

GİRİŞ

Turizmin inkişafı hər bir ölkədə iqtisadi potensialın istifadəsi və ölkə iqtisadiyyatının perspektiv inkişafı ilə əlaqədə əsaslandırılır. Turizmin inkişafı zəruriliyi turizm tələbatı və ölkədə sosial məqsədlər üçün istifadə olunur. Turizmin inkişafının respublikada zəruriliyi Azərbaycanın iqtisadi-inkişaf dinamikası və regionların sosial-iqtisadi inkişaf zəruriyyəti ilə bağlıdır. Respublikada turizm inkişafı dünya təcrübəsi və dünya turizm xüsusiyyətləri ilə bağlıdır.

Turizm və sosial-mədəni servis xidməti fəaliyyət növü kimi əhalinin asudə vaxtının səmərəli istifadə edilməsinə, ekskursiya, səyahət və turist marşrutlarının təşkilinə, həmçinin turistlərin başqa xidmət növlərindən istifadənin gücləndirilməsinə təkan verir. Turizm xidmətləri bilavasitə turist təşkilatlarının fəaliyyətinin nəticəsidir. Turizm xidməti əməyin spesifik xüsusiyyətlərini və məzmununu müəyyənləşdirən milli iqtisadiyyatın müstəqil sahəsidir. Turizmdə əmək məhsuldarlığının artım sürəti üçün xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsi, əməyin təşkili və stimullaşdırılmasının forma və üsullarının təkmilləşdirilməsi, turizm və sosial-mədəni servis xidmətlərinin təşkilinin yenidən qurulması zəruridir.

Ölkəmizdə turizm xidməti üçün çox əlverişli şərait var. Bu ondan irəli gəlir ki, respublikamızın hər cür təbii iqlim, landşaft şəraiti, iqtisadi imkanları və turizm obyektləri mövcuddur. Ölkənin turizminin xidmətinin inkişafı yeni yolların, nəqliyyat vasitələrinin xarici sahibkarların bölgəyə marağını artırmaqla, gələn turistlərin qarşılanması, yerləşdirilməsi, onlar üçün gəzinti planlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi kimi bir çox fəaliyyət komplekslərinin inkişaf perspektivlərini müəyyən edir. Yeni hava və dəniz limanlarının istifadəyə verilməsi, yeni dəniz, hava, minik avtomobilləri və avtobusların alınması və istifadəyə buraxılması bu inkişafın

elementlərindəndir. Həmçinin turizmin inkişafı ölkənin regionlarının da inkişafına səbəb olur, yüzrlərlə iş yerlərinin açılmasına və son nəticədə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına öz töhfələrini verir. Beləliklə xarici iqtisadi əlaqələrin möhkəmlənməsində də turizm xidməti mühüm rol oynayır. Ölkəmizdə mineral suların, müalicə nefti və palçıqın olması kurort yerlərinin əhəmiyyətini artırmaqla yanaşı, buraya turist axınını da gücləndirir. Xəzər dənizi sahilləri, Quba-Xaçmaz, Lənkəran-Astara, Şəki-Zaqatala, Gəncə-Qazax iqtisadi rayonları turizmin inkişaf etdirilməsi üçün çox yararlıdır. Məhz bu zonalara turist axını daha çoxdur. Bundan əlavə, müxtəlif arxeoloji, tarixi-memarlıq abidələri, incəsənət obyektləri də xarici turistləri cəlb edir.

Ölkəmizin bu potensialın nəzərə alaraq turizm xidmət sahəsində dövlət səviyyəsində əsaslı tədbirlər həyata keçirilir. Belə ki bu fəaliyyətə 1999-cu ildən start verilsə də əsaslı tədbirlər 2001-ci ildən həyata keçirilməyə başlanmışdır. Hazırda turizm xidmət sahəsində əsaslı işlər həyata keçirilib.

Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri yerli və xarici tələbat və imkanlar üzrə həll edilir. Bu problemin nəzəri və praktiki əhəmiyyəti vardır. Turizmə kompleks sistem yanaşma və turizmin səmərəli təşkili üsulları elmi və praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin məqsədini turizmin inkişafının əsas istiqamətləri və onların təşkili formalarını təkmilləşdirmək istiqamətləri əhatə edir. Turizmin inkişafının əsas vəzifələri aşağıdakı istiqamətlərdə qərar qəbulunu əhatə edir:

- Ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin bölgələrlə əlaqəsinin zəifliyi və daha çox xarici turizm bazarı üzrə ixtisaslaşması;
- Turizm fəaliyyəti kimi xüsusi maraq turizminin inkişafı;
- Mövcud turist marşrutlardan, ekskursiya xidmətlərindən geniş istifadə olunmasına üstünlük verilməsi;

- Mədəniyyət ocaqlarının, istirahət parklarının daxili turizmdə zəif istifadəsi və ekskursiyaların az təşkil olunması;
- Milli adət-ənənələrin ,irsi seqmentin daxili turizmin inkişafında zəif tətbiqi;

Dissertasiya işinin metodoloji əsasını turizmin inkişaf konsepsiyası onun qanunları ölkə iqtisadiyyatında gələcəyə baxış konsepsiyası, turizm nazirliyinin fəaliyyət mexanizmləri və beynəlxalq turist təşkilatlarının əsas iş prinsipləri təşkil edir: Turizmin inkişaf istiqamətlərinə baxış sahə və ərazi prinsipləri üzərində qurulan metodiki yanaşma üsullarına əsaslanır.

Disertasiya işinin nəzəri və praktiki xüsusiyyəti onun əsas istiqamətlərinin əsaslandırma və hər hansı sahənin inkişafına sosial-iqtisadi səmərə baxımından qiymət verməkdən ibarətdir.

Azərbaycanda turizmin öyrənilməsi və sosial iqtisadi mahiyyətinin qiymətləndirilməsi yuxarıda göstərilən problemlərin geniş şərhə əsas məqsəddir.

Dissertasiya işi struktur etibarilə giriş 3 bölmə və nəticə təklif hissələrindən ibarətdir. 1-ci bölmədə turizm xidmətinin təsnifatlaşdırılması metodları və ölçülməsi verilmişdir. Belə ki bu bölmə daha çox nəzəri xarakter daşımaqla turizm xidmətinin mahiyyətinin şərhinə həsr olunmuşdur. 2-ci bölmədə Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti və sosial iqtisadi qiymətləndirilməsi aparılır. Bu bölmədə turizm xidmət mövcud potensialı regionlar üzrə təşkili və turizm xidmət sahəsinin perspektivində dövlət siyasəti verilmişdir. 3-cü bölmədə Azərbaycanda turizmin inkişafının əsas istiqamətləri verilmişdir. Bu istiqamətlər turizm xidmətində investisiya siyasəti turizm xidmətinin keyfiyyət təşkili və turizm xidmət sahəsində innovasiya siyasətindən ibarətdir. Sonda ümumi nəticə və təkliflər qeyd olunub.

Qloballaşan dünyada integrasiya siyasətini prioritet seçmiş Azərbaycan Respublikası digər sahələrdə olduğu kimi turizm xidmət sahəsində də dünya

miqyasında lider mövqelərdə durmağı hədəf qəbul etmişdir və bu yolda Ümumdünya Turizm Təşkilatı ilə sıx əməkdaşlıq edir.

I FƏSİL: Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi və əsas vəzifələri

1.1 Turizmin iqtisadi, sosial mahiyyəti və dinamikası

Turizm xalq və cəmiyyətlər arasında qarşılıqlı anlaşıma və hörmət vasitəsi olmaqla bəşəriyyətin mədəni irsindən istifadə edən və onu zənginləşdirməyə çalışan sahədir.

Turizm turistləri qəbul edən ölkələr və icmalar üçün ən sərfəli fəaliyyət növüdür. Turizmin inkişafı turizm xidmətinin səmərəli təşkilindən asılıdır. Turizm xidməti turizm müəssisəsinin və turistlərin tələbatının ödənilməsinə uyğun fəaliyyətinin nəticəsidir.

Turizm xidmətinin təşkili isə istirahət və əyləncənin ən fəal formalarından biri olmaqla yanaşı həm də bir çox sosial-iqtisadi, mədəni-siyasi və kulturoloji funksiyaların həyata keçirilməsində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Turizm xidməti müasir dünyanın global əhəmiyyətə malik olan, sosial və iqtisadi əlaqələrini tənzimləyən, müxtəlif ölkələr və xalqlar arasında qarşılıqlı münasibətlər yaradan, biznes maraqlarının əhatə dairəsini genişləndirən sahədir.

Dünyanın hər yerində turizm xidmətinin inkişafına dövlətlər və sivilizasiyalar səviyyəsində böyük maraq göstərilir. Elə buna görə də, hazırda beynəlxalq maliyyə qurumları və təşkilatları turizm xidmətinin inkişafına öz maraq və diqqətlərini artırır. Turizm xidməti geniş əmək tutumlu sahə olub kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün geniş perspektivlər açır. Ümumiyyətlə turizm xidmətinin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının həm sosial həm də iqtisadi cəhətdən inkişafı ilə nəticələnir.

Turizm xidmətindən danışarkən turizm infrastrukturunu da qeyd etmək lazımdır. Turizm infrastrukturu isə turizm sənayesinin normal fəaliyyət göstərməsi və turizm resurslarından səmərəli istifadə olunması üçün zəruri olan məcmu şərtlər kimi nəzərdə tutulur. Tərif kimi qeyd etsək belə olar: turizm infrastrukturu – turizm məhsulu istehsalı təşkilinin kompleksli sistemi və yaxud mehmanxana və digər yerləşdirmə-yerdəyişmə, nəqliyyat vasitələrinin, ictimai iaşə, əyləncə obyektləri və vasitələrinin, tanış olma, idrakı, iş-peşə, sağlamlaşdırma, idman və digər təyinatlı obyektlərin,

turoperator və turagent fəaliyyətini həyata keçirən ixtisaslaşdırılmış müəssisə və təşkilatların, həmçinin ekskursiya və bələdçi bələdçi-tərcüməçi xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur. Digər tərəfdən xüsusi turizm infrastrukturunu da turizm infrastrukturunun tərkib hissəsidir. Buraya turizm xidmət edən nəqliyyat vasitələri turistlərin yerləşdirilməsi üçün lazım olan müəssisələr əyləncə müəssisələri kurortlar konfrans və biznes mərkəzləri müxtəlif vasitəçilik xidmətləri göstərən müəssisələr daxildir. Yeməcxana xidmətləri göstərən müəssisələr və mehmanxanalar turizm infrastrukturuna aid edilmir. Belə ki bu tip müəssisələr yardımçı xarakter daşımayaraq elə birbaşa turizmin əsas funksiyasını ifadə edirlər.

Turizm xidməti mahiyyət etibarilə başqa sahələrdən fərqli olaraq xidmətin inkişaf istiqaməti kimi bir çox üstünlüklərə malikdir və bunlar aşağıdakılardır:

- Turizm xidmətinə qoyulan sərmayə qısa müddətə öz bəhrəsini verir. qoyulan kapital yüksək dövr etmə qabiliyyətinə malikdir. İqtisadi nöqteyi-nəzərdən turizmin cazibədarlığı xidmət sahələrinin durmadan genişlənməsində qoyulan sərmayələrin qısa müddətdə özünü doğrultmasında və gəlirin konvertasiyası mümkün olan valyuta şəklində alınmasındadır.

- Turizm xidməti insanın daxili aləminə cavab verən istirahət tələbatını ödəyən sağlamlığını qoruyan və onu yüksək mədəniyyətə sövq edən amildir. Turizm insanpərvərlik ruhunu daşıyır o insanların mədəni irsini qoruyub saxlayır. Turizm tarixi abidələrin qorunub saxlanmasına və bərpasına külli miqdarda vəsait ayırır yolların salınmasına kəndlərin və şəhərlərin abadlaşdırılmasına böyük kapital qoyuluşuna məcbur edir.

Müasir dövrdə turizm xidmətləri sahəsində xidmətlərin çoxu avtomatlaşdırılır yeni texnologiya tətbiq olunur. Lakin buna baxmayaraq turizm xidmət sahəsi ən çox işçi qəbul edən sahədir. Bir nəfər xarici turist üçün doqquz nəfər iş yeri tələb olunur. Bu da göstərir ki turizm xidmət sahəsi işsizlik probleminin həllinə yönəlmiş bir sahədir. Dünya üzrə beynəlxalq turizm sənayesində 300 mln iş yeri fəaliyyət göstərir. Bunun da çox hissəsi turizm xidmət sahəsinin payına düşür.

- Turizmin xidmət sahəsinin daha bir üstün cəhəti odur ki balaca sərmayə ilə də bu sahədə biznesinə başlamaq olar. Belə ki turizm xidmətinə durmadan ehtiyac

artır. Bu onunla əlaqədardır ki turizm yüksək rentabelliği olan sahədir. Turistlərin sayına nisbətən turizmdən əldə olan gəlir iki dəfə çoxdur. Bu gəlirin də çox hissəsi turizm xidmət sahəsinin payına düşür.

- Başqa malların ixracına nisbətən turizm mallarının ixracında üstün cəhət nəzərə çarpır. Burada əlavə xərclər çəkərək turizm məhsulu alıcıya çatdırılmır. Turist məhsulunun ixracında alıcı yəni turist özü gəlir turist məhsulundan istifadə edir mal alır istirahət edir və öz valyutasını xərcləyir.

