəti vardır. İcma şəklində birləşən kəndlilər ekskursiya marşrutu, çoxgünlük turist marşrutu işləyib hazırlayırlar. Marşrut boyu olan obyektlər barədə, keçilən ərazidə baş vermiş hadisələr barədə, görkəmli insanlar, ərazinin tarixi və mədəniyyəti barədə söylənilən vahid mətnlər hazırlanır və ən əsası, turistlərin təhlükəsizliyi üçün tədbirlər görülür.

Daha çox sayda turistləri cəlb etmək məqsədilə etnoqrafik ehtiyatların canlandırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi mümkündür. Yerli əhalinin adət-ənənələrinin canlandırılması, folklor bayramlarının keçirilməsi, yalnız bu əraziyə məxsus olan etnoqrafik tədbirlərin keçirilməsi turistlərin marağına səbəb olur. Bu cür tədbirlərin keçirilməsi regionun ölkə vətəndaşları və xaricilər arasında təbliğatının önəmli növüdür. Yuxarıda adı çəkilən və çəkilməyən tədbirlərin uzunmüddətli 2-3 və daha çox olması üçün tədbir yerlərində xidmətedici işlərin qurulması vacibdir. Tədbirlər 1 günlük olmamalıdır. Yalnız hərtərəfli şəraiti olan tədbirlər daha uzun müddət davam etdikdə region daha çox fayda qazana bilir və turistlər daha çox məmnun qala bilirlər.

Regionun vahid e-portalının, o cümlədən xarici dillərdə işə salınması təbliğatın əsas şərtlərindən biridir. E-portalda regionun iqtisadiyyatı, tarixi, mədəniyyəti ilə yanaşı turizm resursları və infrastrukturu üzrə başlıq ayrılacaq. Kənd qonaq evlərində yerlərin satışını e-bronlaşdırma sistemi ilə təmin etməklə turistlərin sayını xeyli artırmaq imkanı yaranacaq. Maraqlı doğuracaq tədbirlərinin keçirilməsi həm yerli sakinlərin öz adət-ənənələrini bərpa edib yaşadır və həm də turistlərin marağına səbəb olaraq onların bu regiona təkrar gəlməsi üçün əlavə stimula yaradır. Bu işlərdən həm mədəniyyətimiz qazanır, həm də büdcəmiz. İcma əsaslı turizmin əhəmiyyətini Cədvəl 3.2.3-də aydın görmək olar.

İcma əsaslı turizmin əhəmiyyəti

Kənd evinin xeyri: Yeni gəlir mənbələri və məşğulluq Ailənin sosial səviyyəsi yüksəlir	Kənd evinin xərcləri: İlkin xərclər (evlərdə müvafiq rahatlıqların yaradılması) Gündəlik xərclər (evin infrastrukturunun saxlanması, inkişafı, icma fonduna ödənişlər)
İcmanın xeyri: Kiçik həcmli təsərrüfat fəaliyyətinin artması, əlavə gəlir və məşğulluq Kütləvi turizmin stimullaşdırılması Mədəni turizmin dəstəklənməsi Ekologiyanın qorunmasında kənd əhalisinin maraqlı olması Kənddə həyat (sosial) səviyyəsinin yüksəldilməsi Ucqar rayonlarda iqtisadi imkanların yaradılması	İcmanın xərcləri: Kəndin infrastrukturun yaxşılaşdırılmasına çəkilən xərclər Reklama və turagentlərə ödənilən xərclər
Regionun xeyri: Regionda investisiya mühitinin yaxşılaşması Xarici investorların regiona diqqətinin artması İşsizliyin azalması Regionun imicinin yüksəlməsi və xaricdə tanınması	Regionun xərcləri: Təbliğata çəkilən xərclər Infoturlara çəkilən xərclər Regionun infrastrukturun yaxşılaşdırılmasına çəkilən xərclər

Mənbə: Yusupov Q.M., Turizm işinin təşkili, [44, səh.187]

Əyalətlərdə turizmin inkişaf etdirilməsi iqtisadi cəhətdən xeyirli olması ilə bərabər mənəvi və mədəni cəhətdən də böyük faydası vardır.

- İcma əsaslı turizmin inkişafı ilə əyalətlərdə ekologiyanın mühafizəsinə həm dövlət tərəfindən, həm də yerli icma tərəfindən qayğının artması ilə maliyyə ehtiyatı yaratmaq imkanı yaranır;

- Yerli adət-ənənələrin və sənətkarlığın mühafizəsi, bərpası və inkişafı baş verir;

- Yerli adət-ənənə, mədəniyyət və sənətkarlıq nümunələri ölkənin başqa regionlarına və xarici ölkələrə yayılır;

- İcma daxilində həmrəylik və məğrurluq artır;

- İcma əsaslı turizmin idarə edilməsində kənd əhalisinin cəlb edilməsi onların mənəvi inkişafına müsbət təsir göstərir;

- Regionun turizm sayəsində imicinin yaxşılaşması, yüksəlməsi gələcəkdə dövlət tərəfindən buraya böyük kapital qoyuluşu üçün şərait yaradır.

Regiona turistlərin axını xalq sənətkarlıq məhsullarının istehsalının artmasına, folklorun və adət-ənənələrin canlanmasına səbəb olur. Yerli suvenirlərə tələbatın

artması kənd sakinlərinin gəlirinin artması ilə yanaşı regional turizm məhsulunun reklamına səbəb olur [46, səh.217].

Kənd turizmindən və onun inkişaf etmiş forması olan İcma Əsaslı Turizmdən regionun əldə etdiyi fayda ölçülməzdir, xərclər isə cüzidir. Kənd ev sahiblərinin birbaşa faydası əlavə gəlir mənbəyi və yeni iş yerləri, ucqar kəndlərdə isə iqtisadi inkişafa təsir edilməsidir. Bununla da kütləvi turizm stimullaşır, mədəni turizmə dəstək yaranır, ekologiyanın qorunmasında kənd əhalisi maraqlı olacaq.

Regionun tanınması üzrə iş görən Turizm Şurasının təklifi və yardımı ilə aşağı faizlə məqsədli kreditlərin verilməsini təşkil etmək olar. Kənd evlərində münasib şəraitin yaradılması üçün çox da böyük olmayan maliyyə yardımı tələb olunur. Məqsədli kreditlərin 3-5 il müddətinə verilməsi çox sayda ev sahiblərinin turizm fəaliyyətinə qatılmaq həvəsini yarada bilər. Məhz yerli və xarici turistlərin İsmayıllı rayonunun Lahıc qəsəbəsinə çoxlu sayda gəlməsi burada sənətkarlıq emalatxanalarının dayanmadan işləməsinə səbəb olmuşdur. Yerli sənətkarların əl işləri Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinə yayılıb. Dünyanın müxtəlif ölkələrindən gələn turistləri turizm şirkətləri məhz bu qəsəbəyə gətirməyə çalışırlar. Səbəbi isə budur ki, burada 18-19 əsrlərə aid küçə və yaşayış evləri indiyədək mövcuddur, əl sənəti ustaları öz işlərini xarici turistlərə həvəslə təqdim edirlər. Xarici turistlər buradan aldıkları əşyaları suvenir kimi vətənlərinə aparır, buranın emalatxanalarının işləri ilə maraqlanırlar. Turistlərdən əldə edilən gəlir gənclərin şəhərə köçməsinin qarşısını alır.

Regionun, kəndin turizm vasitəsilə inkişaf etdirilməsi üçün bu məqsədlə hazırlanmış və könüllülərin (volonterlərin) işindən istifadə edilməsi nəzərdə tutulan sosial layihələrin maliyyələşdirilməsi məqsədəuyğun sayılır.

Kənd turizminin inkişafı üzrə bu və ya digər layihələrin dəstəklənməsi kəndin iqtisadi, sosial, mədəni inkişafı yolunda böyük addım ola bilər. Kənd yaşıl turizmi işinin təşkili “Ailə kəndli təsərrüfatı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu [1] və illik dövlətinin yuxarı həddi Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin Ailə kəndli təsərrüfatının illik dövlətinin yuxarı həddinin müəyyən edilməsi haqqında Qərar №–11-ə (*Bakı şəhəri, 16 yanvar 2006-cı il*) [15] əsasən bu təsərrüfatın bir üzvü üçün 5000 manat miqdarında müəyyən edilmişdir. Kənd qonaq ev

sahiblərinin vergilərə cəlb edilməsi yalnız müəyyən edilmiş həddən çox olduğu halda yerinə yetirilə bilər.

Göstərilən amillərdən belə nəticəyə gəlmək olur ki, əhalisinin 75%-i kənd ərazilərində yaşayan regionda kənd turizminin inkişaf etdirilməsi regionun ümumən daha da cəlbediciliyinə, tanınmasına, əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşmasına, adət-ənənələrin bərpasına və saxlanmasına, ətraf mühitin qorunmasına, kənd ərazilərinin və yerli sakinlərin yeni texnika və texnologiyalara cəlb edilməsinə böyük təsir göstərir.

Kütləvi turizmin sürətli inkişafı iqtisadiyyatın, elmin, mədəniyyətin, təhsil sisteminin əlaqəli sahələrinin inkişafına müvafiq təkan verir. “Lakin turizmi inkişaf etdirərkən valyuta axınını artırmaq nəfsi ilə cəlbedici turizm resurslarının mühafizəsi və yerli sakinlərin həyat keyfiyyəti arasında düzgün balans tapmaq lazımdır” [74, s.836].

Turizm ehtiyatlarının istifadəsinin strateji planlaşdırılması rəqabətədavamlı turizm təklifinin yaradılmasına şərait yaradır. Bu zaman ilk növbədə daha cəlbedici turizm ehtiyatlarından istifadə edilməsi amili nəzərə alınır, digər rekreasiya amillərinin istifadəsi sonraya qalır.

Turizm və digər xidmət sahələrinin tədqiqi ilə müasir dövr üçün bu sahəyə aid cəhətləri aşağıdakı kimi ayırd etmək olar:

İqtisadiyyatda xidmət sahəsinə daha çox yer ayrılır; yeni xidmət növlərinin yaranması ilə onun təsir dairəsi daha da genişlənir;

Xidmət sahəsi ölkənin və ölkədaxili regionun rəqabətədavamlılığına müsbət təsir göstərir. Məlumdur ki, beynəlxalq tələblərə uyğun olan daha keyfiyyətli və münasib qiymətlərlə xidmət təklif edən ölkə daha çox potensial müştərinin diqqətini cəlb edir;

Xidmət sahəsi əmək məhsuldarlığının yüksəlməsinə təsir göstərir. Daha keyfiyyətli xidmətlər əldə edən, istirahətindən məmnun qalan insanlar öz iş yerlərində daha yaxşı işləyirlər;

Xidmət sahəsi yeni iş yerlərinin açılmasına səbəb olur. Yeni texnologiyaların tətbiqi nəticəsində maddi istehsal sahələrində məhsuldarlığın artması, bəzi ixtisasların, vəzifələrin ixtisara düşməsi müəyyən işçi qüvvəsinin xidmət sahələrində yaranan yeni

ixtisaslara (turizm müəssisələrinin işçiləri, vasitəçilər, *PR*-menecerlər, marketoloqlar və s.) yönəlməsinə imkan yaradır;

Xidmət sahəsi cəmiyyətin artan tələblərinin ödənilməsinə təmin edir. Yüksək texnologiyalar dövründə artan tələblərə uyğunlaşmaq xidmət sahəsinin funksiyasıdır;

Xidmət sahəsi, o cümlədən turizm sferası ölkənin, regionun daha yüksək keyfiyyətli həyat səviyyəsinə keçməsi üçün şərait yaradır; həyat səviyyəsi əhalinin ehtiyaclarının ödənilməsi dərəcəsi ilə müəyyən edilir;

Texnologiyaların sürətli inkişafı şəraitində insanlar tərəfindən elmi biliklərin və vərdislərin mənimsənilməsi insan resurslarının fasiləsiz inkişafına imkan yaradır.

Turizm istiqamətli xüsusi iqtisadi zonanın təsdiq olunmuş Regional İnkişaf Proqramına uyğun idarə edilməsi Lənkəran İR sosial-iqtisadi inkişafının əsasını təşkil etməlidir. Regionun beynəlxalq turizm destinasiyası kimi tanınması ölkəyə turist axınlarının kəskin artmasına səbəb olur. Turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsi regionun sosial-iqtisadi inkişafına nail olmaqla bu regionun ölkə iqtisadiyyatında tutduğu yeri yüksəltməyə imkan yaranır.

Beləliklə, regionun turizm fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə işlərin koordinasiyası Regional Turizm Şurası öhdəliyinə keçir. Ərazi daxilində ayrılmış turizm-rekreasiya zonalarının fəaliyyət istiqamətləri təyin edilir. Regional marketing dövlət orqanları səviyyəsində, ictimai təşkilatlardan tutmuş regional təşkilatlar və ayrıca müəssisələrlə birgə həyata keçirilir. Regionun üstünlüyünü digər regionlardan fərqli olan amillərlə əldə etmək olar. Lənkəran regionu nəqliyyat qovşağı olduğu üçün bu amildən düzgün və hərtərəfli istifadə etmək imkanı vardır. Regionun bir turizm məhsulu kimi bir marka altında təbliğ etməklə, regionu beynəlxalq səviyyədə tanıtdırmaq imkanı yaranır. Kənd sakinlərini turizm fəaliyyətinə cəlb edərək turistlərə fərqli xidmət mühiti yaratmaqla regionu geniş təbliğ etmək olar. Bütün göstərilənlər yerli əhalinin məşğulluq səviyyəsini artırmaqla yanaşı, regionun geniş sosial-iqtisadi inkişafına böyük təkan verir.

NƏTİCƏ

Regionlarının inkişaf etdirilməsi əksər ölkələrdə müəyyən çətinliklərlə müşayiyyət olunur. Təbii-coğrafi, iqtisadi-sosial xüsusiyyətlərinə görə ərazilər bir-birindən fərqlənirlər. Bu baxımdan orta ölkə göstəricilərindən geridə qalan regionların iqtisadi, sosial inkişafını təmin etmək məqsədilə Dövlət proqramları qəbul edilir. Regionların inkişafı müxtəlif yönümlü olur ki, bu da ərazilərin xüsusiyyətlərindən asılıdır: kənd təsərrüfatı, faydalı qazıntıların hasilatı, sənayenin istehsalat sahələrinin inkişaf etdirilməsi. Bir sıra ölkələrdə bəzi regionlar turizm istiqamətli inkişaf etdirilir.

Əcnəbi müəlliflər tərəfindən regional turizm, sərhədyanı turizm barədə əsərlərində bu fəaliyyət sahəsi təhlil etmiş, bu sahənin regionlara verdiyi faydanı açıqlamışlar. Lakin ölkəmizdə sərhədyanı regional turizm mövzusu mütəxəssislər tərəfindən geniş işlənməmişdir və bu səbəbdən təqdim olunan dissertasiya işi mövcud boşluğu müəyyən dərəcədə tamamlamaq imkanı yaradır.

Avropada sərhədyanı regionların inkişaf etdirilməsi məqsədilə yaradılan birgə ölkələrarası regionlar (Avroregionlar) qısa müddət ərazində özlərinin iqtisadi və sosial göstəricilərinə görə böyük nailiyyətlər əldə etmişlər. Sərhədyanı əməkdaşlıq regionlarına xüsusi iqtisadi zonalara aid bütün güzəştlər tətbiq edilir. Yaradılan sərhədyanı əməkdaşlıq regionları konkret istiqamətdə ixtisaslaşmışlar. Lakin bütün hallarda həmin ərazilərdə turist axınlarının kəskin artımı baş vermişdir.

Lənkəran iqtisadi rayonu coğrafi yerləşməsinə, turizm ehtiyatlarının zənginliyinə, münasib turizm infrastrukturuna malikdir. Lakin sosial və iqtisadi göstəricilərinə görə digər regionlardan xeyli geri qalır. Belə ki, adambaşına əsas iqtisadi sahələrin buraxdığı məhsulun həcmində, adambaşına gəlirin məbləğində, iqtisadiyyatda maddə ilə işləyənlərin əhalinin sayına nisbətində görə tədqiqat regionu iqtisadi rayonlar arasında son yerdədir.

Regionun sosial-iqtisadi inkişafını təmin etmək üçün dissertasiyada turizm sahəsinin məqsədyönlü inkişaf etdirilməsi konsepsiyası verilir.

Tədqiqat nəticəsi olaraq Lənkəran İR üzrə aşağıdakılar müəyyən olunmuşdur ki, bu ərazi “region”, “sərhədyanı region” və “tarnssərhəd region” şərtlərinə cavab

verir. “Turizm ehtiyatları” termininin ölkəmizin və əcnəbi müəlliflərin açıqlamalarından fərqli olaraq, müəllif tərəfindən turizm ehtiyatları 2 qrupa deyil, 3 qrupa bölünməsi təklif olunur: təbii-iqlim, etnoqrafik və antropogen. Etnoqrafik qrupun əlavə olunması yerli əhalinin özünəməxsusluğunu saxlamaqla multikulturalizm prinsiplərinin qorunması ilə bağlıdır. Regionda mövcud olan turizm ehtiyatları təhlil edilir, ölkəmizin digər regionları ilə müqayisələr gətirilir. Ərazinin 23%-nin meşə örtüyü, müalicəvi termal su mənbələri, dəniz sahilinin və zirvələri 2 min metrədən yüksək olan Talış dağları buranın cəlbediciliyini əks etdirir.

Regionun hər rayonu üzrə fəaliyyət göstərən turist xidmət obyektləri, bunlarda olan tutum, 2006-2019-cu illərdə yerləşdirilmiş turistlərin sayının dinamikası tədqiq edilib. Belə nəticəyə gəlinir ki, Lənkəran regionu turizm ehtiyatları və turizm infrastrukturuna baxımından böyük potensiala malik olmasına baxmayaraq, bu potensialdan istifadə səviyyəsi çox aşağıdır. Bunun səbəbləri tarixi-mədəni cəlbedici obyektlərin münasib görüntüyə malik olmaması, bu obyektlərə yolların narahat olması və əsası isə turistlərin regiona cəlb edilməsi üzrə hər hansı planlaşdırılmış tədbirlərin keçirilməməsidir. Eyni zamanda regionda təbii və tarixi-mədəni obyektlər barədə, yerli əhalinin fərqli məişəti, adət-ənənləri barədə, tanınmış insanların haqqında turoperatorların məhdud həcmdə məlumatlara malik olmasıdır.

Lənkəran İR-nun ölkə iqtisadiyyatında tutduğu yer mövcud potensialla müqayisədə xeyli aşağıdır. 2019-cu il göstəricilərinin təhlilindən məlum olur ki, əhalinin ümumi sayına nisbətən maddi məhsul istehsalatının sayı və ümumi məhsul buraxılışı göstəriciləri Lənkəran İR-da Quba-Xaçmaz, Gəncə-Zaqatala, Naxçıvan iqtisadi rayonlarına nisbətən aşağıdır. Region sənayesinin ölkə və hətta yerli iqtisadiyyatda payı aşağıdır. Ümumən Azərbaycanın iqtisadi rayonlarının əsas iqtisadi, sosial və ekoloji göstəricilər üzrə ümumi inkişaf reytinginə görə Lənkəran İR-u sonuncu yerdədir. Kənd təsərrüfatı regionun ümumi daxili məhsulunun 92.5%-ni təşkil edir. Sənaye ölkənin ümumi daxili məhsulunun 0,4%-ni, regionun isə 7.5%-ni təşkil edir. Regionda ağır sənaye və kimya sənayesi müəssisələri yoxdur, faydalı qazıntılardan isə yalnız inşaat materiallarının yararlı yataqları mövcuddur. Atmosferə atılan çirkləndirici maddələrin çəkisi aşağıdır. Bununla da, belə nəticə çıxarmaq olar ki, regionda mövcud

potensiallardan tələb olunan səviyyədə istifadə edilmir.

Regionun mehmanxanalarında yüklənmə faizi ildən-ilə azalır və 2019-cu ildə 10,1%-ə çatır, bu da iqtisadi rayonlar arasında ən aşağı göstəricidir və mehmanxanalar ümumən ziyanla işləmişlər, personalın sayı isə standartlardan xeyli aşağıdır. Aparılmış hesablamalar göstərir ki, mehmanxanaların gəlirinin artımı ilə regionun əsas istehsal sahələrinin həcmi və muzzdlu işçilərin sayının artımı arasında birbaşa asılılıq vardır. Regionda kənd sakinləri, habelə turizm mərkəzində istirahət edənlər arasında aparılmış sorğular zamanı müəyyən edilib ki, yerli əhali turizm fəaliyyətinə müsbət münasibət bəsləyir, turistlər isə bu ərazidə istirahətdən məmnundular. Lakin kənddaxili yolların qrunut olması, qaz və elektrik enerjisində fasilələrin olması kənd sakinləri tərəfindən daha çox sayda turistlərin qəbuluna imkan vermir, istirahət mərkəzlərində xidmətlərin məhdud sayda olması turistlərin qısamüddətli gecəmələrinə səbəb olur.

Sərhədyanı beynəlxalq əməkdaşlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üzrə Avropa ölkələrinin təcrübəsi və xüsusiyyətləri əlaqəli şəkildə verilir. Lənkəran regionunun sərhədyanı amilindən istifadə etməklə turizm sferasında Avropada sərhədyanı əməkdaşlıq təcrübəsinin həyata keçirilməsinin mümkünlüyü əsaslandırılır. Eyni zamanda sərhədyanı beynəlxalq ticarət mərkəzinin açılması Azərbaycanla İran arasında ticarət dövriyyəsinin xeyli artımına səbəb ola biləcək.