- Yaxşı təşkil edilmiş turizm xidməti ölkə mədəniyyətinin beynəlxalq aləmdə tanınmasına və sevilməsinə xidmət edir

Lakin buna baxmayaraq turizm xidmətinin yanlış təşkili öz mənfi təsirini əsaslı şəkildə göstərə bilər. Belə ki turizm xidməti iqtisadiyyata o zaman müsbət təsir göstərir ki turizm iqtisadiyyatın başqa sahələri ilə əlaqədə hərtərəfli inkişaf etsin əks halda ölkənin xidmətlər ölkəsinə çevrilmə ehtimalı yaranır. Başqa sözlə desək turizm xidməti iqtisadi cəhətdən o zaman səmərəli olur ki başqa sosial iqtisadi komplekslərlə paralel inkişaf etsin. Turizmin təşkili daha çox biznes fəaliyyətini qiymətləndirməklə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlıdır. Turizmin sosial - iqtisadi mahiyyəti ona xalq təsərrüfatı kompleksi kimi baxılır və dünya biznesində aparıcı həlqə olması ilə əlaqələndirilir. Digər sahələrə nisbətən turizm xidmət sahəsində əvvəl də qeyd etdiyimiz kimi qoyulan sərmayə daha az müddətdə özünü doğruldur və bu da büdcə gəlirlərində özünü göstərir. Turizm xidməti dünyada ən güclü iqtisadi inkişaf vasitələrindən biridir. Ölkəyə böyük miqdarda valyuta axını ilə səciyyələnir. Hətta turizm xidməti beynəlxalq əmtəə dövriyyəsində “görünməz ixrac” adlanır. Turizm xidmətinin iqtisadi cəhətdən ən üstün cəhətlərindən biri kimi onun xeyli hissəsinin minimum məsrəflərlə və bir qayda olaraq xarici valyutadan istifadə etmədən istehsal olunmasıdır və bu da iqtisadi səmərəlilik göstəricisidir.

Ümumi şəkildə qeyd etmək olar ki, turizmin xidmətinin iqtisadi mahiyyəti onun ölkə iqtisadiyyatındakı xüsusi çəkisi və təsir gücü ilə hesablanır. Bunu müəssisələrin gəlir potensialını əks etdirən aşağıdakı Cədvəl 1-də daha aydın görmək olar:

Müəssisələrin gəlir göstəriciləri

Cədvəl 1

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir, min manat	8480,0	15966,6	17120,5	17839,6	19065,3	22634,8	27121,5	29600,9
ondan turizm fəaliyyətindən	4788,1	11646,1	12987,6	14013,6	14755,5	17804,7	21597,1	24823,6

Azərbaycan Dövlət statistika komitəsi 2014.

Turizm müəssisələrinin gəlir göstəricilərini əks etdirən bu cədvəldə 2006-cı ildən 2013-cü ilə qədər olan göstəricilər əks etdirilmişdir. Bu göstəricilərdən göründüyü kimi turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlirdə turizm xidmətindən əldə olunan gəlirlər yüksək faizlər təşkil edir. Belə ki, 2008-ci ilin göstəricisinə diqqət yetirsək, 2013-cü ildə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlir 2006-cı ildən ardıcıl artım dinamikası müşahidə edilməklə 29600,9 min manat təşkil etmişdirsə və bunun 24823,6 min manatı turizm xidmətlərindən əldə edilən gəlirlər olmuşdursa, belə bir ümumi nəticə çıxarmaq olar ki, ölkə iqtisadiyyatında turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi gəlirin 83%-i turizm xidmət sahələrindən əldə edilən gəlir hesabına formalaşır, halbuki bundan əvvəlki ən yaxın göstərici 76% təşkil etmişdir.

Turizm xidməti iqtisadi mahiyyətlə yanaşı sosial mahiyyətə də malikdir. Belə ki, turizm xidmətinin inkişafı aşağıdakı sosial nəticələri meydana çıxarır:

1. Turizm xidmətinin inkişafı əhalinin məşğulluğunu təmin edir;

2. Turizm xidmətinin inkişafına yardım edən infrastruktur sahələrinin inkişafı 1 sıra sahələrin də iqtisadiyyatına müsbət təsir göstərir;

3. Ekoloji problemlərin həlli istiqamətində işlər görülür ətraf mühitin mühafizəsi tədbirləri gücləndirilir;

4. Turistlərlə təmasda olmaq əhalinin dünyagörüşünü təhsil və mədəni səviyyəsini artırır.

Yuxarıda göstərilən müddələrdən birinci təsirli faktor kimi məşğulluq problemi göstərilir. Müasir şəraitdə ölkələrin çoxunda işsizliyin qarşısını ala bilən turist sənayesinin bütün sahələri ilə əlaqəsi olan nəhəng bazası yaradılmışdı. Belə ki beynəlxalq miqyasda göstərilən xidmətlərin təqribən üçdəbirindən çoxu 35%-i beynəlxalq turizm vasitəsilə həyata keçirilir. Dünyada əməkqabiliyyətli əhalinin 8,1%-i turizm xidmət sahəsi və onunla bağlı iqtisadiyyat sahələrində məşğuldur.

Ümumiyyətlə tam avtomatlaşdırılması və mexanikləşməsi mümkün olmayan turizm xidmət sahəsi işsizlərin miqdarını tənzimləyən bir sahəyə çevrilmişdi. Turist xidmət sahəsinin inkişafı yeni-yeni insan resurslarını turistlərə xidmət etmək üçün özünə cəlb edir müxtəlif malların və xidmətlərin istifadəsinə və istehsalına səbəb olur. Bu proses müəssisələr səviyyəsində həyata keçirilir. Belə ki işçiləri işlə təmin edən turizm xidmət sahəsinə aşağıdakı müəssisələr aiddir.

- Turistləri yerləşdirən müəssisələr-mehmanxanalar motellər otellər apartamentlər və s. Bunların tərkibinə restoranlar yeməxanalar kafelər barlar və s. daxildir
- Turizm idarə orqanları elmi-tədqiqat və təhsil müəssisələri.
- Turist firmaları-turoperatorlar və turagentliklər turist dövlət və ictimai təşkilatları assosiasiyalar klublar birləşmələr və s.

- Nəqliyyat təşkilatları

Bunlardan başqa turistlərə başqa müəssisələr də xidmət göstərirlər. Onlar turistlər olmadan fəaliyyət göstərir yerli əhaliyə xidmət edirlər. Turist sezonu başlayanda öz fəaliyyətini aktivləşdirirlər. Belə müəssisələrə yerli nəqliyyat mağazalar kommunikasiya avtomobil apartament icarə müəssisələri muzeylər teatr və konsert zalları pul dəyişmə məntəqələri və s. aiddirlər. Bundan başqa turizm yolların aeroportların limanların inşası və modernləşməsi şəhərlərin və kəndlərin abadlaşdırılmasını tarixi və memarlıq abidələrinin qorunmasını və bərpasını tələb edir. Digər tərəfdən turizm yeyinti tekstil və başqa sahələrin inkişafına da təsir edir.

Turizm xidmətinin inkişafı böyük kapital qoyuluşu tələb edən yolların salınmasını da tələb edir ki bu da çoxlu iş yerlərinin açılmasını gərəkdir. Beləliklə turizmin inkişafı çoxlu iş yerləri yaradır işsizlik kimi ağır sosial-iqtisadi problemin həllinə kömək edir.

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi turizm xidmətinin təşkili sosial məhiyyət etibarlı ilə ekoloji vəziyyətin yüksəlməsinə də xidmət edir. Belə ki turizm xidmətinin inkişafı az inkişaf etmiş rayonlarda ətraf mühitin mühafizəsi inkişaf etmiş rayonlarda isə tarixi –mədəniyyət obyektlərinə qayğılı münasibət digər tərəfdən isə tikililərin sayının azaldılması kimi məsələlərin həllinə yönəlmişdir.

Ümumiyyətlə turizmin inkişafı sosial-iqtisadi məhiyyət etibarilə xidmət sahələrinin standartlara uyğun təşkilindən asılıdır.

Əgər xidmət sahələri dünya standartlarına uyğun şəkildə təşkil olunmursa belə ölkədə, yaxud ərazidə turizmin dinamik inkişafını təşkil etmək mümkün deyil. İnfrastrukturların pis təşkili antireklam xarakteri daşıyır. İnsanların həyat səviyyəsi də turizmin inkişafına təsir edən amillərdən biridir. İnfrastrukturun düzgün təşkili və xidmətin reallaşması üçün aşağıdakı funksiyalar həyata keçirilir.

- Turizm obyekti barəsində potensial turistlərə lazımi informasiyanın çatdırılması və onlarda gələcək səfərlər üçün ilkin motivlərin yaradılması
- Turistlərin bu obyektlərə kifayət qədər təhlükəsiz və rahat şəkildə çatdırılması üçün komfortlu şəraitin yaradılması
- Bütün bu şərtlərin təmin edilməsi ilə turistlərin geriye müsbət təəssüratla təhlükəsiz yola salınmasını təmin etmək
- Turizm regionu əhalisi üçün yeni iş yerləri açılmasında rol oynamaq standartlara uyğun xidmətin təşkili nəticəsində daha yüksək gəlirlər əldə edilməsinə zəmin yaratmaq

Ümumiyyətlə turizm xidmətlər bazarında turizm məhsulunun formalaşmasında rolu olan bir çox müəssisələr iştirak edir. Bunlara sosial xidmət, istehsal, muzeylər, yaşə obyektləri, reklam, nəqliyyat şirkətləri, tur operatorlar, tur agentliklər və s. daxildir. Ölkənin turizm xidmətinin inkişafı yeni yolların, nəqliyyat vasitələrinin xarici sahibkarların bölgəyə marağını artırmaqla, gələn turistlərin qarşılınması, yerləşdirilməsi, onlar üçün gəzinti planlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi kimi bir çox fəaliyyət komplekslərinin inkişaf perspektivlərini müəyyən edir. Yeni hava və dəniz limanlarının istifadəyə verilməsi, yeni dəniz, hava, minik avtomobilləri və avtobusların alınması və istifadəyə buraxılması bu inkişafın elementlərindəndir. Həmçinin turizmin inkişafı ölkənin regionlarının da inkişafına səbəb olur, yüzlərlə iş yerlərinin açılmasına və son nəticədə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına öz töhfələrini verir. Azərbaycanda da turizm xidmətinin inkişafında bu nəticələr gözlənilir.

Bu gün dövlətin turizm xidmət sahəsinin inkişafı siyasətinə yüksək peşəkar turist kadrların hazırlanması, elm və reklam-informasiya təminatı, milli turizm məhsullarının dünya bazarına çıxarılması, özəl sektordan sərmayə axınlarının cəlb edilməsi üçün vergi və gömrük güzəştləri və s. tədbirlər daxildir. Əminliklə demək olar ki, Azərbaycan Respublikasında turizm tədricən iqtisadi

siyasətin ən qabaqcıl istiqamətlərindən birinə çevriləcək. Bunun üçün qarşıya qoyulmuş konkret vəzifələrin həyata keçirilməsinə ardıcıl surətdə çalışmaq lazımdır. Azərbaycan Respublikasının turizm xidmətini beynəlxalq səviyyəyə qaldırmaq üçün təbiət bizə bütün imkanları bəxş etmişdir, bundan sonrakı işlər isə insanların fəaliyyətindən və bu işə münasibətindən asılıdır.

1.2. Turizmin institusional və funksional strukturu

Turizm və turizm xidməti fəaliyyət növü kimi əhalinin asudə vaxtının səmərəli istifadə edilməsinə, ekskursiya, səyahət və turist marşrutlarının təşkilinə, həmçinin turistlərin başqa xidmət növlərindən istifadənin gücləndirilməsinə təkan verir. Turizm xidmətləri bilavasitə turist təşkilatlarının fəaliyyətinin nəticəsidir. Turizm xidməti əməyin spesifik xüsusiyyətlərini və məzmununu müəyyənləşdirən milli iqtisadiyyatın müstəqil sahəsidir. Umumiyyətlə turizm xidməti turizm müəssisəsinin turistlərin ekskursiyaçıların təlabatının ödənilməsinə uyğun fəaliyyətinin nəticəsidir. Turizm xidmətinin strukturu çox genişdir və struktur etibarilə funksional və instisiional struktura ayrılır. Turizm xidmətinin funksional strukturu dedikdə funksional təyinatından asılı olaraq xidmətin növləri nəzərdə tutulur və struktur etibarilə aşağıdakılardan ibarətdir

- Turistlərin yerləşdirilməsi üzrə (mehmanxana, motel, otel, pansionat, sanatoriya, turist bazarları və s.) göstərən xidmətlər.
- Turistlərin həmçinin yerli əhalidən icarəyə götürülən şəxsi mənzillərdə və evlərdə, eyni zamanda çadır, avtomobilə qoşulan qoşqu evləri, karvaninqlər, gəmi, qatar, yaxta, və s. –də yerləşə bilərlər.

- Turistin qidalanmasının təmin edilməsi üzrə (restoran, yeməxana, kafe, qəlyanaltı, kafeteri, bar, və s.) xidmətlər.
- Turistin səfər etdiyi ölkədə sərnəşin nəqliyyatının müxtəlif növləri (qatar,dəniz, və çay gəmiləri, avia çarter reysləri, avtobuslar və. S) və hərəkəti üzrə göstərilən xidmətlər. Xatırladaq ki, nəqliyyat sisteminin inkişafı və ixtisaslaşmış turist nəqliyyatının meydana çıxması, az vəsait sərf etməklə xarici ölkələrə turist səfərlərini daha əlverişli etmişdir. Nəqliyyat vasitələrinin seçimi, turistin gəldiyi ölkənin coğrafi mövqeyindən, turisti göndərən ölkənin hansı məsafədə yerləşməsindən, eyni zamanda turistin sosial vəziyyətindən və onun maliyyə imkanlarından asılıdır.
- - Reklam xidməti. Bu ictimai informasiyanın , daha doğrusu insanlar arasında münasibətlərin növ müxtəlifliyindən biridir.Bu informasiya, yeniliyin fəal elementləri özündə daşıyır. Turizmdə reklamın rolu böyükdür, çünki reklamın turist məhsuluna olan tələbatının xarakteri və ölçülərinə bilavasitə təsir göstərir. Bu və ya digər bir ərazinin turizm resursları və bazar təklifləri barədə əhəlinin xəbərdar edilməsi səviyyəsini məhz reklam müəyyən edir.
- Turist agentlikləri tərəfindən həyata keçirilən xidmətlər (səyahət *marşrutunun* hazırlanması, mehmanxanada və nəqliyyat vasitələrində yerlərin bronlaşdırılması, yer kürəsinin hər hansı bölgəsinin turizm resursları haqqında bilgilər, turistin getdiyi bölgədə olan yerləşdirmə vasitələri, gömrük və sərhəd rəsmiyyəti, valyuta məzənnəsi və s. Haqqında informasiya verilməsi). Səyahət və ekskursiya büroları tərəfindən həyata keçirilən xidmətlərə isə gid-tərcüməçi, ekskursiya bələdçisi, qrup rəhbərləri ilə təminat və s. aiddir.