Dissertasiyada GZİT təhlili ilə regionun neqativ və pozitiv iqtisadi-sosial amilləri göstərilmişdir.

Yerinə yetirilmiş hesablamalar nəticəsində 2030-cu ilədək əldə olunmuş proqnoz göstəricilərdən bilinir ki, turizmin məqsədyönlü inkişaf etdirilməsi nəticəsində bu sahənin regionun iqtisadiyyatında payı 2,7%-dən 14,2%-dək artmaqla bərabər, adambaşına düşən əsas sahələrin məhsul buraxılışı üzrə göstərici 3 dəfəyədək artmış olur.

Yuxarıda qeyd olunanları nəzərə alaraq, sosial-iqtisadi inkişafa nail olmaq məqsədilə Lənkəran İR-nun inzibati sərhədləri daxilində Turizm İstiqamətli Xüsusi İqtisadi Zonanın yaradılması əsaslandırılır. Bu isə regiona yerli və xarici investisiyaları cəlb edilməsi üçün əsas yaradar. Regiona turistlərin axınının artırılması məqsədilə ilboyu planlı surətdə hazırlıqlar görülməklə beynəlxalq səviyyəli tədbirlərin

keçirilməsinə imkanlar yaranır.

Dissertasiyada təqdim olunan amillərin təhlili və dayanıqlı inkişafın elmi prinsipləri nəzərə alınmaqla işlənib-hazırlanmış strategiyasının əsasında Lənkəran İR-nun sosial-iqtisadi inkişafına dair təkliflər verilir. Regionun turizm baxımdan əlverişli mövqedə olması bu ərazinin həm ölkə vətəndaşları üçün, həm də əcnəbi turistlər üçün **cəlbedici turizm destinasiyasına** çevirmək imkanları açılır. Beynəlxalq səviyyəli turizm destinasiyası yerləşdiyi regionun sosial-iqtisadi inkişafının təməlini qoya bilər. Bu məqsədlə aşağıdakılar **təklif olunur**:

1. Lənkəran İR inzibati sərhədlərində **Turizm istiqamətli xüsusi iqtisadi Zonanın** yaradılması və zonanın idarə edilməsi üçün **Regional Turizm Şurasının** təşkili. Regional Turizm Şurasının təklif etdiyi **Regionun İnkişaf Proqramının** təsdiq etdirilməsi;

2. Xüsusi iqtisadi zonalara aid mümkün olan bütün güzəştlərin sahibkarların fəaliyyətinə tətbiqi, yerli və xüsusilə, xarici investisiyalar üçün müvafiq şəraitin yaradılması, Regionun İnkişaf Proqramının yerinə yetirilməsində iştirak edən bütün **təşkilatların kooperasiya formasında** fəaliyyətinin tənzimlənməsi;

3. İran İslam Respublikası ilə hər iki dövlətin sərhədyanı ərazilərində turizmin inkişafı üzrə birgə fəaliyyət planının hazırlanması; Dövlət sərhədinin hər iki tərəfini əhatə edən beynəlxalq ticarət mərkəzinin yaradılması; Müvafiq razılaşmalar ilə regiona gələn xarici turistlər üçün İran ərazisinə 1-2-3 günlük geniş çeşidli və fərqli məzmunlu turların təşkil edilməsi; İrandan eyni məqsədli turist qruplarının qəbulu və onlara region daxilində xidmətlərin göstərilməsi;

4. Regionun **turizm klasterinin** işlənib hazırlanmasının metodiki aspektlərinin tətbiqi. Klaster əsasında müxtəlif təyinatlı və davamiyyətli, turistlərin müxtəlif seqmentlərinin tələblərinə cavab verən turist marşrutlarının işlənib-hazırlanması və pasportlaşdırılması;

5. Regionun **“Dəmirağacı diyarı” turizm ticarət markası** adı ilə tanıtılması;

6. “Dəmirağacı diyarı” e-portalında Regionun turizm məhsullarının satılması məqsədilə B2B, B2C e-satış proqramlarının tətbiqi;

7. 2-3 ulduzlu otellərin və kənd qonaq evləri şəbəkəsinin yaradılması. Kənd qonaq

ev sahiblərinə turist xidmətləri üzrə təlimlərin keçirilməsi; fərdi yerləşdirmə obyektləri barədə məlumatların beynəlxalq e-portallarda yerləşdirilməsi; beynəlxalq şəbəkə otellərinin regiona cəlb edilməsi;

8. Bakı-Lənkəran, Lənkəran-Rəşt, Bakı-Lənkəran-Rəşt və digər dəniz kruizlərin təşkili. Bu məqsədlə müvafiq strukturlara müraciət edilməsi, münasib dəniz nəqliyyatının əldə edilməsi;

9. Regionun infrastrukturunun yaxşılaşdırılması məqsədilə kənddaxili yolların yaxşılaşdırılması, qaz və elektrik enerjisinin fasiləsiz təminatı, mədəniyyət ocaqlarının fəaliyyətinin canlandırılması və digər sosial təminat elementlərin işlək olmasının təmin edilməsi. Alternativ enerji mənbələrinin istifadəsi;

10. Lənkəran beynəlxalq aeroportunun imkanlarından istifadə edilərək turistlərin daşınması üçün aviaçarter reyslərinin təşkil edilməsi;

11. Pandemiyadan sonrakı dövrdə daxili turizmin inkişafı üçün kempinq, kənd və ekoloji turizm növlərinin inkişaf etdirilməsinə xüsusi diqqət yetirilməsi;

12. Regionun infrastrukturunun tələblərə uyğun inkişafı və daxili turizmin idarə edilməsində qiymətlərin tənzimlənməsi.

13. İlin soyuq aylarında idman klublarının təlim-məşqləri üçün müvafiq şəraitin yaradılması, beynəlxalq səviyyəli konfrans, sərgi, yarmarkaların təşkili.

Dissertasiya işinin Lənkəran İR-nun strateji inkişafının reallaşdırılmasında, regional siyasətinin təkmilləşdirilməsində, habelə ölkəmizin sərhədyanı regionlarının qonşu ölkələrin sərhədyanı əraziləri ilə əməkdaşlığı və kooperasiyası proqramlarında istifadəsi məqsədəuyğun olar. Tədqiqatın nəticələrinin tətbiqi ilə Azərbaycanın Lənkəran İR-nun sosial-iqtisadi inkişafı ilə yanaşı, xarici ticarətdə, o cümlədən beynəlxalq turizmdə əlaqələrin güclənməsində rolu artacaqdır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının Qanunu “Ailə kəndli təsərrüfatı haqqında”, İlham Əliyev, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti, Bakı şəhəri, 14 iyun 2005-ci il, № 926 – IIQ;
2. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı; Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 27 fevral 2014-cü il tarixli 118 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir;
3. Azərbaycan Respublikasının Bələdiyyələrin statusu haqqında Qanunu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyev, Bakı şəhəri, 2 iyul 1999-cu il, № 698-IQ, Qanunlara əsasən əlavələr və dəyişikliklərlə;
4. Azərbaycan Respublikasının Xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri və obyektləri haqqında Qanunu. Bakı şəhəri, 24 mart 2000-ci il, № 840-iq;
5. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il fərmanı ilə təsdiq edilmişdir;
6. Azərbaycan Respublikasının 2014-cü il və gələn üç il üzrə iqtisadi və sosial inkişaf konsepsiyası və proqnoz göstəriciləri; Azərbaycan Respublikasının İqtisadi inkişaf nazirliyi;
7. Azərbaycan Respublikası İqtisadi inkişaf nazirliyi, Bakı – 2015, Lənkəran iqtisadi rayonunun pasportu;
8. “Azərbaycan Respublikasında çayçılığın inkişafına dair 2018–2027-ci illər üçün”, “Azərbaycan Respublikasında çəltikçiliyin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün”, “Azərbaycan Respublikasında sitrus meyvəçiliyinin inkişafına dair 2018–2025-ci illər üçün” Dövlət Proqramları; Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 12 fevral 2018-ci il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir
9. Azərbaycanda Turizm, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Rəsmi nəşr, Statistik məcmuə, 2020;
10. Azərbaycan Respublikası ərazisində dövlət mühafizəsinə götürülmüş daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin əhəmiyyət dərəcələrinə görə bölgüsü.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2 avqust 2001-ci il tarixli 132 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmişdir. Bakı-2001, 202 s.;

11. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı, Bakı-2019; Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi;

12. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi “Ölkə sərhədini keçən Azərbaycan və xarici ölkə vətəndaşları üzrə statistika müayinəsinin nəticələri (2016-cı il üzrə)”;

13. "Azərbaycan Respublikası Hökuməti ilə İran İslam Respublikası Hökuməti arasında sərhədyanı rayonlarda yaşayan Azərbaycan Respublikası və İran İslam Respublikası vətəndaşlarının sadələşdirilmiş qaydada sərhədi keçmələri haqqında" Memorandum, 15.02.1990 il;

14. Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatının sahələri və iqtisadi rayonları üzrə prioritet istiqamətlər. Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun Müşahidə Şurasının 2009-cu il 08 may tarixli iclasının qərarı ilə (Protokol №7) təsdiq edilmişdir;

15. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin Ailə kəndli təsərrüfatının illik dövryyəsinin yuxarı həddinin müəyyən edilməsi haqqında Qərar №–11-ə (Bakı şəhəri, 16 yanvar 2006-cı il);

16. “Azərbaycan Respublikası dövlət sərhədinin buraxılış-keçid məntəqələrində Sərhədyanı bazarların yaradılması və fəaliyyəti Qaydaları” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 1995-ci il 13 fevral tarixli, 26 nömrəli qərarı;

17. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası; Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir;

18. Azərbaycan Respublikası Hökuməti ilə İran İslam Respublikası Hökuməti arasında sərhədyanı rayonlarda yaşayan Azərbaycan Respublikası və İran İslam Respublikası vətəndaşlarının sadələşdirilmiş qaydada sərhədi keçmələri haqqında Memorandum. Tehran, 26 yanvar 2005;

19. Azərbaycan Respublikası Hökuməti və İran İslam Respublikası Hökuməti arasında Azərbaycan Respublikasının Naxçıvan Muxtar Respublikasında daimi yaşayan

vətəndaşları və İran İslam Respublikası vətəndaşları üçün sadələşdirilmiş qaydada gediş-gəliş haqqında Memorandum. Bakı, 28 noyabr 2005;

20. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə İran İslam Respublikasının Mədəni İrs, Əl İşləri və Turizm Təşkilatı arasında turizm əməkdaşlığı sahəsində İCRA PROQRAMI (2016-2019). Bakı şəhəri, 4 oktyabr 2016-cı il № 1062;

21. Bakı universitetinin xəbərləri, №2 təbiət elmləri seriyası 2014, uot631.44.+4, Lənkəran fiziki-coğrafi vilayətinin meşə ekosistemlərinin antropogen transformasiyası, M.Y.Xəlilov, N.Ə.Əliyeva, Azərbaycan MEA Akad. H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutu, Bakı Dövlət Universiteti;

22. Bilalov, B. Səyahət agentlikləri və turoperatorluq / B.Bilalov, Q.Yusupov. – Bakı: Mütərcim, –2012, –228 s.

23. Balayev, R.Ə. Rəqəmsal iqtisadiyyat: böhran ehtimalı və artım amilləri // R.Ə.Balayev. UNEC Elmi Xəbərləri, İl 8, Cild 8, aprel-iyun, – 2020, – səh.20-30.