- Turistlərin mənəvi tələbatlarının ödənilməsi (teatr, kino, konsert zalları, muzey, sərgi, rəsm qaleriyası, parklar, tarixi və təbiət qoruqlarına gedişlərin təşkili, tarix və mədəniyyət abidələrinə baxışların keçirilməsi, festivallarda, idman yarışlarında və digər tədbirlərdə iştirakın təmin edilməsi) üzrə göstərilən xidmətlər.
- Turist agentlikləri tərəfindən həyata keçirilən xidmətlər (səyahət *marşrutunun* hazırlanması, mehmanxanada və nəqliyyat vasitələrində yerlərin bronlaşdırılması, yer kürəsinin hər hansı bölgəsinin turizm resursları haqqında bilgiler, turistin getdiyi bölgədə olan yerləşdirmə vasitələri, gömrük və sərhəd rəsmiyyəti, valyuta məzənnəsi və s. Haqqında informasiya verilməsi). Səyahət və ekskursiya büroları tərəfindən həyata keçirilən xidmətlərə isə gid-tərcüməçi, ekskursiya bələdçisi, qrup rəhbərləri ilə təminat və s. aiddir.
- Turistlərin mənəvi tələbatlarının ödənilməsi (teatr, kino, konsert zalları, muzey, sərgi, rəsm qaleriyası, parklar, tarixi və təbiət qoruqlarına gedişlərin təşkili, tarix və mədəniyyət abidələrinə baxışların keçirilməsi, festivallarda, idman yarışlarında və digər tədbirlərdə iştirakın təmin edilməsi) üzrə göstərilən xidmətlər.
- Turistlərin işgüzar və elmi maraqların təmin edilməsi (konqress, assambleya, konfrans, simpozium, toplantı, seminar, yarmarka və sərgilərdə iştirak etmək) üzrə göstərilən xidmətlər.
- Həm ümumi, həm də məqsədli (suvenir, hədiyyə, açıqca və s. satışı) ticarət müəssisələrinin göstərdiyi xidmətlər.
- İnzibati-nəzarət orqanlarının (sərhəd, valyuta, karantin, polis xidmətləri, pasport, viza və s. sənədlərin hazırlanması) göstərdikləri xidmətlər.
- Təbiətin mühafizəsi, tarixi və mədəni irsin qorunması sahəsində göstərdikləri xidmətlər.

- İnformasiya vasitələrinin (qəzet,jurnal,radio,televiziya və s.) göstərdikləri xidmətlər.
- Dövlət turizm idarələrinin (komitə, departament, nazirlik və s.) göstərdikləri xidmətlər
- Turist birliklərinin göstərdikləri xidmətlər

Həmçinin turizm təsərrüfatı ilə məşğul olan subyektlər öz fəaliyyətlərini daimi etmək üçün müxtəlif əmək vasitələrinə malik olmalıdırlar.Turizmdə istifadə olunan əmək vasitələrinin məcmusu onun maddi-texniki bazasının əsasını təşkil edir.

Turizmin maddi-texniki bazasına,turizm tikililəri (binalar), onların texniki təchizatı (avadanlıq), nəqliyyat vasitələri və digər əsas fondlar daxildir Maddi-texniki baza, müştəşəkkil turizmin inkişafının əsasını təşkil edir, belə ki, turistlərə tam kompleks xidmət göstərilməsi(yerləşdirmə, qidalanma, daşınma, müalicə, ekskursiya və s.) üçün bütün zəruri şəraiti yaradır.

Xidmət növlərinə görə turizm müəssisələrinin aşağıdakı tipləri mövcuddur:

- turistləri bütün xidmət kompleksi ilə təmin edən müəssisələr(öz mehmanxanaları olan turist müəssisələri)
- Turizmin təşkili məqsədi ilə təsis edilən müəssisələr (turagentliklər, səyahət və ekskursiya, yollayış satışı, turist qəbulu büroları):
- Turistlərin yerləşdirilməsi, daha doğrusu yaşaması və gecələməsi məqsədi ilə təsis edilən müəssisələr (mehmanxanalar, turbazalar və s.)
- Yeyinti, ərzaq müəssisələri(restoranlar,barlar)
- Nəqliyyat xidməti müəssisələri:
- Turistlərə mədəni xidmət obyektləri (teatrlar, konsert zalları və s.) və ekskursiya xidmətini (ekskursiya büroları) təmin edən müəssisələr.

Turistlərə xidmət göstərən təşkilatlar da kommersiya və qeyri-kommersiya təşkilatları kimi əsas fəaliyyət növünə görə bir neçə qrupa ayırmaq olar: turagentlər, tuoperatorlar, turizm sənayesi firmaları və turist birlikləri.

Turagentlər-digər müəssisələrin- tuoperatorların, nəqliyyat, qidalanma müəssisələrinin, yerləşdirmə vasitələrinin və s. xidmətlərini təklif edən vasitəçi turist təşkilatlarıdır. Bir qayda olaraq, onlar bilavasitə müştəriyə xidmət göstərən kommersiya təşkilatlarıdır.

Turagentlər, istehlakçı üçün sərfəli, rahat formada, müştərinin arzusu ilə turist xidmətlərini komplektləşdirir, hərəkət marşrutunu razılaşdırır, nəqliyyat və yerləşdirmə vasitələrində yerlərin, ekskursiya bələdçiləri, gid və tərcüməçilərin ayrılması üzrə, əlaqədar təşkilatlarla müvafiq iş aparır.

Turagent firmalar bir qayda olaraq, digər firmaların(qeyri turist təşkilatı da ola bilər) şöbələri və ya törəmə müəssisələri ola bilər. Tuoperatorlardan savayı, ticarət və nəqliyyat firmaları, iri banklar, sığorta cəmiyyətləri, turistlərin istifadəsi üçün məhsul istehsalçıları da turagent firmalar yaradırlar.

Müstəqil turagentlər adətən turizm biznesi sahəsində rəqabətin zəif olduğu ölkələrdə fəaliyyət göstərir. Bu halda turagentlər maliyyə cəhətdən müstəqil olurlar. Onlar öz kommersiya fəaliyyətlərini normal sürətdə, çox saylı firmalar, mehmanxanalar, nəqliyyat müəssisələri, topdansatış turist firmaları və s. ilə sıx əlaqədə həyata keçirirlər.

Tuoperatorlar-turizm məhsulunun hazırlanması ilə məşğul olan və turları komplektləşdirən bazarda turizm məhsulunun reklamını və irəliləyişini təşkil edən turların qiymətini müəyyənləşdirən və öz lisenziyası əsasında realizə olunması üçün turagentə satan turizm təşkilatıdır.

Turoperatorlar- nəqliyyat(su,quru, və hava), yerləşdirmə(mehmanxana, motel, kempinqlər və s.), servis(müvafiq avadanlığı olan idman meydançaları, sağlamlıq mərkəzləri, əyləncə müəssisələri və s.) vasitələrinin, səyahət müddətində sığortanın, ekskursiya, gid və tərcüməçi xidmətlərinin və s. seçimi və istifadəsi üzrə geniş imkanlar yaradırlar. Həmkarlar təşkilatları və buna oxşar təşkilatlar adətən qeyri-kommersiya tipli turoperatorlar olsalar da, turizmdən əlavə fəaliyyətin digər növləri ilə məşğul olduqları üçün, onları xalis turoperator adlandırmaq olmaz.

Mehmanxana kompleksləri- yerləşdirmə və turistlərə xidmət üzrə iri mərkəzlərdir. Yüerləşdirmə xidməti ilə yanaşı təklif edilən xidmətlər əsasən, qidalanmanın, mehmanxanada yaşayanlar üçün nəqliyyat biletinin alınması və əyləncə proqramlarının təşkili, taksi sifarişi və avtonəqliyyatın kirayə edilməsi, simpozium və toplantılar keçirilməsi üçün yerlərin ayrılması, ticarət, mədəni-sağlamlıq və əyləncə xidmətlərindən və s. ibarətdir. Mehmanxana biznesində iflasa uğramamaq üçün yollar axtarmaq məcburiyyətində qalan, pərakəndə halda fəaliyyət göstərən mehmanxanalar birləşirlər. Belə birliklərin yaradılması aşağıdakı şərtlər əsasında həyata keçirilir:

-Hər bir iştirakçının maliyyə müstəqilliyinin saxlanılması şərti ilə “könüllü mehmanxana şəbəkəsi” kimi yaradılan birliklər şəklində.

-Nisbətən xırda firmaların iri firmalar tərəfindən ilhaq edilməsi yolu ilə. Təbii ki, bu zaman kiçik firmalar öz maliyyə müstəqilliyini itirirlər.

-Hər hansı bir firma tərəfindən vahid layihəyə əsasən çoxlu sayda mehmanxana komplekslərinin inşa edilməsi yolu ilə.

Birliyin son iki növü “mehmanxana şəbəkəsi” adlanır.

Mehmanxana şəbəkəsi- vahid siyasət yeritmək və topdansaş firmaları olan turoperatorla bağlanan sazişlərin şərtlərini hazırlamaq şərti ilə bir neçə mehmanxana

kompleksinin birləşməsidir. Avtomatlaşdırma sisteminin inkişafı, mehmanxanalar şəbəkəsinə daxil olan müəssisələrin vahid avtomatlaşdırılmış sistemlə idarə edilməsinə və bu sistem vasitəsilə mehmanxana fondunun bölünməsinə səbəb olmuşdur.

XXI əsrin əvvəli üçün bütün dünyada 100- dən artıq mehmanxana şəbəkəsi fəaliyyət göstərir. Mehmanxanalar şəbəkəsində olan yaşayış fondunun 78 faizi, 13 ən iri şəbəkənin (Amerikada altı, Qərbi Avropada yeddi) payına düşür. Maliyyə müstəqilliyinin saxlanılması şərti ilə şəbəkənin bütün iştirakçıları arasında müştərilərin daha effektiv və mütənasib mübadiləsi məqsədi ilə kiçik mehmanxana müəssisələrinin birləşməsi nəticəsində yaranan könüllü mehmanxana şəbəkələri çox iri olmasalar da kifayət qədər yayılmışlar.

XIX əsrin əvvəlləri üçün dünya ümumi mehmanxana fondunda 11 min belə şəbəkə fəaliyyət göstərir. Bu cür birliklər əsasən kiçik mehmanxanalara rəqabət mübarizəsi şəraitində, iflasa uğramadan fəaliyyət göstərmək imkanı yaradır.

Turizm konsorsiumu- bütün iştirakçıların maliyyə və hüquqi müstəqilliyinin saxlanılması şərti ilə, vahid siyasət yeritmək, turoperator və digər topdansaş turistik firmaları ilə sazişlərin ümumi şərtlərini hazırlamaq məqsədi ilə, müvəqqəti müqavilə əsasında bir neçə turagentliyin yaratdığı könüllü birlik. Turizm konsorsiumları çox zaman aşağıdakı prinsiplər əsasında təşkil olunur:

- Hər bir iştirakçının birliyə könüllü sürətdə daxil olması şərti ilə.
- Hər bir iştirakçının maliyyə müstəqilliyinin, özünü idarəsinin və iqtisadi maraqlarının ümumiliyinin saxlanılması şərti ilə.
- Müştərək məsələlərin həllində bütün tərəflərin eyni hüquqa malik olması şərti ilə.

-İştirakçıların arasındakı münasibətlərin müqavilə əsasında təşkili(müqavilənin şərtləri bütün tərəflər tərəfindən mütləq yerinə yetirməlidir) şərti ilə.

Konsorsium iştirakçıları bir qayda olaraq, kiçik və orta turagentliklər olurlar. Konsorsiuma daxil olmaq bu firmalara turoperatorlarla müqavilə şərtlərini dəqiq müəyyənləşdirməyə və yerinə yetirilməsinə, yerləşdirmə vasitələri, nəqliyyat və ekskursiya xidməti təklif edən firmalarla iş zamanı vahid siyasət hazırlamağa kömək edir.

Turizm xidmətinin funksional strukturu ilə yanaşı onun institusional strukturu da fərqləndirilir. Turizm xidmətinin institusional strukturuna keçməzdən əvvəl qeyd edək ki institusional sözu latın sözu olan”institut” sözündən əmələ gəlmişdir.İnstitut anlayışı olduqca geniş anlayışdır.O həm dövlət korporasiya həmkarlar təşkilatı kimi həm sabit təfəkkür tərzı və həm də huquqi normalar kimi şərh edilir.Turizm xidmətinin institusional strukturu dedikdə dövlət təşkilatları tərəfindən tənzimlənmə nəzarət nəzərdə tutulur.Turizm fəaliyyətində dövlət tənzimləməsinin əhəmiyyətini başa düşmək üçün ona idarə olunan bir sistem kimi yanaşılması məqsədəuyğundur.

Turizm bir-birini qarşılıqlı olaraq tamamlayan elementlərin məcmusu şəklində fəaliyyət göstərən bir sistemdir. Bu sistemdəki münasibətlərin iştirakçıları – turist, turizm müəssisələri, təşkilatlar, regionlar və dövlət qarşılıqlı olaraq bir-birinə təsir edib, ətraf mühitə sıx olaraq bağlıdırlar.

Turizmə bir sistem kimi iki alt sistemin – turizmin subyektinin və turizmin obyektinin məcmusu kimi baxmaq olar. Turizm subyekti dedikdə, özünün bir sıra tələbatlarının ödəmək üçün spesifik xidmətlərdən istifadə eiməklə turizm tədbirlərinin iştirakçısı olan şəxs-turist başa düşülür. Turizmin obyektı dedikdə isə turizm subyektinin səyahəti zamanı onun maraq dairəsində ola biləcək hər

bir şey nəzərdə tutulur. Tənzimlənən bir sistem kimi turizmə təsir edən ətraf mühit isə iqtisadi, ekoloji, texnoloji, siyasi və sosial sistemlərdən ibarətdir.