24. Cəfərova, R.M. Təbiətdən istifadənin iqtisadiyyatı / R.M.Cəfərova. – Bakı: – 2014. –286 s.;

25. Əlirzayev, Ə.Q. İslahatlar və strategiya şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər / Ə.Q.Əlirzayev. – Bakı: “Adiloğlu nəşriyyatı, –2005. –538 s. ;

26. Əlirzayev, Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Ə.Q.Əlirzayev. – Bakı: –2011. – 494 s.

27. Əlirzayev, Ə.Q. Sərhədyanı regionun sosial-iqtisadi inkişafında turizmin rolu // Ə.Q.Əlirzayev, Q.M.Yusupov. ADİU, Elmi xəbərləri, cild 7, aprel-iyun 2019. –157 s.

28. Əliyev, Ə. Beynəlxalq turizm hüququ / Ə.Əliyev, E.Aslanov. – Bakı: “NAT MMC”, –2011. – 474 s.;

29. “Ərazi icmaları və hakimiyyət orqanları arasında transsərhəd əməkdaşlıq haqqında” Avropa Çərçivə Konvensiyası, , Madrid: – 21 may 1980 il

30. Kasumov, R.M. Beynəlxalq turizm bazarı / R.M.Kasumov. – Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, –2012. –270 s.

31. “Lənkəran iqtisadi rayonu üzrə məskunlaşmanın, təbiətdən istifadənin və məhsuldar qüvvələrin ərazi təşkilinin regional planlaşdırma sxemi”, Azərbaycan

Respublikasının Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi. – Bakı: –2013.

32. Xəlilov, M.Y. Lənkəran fiziki-coğrafi vilayətinin meşə ekosistemlərinin antropogen transformasiyası // M.Y.Xəlilov, N.Ə.Əliyeva. Bakı universitetinin xəbərləri (UOT 631.44.+4), Təbiət elmləri seriyası, - 2014. №2.

33. İsmayılov, F. Tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması, istifadəsi və bərpası barədə təlimatlar. / F.İsmayılov. – Bakı: “Nurlar” nəşriyyatı, –2013.

34. Məmmədov, C.A. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası (dərs vəsaiti) / C.A. Məmmədov, H.B.Soltanova, S.H.Rəhimov. – Bakı: “Mütərcim”, –2002. –512 s.;

35. Məmmədov, Q.Ş. Ekologiya, ətraf mühit və insan. / Q.Ş.Məmmədov, M.Y.Xəlilov. –Bakı: «Elm» nəşriyyatı, – 2006. –608 s.

36. Məmmədov, E.Q. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri (Monoqrafiya) / E.Q.Məmmədov. –Bakı: “Gənclik” nəşriyyatı, –2013. –172 s.

37. Müseyibov, M.A. Azərbaycanın fiziki coğrafiyası / M.A.Müseyibov. – Bakı: Maarif nəşriyyatı, –1998, – 400 s.

38. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Bakı 2015 1st EUROPEAN GAMES üçün buraxdığı məlumat kitabçası “Hotels of Azerbaijan”;

39. “Mehmanxana dərəcələrinin standart təsnifat əsasında regionlararası standart harmonizasiya Meyarları”; BMÜTT regional komissiyaları tərəfindən təsdiq olunmuşdur (Madrid, noyabr 1989-cu il);

40. Səmədzadə, Z.Ə. Çin qlobal dünya iqtisadiyyatında / Z.Ə.Səmədzadə. –Bakı: Elm və təhsil, –2009, – 608 s.

41. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 4 iyun 1999-cu il, № 674-IQ;

42. Turizm Xartiyası və Turist məəcəlləsi, BMÜTT-nin Baş Assambleyasının VI sessiyasının 1 sayılı Qətnaməsi ilə bəyənilmişdir. Sofiya, 22 sentyabr 1985 il;

43. Turist ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması, normativ-hüquqi sənədlər, Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Bakı-2010;

44. Yusupov, Q.M. Turizm işinin təşkili, təlim material. / Q.M.Yusupov. “Kövsər”, 2011–211 s.

45. Yusupov, Q.M. Kənd qonaq evlərinin fəaliyyətinin əsasları / Q.M.Yusupov. – Bakı: “Səral-Poliqrafiya”, –2016. – 52 s.;

46. Yusupov, Q.M. Cənub regionuna olan turist axınlarının yerli iqtisadiyyata təsiri // Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları, Beynəlxalq jurnal, III Beyn.Elmi-Praktiki konfrans mater., 07-08 aprel 2017-ci il, 296 s., , səh.212-221;

47. 18 may 1973-cü il tarixli Kioto Konvensiyasının Gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi və harmonizasiyası haqqında 1973-cü il tarixli Konvensiya (Kioto Konvensiyası) (1999-cu il redaksiyasında);

Türk dilində

48. Ahıpaşaoğlu, S. Sürdürülebilir Kırsal turizm / S.Ahıpaşaoğlu, E.Çeltek. – İstanbul: –2006. -171 s.

Rus dilində

49.Александрова, А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // А.Ю.Александрова. Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. - №1, –С.51-61.

50. Архипов, А.Ю. Институты особой экономической зоны и приграничной торговли как структуры эффективного развития международной инвестиционной деятельности / А.Ю.Архипов, П.В.Павлов, А.В.Татарова. Монография. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, – 2011. – 294 с.;

51. Агазаде, М.М. Азербайджано-Иранские отношения: основные направления и особенности (2003-2018 гг.), диссертация на соиск. ученой степени канд.историч.наук, ФГАОУ Университет Дружбы Народов / М.М.Агазаде. – Москва: –2020. –197 с;

52.Бобкова А.Г., Б72, Безопасность туризма: учебник / А.Г.Бобкова, С.А.Кудреватых, Е.Л.Писаревский; под общ. ред. д-ра юрид. наук. Е.Л.Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, –2014. –272 с.;

53.Бородин В.В., Экономика туризма: учебное пособие, М.:ФОРУМ, 2011. - 240 с.

54. Быстров, С.А. Финансовый менеджмент в туризме. / Быстров С.А. учебное пособие, -СПб.: «Издательский дом Герда», –2006. – 240 с.;
55. Виноградова, М.В., Стратегическое управление региональным туристским комплексом. / М.В.Виноградова. М.:Издательско-торговая корпор. “Дашков и К”, – 2009;
56. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм. / В.Ю.Воскресенский. М.:ЮНИТИ-ДАНА, – 2006. –255 с.;
57. Годжаева, Э.М. Пути снижения уровня бедности на селе: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Баку: - 2009;
58. Гончарова, И.В. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В.Гончарова, Т.П.Розанова, М.А.Морозов, Н.С.Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, – 2014. – 224 с.
59. Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. / О.Ю.Грачева, Ю.А.Маркова, Л.А.Мишина, Ю.В. Мишунина. учебно-практическое пособие. – Москва: 2010. – 276 с.
60. Гулиев, Н.А. Туризм региона, учебное пособие / Н.А.Гулиев, П.В.Большаник. Омский государственный институт сервиса, – 2002. –316 с.;
61. Драгилева, И.В. Трансграничное сотрудничество в развитии туризма Юго-Восточной Балтики: диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук, СПб-ский государственный университет, 2006;
62. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг туристских территорий / Е.А.Джанджугазова. – М.: Академия, –2006.
63. Дроздецкая, А.А. Формирование туристских кластеров на приграничных территориях; Электронный научный журнал; <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9132>
64. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме. / А.П.Дурович. учеб. пособ., Мн.: Новое знание, 2006. -496 с.;
65. Егоров, А.Г. Безопасность жизнедеятельности / А.Г.Егоров. Учебное пособие для вузов. – Тольятти: ТГУ, –2003. –273 с.
66. Здоров, А.Б. Экономика туризма. / А.Б.Здоров. –Москва: Финансы и

статистика, – 2007. – 272 с.;

67. Зуева, О.В. Ресурсы этноэкологического туризма Самарской Луки. / О.В.Зуева, М.В.Кржижановский. Монография. М-во образования и науки Рос.Федерации «Российский Государственный Университет туризма и сервиса» в г. Самара: Изд-во «Инсома-пресс», 2011.-136 с.;

68. Ильин, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности (учебник) / Е.Н.Ильин. – Москва: Финансы и статистика, – 2007. – 256 с.;

69. Карманова, Т.Е. Статистика туризма (учебник). Т.Е.Карманова, О.В.Каурова, А.Н.Маклолетко. М.: КНОРУС, –2012. – 208 с.(Бакалавриат);

70. Касумов, Р.М. Рынок международного туризма: теория и практика / Р.М.Касумов. – Баку: «Нурлан», –2001. – 204 с.;

71. Квартальнов, В.А. Туризм (учебник) / В.А.Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, –2002. – 320 с.;

72. Колесников, Н.Г. Иерархия потребностей как фактор, формирования трансграничной предпринимательской сети в сельском туризме // Н.Г.Колесников, Н.В.Колесникова. журнал «Сервис в России и за рубежом», выпуск № 7 (54) / 2014, УДК 338.48, doi: 10.12737/7463, стр.4-18; <https://en.calameo.com/read/00497178556d1706e283a>. (01.06.2021);

73. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (учебное пособие) / А.Б.Косолапов. –Москва: КНОРУС, – 2010. – 288 с.

74. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма (учебное пособие) / А.Я.Котанс. Из-во «Флинта». –Москва, –2010. – 384 с.

75. Котлер, Ф. “Маркетинг. Гостеприимство. Туризм” / Ф.Котлер. – М.: Юнити-ДАНА, –2012. –1071 с.

76. Котлер, Ф. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф.Котлер, К.Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер, дополнения Скаолдеберг Дж. Стокгольмская школа экономики в СПб. – 2005. –376 с.

77. Краткий справочник туриста, автор-составитель Штормер Ю.А., М.:

Профиздат, 1985. -272 с.;

78. Кружалин В.И., География туризма: учебник / В.И.Кружалин, Н.С.Мироненко, Н.В.Зигерн-Корн, Н.В.Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, –2014. – 336 с.;

79.Кусков, А.С. Туроперейтинг (учебник) / А.С.Кусков, В.Л.Голубева. –М.: ФОРУМ, –2011. –400 с.

80. Кусков, А.С. Основы туризма (учебник) А.С.Кусков. –М.: КНОРУС, – 2008. –400 с.

81. Левчук, Е., Проблемы развития приграничных и трансграничных районов Польши // журнал Проблемы современной экономики, №3 (31), Евразийский международный научно-аналитический журнал. Е.Левчук. – 2009. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2789>. (20.11.2020);

82. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство (Учебное пособие) / О.Т.Лойко. –Томск: Издательство ТПУ, – 2005. – 152 с.