Azərbaycan Respublikasında tətbiq olunan turizmin dövlət tənzimlənməsi sistemi Avropa modelinə yaxındır. Tənzimləməni bir neçə sahəyə nəzarət edən 18 aprel 2001-ci ildən 30 yanvar 2006-cı ildək Gənclər İdman və Turizm Nazirliyi(GİTN) 30 yanvar 2006-cı ildən isə Mədəniyyət və turizm Nazirliyi(M və TN) həyata keçirir.Nazirlikdə turizm problemi ilə məşğul olan struktur Turizm şöbəsidir.Şöbənin nəzdində 4 sektor fəaliyyət göstərir:

- 1.Xarici turizm sektoru.
- 2.Daxili turizmin inkişafı sektoru.
- 3.İnformasiya və irəli surulmə(reklam) sektoru.
- 4.Sertifikatlaşdırma və lisenziyalaşdırma.

Turizm xidmətinin tənzimlənməsi də bu şöbələr vasitəsilə həyata keçirilir.Ölkədəki turizm xidmət sahəsindəki mövcud olan problemlərin həllində ciddi çətinliyə baxmayaraq bu sahədə ciddi irəliləşlər də əldə olunmuşdur.

- ✓ Yerli turizm şirkətləri ilə geniş əlaqənin qurulması
- ✓ Turist məşrutları üzrə xidmətlərin tərtibi
- ✓ Azərbaycanda turizm sərgilərinin keçirilməsi və digər ölkələrin turizm sərgilərində iştirak
- ✓ Nüfuzlu beynəlxalq qurumlar vasitəsilə beynəlxalq müqavilələr və turizm qanunvericiliyi sahəsində fəaliyyət
- ✓ Nəşirlər vasitəsilə Azərbaycanın turizm resurslarının təbliği

- ✓ Turizm informasiya mərkəzinin (TİM) yaradılması
- ✓ Qeyri-hökumət təşkilatı ilə birgə lisenziyalaşdırılmış bələdçi proqramları üçün yeni hüquqi-tənzimləyici qanunun işlənməsi

Turizm şöbəsinin zəif cəhətləri isə qurumun zəif maddi –texniki bazası kiçik ştatı və məhdud maliyyə imkanları ilə izah olunur.

Turizmin inkişafına bu sahədə fəaliyyət göstərən şirkətlərə dəstək vermək məqsədi ilə yaradılan Azərbaycan Turizm Sənayəsi İnkişafı İttifaqının (ATSİİ) fəaliyyəti qarşıya qoyulan missiyanın öhdəsindən yetərincə gələ bilmir təşkilatın institusional cəhətdən gücləndirilməsinə ehtiyac vardır.

Lakin bu tip problemlərin həlli üçün Turizm şöbəsində çoxlu işlər görülür o cümlədən turizm siyasəti sahəsində mütəmadi islahatlar aparılır.

1.3. Turizmin inkişaf problemləri

Bu gün turizm problemlərinin öyrənilməsi nəinki sosial-iqtisadi, hətta böyük mədəni-siyasi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Çünki, getdikcə daha çox mədəniyyət hadisəsinə çevrilməkdə olan turizm fenomeni artıq elmi-mədəni fikirdə bir kulturoloji proses kimi izlənilməkdə, araşdırılmaqda və dəstəklənməkdədir. Zaman ötdükcə dünyanı vahid bir insanlıq evi kimi qəbul edən və bəşəri dəyərləri önə çəkən qurum və təşkilatlar, fərd və cəmiyyətlər, turizmin insan həyatının ayrılmaz bir tərkib hissəsi halına gəldiyini, iqtisadiyyatın, elmin və mədəniyyətin inkişafına təkan verən təsiredici bir gücə malik olduğunu etiraf etməkdədirlər. Turizmin bir mədəniyyət faktı, bəşəriyyətin təminatlı və təhlükəsiz gələcəyi üçün geniş perspektivlər açan bir kulturoloji proses kimi tədqiqi və təbliği problemləri indi həmişəkindən daha aydın dərk olunmaqdadır. Beynəlxalq turizm xidmətin xüsusi bir sahəsi olmaqla, insanların beynəlxalq hərəkəti və yaxud səyahəti ilə bağlıdır. İnsaların bu fəaliyyət növü

beynəlxalq ticarətə xas olan spesifik bir iqtisadi kateqoriyadır. Bu beynəlxalq səyahət bölməsi bir çox dövlətlərin iqlisadiyyatmda özünəməxsus rola malikdir.

Qeyd etməliyik ki, XX əsrin ikinci yarısından beynəlxalq turizm hərtərəfli genişlənir. Aydınır ki, burada yalnız müxtəlif formalarda səyahətə çıxanların sayı deyil, bütövlükdə turizm infrastrukturunun inkişafı nəzərdə tutulur. Beləliklə, 1960-1970-ci illərdən beynəlxalq turizm ümumdünya xarakteri almışdır. Nəticə etibarilə - Ümumdünya turizm bazarı yaranmışdır.

Dünya turizm bazarmda hər şeydən əvvəl daha çox turist göndərən və turist qəbul edən ölkələr fərqləndirilir. Burada daha çox turist göndərən ölkələrdən ABŞ, Almaniya, İngiltərə və Belçika, daha çox turist qəbul edən ölkələrdən isə Fransa, İspaniya, ABŞ və İtaliya fərqlənilər.

Cədvəldən görünür ki, turistlərin sayına görə Fransa, İspaniya və İtaliya (ABŞ-la əhalinin sayı ilə müqayisədə) liderlik edirlər.

Daha çox turist qəbul edən ölkələr (2002)

	Tutduğu yer	Turistlərin sayı, mln. nəfər	Beynəlxalq turizmdən . olan gəlir, mlrd. avro
Fransa	1	76,7	33,5
İspaniya	2	51,7	36,7
ABŞ	3	45,4	80,7
İtaliya	4	38,4	29,0

Çin	5	36,8	19,9
Rusiya	15	21,2	12,2

Ümumiyyətlə, son illərin məlumatlarına görə cəmi qəbul edilən turistlərin 60%-ə qədəri, turizmdən daxil olan gəlirin isə 50%-ə qədəri Avropa ərazisinin payına düşür. Avropa ölkələrinin bu cür irəlində olması heç də yalnız onlarda ümumdünya miqyasında məlum olan mədəni-tarixi və təbii abidələrin, inkişaf etmiş turizm sənayesi şəbəkəsinin, ticarətin, nəqliyyat infrastrukturunun mövcudluğu ilə izah edilmir. Etiraf etməliyik ki, avropalılar ənənəvi olaraq səyahətə, öz məzuniyyətlərini yaxın qonşu ölkələrdə keçirməyə üstünlük verirlər.

Bu və ya digər Avropa ölkəsinə gələn qonaqların 90%-ə qədəri yenə avropalılardan ibarət olur. Avropa ərazisində isə İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Almaniya, Avstriya və Benilüks ölkələri daha qabaqcıl mövqedədirlər. Turizmdən olan mənfəətin 20%-i həmin ölkələrin, 11 %-i isə Mərkəzi və Şərqi Avropa (Bolqarıstan, Xorvatiya, Çexiya və Macarıstan) ölkələrinin payına düşür.

İkinci yerdə Asiya Sakit Okean regionu dayanır. Bu regionu çox vaxt «turist istiqamətinin gələcəyi» adlandırırlar. Bu region dünya turizm bazarının 18%-ni təşkil edir. Son dövrlərdə bu region Amerika regionunu 2-ci mövqedən sıxışdırmışdır. Buradakı yarımregionlarda isə Şimal-şərqi Asiya (başda Yaponiya olmaqla), sonra Cənubi-şərqi Asiya (Malayziya, İndoneziya, Tailand) və Cənubi Asiya (Vyetnam, Hindistan, Şri-Lanka) fərqlənirlər.

Dünya turizm xidməti bazarında' Amerika regionu 3-cü yeri tutur - 17%. Aydındır ki, beynəlxalq iqtisadi münasi-bətlər sistemində bu regionda əsas mərkəz ABŞ, Kanada və Meksika birliyi. Həmin regionda turizmdən olan gəlirin 75%-i bu üçlüyün payına düşür. Qeyd etməliyik ki, bu üçlükdə də ABŞ daha həlledici mövqeyə

malikdir. ABŞ dünyada daha geniş mehmanxana şəbəkəsinə və yüksək inkişaf etmiş müasir nəqliyyat sənayesinə malikdir.

Dünya turizm bazarında sonrakı yerləri Afrika (CAR, Tunis, Mərakeş, Seyşel adaları) - 4% və Yaxın Şərq (BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı) - 2% ölkələri tutur.

Ayrı-ayrı regionlarda beynəlxalq turistlərin sayı, mln, nəfər

	1990	1995	2002
Dünya üzrə	456,8	551,8	714,6
Avropa	282,2	324,2	411,0
Asiya və Sakit Okean regionu	57,7	85,6	130,6
Amerika regionu	92,9	108,9	120,2
O cüm: Şimali Amerika	71,7	80,5	85,3
Afrika	15,0	20,0	28,7
Yaxın Şərq	9,0	13,1	24,1

Yuxarıda qeyd etdiyimiz dünya turizm bazarında ayrı-ayrı regionlarının mövqeyi cədvəldəki məlumatlarda bir daha öz əksini tapmış olur. Belə ki, cəmi turistlərin 58%-i Avropanın, 18,3%-i Asiya və Sakit Okean regionunun, 17%-i Amerika regionunun payına düşür.

Hazırda dünya turizm bazarında bəzi ölkələr daha yüksək rəqabət üstünlüyünə malik olmaqla öz ölkələrini bu bazar üzrə ixtisaslaşdırırlar. Hətta bu biznes üzrə inhisar vəziyyəti də yarada bilirlər. Bu mənada ABŞ-da qar şlaləsi kimi nadir təbiət abidələrini, Nepalda Comolunqma dağını, Misirdə qədim fironların piramidalarını (ehramlarını), Hindistanda - Tac-Mahalı, Yunanıstanda - Akropol qalasını, İtaliyada

50 min adam yerləşən Kolizey abidəsini (qladiator döyüşləri üçün 75-80-ci illərdə tikilmiş qədim anfiteatra bənzər abidə) göstərmək olar.

İspaniya, Portuqaliya, Türkiyə, Kipr və bu kimi digər ölkələrdə gözəl dəniz çimərliklərini və Aralıq dənizinin mülayim iqlim şəraitinin olması həmin ölkələrə turistlərin cəlb edilməsinə maraq yaradır.

Ümumdünya turizm təşkilatının məlumatına görə hazırda 15 ölkə turizm xidməti üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu ölkələrdə turizmdən olan gəlir əmtəə ixracından olan gəlirdən daha çoxdur. Burada kiçik ada dövlətləri (Barbados, Seyşel adaları və s.) daha çox fərqlənilir. 45 dövlətdə turizmdən olan gəlirlər cəmi ixracın 25%-dən artıqdır (bunlar əsasən inkişaf etməkdə olan ölkələrə aiddir).

Beynəlxalq Turizm Təşkilatının məlumatına görə 2005-ci ildə cəmi turistlərin sayı 815 mln nəfər, turizmdən olan gəlirlər isə 745,0 mlrd dollara bərabər olmuşdur. Hazırda beynəlxalq turizm sistemində 275 mln. nəfərdən çox adam işləyir. Beləliklə, hazırda bir çox ölkələrdə turizm iqtisadiyyatın ən qabaqcıl sahələrindən birinə çevrilir. Bununla da ÜDM-un formalaşdırılmasına və bir çox sosial-iqtisadi problemlərin həllinə zəmin yaradır.

Beynəlxalq turizm xarici iqtisadi fəaliyyətin ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Belə ki, ÜDM-in 12-13%-i, cəmi kapital qoyuluşunun 8%-i, dünya üzrə cəmi istehlak xərclərinin 12%-i, cəmi vergi daxilolmalarının 5-7%-i beynəlxalq turizmin payına düşür.

II Fəsil

Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti

2.1. Azərbaycanca turizmin tarixi və ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu

Turizm həyat üçün birinci dərəcəli tələbat olmayıb, insanın yaşayış səviyyəsinə uyğun olaraq inkişaf edir. Azərbaycanda turizmin inkişafı iqtisadiyyatın inkişafı ilə birbaşa əlaqəlidir. Turizm mühiti iqtisadi inkişafı ilə birlikdə formalaşır və böyüyür.

Azərbaycanın malik olduğu zəngin tarixi, mədəni və təbii resursların zənginliyi turistləri ölkəyə cəlb edir. Malik olduğu təbii zənginliklər (mineral sular, müalicəvi neft, müalicəvi duz, 11 iqlim qurşağından 9-da yerləşmə və.s), zəngin milli mətbəx, mədəniyyət nümunələri və.s ölkədə turizmin bir çox növünün inkişafı üçün şərait yaradır: idman, işgüzar, qastronomik, çimərlik, müalicəvi, mədəni və.s.

Azərbaycana ilk səyahətlər qədim dövrlərdən ticarət, dini, siyasi məqsədlərlə olmuşdur. Böyük İpək Yolunun üzərində yerləşməsi ölkənin tanınmasında böyük rol oynamışdır. Xüsusilə Şərq və Qərb arasında mühüm ticarət dayanacağı olmuşdur. Azərbaycanın Təbriz, Marağa, Ərdəbil, Gəncə, Naxçıvan, Ordubad, Nuxa (Şəki) şəhərləri mühüm beynəlxalq ticarət mərkəzləri olmuşdur.

XIV əsrdə Ağ dənizdən Hindistana göndərilən mallar əvvəlcə Volqa çayı ilə Azərbaycana oradan isə İran və Hindistana aparılırdı, bu səbəbdən də Azərbaycan Qərb-Şərq ticarətində mühüm yerə malik idi. Bakıda bu dövrdə əvvəlki dövrlərə nisbətən daha böyük karvansaraylar inşa edilmişdir. Bu karvansaraylara misal olaraq bunları göstərmək olar: Multanı (XII - XIV), Buxara (XIV - XVI), Fars, Ləzgi və s.

Azərbaycan turizminin rəsmi başlanğıc tarixi kimi 1908-ci il qəbul edilir. Buna səbəb 1908-ci ildə Krım - Qafqaz dağ klubunun Bakıda filialının açılmasıdır.

1922-ci ildən etibarən yerli turizmin inkişafına təkan verən ekskursiyalar həyata keçirilməyə başlandı. Ekskursiyaçı dərnəklərin başda əsas məqsədi Bakının zavon, fabrikləri və neft mədənlərində çalışan işçi heyətinin, fəhlələrinin digər sahələrlə tanış edilməsi idi. Bu məqsədlə də yay aylarında Mərdəkan, Şüvəlan, Buzovna,

Türkan, Zığ, Artyom adası və Şıx zolağına istirahət məqsədli ekskursiyalar həyata keçirilirdi. Bu ekskursiyalar ilə o dövrdə Həmkarlar İttifaqı məşğul olurdu.

1929-cu ildə SSRİ-in əsas turizm hərəkətlərindən "Proletar Turizm Cəmiyyəti"-in Bakıda şöbələri yaradılmağa başlandı. Bu hərəkətin əsas məqsədi turizmi kütləvi hərəkətə çevirmək, başda aztəminatlılar olmaqla zəhmətkeşlərin müxtəlif təbəqələrini əhatə etmək, turizmdən onların həyat səviyyələrinin yaxşılaşdırılması üçün istifadə etmək idi.

"Proletar Turizm və Ekskursiyalar Cəmiyyəti" 1935-ci ildən Azərbaycan SSR-də də fəaliyyətə başladı. Turizm ekskursiya işinin keyfiyyətini artırmaq məqsədilə Kirovobadda (Gəncə) PTEC-in bazası yaradıldı.

Azərbaycan turizm ekskursiyalar idarəsinin adı 1962-ci ildə dəyişdirilərək Turizm üzrə Azərbaycan Respublika Şurası, 1969-cu ildə adı təkrar dəyişdirilərək Turizm Ekskursiyalar üzrə Azərbaycan Respublika Şurası adlandırıldı.

Müstəqilliyə qədərki dövrdə turizmin ən yadda qalan ili 1983-cu il hesab olunur. Çünki bu il ərzində Azərbaycan SSR-ə xarici ölkələrdən 50, SSRİ-in müxtəlif bölgələrindən isə 250 minə yaxın turist səfər etmişdir. Bununla bərabər ölkə ərazisində mehmanxana komplekslərinin sayı artırıldı və mövcud mehmanxanalarda isə təmir işləri görüldü.

Lakin 1988-ci ildən Dağlıq Qarabağ bölgəsində və ətrafında baş verən hadisələr ölkəyə yerli və xarici turist axınını azaltmışdı. Bir çox rayon və şəhərdə turizm fəaliyyəti donduruldu. Ermənilərin işğalçı siyasəti nəticəsində qaçqın düşən əhali turizm bazalarında yerləşdirildi. 1990-cı ildə ittifaqdaxili və beynəlxalq turist marşutları dayandırıldı. Bu hadisələr ölkənin həm iqtisadi, həm sosial sferalarına ağır zərbə vurdu. Xüsusilə də turizm sahəsinə dayanma nöqtəsinə gəldi.

Müstəqillik qazanıldıqdan sonra isə turizm sahəsinə yenidən diqqət edildi. 1991-ci ildə Nazirlər Kabineti nəzdində Turizm Şurası yaradıldı. Bakı, Gəncə və Naxçıvan başda olmaqla ölkənin bir çox bölgədə müasir tələblərə cavab verən mehmanxana və otellər yaradıldı. Naftalan, Culfa, Masallıda müalicəvi istirahət

mərkəzləri, Quba, Qəbələ, Gəncə, Lənkəran, Naxçıvan və digər şəhərlərdə isə mövsümi və daimi turistlərin qəbulu üçün obyektlər qurulmuşdur.

Ölkə turizmində əsas çiçəklə 2000-ci illərin əvvəllərinə təsadüf edir. Statistika əsasən 2011-ci ildə ölkəyə rekord həddə xarici turist gəlmişdir – 2.2 milyon nəfərdən çox.

Cədvəl 2.1. Azərbaycanla gələn xarici vətəndaşların sayı (nəfər)

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1037990.0	1279378.0	1282143.0	1261961.0	1332701.0	1898939.0	1830367.0	1962906.0	2239141.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Aşağıdakı cədvəldə 2004 – 2013 –cü illərdə hava nəqliyyatı ilə Azərbaycana gələn turistlərin sayını və satılan yollayış blanklarının sayının göstərildiyi cədvəllə tanış olaq. Daha sonra verilən qrafik isə iki məlumat arasındakı əlaqəni göstərir.

Cədvəl 2.2. Xarici vətəndaşlara satılan yollayış blanklarının və hava nəqliyyatı ilə ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı.

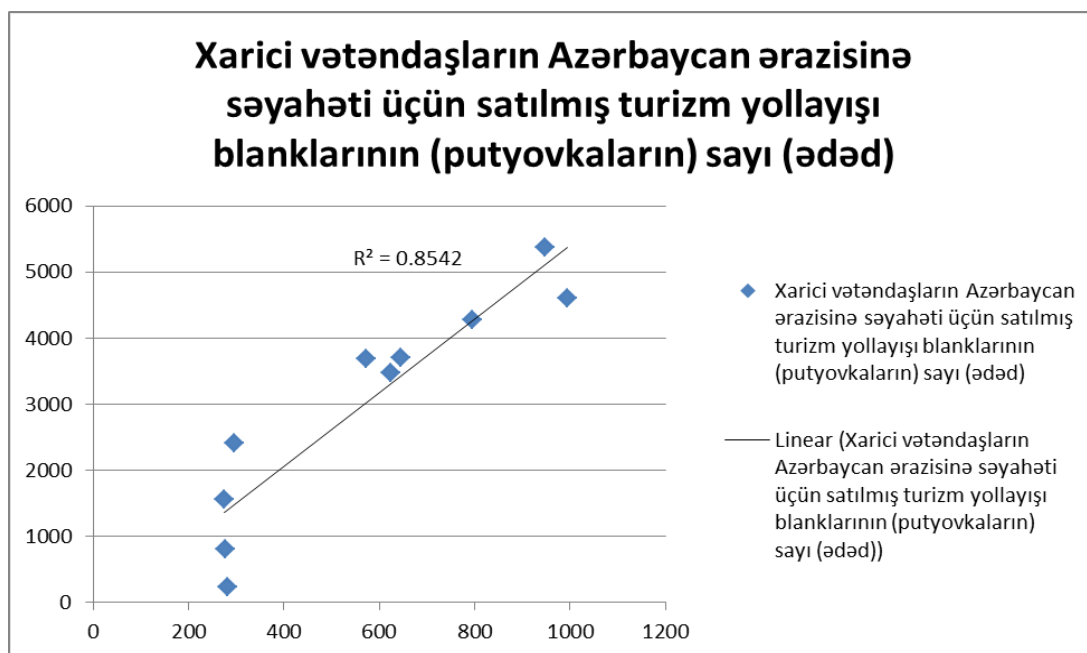
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Xarici vətəndaşların Azərbaycan ərazisinə səyahəti üçün satılmış turizm yollayış blanklarının (putyovkaların) sayı (ədəd)	813.0	1552.0	237.0	2411.0	3695.0	3474.0	3706.0	4284.0	5367.0	4599.0
Hava nəqliyyatı ilə Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayı (min nəfər)	276.3	275.7	281.4	297.2	571.6	624.2	645.8	795.5	946.4	993.5

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

2004 – 2013- cü illərdə ölkəyə gələn vətəndaşların sayı və hava yolları ilə

xarici vətəndaşların Azərbaycanca gəlməsi üçün satılan yollayış blanklarının sayı arasında trend analizi apardıqda iki məlumat arasında 0.85 uyğunluq olduğunu görürük. Bu nəticəyə gələ bilərik ki, Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşların əksəriyyəti hava nəqliyyatını seçirlər və satılan biletlərin böyük əksəriyyəti hava nəqliyyatının payına düşür. Həmçinin biz qrafikə əsasən deyə bilərik ki, bu dövrdə Azərbaycana gələn turistlərin sayımında artım olmuşdur.

Qrafik 2.1. Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşlara satılan yollayış blanklarının və təyyarə ilə səyahət etmiş xarici vətəndaşların sayı arasındakı əlaqə.



Turizm Nazirliyinin məlumatlarına əsasən 2014 – cü il ölkəyə gələn turist sayı 2.3 milyona çatmışdır. Hesablamalara əsasən 2014-cü ildə ölkənin turizmdən gəliri təxminən 950, 650 milyon dollar olmuşdur. Viza prosedurlarındakı sadələşdirmələr, turistlərin tələbinə uyğun yeni yerlərin açılması bu saylarda ən önəmli faktorlar olmuşdur.

Bu il keçiriləcək olan Avropa Oyunları təxminən 6000 idmançı, 3000 işçi heyətinin gəlməsi gözlənilir.

Azərbaycanın 530 otelində 35.000 turist qalması üçün yer var. Bu il ərzində ölkəyə 5 milyona yaxın turist gəlməsi gözlənilir. Ölkəyə gələn bir turist minimum xərclədiyi pul 700 dollar təşkil edir.

2014 – cü ildə 2013 – cü illə müqayisədə otellərin gəlirləri 5.7% artmışdır. Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən bu 181 milyon manat edir. Bu məbləğin 64.7%-i otaq nömrələrinin tutulmasından, 23.8%-i isə yemək və içmək xidmətlərindən daxil olmuşdur. Otel otaqlarının sayı ötən illə nisbətdə 4.9% artmış və 17,363 - ə çatmışdır. Otellərin 5%-i dövlət, 95%-i isə özəl sektorun payına düşür. 2014 – cü ildə turistlərin əksəriyyəti Bolqarıstan, Estoniya, Finlandiya, Çexiya, Yaponiya, Belçika, Polşa, Türkiyə, Moldova, Çin, Almaniya və Rumıyadan gəlmişdir. ^[6]

Turizmin inkişafı ölkəyə həm iqtisadi cəhətdən, həm də sosial cəhətdən müsbət təsir göstərir. İqtisadi cəhətdən müsbət təsiri onun gəlirli sahə olması və ölkəyə əlavə gəlirin cəlb olunmasında böyük rol oynamasıdır. Sosial cəhətdən isə yeni iş yerlərinin açılmasına təkan verərək işsizliyi azaldır, yeni təşkilatların yaranmasına gətirib çıxarır, sahibkarlığın inkişafına imkan yaradır, turizm regionlarındakı ev təsərrüfatlarının və əhəlinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sfersinin yaranmasını təmin edir.

Turizmin iqtisadiyyatda rolu iqtisadi siyasətdə və ölkənin beynəlxalq əlaqələrində xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. Baxmayaraq ki Azərbaycanda iqtisadi potensialına görə turizm ilk yerlərdədir onun inkişafı hələ də aşağı səviyyədədir. Turizmin inkişafdakı rolu istehsal və istehlak istiqamətində inkişaf edir. Turizmin gəlirləri dövlət gəlirlərinin, əhali və sahibkarların gəlirlərinin tərkib hissəsidir. Bu səbəblərdən də ölkədəki turizm onun iqtisadi və sosial potensialının inkişafına və idarə olunmasına təsir edir.

Ölkədə turizmin inkişafı və iqtisadiyyatdakı payını artırmaq məqsədilə dövlət tərəfindən müxtəlif siyasət və proqramlar həyata keçirilir. Son dövrlərdə turizmin get-gedə artmasındakı əsas səbəblər bu sahəyə ayrılan investisiyalardır. Dövlət siyasəti və investisiyalar ilə bağlı daha geniş məlumatlarla müvafiq olaraq bu fəslin 2-ci başlığında və 3-cü fəsildə tanış ola bilərsiniz.

Cədvəl 2.3. Azərbaycanın 2007-2012-ci illərdə turizmdən gəlirləri. (ABŞ dolları ilə)

2007	2008	2009	2010	2011	2012
317,000,000	382,000,000	545,000,000	792,000,000	1,500,000,000	2,634,000,000

Mənbə: World Bank Data Indicators

Dünya Bankının məlumatların əsasən tərtib edilmiş cədvəldən də göründüyü kimi Azərbaycanın turizmdən əldə etdiyi gəlirlər artan tempdə davam edir. Bu isə turizmin inkişafında əsas göstəricidir.

Turizmin inkişafı iqtisadi inkişaf, investisiya cəlb edilməsi, regionların inkişafı sahəsində nüvə rolunu oynayır. Turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə təhsil, səhiyyə obyektləri tikilir, yollar salınır, bazarlar inkişaf etdirilir, yeni xidmət sferaları yaradılır. Bunların nəticəsində də dövryyəyə cəlb olunan pulun miqdarı çoxalır, bank sisteminin inkişafı təmin edilir. Bütün bu inkişafı ixtisaslı kadrların yetişdirilməsinə də təkan verir.

Turizmin iqtisadiyyatdakı yeri və onun əsas inkişaf istiqaməti ölkənin resurs potensialından, təşkilatı idarəetmə strukturundan asılıdır.

İqtisadi ədəbiyyatda turizm sistemində təsir edən amillər aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- Torpaq amili
- Ekoloji mühit
- Əhəlinin məşğulluğunun, əməkhaqqının təşkili
- Turizmdən kommersiya mənfəəti
- İnteqrasiyaya olan tələbat
- İqtisadiyyatın digər sahələri ilə əlaqələrin vəziyyəti
- Ölkənin təhlükəsizlik amilləri ^[7]

Turizmin inkişafı yalnız təbii-coğrafi şəraitlə müəyyənləşmir, həmçinin iqtisadiyyatın digər sahələrinin inkişafı və iqtisadi effektivlik əldə etmək üçün həyata

keçirilən tədbirlərlə də müəyyənləşir. Turizmin inkişafı daha çox iqtisadi təminat səviyyəsi və demoqrafik tərkiblə də müəyyənləşir. Turizmin inkişafı istiqamətində xarici turistlər üçün xidmətin yüksək səviyyədə təşkili və idarəsi, əhalinin xarici və yerli turizmdən inkişafına imkan yaradılması nəzərdə tutulur.