83. Мальська, М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М.П.Мальська, В.В.Худо. Підручник. - К.: Центр учбової літератури. – 2012. –368 с.;

84.Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом, Л.Г. Кирьянова // Томский политехнический университет, Известия Томского политехнического университета, Выпуск № 6 / том 316 / 2010;

85. Межевич, Н.М. Методика оценки приграничной специализации межрегиональных взаимодействий приграничных регионов и результаты пилотной оценки, опыт и перспективы трансграничного и приграничного сотрудничества в балтийском регионе // Н.М.Межевич, Н.П.Жук. Балтийский федеральный университет им.И.Канта (Калининград), УДК 339.9.01, Санкт-Петербург, 2013;

86. Менеджмент туризма: учебник / А.Д.Чудновский, Н.В.Королев, Е.А.Гаврилова, М.А.Жукова, Н.А.Зайцева. –М.: Федеральное агентство по туризму, – 2014. – 576 с.;

87. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой (учебник) Н.К.Моисеева. – Москва: Финансы и статистика, – 2000. – 208 с.

88. Морозов, М.А. Экономика туризма (учебник) / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А.Карпова, Л.В.Хорева. –М.: Федеральное агентство по туризму, – 2014. – 320с.
89. Овчарова, А.О. Экономика туризма (учебное пособие). А.О.Овчарова. – М.: ИНФРА-М, – 2013. – 253 с.;
90. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л.Писаревского — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.;
91. Официальная статистическая методология оценки числа въездных и выездных туристских поездок, утверж. приказом Росстата от 12.08.2014 № 510;
92. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве : учебное, пособие П86/коллектив авторов; под общ. ред. Е. С. Сахарчук. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 192 с.;
93. Раннинен, И.А. Влияние развития и продвижения туристских услуг региона на социально-экономическое развитие территорий // И.А.Раннинен, В.Ю.Мамаева, Е.В.Кулагина. Вестник Омского университета. Серия «экономика». 2012. № 2. с. 104–111, УДК 351.82;
94. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. / Б.А.Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е.Б.Стародубцева. – 6-е изд., испр.М.: ИНФРА-М. 479 с., 2011;
95. Совместная Программа Действий (СПД) «Юго-восточная Финляндия – Россия 2014-2020» одобрена в ЕК 18.12.2015. <http://www.southeastfinrusnpi.fi/ru>) "South-East Finland - Russia Cross-Border Cooperation Programme 2014-2020";
96. Стыцюк, Р.Ю. Туристская инфраструктура как основа функционирования рынка туристских услуг // Р.Ю.Стыцюк, О.А.Артемьева, Финансовый университет при Правительстве РФ г.Москва./ http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/6_101562.doc.htm.;
97. Словарь иностранных слов. -18-е изд.,М.: Рус.яз., 1989.- 624 с.
98. Сухов, Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве, (учебное пособие) / Р.И.Сухов. Ростов н/Д: Издательский центр«МарТ», Феникс, –2010. – 366 с.;

99. Совершенствование методологических аспектов развития приграничного региона: моделирование, методика, инструментарий регулирования тема автореферата по ВАК 08.00.05, кандидат экономических наук Бильчак, Михаил Васильевич, 24 стр., – 2011 г.;

100. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. Л.П.Шматко - Ростов н/Д, Издательский центр «МарТ», «Феникс», –2010. – 352 с.;

101. Уокер, Дж. Введение в гостеприимство / Пер. с англ. В.Н. Егорова - М.: ЮНИТИ, 2008.;

102. Ушаков, Д.С. Экономика туристской отрасли: учебное пособие/ Ростов н/Д: Издательский дом «МарТ»; Феникс, 2010. -446 с.;

103. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг, Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006.-448 с. (Туризм и сервис»);

104. Фролова, Т.А., Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Конспект лекций. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011г. http://www.aup.ru/books/m19/2_4.htm;

105. Чернявский, Ю.В. Туристско-рекреационный ресурсный потенциал как фактор социально-экономического развития региона (на примере Волгоградской области) // диссертация, на правах рукописи на соискание ученой степени кандидата экономических наук Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва -2011;

106. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д.Чудновский, М.А.Жукова. М.: Федеральное агентство по туризму, – 2014. – 304 с.;

107. Юсупов, Г.М. Проблемы управления социально-экономического развития туристической дестинации // Г.М.Юсупов. Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları beynəlxalq jurnal, –2019. №3, – 190 s., –səh.46-61.

108. Яровой, Г.О., Регионализм и трансграничное сотрудничество в Европе - СПб: Норма, 2007. - с.280; Регионализм и трансграничное сотрудничество в

Европе [Текст] : учебное пособие/ М-во образования и науки РФ, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования Петрозаводский гос. ун-т. - Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2015;

İngilis dilində

109. Tarasionak, A. 2014: Strategic planning of tourist destinations new approach towards territorial organization of tourism in Belarus/ geografions metraštai. Vol.47.pp. 25-36. URL: [http //www.ganitostyrinal.lt/lt/publications. listing/ category.1256](http://www.ganitostyrinal.lt/lt/publications.listing/category.1256)

110. Tourism in the New Europe: The Challenges and Opportunities of EU Enlargement, Derek R. Hall, Melanie K. Smith, Barbara Marciszewska - Travel - 2006 - 320 pages;

111. Milne, S. Tourism, economic development and the global–local nexus: theory embracing complexity // S.Milne, I.Ateljevic. Tourism Geographies 3(4), 2001, s.369–393;

112. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition;

Bolqar dilində

113. Апостолов, Н. Туристически ресурси / Н.Апостолов. Университетско издателство., Икономически университет. –Варна: –2003. – 387 с. ;

114. Воденска, М. Основи на туризма, Българска / М.Воденска, Изд.»МАТКОМ» - София. 2006. - 208 с.;

115. Нешков, М., Въведение в туризма, изд. «Наука и икономика» // М.Нешков. Икономически университет –Варна: –2007. – 348 с.;

İnternet resursları:

116. <http://eco.gov.az/az/melumat-merkezi/tebi-servetlerimiz/milli-parklar/qizilagac-milli-parki>

117. <http://www.eco.gov.az/hid-chay-gol-suanbar.php>);

118. <http://eco.gov.az/termsular.php>;

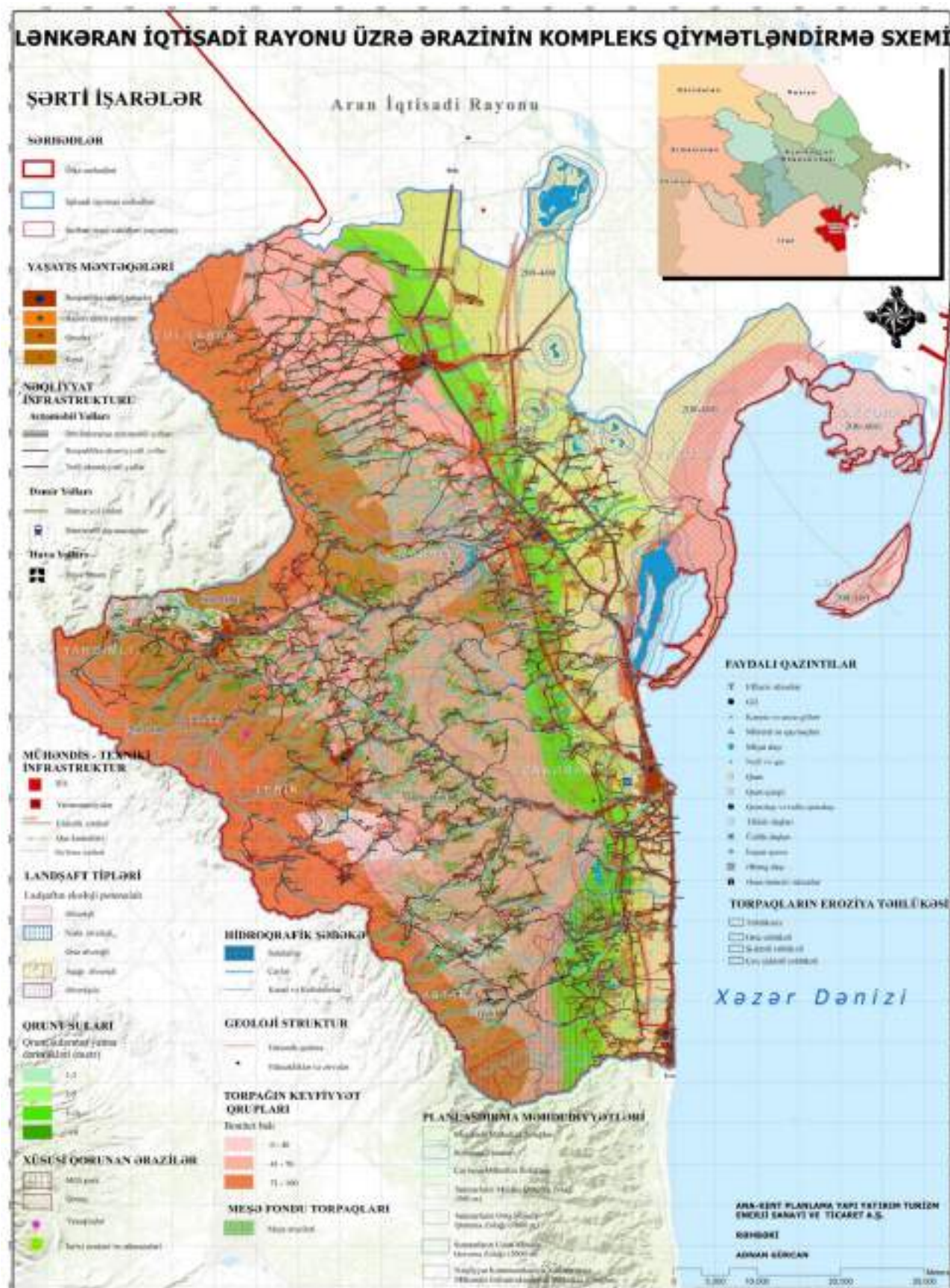
119. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>;