Turizm xərcini tez qaytaran, rentabellik dərəcəsi yüksək, inkişafı sürətli, xidmət imkanlarının geniş olması səbəbindən dünyaya iqtisadiyyatında kapital axını müəyyənləşdirən sahələrdən biri kimi yüksək rəqabət qabiliyyətinə malikdir.

Turizmin inkişaf səviyyəsi və onun bölünməsi ölkədəki inkişaf səviyyəsindən asılıdır, həmçinin bu sahə özünü maliyyələşdirən və gəlir gətirən sahədir. Azərbaycanda turizm ÜDM-in artım hissəsi, regionların sosial-iqtisadi inkişafının təkanverici qüvvəsi olaraq baxılır və dövlətin inkişaf proqramlarında əks olunur.

Dövlət turizmin inkişafının təmin edilməsi və nəzarət edilməsini işini Gənclər və Turizm Nazirliyi vasiləsilə həyata keçirir. Bu sahənin maliyyələşdirilməsi, maddi bazasının yaradılması layihələrinin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində dəstək verir və strateji plan, tənzimləmə siyasəti tətbiq edir.

Azərbaycanda ilk etapda turizmin inkişafı yerli əhalinin tələbatına əsasən deyil kommersiya mənfəəti əldə etmək və kənardan qazanılan pulun, xarici valyutanın ölkəyə gətirilməsi məqsədilə həyata keçirilir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı sosial-iqtisadi sahələrin inkişafının əsas istiqamətlərinə görə planlaşdırılır. Bu istiqamətlərdən bir neçəsini nəzərdən keçirək:

- Turizmin inkişafında ölkəyə gətirilən və ölkədən çıxarılan maliyyə resurlarının qiymətləndirilməsi, döviyyədəki pul kütləsi və bazar mübadiləsindəki xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Çünki ölkəyə gələn xarici maliyyə resurslarının ümumi həcmi turizm sahəsindən gələn gəlirini artırır
- Turizm sahəsində sahibkarlığın inkişafı, əlavə kapital axınının yeni iş yerlərinin açılmasına cəlb edilməsi, regionların inkişafının əsas hədəflərdən biri kimi seçilməsi turizmin inkişafında qarşıya qoyulan məqsədlərdəndir.

- Turizmin inkişafı üçün bu sahəyə təsir edən istehsal və xidmət sferasının inkişaf etdirilməsi, infrastrukturun qurulması, turizmin sahəsində yerli mütəxəssislərin çoxalması, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi qarşıya qoyulan əsas məqsədlərdən biridir.
- Turizmin inkişafı ölkədəki bank sisteminin, nağdsız ödənişlərin, sığorta sisteminin (xüsusilə xarici vətəndaşların sığortalanması), tranzit sahədə dünya standartlarına yüksəlməsinə gətirib çıxara bilər.
- Ölkənin bir neçə regionunda, o cümlədən, Naxçıvan, Quba, Abşeron, Zaqatala, Lənkəran turizmin inkişafı regionların ümumi inkişafını, əhəlinin sosial rifahının yüksəldilməsini, infrastrukturların genişlənməsi, xidmət bazarının inkişafını dəstəkləyir.
- Turizmin inkişafı təhsil, səhiyyə və digər bir çox xidmət sferasının inkişafına şərait yaradır.

Bu istiqamətlər turizm sahəsində həyata keçirilən layihələr, dövlət siyasəti və inkişaf proqramlarının həyata keçirilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

Turizmin inkişafı tədqiqatlar, proqnozların düzgün tərtibi ilə mümkündür.

Ölkə iqtisadiyyatının sürətli inkişafı ölkəyə xaricilər tərəfindən marağın artmasına səbəb olmuş, ölkəyə müxtəlif məqsədlərlə gələnlərin sayı ildən-ilə artırmışdır. Bütün bunlar turizm fəaliyyətinin genişlənməsinə şərait yaratmışdır. Ölkəyə artan marağın nəticəsində 2011-ci il ölkədə “Turizm ili” elan olunmuşdur. Turizm sahəsində geniş imkanlara sahib Azərbaycan zəngin landşaft, təbiət abidələri, zəngin mədəni-tarixi irslərinin düzgün tanınması ilə ölkəyə cəlb olunan turistlərin sayını artırma bilər.

Əlbəttə turizm komplekslərinin sayının artırılması, xidmətin yüksəldilməsi və həyata keçirilən beynəlxalq tədbirlər ölkəyə turist axınını artırır, həm də ölkənin beynəlxalq aləmdə tanınmasına imkan yaradır. Bakı ilə yanaşı regionlarda da turizm komplekslərinin, otellərin, istirahət mərkəzlərinin tikintisi, bərpası həm daxili, həm də xarici qonaqların istirahəti üçün geniş imkanlar yaratmışdır. Son 10 ildə regionlarda

14, ümumi 35 “5 ulduzlu” otel istifadəyə verilmişdir. Turizm sahəsinin sürətlə inkişafı ölkəyə bir çox xarici otel şəbəkəsinin gəlməsinə imkan yaratmışdır. Bunların içərisində dünyaca çox məşhur olan brendlər də vardır. Bunlara misal olaraq Four Seasons Hotel Baku, Hyatt Regency, JW Marriott Absheron Baku Hotel, Jumeirah Bilgah Beach Hotel, Grand Hotel Europe, Hilton Baku, Kempinski Hotel Badamdarı və s. göstərmək olar.

Ölkədə mehmanxana, nəqliyyat, sanatoriya, kurort, regionlarda kommunal sahələrin (qaz, su, işıq), kommunikasiya sistemləri, turizm kmoplekslərinin cari vəziyyəti turizmin inkişafına birbaşa təsir edir.

Mehmanxanaların sayını adambaşına görə hesabladıqda görürük ki, son dövrlərdə sayda artım müşahidə olunur. Mehmanxana təsərrüfatının inkişafı, mehmanxana komplekslərinin beynəlxalq standartlara uyğun tikilməsi, xidmət növlərinin genişləndirilməsi və coğrafi-iqlim şəraitinin əlverişliliyi turist axınına gətirib çıxarır.

Cədvəl 2.4. Mehmanxanalar haqqında məlumat. 2004 - 2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Mehmanxana, mehmanxana tipli müəssisələrin sayı (vahid)	238	262	285	320	370	452	499	508	514	530
Nömrələrin (otaqların) sayı (vahid)	9827	10661	11403	11829	12789	13964	14158	14815	15898	16559
Nömrələrin dərəcələrə görə bölüşdürülməsi: (vahid)										
lüks nömrələr (vahid)	1065	1283	1592	1849	1994	2286	2445	2645	2627	2509
I dərəcəli nömrələr (vahid)	6619	5839	5690	6008	6066	6700	5825	5974	6429	6266
turist dərəcəli nömrələr (vahid)	2143	3539	4121	3972	4729	4978	5888	6196	6842	7784

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Lakin hələ də bəzi bölgələrdə turizmin inkişafı üçün əngəllər mövcuddur. Xüsusilə

dağ regionlarında otellərin isti su, qaz, işıq təminatında problemləri hələ də qalmaqdadır. Kommunal ehtiyacların qarşılanmasındakı bu problemlər əlavə xərclər yaradır bu isə təsərrüfatın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir, bu zaman obyekt sahibi öz xərcini qarşılamaq üçün qiymətləri yüksək qoymalı olur, müştəri sayını azaldır.

2.2. Turizmin inkişafında dövlət siyasəti

Turizmin inkişafı ölkənin xarici siyasətindən, ölkələrarası münasibətindən, ölkə daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətdən asılıdır. Turizm ilk növbədə ölkədəki daxili siyasi və iqtisadi vəziyyətə təsir göstərir.

Hər bir ölkənin turizm siyasəti hazırlanarkən həmin ölkənin beynəlxalq turizm sahəsinin mübadilə münasibətlərində iştirak səviyyəsi nəzərə alınır, həmin ölkənin tələb və təklif səviyyəsinə əsasən inkişaf səviyyəsi müəyyənləşdirilir. Bu səbəbdən də beynəlxalq turizmin regional bazarlarında milli bazarların ümumi və spesifik inkişaf xətlərinin, tələb və təklifin formalaşması prosesi, bazarın tutumu və bazar münasibətlərinin effektivliyinin öyrənilməsi və müvafiq addımların atılması önəmlidir. Bunun ilk addımı isə dövlət tərəfindən görülən tədbirlərdir. Turizm siyasəti dövlətin xarici iqtisadi siyasətini, beynəlxalq turizmin məqsəd və tədbirlərinin mahiyyətini formalaşdıran element kimi qəbul edilir.

Dövlət tərəfindən turizmin inkişafına dair tədbirlər görülməmişdən əvvəl ölkənin, regionların turizm səviyyəsinin və potensialının öyrənilməsi önəmlidir. Bunun üçün inkişaf göstəricilərinə müraciət olunur. Ölkənin turizminin inkişafı göstəriciləri sisteminə aşağıdakılar daxildir:

- Turist axınının həcmi;
- Bir sutkada turizm xərclərinin orta həcmi;
- Maddi-texniki bazanın vəziyyəti və inkişafı;
- Turizm firmalarının maliyyə-iqtisadi fəaliyyətinin göstəriciləri;
- Beynəlxalq turizmin inkişaf göstəriciləri. ^[8]

Turizm siyasətini hazırlanarkən müvafiq aspektlər nəzərə alınmalıdır:

- Xarici turizm və siyasət qarşılıqlı əlaqədədirlər;
- Ölkənin turizm siyasəti onun xarici iqtisadi fəaliyyətinin bir hissəsidir;
- Turizm siyasətinin ilk addımı olaraq ölkədaxilində konkret addımlar atılmalıdır;
- Turizm siyasətinin effektivliyi ölkələr arasındakı münasibətindən asılıdır.

Turizm siyasəti, dövlət tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər məcmusu olmaqla bu sahənin ölkənin iqtisadi və sosial sferalarında rolunu, vəzifələrini idarə etməkdir. Bunu nəzərə alaraq turizm siyasətinin aşağıdakı mexanizmlərini sadalaya bilərik:

- Turizmin müxtəlif növləri üçün proqramların hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- Turizm anlayışının inkişafı;
- Tədbirlərin həyata keçirilməsi zamanı nəticəyə çatmasının təşkili;
- Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi.

Dövlətin turizm siyasətinin məqsədinə kadr potensialının gücləndirilməsi, turizm sahəsində maddi-texniki bazanın gücləndirilməsi, milli turist məhsulunun beynəlxalq rəqabətə dözümlü etməsi, daxili və xarici investisiyaların cəlb olunması, gömrük və vergi siyasətinin, sisteminin yenilənməsi, inkişafı daxildir.

Bu məqsədlərin və hədəflərin həyata keçirilməsi üçün Milli Məclisdə Mədəniyyət Komissiyası, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərkibində şöbə və komitələr fəaliyyət göstərir.

Turizm proqramları həyata keçirilərkən qarşıya aşağıdakı məqsədlər qoyulur:

- Beynəlxalq standartlara cavab verən milli turizm bazarının yaradılması;
- Turist fəaliyyətinin normativ hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi;
- Turizmin sosial yönünün gücləndirilməsi;
- Turizm sahəsində mülkiyyət münasibətlərinin inkişafı;
- Turizmə kiçik sahibkarların cəlb olunması, kiçik bizneslərin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi;
- Turizmin regionlarda bərpası və beynəlxalq standartlara cavab verən səviyyəyə çatdırılması;
- Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası, beynəlxalq turizm münasibətlərinin gücləndirilməsi və genişləndirilməsi;
- Turizmin dayanıqlı inkişaf nəzəriyyəsinin hazırlanması;
- Müasir texnologiyaların turizm sistemində tətbiq edilməsi;

- Turizmin maddi bazasının inkişaf etdirilməsi üçün fondların, xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- Turizm sistemində informasiya sisteminin yenilənməsi, marketinq fəaliyyətinin gücləndirilməsi və.s.

Turizm proqramları məqsəd, mərhələ və vəzifəsindən asılı olaraq özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- Normativ hüquqi baza
- Turizmin inkişafı və idarə olunması;
- Turizmin maddi-texniki bazasının inkişafına dəstək;
- Yerli turizm məhsullarının xarici bazarlarda tanıtılması üçün məlumat, reklam təminatının inkişafı;
- Turizmin yerli kadrla təmin edilməsi.

Son illərdə ölkəmizin turizm potensialının beynəlxalq aləmdə tanınması, turistlərin ölkəmizə səfərlərinin sayını artırılması, turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi, turizmlə məşğul olan sahibkarların vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, infrastrukturun yaradılması istiqamətində mühimm işlər görülmüşdür. Ölkəmizdə son illərdə regional, beynəlxalq səviyyəli tədbirlər keçirilir və ölkənin tanınmasına, turistlərin cəlb olunmasına imkan yaradır.

Dövlətin turizm siyasəti bu sahədə nailiyyətlərin əldə olunması, sosial-iqtisadi kompleksin qorunması və inkişafı üçün turizm fəaliyyəti sahəsində dövlətin forma, metod və fəaliyyət istiqamətlərinin cəmidir. Azərbaycanda turizm siyasətinin əsas istiqamətləri:

- Səyahət edənlərin hüquqlarının qorunması
- Turizm sahəsində və ya birbaşa bu sahə ilə fəaliyyət göstərən yerli sahibkarların maraqlarının qorunması
- Daxili və xarici turizmin dəstəklənməsi (turizm infrastrukturlarına birbaşa investisiya qoyuluşu, ölkə turizminin beynəlxalq aləmdə tanıtılması üçün addımların atılması, investisiya axınını stimullaşdıran vergi və gömrük güzəştələri)

Azərbaycan turizm sisteminin dünya turizm sisteminə integrasiyası üçün ilk növbədə təşkilatı addımlar atılmalıdır. Bu istiqamətdə atılan addımlardan biri də 2001- ci ildə Gənclər və İdman Nazirliyi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 464 sayılı fərmanı ilə İdman və Turizm Nazirliyinə çevrildi.

“Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqram”ın tətbiqi ölkə turizminin inkişafını sürətləndirmiş, həmçinin beynəlxalq turizm sistemə integrasiyasını sürətləndirmişdir. Bu Proqramın tələblərinə əsasən müasir standartlara cavab verən otellər tikilmiş, ölkə iqtisadiyyatına, xüsusilə də turizm sahəsinə bir sıra mühüm beynəlxalq investorlar cəlb olunmuş, turistlərin sayında isə artım müşahidə olunmuşdur.

Cədvəl 2.5. “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqram”ın həyata keçirilməsindən sonra turizm sahəsində dəyişikliklər:

	2002	2003	2004	2005
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin ümumi sayı (nəfər)	319.0	356.0	475.0	646.0
Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin ümumi sayı (vahid)	39.0	50.0	58.0	81.0
Qəbul edilmiş turistlər (nəfər)	4753.0	12105.0	11592.0	16858.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Həyata keçirilən tədbirlər nətiəsində ölkəyə gələn xarici turistlərin sayında artım olsa da, ölkədən xaricə turizm məqsədilə gedən turistlərin sayını keçmir. Dövlət siyasəti və proqramlarının əsas məqsədlərindən biri də məhz ölkənin turizm sahəsini inkişaf etdirərək yerli turistlərin daxili bazara yönəlməsinə və daha çox xarici turist cəlb edilməsinə nail olmaqdır.

Cədvəl 2.6. 2004 – 2013 – cü illərdə xaricə göndərilmiş və ölkəyə qəbul edilmiş turist sayı (nəfər)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Qəbul edilmiş turist (nəfər)	4753	12105	11592	16858	14472	12356	19288	17009	17641	18840
Göndərilmiş turist (nəfər)	10771	12536	17790	23150	31133	43934	40319	42691	52282	64780

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi

Yuxarıdakı məlumatlar arasındakı korrelyasiya əmsalını hesabladıqda nəticə 0.527501 - ə bərabər olur. Bu isə gələn və gedən turist sayının bir - birinə heç bir təsiri olmadığını göstərir.

Növbəti olaraq “Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafına dair 2008-2016-cı illər üçün Dövlət Proqramı” hazırlanmışdır. Bu proqramın hazırlanmasında əsas məqsəd, Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi tərəfindən elan olunmuş tenderin qalibi “Caspian Group Consalting” şirkətinin peşəkar əməkdaşları tərəfindən ABŞ Ticarət və İnkişaf Agentliyindən ayrılan qrantla əsasən hazırlanmış “Turizmin uzunmüddətli inkişafına dair master plan”-ın, Türkiyədən dəvət edilmiş bu sahə üzrə mütəxəssislərin rəy, təkliflərinə əsaslanaraq Nazirliyin əməkdaşları tərəfindən turizm sahəsi üzrə kadrların yetişdirilməsi, yataq yerlərinin artırılması, turizmin digər növlərinin də inkişafını təmin etməkdir. Proqramla yanaşı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanına əsaslanaraq “Turizm və rekreasiya zonalarının nümunəvi Əsasnaməsi” Nazirlik tərəfindən hazırlanmışdır. Bu əsasnaməyə əsasən Nazirliyin əməkdaşları 2004-cü ilin fevral ayında “Turizm və rekreasiya zonaları”ın müəyyən edilməsi məqsədilə bölgələrə göndərilmiş və rayon icra hakimiyyəti nümayəndələri ilə görüşlər keçirmişdir.

Turistlərə göstərilən xidmətin səviyyəsinin qaldırılması məqsədilə Bakı şəhərində və regionlarda fəaliyyət göstərən turizm obyektlərində çalışan işçilər üçün Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyindən dəvət olunmuş mütəxəssislər tərəfindən kurslar keçirilir. Bu kurslar yemək sevisləri, mehmanxana idarəçiliyi və.s. kimi mövzuları əhatə edir. Bu istiqamətdə atılan əsas addımlardan biri də 2006-cı ildə Turizm İnstitutunun yaradılmasıdır.

Turizm sahəsini də əhatə edən Dövlət səviyyəli digər proqram isə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında Yoxsulluğun Azaldılması və İqtisadi İnkişaf üzrə Dövlət Proqramı (2003-2005-ci illər)-dir. Bu proqram çərçivəsində Bakı, Xaçmaz, Quba, Şamaxı, Şəki, Lənkəranda “Turizm informasiya mərkəzləri” fəaliyyətə başlamışdır. Adı

sadalanan rayonlardan əlavə Dünya Bankının maliyyələşdirməsi ilə Lahıncda da turistlərə informasiyanın çatdırılması məqsədilə informasiya mərkəzləri yaradılmışdır. Abşeron yarımadasında isə bu mərkəzlərdən biri Zuğulba qəsəbəsində yerləşən Gənclik beynəlxalq istirahət mərkəzində mövsümü “Turizm informasiya mərkəzi” fəaliyyət göstərir.

Azərbaycanda ilk dəfə olaraq 26 sentyabr 2003-cü il tarixində “I Turizm Filmləri Festivalı” keçirilmişdir. Bununla əlaqədar mətbuat konfransı təşkil olunmuşdur. Festivala turizmə dair 70-dən çox layihə təqdim olunmuşdur.

Turizm siyasətinin prioritet istiqamətlərindən birinin məhz beynəlxalq əməkdaşlıq münasibətlərinin qurulması və inkişafı olduğunu ön planda tutaraq Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Ümumdünya Turizm Təşkilatı, Avropa Şurası, İslam Konfransı Təşkilatı, Müstəqil Dövlətlər Birliyinin Turizm Şurası, GUAM, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq təşkilatı və.s beynəlxalq təşkilatlarla turizm sahəsində çoxtərəfli münasibətlərin qurulması, turizmin inkişafı üçün proqramlarda iştirak, beynəlxalq səviyyəli tədbirlərdə fəal iştirak, təklif və layihələrin hazırlanmasına dair fəaliyyətini davam etdirir.

Azərbaycan 2006-2008-ci illərdə Turizm Nəşrlərinin İslam Konfrasına sədrlik etmişdir. Bu isə Azərbaycanın turizmin inkişafında İslam dünyası ilə münasibətlərinin yüksək səviyyədə olduğunu göstəricisidir.

Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyətinin və potensialının tanınması üçün son illərdə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən çoxsaylı reklam məhsulları hazırlanmışdır. Bunların tərkibinə daxildir: “Turist üçün məlumat kitabçası”, “Azərbaycan” açıqca dəsti, “Azərbaycanın otelləri”, “Azərbaycanın tarixi və arxitektura abidələri”, “Bakının teatr və muzeyləri”, xəritələr, CD, DVD formatında filmlər, milli musiqilərə aid kitab və CD-lər və.s. Bu materialla bir neçə dildə hazırlanmışdır, o cümlədən: azərbaycan, türk, ingilis, fransız, alman, rus, yapon.

2002-ci ildən başlayaraq hər il Azərbaycanda “AITF” Beynəlxalq turizm sərgisi keçirilir. Bu sərgidə həm yerli, həm də xarici turizm şirkətlərinin nümayəndləri iştirak edir. 2002-ci ildə 5 ölkədən 26, 2007-ci ildə isə 18 ölkədən 60 turizm şirkəti

iştirak etmişdir.

Azərbaycanın turizminin tanıtılması üçün də Azərbaycan turizm şirkətləri də beynəlxalq turizm sərgilərində iştirak edirlər. Və iştirak edilən sərgilərin sayı ildən ilə artır. 2002-ci ildə 2 beynəlxalq sərgidə iştirak edilmişdisə də 2007-ci ildə say 19 olmuşdur. Bu siyahıya Nyu-York, London, Moskva, Berlin, Pelin, Madrid, Milan, İstanbul Tokia və.s. şəhərlərində keçirilən beynəlxalq sərgilər daxildir.

2005-ci ildən etibərən ölkə turizminin xarici ölkələrdə tanıtılması üçün “Euronews”, “CNN”. “Discovery Channel”, “National Geographic”, “Travel Channel” kimi kanallarda ölkənin tanıtım çarxları yayımlanır. “British Airways”, “Austiran”, AZAL kimi iri havayolu şirkətlərinə məxsus təyyarələrdə reklam çarxları, jurnallarında isə Azərbaycan haqqında məlumatlar yayımlanır.

Dövlət siyasətində ekoturizmin də inkişafına diqqət ayrılmışdır. Xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri genişləndirilmiş, ekoturizmin inkişafı məqsədilə 2003-cü ildən etibarən Bakı və Abşeron yarımadasında palçıq vulkanları, Eldar şamı, Korçay dövlət təbiət qoruqları, Abşeron milli parkı yaradılmışdır. Həmçinin regionlarda Ağgöl, Göygöl, Şahdağ, Şirvan, Zəngəzur, Hirkan, Altıağac, Samur-Yalama milli parkları yaradılmışdır.

2.3. Regionaların sosial-iqtisadi inkişafında turizmin rolu

Son dövrlərdə Azərbaycanın turizm potensialının beynəlxalq aləmdə tanınması, xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək, turizmin potensial sahələrini inkişaf etdirilməsi, turizm infrastrukturlarının müasir tələblərə cavab verməsini təmin etmək, yeni infrastrukturların qurulması istiqamətində tədbirlər həyata keçirilir. Coğrafi mövqeyi, zəngin iqlimi, qədim tarixi abidələri yerli və xarici turistlərin diqqətini cəlb edən regionlarda tarixi-mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi, mühafizəsi, köhnə turizm marşutlarının bərpası, yeni marşutların yaradılması, otel, mehmanxanaların dünya standartlarına uyğunlaşdırılması, regionlarda beynəlxalq turizm standartlarına cavab verən turizm obyektlərinin tikilməsi və.s həyata keçirilir. Bütün bu tədbirlər regionlarda yaşayan əhalinin, xüsusilə də gənclərin işlə təmin edilməsinə geniş imkanlar yaradır.

Yuxarıda sadaladığımız tədbirlərdən əlavə olaraq, Bakı, Xaçmaz, Şamaxı, Şəki, Quba, Lənkəranda, Dünya Bankının maliyyələşdirilməsi ilə Lahıda "Turizm İnformasiya Mərkəzləri"nin fəaliyyətə başlaması regionlarda turizmin inkişafını sürətləndirir.

Lakin hələ də turizm sahəsinin inkişafında və tanınmasında bir sıra ciddi problemlər mövcuddur. Məsələn, Şamaxı-Qobustan ərazisində yerləşən və öz unikalılığı ilə seçilən palçıq vulkanlarına marşutların olmaması; bir çox regionda turizmin mövsümi (əsasən yay) olması; kənd turizminə diqqətin az olması; tarixi abidələrə laqeyd münasibət və.s.

Turizm günlərinin sayının az olması bu sahədə çalışan əhali üçün də əlverişsizdir. İlin sadəcə 3-4 ayı turizmin olması həm turizm şirkətləri, həm də əhali üçün çətin vəziyyət yaradır. Buna görə də regionlarda turizm mövsümünün mövsimi deyil, daimi olmasını təmin etmək lazımdır.

Ölkənin iqtisadi potensialının 50%-dən çoxu məhz regionlardadır, həmçinin əmək qabiliyyətli əhalinin də 47%-i kənd təsərrüfatı və aqrar sahə ilə məşğul olur. Bu faktorları nəzə alıb kənd turizminin də inkişafını təmin etmək lazımdır. Nəzərə alsaq

ki, bir çox kənddə təbiət, təbii resurslar, iqlim şəraiti ilə yanaşı tarixi abidələr də mövcuddur bu kəndlərə diqqətin ayrılması xüsusi əhəmiyyətlidir. Kənd turizminin yaradılması kəndlərin təbiətinin dəyərləndirilməsi, əhalinin işlə mənin olunmasını, kəndlərin inkişafını təmin edəcəkdir. Bu isə öz növbəsində kənd əhalisi üçün əlavə gəlir mənbəyi yaradacaqdır, sosial və iqtisadi problemlərin həllinə öz töhvəsini verəcəkdir. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi xüsusilə ucqar kəndlər üçün vacibdir. Bu ilk növbədə kənd mədəniyyətin qorunmasına kömək edəcək, digəri sosial-iqtisadi bir faktor olaraq gənclərin işsizlik ucbatında kəndlərdən axının qarşısını alacaqdır.

Bütün bunların reallaşması üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilməlidir. Kənd yerlərində turizm infrastrukturunun olmaması ilk ən böyük əngəldir. Buna görə də ilk addım olaraq yeni müasir infrastruktur qurulmalı, kənd əhalisinin öz əl işlərini və kəndə məxsus bir çox şeyi sata biləcəkləri yerlər tikilməli, nəqliyyat xidmətlərinin səviyyəsi yüksəldilməli, kənd əhalisi maarifləndirilməlidir. Əhalidən bu sahəyə marağı olanlara xarici dil kursları təşkil olunmalı və beləliklə yerli mütəxəssislər yetişdirilməlidir.

Kəndlər potensial sahələr üzrə qruplaşdırılmalı və tədbirlər bu istiqamətdə həyata keçirilməlidir. Məsələn, tarixi abidələrlə zəngin kəndlər, müalicəvi turizm potensialına sahib kəndlər, kulinariya, hər hansısa təsərrüfat sahəsi üzrə inkişaf etmiş kəndlər halında qruplaşdırılmalı və xüsusi məlumatlar bazası yaradılmalıdır.

Bu sahələrin inkişafı 2013-2020-ci illəri əhatə edəcək turizm planında nəzərdə tutulmuşdur. Turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, turizm xidmətlərinin genişləndirilməsi, yeni mehmanxana, turizm komplekslərinin tikilməsi, tarixi abidələrin bərpası nəticəsində 2016-cı ilə qədər turizm sahəsində 21.9% artım gözlənilir.

Son dövrlərdə dövlət tərəfindən regionlarda turizmin inkişafına xüsusi diqqət ayrılır. Bu məqsədlə turizm sisteminin inkişaf strategiyası aşağıdakı istiqamətlər əsasəndə qurulur və idarə olunur:

- Turizmin inkişafının iqtisadi artımda rolunu artırmaq
- Turizmin sosial-iqtisadi səmərəsini və regionların bu sahəyə cəlb edilməsi

istiqamətində rolunu gücləndirmək

- Turizmin inkişafında sahibkarlıq fəaliyyətinin, yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına təsirini gücləndirmək.