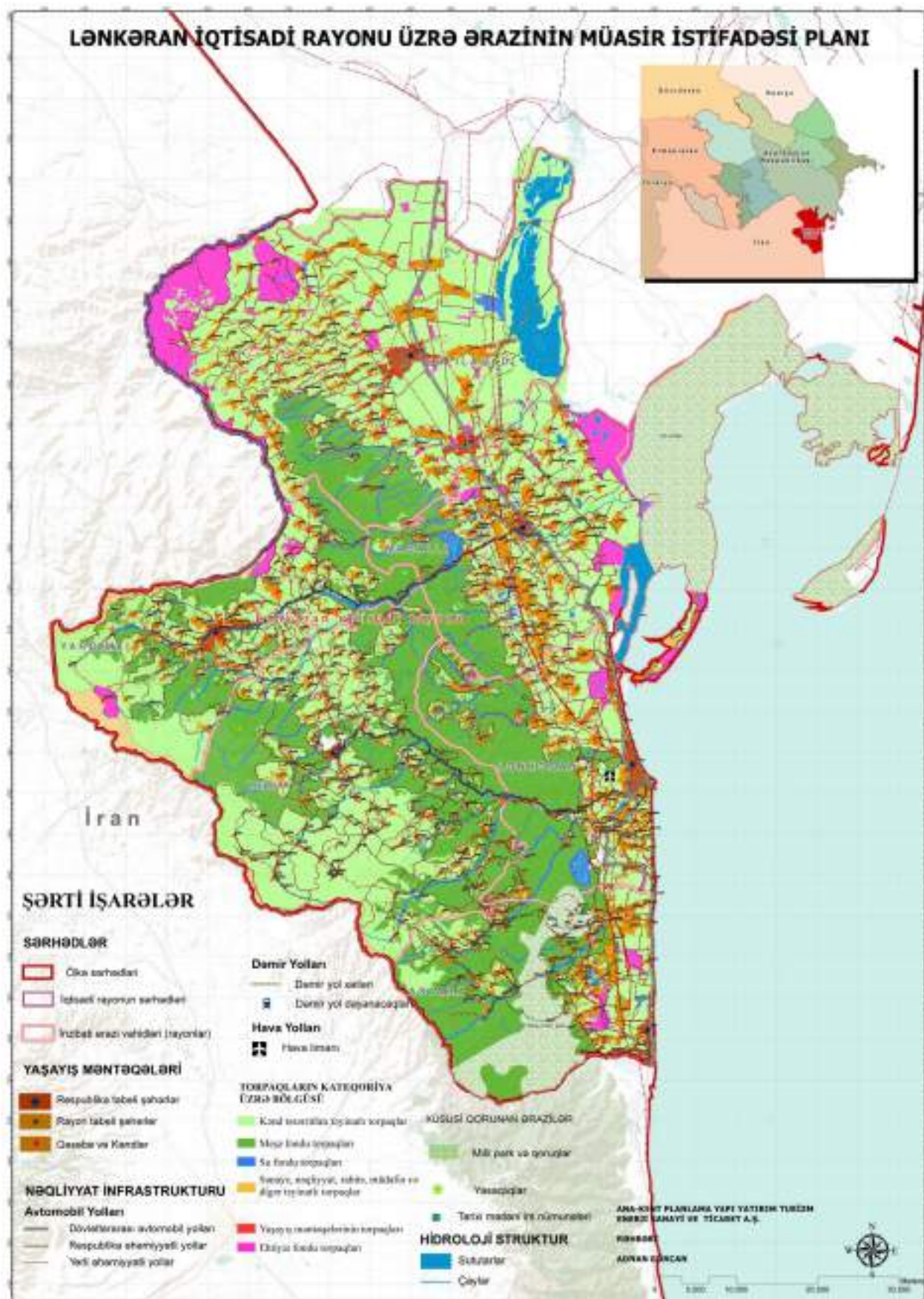
120. http://tehran.mfa.gov.az/az/pages.php?id_menu=340);

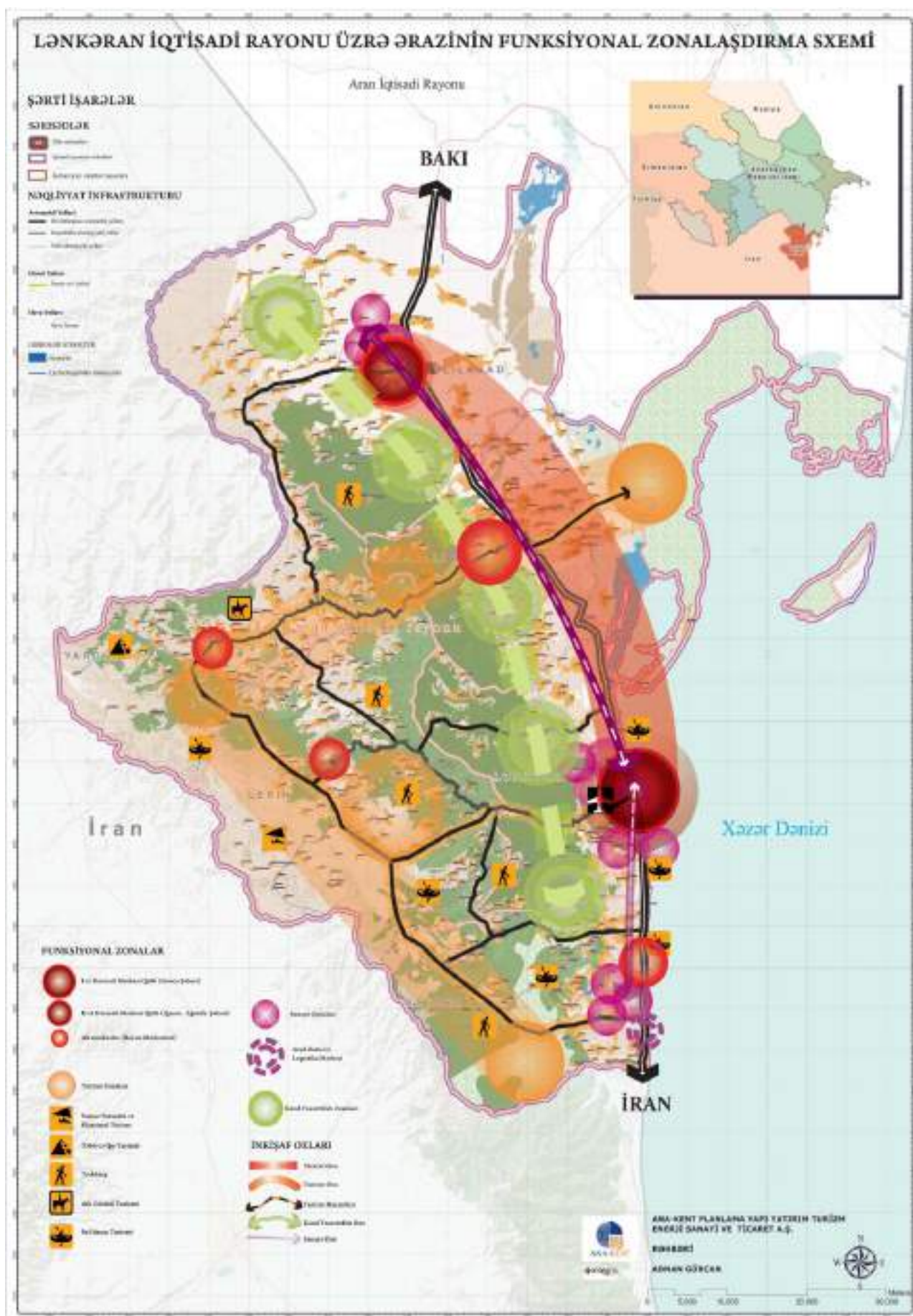
121. <http://www.e-qanun.az/framework/9504>);

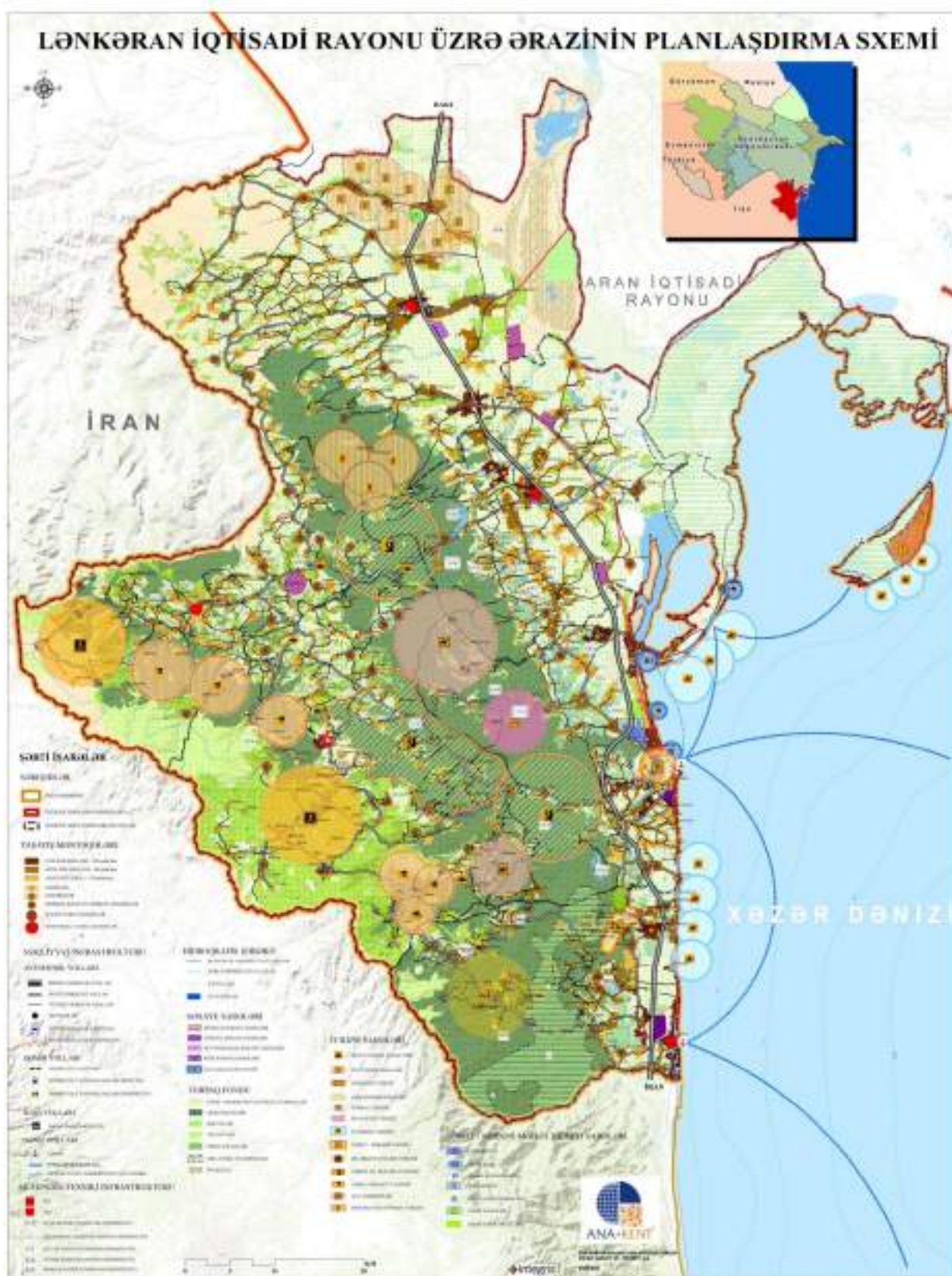
122. <http://www.taxes.gov.az/modul.php?name=beynelxalq&news=28> (məqalə:

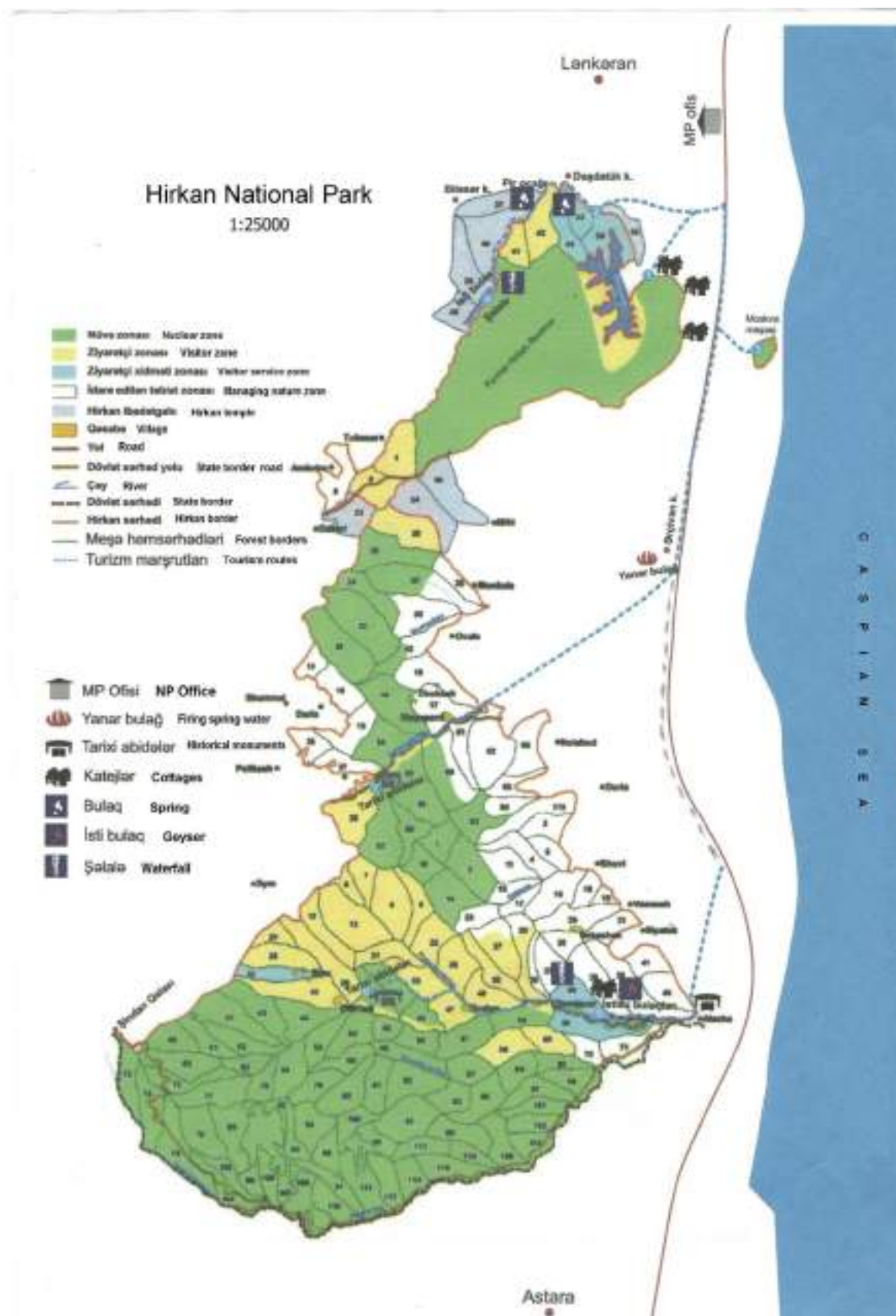
- Azad iqtisadi zonaların mahiyyəti, 19.04.2007);
<http://old.taxes.gov.az/modul.php?name=beynelxalq&news=28> (31.05.2021)
123. <http://www.coqrafiya.info/2014/04/region-anlayis-regional-frqlr.html>;
124. http://www.economy.gov.az/index.php?option=com_content&view=article&id=399&Itemid=240&lang=az.;
125. <http://www.taxes.gov.az/modul.php?-name=beynelxalq&news=28>);
126. <http://gsaz.az/articles/view/2/-Fizikicografi-rayonlashma>) ;
127. <http://www.apa.gov.ge/ru/statistika/vizitorta-statistika/premiebi/saqartvelos-da-ucxo-qveynis-moqalaqe-vizitorta-raodenoba>);
128. <http://eco.gov.az/milliparklar.php>);
129. [http://www.kamk.fi/en/Business-Services/Research-and-Development-\(in-Russian\)](http://www.kamk.fi/en/Business-Services/Research-and-Development-(in-Russian)));
130. http://www.petrus.ru/Chairs/Inter_rel/yarovoi.-html#ixzz3jzHsged1
(10.08.2018) ;
131. <http://www.mcps-khorgos.kz/project/componentry>;
132. <http://www.eco.gov.az/hid-chay-gol-suanbar.php>);
133. <http://eco.gov.az/termsular.php>;
134. <http://www.eurogites.org/> (18.11.2018) ;
135. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition For more information see: Facts & Figures section at mkt.unwto.org;
136. <https://www.scribd.com/document/97079805/Role-of-Planning-in-Local-and-Regional-Tourism-Development>; Ana Paula Figueira, 19p (18.11.2018);
137. https://azertag.az/xeber/Azərbaycan_ve_Iran_prezidentleri_metbuata_beyan_atlarla_chixis_edibler_VIDEO-1147871
138. <https://gsaz.az/articles/view/105/Xazar-danizinin-umumi-saciyyasi>
(02.02.2021)
139. <https://qafqazinfo.az/news/detail/mehmanxanalarin-gelirleri-4-defe-azalib-315185>
140. <http://www.aayda.gov.az/az/pages/68/> (20.11.2020)
141. www.fee.global (20.11.2020)











Mənbə: <http://eco.gov.az/az/596-ekoturizm>

AKT

2020 il

mayın

Biz, aşağıda imza edənlər,

1) "Savalan T" MMC-nin nümayəndəsi

2) ev sahibi

3)

iştirakı ilə bu aktı tərtib etdik.

evinə baxış keçirildi və məyyən edildi ki, turistlərin qəbulu üçün bu evdə sərəit aşağıdakı kimidir:

1)Ev bir mərtəbəli; iki mərtəbəli

- bütönlükdə verilir

- evin bir hissəsi; - birinci mərtəbə; - ikinci mərtəbə; -ayrıca girişi olan hissə; -başqa

- neçə otaq

Çarpayı və yataq dəsti

Telefon

Televizor anten

WC - evdə

Həyatda

3)Digər

4)Təmir olunəsi yerlər və işin həcmi:

- Otaq

- Hamam Duş

- WC

- Mətbəx

- İsti su

-

- Həyat kanalizasiyası

- Elektrik xətti

- Su xətti

-

5) Bu işlərin görülməsi üçün aşağıdakı miqdarda inşaat materialları tələb olunur:

İmzalar

1)

3)

2)

Şəxsiyyət vəsiqəsi

Astara Rayon Tələqqiməsi

AKT

19.12.2005

Biz, aşağıda imza edənlər,

1) "Savalan T" MMC-nin baş meneceri Yusupov Qəhrəman Mühəddin oğlu,

2) Əliyev Əzizəddin Əsəd oğlu - ev sahibi,

3) Qasımov Sədat Əli oğlu - Tələqqimənin baş idarəçisi,

iştirakı ilə bu aktı tərtib etdik.

Astara R-n. Tələqqimənin K. evinə baxış keçirildi və məyyən edildi ki, turistlərin qəbulu üçün bu evdə şərait aşağıdakı kimidir:

1) Ev bir mərtəbəli; iki mərtəbəli

- bütünlükdə verilir

- evin bir hissəsi; - birinci mərtəbə; - ikinci mərtəbə; - ayrıca girişi olan hissə; - bağqa

- neçə otaq 1 otaq

Çarpayı və yataq dəsti 3 dəst

Telefon +

Televizor +

anten +

WC - evdə

Həyatda +

Hamam evdə

3) Digər

xarici turistlər.

4) Təmir olunması yerlər və işin həcmi:

- Otaq

Hamam təmir olunmalıdır.

- WC

- Mətbəx

- İsti su

- Həyot kanalizasiyası

- Elektrik xətti

- Su xətti

5) Bu işlərin görülməsi üçün aşağıdakı miqdarda inşaat materialları tələb olunur:

Hamamın bəzi:

- Mətbəx - 6 m. d.

- Kafel - 12 m. d.

- Vanna - 1 m. d.

- Səmətə - 1 m. d.

- Su xətti boruları - 30 m.

- Elektrik xətti naqıl - 20 m.

- Kanalizasiya boruları - 20 m.



1)

3)

2)

Şəxsiyyət vəsiqəsi

AZE PH05475

Vət. ƏDİN

10.01.2005

AKT

15.02.2006

Biz, aşağıda imza edənlər,

1) "Savalan T" MMC-nin baş meneceri Yusupov Qəhrəman Mühəddin oğlu,

2) Əliyevlər Tərlan Vayibo. - Lomkəran R. Vəli

3) İmanov Rəyasət - Vəli R. Bəladixya sdr

iştirakı ilə bu aktı tərtib etdik.

evinə həmişə keçirildi və məyyən edildi ki,

turistlərin qəbulu üçün bu evdə şərait aşağıdakı kimidir:

1) Ev bir mərtəbəli; iki mərtəbəli

- bütünlükdə verilir

- evin bir hissəsi; - birinci mərtəbə; - ikinci mərtəbə; - ayrıca girişi olan hissə; - başqa

- neçə otaq

3 otaq + dərzi

Çarpayı və yataq dəsti

6 çarpayı

Telefon +

Televizor +

anten

WC - evdə +

Həyətdə

3) Əlavə məlumat

4) Təmir olunması yerlər və işin həcmi:

- Otaq +

- Hamam +

Duş

- WC +

- Mətbəx +

- İsti su +

- Həyət kanalizasiyası

- Elektrik xətti

- Su xətti

5) Bu işlərin görülməsi üçün aşağıdakı miqdarda inşaat materialları tələb olunur:

Evin içində yerləşən hamam və tualet:

- 10 kış sement 16 kış. illetax,

30 m. m. kafel, 40 m. su borusu,

30 m kanalizasiya borusu, 30 m. elek. xətti.

2 kış spartiyonka, 30 kış - boyo

unita, bəzək - 1 dərzi, smestitel - 2 ədəd.

Su kranı - 2 ədəd.



İmzalar



2) Şəxsiyyət vəsiqəsi

AZE 0496 1709

Lomkəran RPŞ

10.02.2006.

Yerli sakinlərin turizmə münasibəti

Masallı, Lənkəran, Lerik, Yardımlı, Astara rayonları

İyul, 2015 il

Sorğuda iştirak edənlər: 124 nəfər

Turizmin regiona təsiri: + 124

Turizmin regiona təsiri özünü nədə göstərir:

- məşğulluq artır +124; təsiri yox -.
- yerli ərzaq istehsalı və satışı artır +124; təsiri yox - .

Adət və ənənələrə təsiri:

Adətlər dəyişir -. Möhkəmlənir – 102; yaddan çıxır – 22;

Yerli əhalinin dünyagörüşü: genişlənir – 124; təsiri yox -.

Yerli müasir istirahət mərkəzlərin açılmasına münasibət: + 99; - 23;

Turistləri evinizdə yerləşdirirsinizmi?: bəli 26

Turistləri evinizdə yerləşdirmək istəyirsinizmi?: bəli 62: yox 36

Turistləri evinizdə yerləşdirmək üçün nə problem var?:

- Kənddə təbii qazın olmaması: 35
- Elektrik enerjisi problemi: 42;
- Evin təmirə ehtiyacı: 64;
- kənddə yol problemi: 34;
- problem yoxdur: 60;
- turist axınının aşağı olması: 71.

Turistlərə göstərə biləcəyiniz digər xidmətlər:

- balıqçılıq: 31; - nəqliyyat: 39; -ovçuluq: 21;
- bələdçilik: 84; - piyada yürüş 74; -digər: 55

Regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün təkliflər:

- yolların abadlaşdırılması: 75;
- sahibkarlara kredit və vergi güzəştlərinin tətbiqi: -69;
- turistlərə xidmət üzrə nəzəri və praktiki təlimlərin keçirilməsi – 82.

Lənkəran, Astara, Lerik, Yardımlı, Sakınlı
 Yerli sakinlərin turizmə münasibəti 26-28, iyul 2015 il

Turizmin regiona təsiri: (+)

turizmin regiona təsiri özünü nədə göstərir

-məşğulluq: (artır) təsiri yox

-yerli ərzaq istehsalı və satışı artır: (xox) az təsiri yox

adət və ənənələrə təsiri

adətlər dəyişir: möhkəmlənir (+) yaddan çıxır -

yerli əhalinin dünyagörüşü: genişlənir (+) təsiri yox

Yeni müasir istirahət mərkəzlərinin açılmasına münasibət: (+) -

turistləri evinizdə yerləşdirərsinizmi? həli (xeyr)

turistləri evinizdə yerləşdirmək istərdinizmi? (həli) xeyr

turistləri evinizdə yerləşdirmək üçün nə problem var?

-evin təmizliyi ehtiyacı var

turistlərə göstərə biləcəyiniz xidmətlər:

-balıqçılıq-nəqliyyat + -ovçuluq + -bəladçilik- pıvada yürüş +
-digər

Regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün təklifləriniz (yolların abadlaşdırılması, sahibkarlara kredit və vergi güzəştlərinin tətbiqi, dəniz limanının işə salınması, turistlərə xidmət üzrə nəzəri və praktiki təlimlərin keçirilməsi və s.)

Yerli sakinlərin turizmə münasibəti

Turizmin regiona təsiri: + -

turizmin regiona təsiri özünü nədə göstərir

-məşğulluq: artır + təsiri yox-yerli ərzaq istehsalı və satışartır: çox + az təsiri yox

adət və ənənələrə təsiri

adətlər dəyişir: möhkəmlənir + yaddan çıxıryerli əhalinin dünyagörüşü: genişlənir + təsiri yoxyeni müasir istirahət mərkəzlərinin açılmasına münasibət: + + -turistləri evinizdə yerləşdirərsinizmi? bəli + xeyrturistləri evinizdə yerləşdirmək istərdinizmi? bəli + xeyr

turistləri evinizdə yerləşdirmək üçün nə problem var?

Qonaq və işiq mizə almasıq problem
gərdur

turistlərə göstərə biləcəyiniz xidmətlər:

-bəliqqııq-naqlıvıat -ovçuluq + -bələdçilik- piyada yürüş +-digər +Regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün təklifləriniz + (volların abadlaşdırılması, sahibkarlara +

kredit və vergi güzəştlərinin tətbiqi, dəniz limanının işə salınması, turistlərə xidmət üzrə nəzəri

və praktiki təlimlərin keçirilməsi və s.)

Regionda istirahət barədə turistlərin rəyi

İyul, 2015 il

RELAX istirahət mərkəzi

Cəmi sorğuda 66 nəfər iştirak edib

İstirahət mərkəzinə neçənci dəfədir gəlirlər: 50%-i 2-ci dəfə, 25%-i ilk dəfə və 25%-i 3-cü dəfə gəlirlər.

Qidalanma: heç kimin narazılığı olmadı;

Qalma müddəti: 3 gün -50%, 4-7 gün - 50%;

Xidmətlər qiymət səviyyəsinə uyğundur – 90%, baha – 10%;

Yerlər əvvəlcədən telefonla bronlaşdırılıb –80%,

birbaşa yer alanlar – 10%,

digər yollarla yer bron edənlər – 10% ;

Ödənişlər hamı tərəfindən 100% nəğd;

İstirahət mərkəzi tərəfindən ətraf ərazilərdə yerləşən muzeylərin ziyarəti və ekskursiyalar təşkil edilir ki, turistlər bu xidmətlərdən əksərən (80%) istifadə edirlər;

Yerli akvaparkdan 100% istifadə edilir;

Sorğuda iştirak edənlərin yaşı: 25-40 yaş arası

cinsi: 60%-i kişi, 40%-i qadın

Narazılıq akvaparkın, hovuzun və uşaq fontanının iş müddətinin az olması idi.

Bir neçə saatlıq və ya 2-3 günlük piyada yürüşdə iştirak etmək istəyi: sorğu iştirakçılarının 50%-i;

Təkliflər arasında metkartinqin olmasının və pivə həvəskarları üçün *pub* açılması arzusu oldu;

Regionda istirahət barədə turistlərin rəyi

Bu regiona istirahətə neçənci dəfədir gəlirsiniz? 1 2 3 və daha çox

Bu istirahət mərkəzində neçənci dəfə istirahət edirsiniz? 1 2 3 və daha çox

İstirahət mərkəzində xidmətdən razısanız (0-10 balı və rəy)

- qidalanma yaxşı pis orta
- yerləşmə yeri (şərait) yaxşı pis orta
- əyləncə yaxşı pis orta

İstirahət müddəti (gün) 1-3 4-8 9-14 15-24

Turpkəsin rəy-məti: bəla xidmət səviyyəsində uyğun

Yerlərin bronlaşdırılması yolu: birbaşa e-səh. telefon başqa

Xərclərin ödənişi: nağd kartla həmkomitə tərəfindən başqa

İstirahət zamanı ziyarət etmişiniz

- muzey, mədəniyyət ocaqlarını bəli xeyr
- çimərlik bəli xeyr
- çay, şalala, meşə bəli xeyr

ekskursiyada iştirak bəli xeyr

ekskursiyadan razılıq bəli xeyr

- ekskursiya və bələdçi barədə rəy _____

at üstü gəzinti, 2-3 günlük piyada yürüşdə iştirak etmək istərdinizmi? Bəli xeyr

yaşınız 2-10 25-35-60

cins - Akisi qadın

istirahətə ailənizlə gəlmisiniz bəli xeyr

istirahətə dostlarınızla gəlmisiniz bəli xeyr

istirahət mərkəzinə gəldiyiniz nəqliyyat səxsi ictimai qatar

xarici ölkədə istirahət etmişinizmi (ölkənin adı)? bəli xeyr

regionda və bu istirahət mərkəzində istirahət barədə təklifləriniz

ekspart və uşaq fontanının iş vaxtı
mid. art-sı; oturma qüvvəli turistlərin

Regionda istirahət barədə turistlərin rəyi

Bu regiona istirahətə neçənci dəfədir gəlmisiniz? 1 2 3 və daha çox

Bu istirahət mərkəzində neçənci dəfə istirahət edirsiniz? 1 2 3 və daha çox

İstirahət mərkəzində xidmətdən razısınız (0-10 bal və rəy)

- qidalanma yaxşı pis orta

- yerləşmə yeri (şərait) yaxşı pis orta

- əyləncə yaxşı pis orta

İstirahət müddəti (gün) 1-3 4-8 9-14 15-24

Turketin qiyməti: bəha xidmət səviyyəsinə uyğun

Yerlərin bronlaşdırılması yolu: birbaşa e-səh telefon başqa

Xərclərin ödənişi: nağd kartla həmlik komitəsi tərəfindən başqa

İstirahət zamanı ziyarət etmişiniz

- muzey, mədəniyyət ocaqlarını bəli xeyr

- çimərlik bəli xeyr

- qay, salala, masa bəli xeyr

ekskursiyada iştirak bəli xeyr

ekskursiyadan razılıq bəli xeyr

- ekskursiya və bələdçi barədə rəy _____

at üstü gəzinti, 2-3 günlük piyada yürüşdə iştirak etmək istədiyinizi? Bəli xeyr

yaşınız 34

cins - kişi qadın

istirahətə ailənizlə gəlmisiniz bəli xeyr

istirahətə dostlarınızla gəlmisiniz bəli xeyr

istirahət mərkəzinə gəldiyiniz nəqliyyat şəxsi ictimai qatar

xarici ölkədə istirahət etmişinizi (ölkənin adı)? bəli xeyr

regionda və bu istirahət mərkəzində istirahət barədə təklifləriniz

avtoparkın iş vaxtı az; koruz təə bəflər

İXTİSARLAR SIYAHISI

Aİ	Avropa İttifaqı
BMÜTT	Birləşmiş Millətlər Təşkilatında Ümumdünya Turizm Təşkilatı
İR	İqtisadi Rayon
KİV	Kütləvi informasiya vasitələri
MDB	Müstəqil Dövlətlər Birliyi
MP	Milli park
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
AİTF	<i>Azerbaijan International Tourism Fair</i> - Azərbaycan Beynəlxalq Turizm və Səyahətlər Sərgisi
EuroGites	<i>European Federation of Farm and Village Tourism</i> – Avropa fermer və kənd turizmi federasiyası
FEE	<i>Foundation for Environmental Education</i> – Ətraf Mühit Təhsil Fondu
ITAP World	<i>International Tourism Association of Professionals</i> – Turizm peşəkarlarının Beynəlxalq assosiasiyası
IH&RA	<i>International Hotel & Restaurant Association</i> – Beynəlxalq mehmanxana və restoran assosiasiyası
HOTREC	<i>Association of Hotels, Restaurants, Pubs and Cafes</i> – Mehmanxana, Restoran, Pab və Kafelər assosiasiyası
MICE	<i>Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions</i> – işgüzar turizm (görüşlər, stimullar, konfranslar, sərgilər)
PR	<i>public relations</i> – ictimaiyyətlə əlaqələr
UNWTO	<i>United Nations World Tourism Organization</i> - Birləşmiş Millətlər Təşkilatında Ümumdünya Turizm Təşkilatı