Ölkə turizminin inkişaf potensialının 50%-i regionların payına düşür. Bu səbəbdən də dövlət regionlara xüsusi diqqət ayırır və şəraitin yaxşılaşması üçün tədbirlər görülür. Əvvəlcə regionlarda sosial siyasət həyata keçirilir. Bu yolla regionlarda təhsil, səhiyyə, mədəniyyət və.s. sahələrinin inkişafı üçün sahibkarlara xüsusi yardım ayrılır, yenidənqurma işləri həyata keçirilir.

Azərbaycanın regionlarında turizm potensialı çox böyükdür. Təbiət və tarixi zənginliklər turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Lakin infrastrukturun yaxşı səviyyədə olmaması səbəbindən turistlərin əksəriyyəti günlük turlarla regionlara səfər edirlər, qalmırlar. Buna xidmətlərin səviyyəsinin aşağı olması da təsir göstərir.

Ölkənin bölgələrinin sosial-iqtisadi inkişafında dövlət proqramlarının əhəmiyyəti böyükdür. 2004-cü ildən başlayaraq regionlar inkişafı sahəsində dövlət tərəfindən mühim işlər görülür. Ən sonuncu dövlət proqramı „Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı“ regionlarda iqtisadiyyatın mühim sahələrinin inkişafında, makroiqtisadi sabilliyin təmin edilməsində, sahibkarlıq fəaliyyətlərinin genişləndirilməsində, yeni müəssisələr, iş yerlərinin açılmasında, irimiqyaslı infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsində, bütün bu tədbirlər sayəsində regionda əhalinin rifahının yaxşılaşdırılmasında, yoxsulluq səviyyəsinin minimuma endirilməsində mühim rol oynaması gözlənilir.

Dövlət Proqramında qeyd edilən tədbirlərin maliyyələşdirilməsi Azərbaycan Respublikasının büdcəsindən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinə ayrılan vəsaitlər, digər mənbələrdən ayrılan vəsaitlər hesabına həyata keçirilir. (2010 – 2014 – cü ilə Dövlət Proqramına əsasən həyata keçirilən tədbirlər siyahısı ilə Əlavə 1 – də tanış ola bilərsiniz)

Ölkənin regionlarının sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasında əsas prioritet kimi

neft-qaz gəlirlərindən səmərəli şəkildə istifadə etməklə regional tarazlığın yaradılması, beynəlxalq tələblərə cavab verən məhsulların istehsalı üçün müəssisələrin yaradılması, o cümlədən turizmin inkişafı yönümlü tədbirlərin həyata keçirilməsi qarşıya məqsəd qoyulmuşdur.

Dövlətin regional siyasəti ilə turizm arasında qarşılıqlı əlaqə formaları sahə prinsipləri ilə və ərazi prinsiplərinin vəhdəti ilə tamamlanır.

Regionların resurslarından düzgün istifadə etmək üçün xüsusi investisiya proqramları, fondları yaradılır. Bu tədbirlərin əsas məqsədi investisiya proqramlarını tətbiq etmək və regionlardakı investisiya sahələrinin, xüsusilə də, turizmin inkişafını təmin etməkdir.

Turizm ölkədəki təbii resurs, tarixi zənginliyi nəzərə alıqda yüksək perspektivli sahədir. Turizmin potensial olan regionlarda inkişafını təmin etməyin 2 əlverişli yolu vardır:

1. Dövlətin birbaşa öz vəsaitləri hesabına turizm kompleksləri tikməsi ilə regionlarda turizmin inkişafını təmin etmək
2. Sahibkarlara yardım etməklə sahənin inkişafını təmin etmək.

Birinci üsul nəzərə alındıqda bu zaman dövlətin yüksək gəlirinin olması əsas götürülür. Lakin bu gəlirin sahibkarlara aşağı faizlə kredit halında verilməsi və onların inkişafına təşviq verilməsi daha məqsədəuyğundur. Bu həm işsizliyin azalmasına həm də sahibkarlıq fəaliyyətinin güclənməsinə şərait yaradacaqdır. Həmçinin bu üsul rəqabət şəraitini gücləndirəcəkdir.

Regionlarda turizm sahibkarlığının inkişafı digər sahələrə də öz töhvəsini verəcəkdir. Belə ki, otelçilik, ictimai iaşə, mənzil tikintisi, kommunal təsərrüfat vahid şəkildə birləşə və öz vəsaitlərini birgə istifadə edə bilərlər. Bu həm regionun inkişafına, həm də regionda iqtisadiyyatın güclənməsinə müsbət təsir göstərəcəkdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq Sərəncamı ilə təsdiq edilən “Azərbaycan Respublikası regionlarının social-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının (2004-2008-ci illər)” turizm sahəsi üzrə bəndlərinin tələbləri çərçivəsində sahibkarlığın inkişafı üçün müvafiq kreditlərin ayrılması, turizm obyektlərinin

inşasının dəstəklənməsi, müvafiq hüquqi-bazanın möhkəmləndirilməsi sahəsində bir sıra mühim işlər görülmüşdür. 2002-2005-ci illər üçün Dövlət Proqramından əlavə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən təsdiq edilən Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsinə dair Sərəncamların turizmə aid bəndlərinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar, Lənkəran, Gədəbəy, Masallı, Oğuz, Tovuz, Astara rayonlarında turizmin inkişafı üçün planlar hazırlanmış və yerli icra hakimiyyəti orqanları ilə razılaşdırıldıqdan sonra Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinə təqdim olunmuşdur.

Regionlarda turizmin inkişafına dair həyata keçirilən layihələrdən bir digəri isə “Azərbaycanda Alman yaşayış məskənləri” layihəsidir. Məlum olduğu üzrə XIX əsrin əvvəllərində Xanlar, Tovuz, Şəmkir, Ağstafa rayonlarında almanlar məşkunlaşmışdır. İndi isə almanların yaşadığı və iz qoyduqları bu ərazilərdə alman abidələri bərpa olunub tarix-mədəniyyət abidələrinə qazandırılır. Həmçinin bu ərazilərin beynəlxalq turist marşutlarını yaradılması istiqamətində işlər görüşür. Bu layihənin tərkib hissəsi olaraq həncinin GTZ təşkilatı ilə ortaqlıq olaraq Gəncəbasar bölgəsinin turizm inkişaf planının hazırlanması nəzərdə tutulmuşdur.

Ölkə regionlarında turizmin inkişafı və bölgələrin turistlərə tanıtılması üçün 7 əsas marşut istiqaməti seçilmişdir:

1. Abşeron
2. Qobustan-Şamaxı-Ağsu-Göyçay-İsmayilli-Kürdəmir-Zərdab-Ağdaş
3. Xızı-Siyəzən-Dəvəçi-Xaçmaz-Quba-Qusar
4. Qəbələ-Oğuz-Şəki-Qax-Zaqatala-Balakən
5. Gəncə-Goranboy-Xanlar-Gədəbəy-Tovuz-Qazax
6. Salyan-Masallı-Lerik-Lənkəran-Astara
7. Naxçıvan-Şahbuz-Şərur-Sədərək-Ordubad-Culfa-Babək

Regionların beynəlxalq turizm marşutuna qazandırılması üçün və dəyərlərimizin həm xalqımıza, həm də xarici qonaqlara tanıtılması üçün “Gəmiqaya mədəni-turizm marşutu”, Avropa Şurası Kiyev təşəbbüsü çərçivəsində “Aleksandr Düma Qafqazda”, “Şərab Yolları” adlı marşut layihələri işlənib hazırlanır.

2004-cü ildə “Milli irsin qorunması” layhəsi çərçivəsində Naxçıvan MR-da turizm sahəsinə çalışanlara beynəlxalq təşkilatların da iştirakı ilə təlim kursları keçirilmişdir.

Hər il yay turizm mövsümü başlamazdan əvvəl turizm potensialı rayonlara Turizm Nazirliyi tərəfindən əməkdaşlar yol infrastrukturunun vəziyyətinin yoxlanılması, mövsümə hazırlıq səviyyəsinin yoxlanılması və digər vəziyyətlərlə tanışlıq üçün əməkdaşlar ezam olunur. Ezamiyyələrin nəticəsinə əsasən müvafiq tədbirlər görülür və bölgələrdəki turizm sahələrinin vəziyyəti qiymətləndirilir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz tədbirlərdən əlavə olaraq hər il turizm mövsümünün başlanmasına az bir müddət qalmış geniş turizm potensialına sahib rayonlardakı turizm infrastrukturunun vəziyyətinin, hazırlıq səviyyəsinin öyrənilməsi, yolların vəziyyətinin təhlili və digər məsələlərlə bağlı Turizm Nazirliyinin əməkdaşları 30 rayona ezam olunur. Ezamiyyələrin nəticəsi olaraq regionlar həyata keçiriləcək tədbirlər siyahısı hazırlanır və dövlətə təqdim olunur.

Qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətinə regionlarda turizmin inkişafı prioritet sahə olaraq qalacaq, turizmin ehtiyatlarının genişləndirilməsi, turistlərin istirahəti, xidmət növlərinin genişləndirilməsi, mədəni tədbirlərin sayının artırılması, turizm sahəsinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, infrastrukturların yenilənməsi yeni müəssisələrin tikintisi ilə bağlı layihələr həyata keçirilməsinə davam ediləcəkdir.

Regionlarda turizm sahəsinin inkişafı istiqamətində qarşıya qoyulan məqsədlər:

- Regionlarda turizm infrastrukturlarının müasir beynəlxalq tələblərə cavab verəcək səviyyəyə çatdırılması istiqamətində layihələrin həyata keçirilməsi;
- Bütün regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması və bu sahəyə yerli və xarici investisiyaların cəlb olunması məqsədilə informasiyaların verilməsi və həvəsləndirici layihələrin həyata keçirilməsi;
- Regionlarda turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi,;
- Yeni turizm marşrutlarının yaradılması;
- Turizm sahəsində çalışan işçilərin peşə hazırlığı səviyyəsinin artırılması.

Dolayısıyla xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində işlərin görülməsi;

- Mehmanxanaların, digər yerləşdirmə vasitələrinin, turizm xidməti obyektlərinin yaradılmasına dəstək verilməsi. ^[8]

Azərbaycanın turizm potensialı, ilk növbədə, bölgələrin əlverişli təbii-coğrafi mövqedə yerləşməsi, zəngin flora və faunası, gözəl təbiəti ilə şərtlənir. Son illərdə bölgələrdə müasir standartlara uyğun istirahət mərkəzlərinin, otellərin tikilməsi, nəqliyyat infrastrukturunun yaradılması həm xarici, həm də yerli turistlərin bölgələrimizə marağını artırır.

Ayrı – ayrı bölgələrin turizm potensialını nəzərdən keçirək:

- Xaçmazda Nabran istirahət mərkəzi bütün ölkədə ən məşhur yerli istirahət mərkəzidir. Həmçinin Xaçmazın müxtəlif ərazilərində ovçulu turizmi də inkişaf etmişdir. Şəhərin yaxınlığında yerləşən palçıq vulkanlarının əhali tərəfindən müalicəvi əhəmiyyətli olmasına inanılır.
- Qəbələdə yerləşən bir çox tarixi abidə, o cümlədən alban kilsələri, tarixi məscidlər, türbə və məqbərələr turistlərin marağını çəkir. Qəbələnin təbiəti də turizmin inkişafı üçün əlverişlidir. Hal-hazırda rayonda 12 otel yerləşir. Bunlardan biri 5 ulduzludur (Qafqaz Resort Hotel).
- Masallının İstisu kompleksi müalicəvi turizmin ən sıx olduğu yerlərdən biridir.
- İsmayılının Lacın kəndi artıq dünyanın bir neçə yerində tanınır və xarici turistlərin ən çox üz tutduqları məkanlarda biridir. Həmçinin tarixi Girdiman qalası da İsmayilli rayonu ərazisində yerləşir.
- Naxçıvan Muxtar Respublikası və rayonları qədim tarixə malikdir. Naxçıvanın 3500-dən artıq yaşı olduğu güman edilir. Muxtar Respublika ərazisində bir çox tarixi abidə mövcuddur. Bunlar Ordubad, Culfa, Şərurda yerləşir. Həmçinin Culfa rayonundakı Turşsu və Duzdağ müalicə turizmi üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Şahbuz rayonu ərazisində yerləşən Batabat gölünə xüsusilə yay aylarında yerli turistlər axışır. Həmçinin Türkiyə və İrandan da turistlər istirahət üçün bura üz tuturlar. Ordubad ərazisində yerləşən Gəmiqaya Nuh

peyğəmbərin gəmisinin yerə endiyi yerlərdən biri olaraq hesab olunur. Gəmiqaya üzərindəki qaya rəsmləri bu ərazinin qədimliyindən xəbər verir. Ordubad ərazisində yerləşən Göygöl təmiz suyu və ətrafında havanın bütün fəsilləri əks etdirməsi ilə məşhurdur. Naxçıva yerləşən Əshabi Kəhf hər il 1000-lə turist tərəfindən ziyarət edilir. Lakin Naxçıvan Muxtar Respublikasının ölkənin əsas ərazisi ilə quru əlaqəsi olmaması və buraya gəlişin daha çox xərc tələb etməsi səbəbindən digər regionlara nisbətən daha az xarici turist cəlb edir. Bu bölgəyə əsasən daha yaxın ərazilərdən – İran, Türkiyədən turistlər gəlirlər.

- Qarabağ bölgəsi hal-hazırda Ermənistan tərəfindən işğal altında olsa da bu bölgə çox böyük turizm potensialına sahibdir. Həm təbiəti, həm də qədimliyi ilə bu bölgə turist marşutlarının cəlb olunmasında çox böyük rol oynaya bilər.

Regionlarda turizm sisteminin inkişafı iqtisadiyyatın digər sahələrinə müsbət təsir göstərəcəkdir. Regionların ümumi vəziyyətinin yaxşılaşması, sahibkarlığın inkişafı, işsizliyin həlli, infrastrukturun inkişafı turizmin regionlara verəcəyi əsas töhvələrdəndir. Ölkənin regionlarında turizmin inkişafı həm ölkə iqtisadiyyatının gəlirlərinin artmasına, həm də ölkənin beynəlxalq arenada tanınmasına səbəb olacaqdır.