

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**  
**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

*Əlyazması hüququnda*

**Əlimuradova Feyzə Firuz qızı**

(Magistranın A.S.A.)

“Turizmin inkişafının əsas istiqamətləri ” mövzusunda

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**İxtisasın şifri və adı:** 060803 “Turizm və otelçilik”

**İxtisaslaşma:** “Turizm işi”

**Elmi rəhbər:**

**i.e.d., prof .Əlirzayev Ə.Q.**

**Magistr proqramının rəhbəri:**

**i.e.n.,dos.Namazəliyev Ə. H.**

**Kafedra müdiri:** \_\_\_\_\_ **i.e.d.,prof.Əlirzayev Ə.Q.**

**Bakı - 2015**

## **Mündəricat**

Giriş .....	3
 <b>I FƏSİL: Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi və əsas vəzifələri</b>	
1.1 Turizmin iqtisadi, sosial mahiyyəti və dinamikası .....	7
1.2 Turizmin institutsional və funksional strukturu .....	14
1.3 Turizmin inkişaf problemləri.....	23
 <b>II FƏSİL: Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti və sosial-iqtisadi qiymətləndirilməsi</b>	
2.1 Turizmin inkişaf dinamikası, regional yerləşmə xüsusiyyətləri .....	28
2.2 Turizm potensialı və onun qiymətləndirilməsi .....	35
2.3 Turizm perspektivində dövlət siyasəti .....	42
 <b>III FƏSİL: Azərbaycanda turizmin inkişafının əsas istiqamətləri</b>	
3.1 Azərbaycanda turizm xidmətinin keyfiyyəti .....	52
3.2 Azərbaycanda turizm xidməti sahəsində innovasiya siyasəti .....	60
3.3 Azərbaycanda turizm xidmətinin investisiya siyasəti .....	69
<b>Nəticə və təkliflər .....</b>	<b>76</b>
<b>İstifadə edilmiş ədəbiyyat.....</b>	<b>78</b>

## 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 zəruriyəti 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 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. 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 axınına 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 inteqrasiya 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 anlaşma 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 artırırlar. 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 infrastrukturunu 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 infrastrukturunu – 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. Yeməxana 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 nöqtəyi-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 nisbətə 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 səciyyələnilir. 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
<b>Turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir, min manat</b>	<b>8480,0</b>	<b>15966,6</b>	<b>17120,5</b>	<b>17839,6</b>	<b>19065,3</b>	<b>22634,8</b>	<b>27121,5</b>	<b>29600,9</b>
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 görüldüyü 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 mahiyyət 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 mahiyyət 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 obyektı 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 geriyyə 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 hazırlınması 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 hazırlınması, 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 instisional 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 sərnişin 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 turistin 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 əhalinin xəbərdar edilməsi səviyyəsini məhz reklam müəyyən edir.
- Turist agentlikləri tərəfindən həyata keçirilən xidmətlər (səyahət *marşurutunun* 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, mütəşəkkil 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 kommersion və qeyri-kommersion 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 kommersion təşkilatlarıdır.

Turagentlər, istehlakçı üçün sərfəli, rahat formada, müştərinin arzusu ilə turist xidmətlərini komplektləşdirir, hərəkət marşrutunu razılaşıdırır, 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, siğorta 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 kommersion 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 siğortanın, 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 topdansatış 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 konsorsiomu-** bütün iştirakçıların maliyyə və hüquqi müstəqilliyinin saxlanılması şərti ilə, vahid siyasət yeritmək, turoperator və digər topdansatış turist firmaları ilə sazişlərin ümumi şərtlərini hazırlamaq məqsədi ilə, müvəqqəti müqavilə əsasında bir neçə turagentliyin yaratdığı könüllü birlik. Turizm konsorsiomları 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 sözü latın sözü olan "institut" sözündən əmələ gəlmişdir. Institut anlayışı olduqca geniş anlayışdır. O həm dövlət korporasiya həmkarlar təşkilatı kimi həm sabit təfəkkür tərzini və həm də hüquqi 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.

Turizm 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 etməklə turizm tədbirlərinin iştirakçısı olan şəxs-turist başa düşülür. Turizmin obyektini 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 muqavilələr 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 etibarını ilə - Ümumdünya turizm bazarını 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 fərqlənirlər.

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 mövqedədir. 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 birliyidir. 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
0 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 dağmı, Misirdə qədim fironların piramidalarını (ehramlarını), Hindistanda - Tac-Mahalı, Yunanıstanda - Akropol qalası, 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 fərqlənirlər. 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 FƏSİL: Azərbaycanda turizmin mövcud vəziyyəti və sosial-iqtisadi qiymətləndirilməsi**

### **2.1 Turizmin inkişaf dinamikası, regional yerləşmə xüsusiyyətləri**

Azərbaycanda turizm xidməti sahəsini inkişaf etdirmək üçün böyük potensial var. Azərbaycan hökuməti qeyri-neft sektorunda prioritet sahələrdən biri kimi turizmi seçib və regionlarda turizm xidmətini və bu sahədə sahibkarlığı inkişaf etdirməklə böyük gəlir əldə edə bilər. Lakin ölkəmizə gələn turistlər dünyadakı turistlərin cəmi 0,003 faizini təşkil edir ki, bu da olduqca kiçik rəqəmdir. Lakin bu sahədə əsaslı tədbirlər həyata keçirilir. Haliyyədə 300 lisenziyadan keçmiş hotel 123 turizm şirkətinin dünya standartları səviyyəsində fəaliyyət göstərməsi buna bariz nümunədir.

Ölkəmizin 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 ölkəmizin regionlarının da inkişafına səbəb olur, yüzlərlə iş yerlərinin açılmasına və son nəticədə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına öz tövhiələrini verir. Ümumiyyətlə Azərbaycanda turizm xidmətinin inkişafı bütün turizm regionları çərçivəsində həyata keçirilir. Belə ki buna aşağıdakı cədvəldə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin gəliri təmsalında baxaq.

Cədvəl 2

**İqtisadi rayonlar üzrə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlir (min manat)**

İqtisadi rayonlar	Müəssisələrin ümumi gəliri							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013

<b>Ölkə üzrə - c ə m i</b>	<b>8480,0</b>	<b>15966,6</b>	<b>17120,5</b>	<b>17 839,6</b>	<b>19065,3</b>	<b>22635</b>	<b>27121,5</b>	<b>29600,9</b>
<b>Bakı şəhəri</b>	<b>7918,9</b>	<b>15577,2</b>	<b>15392,0</b>	<b>17490,6</b>	<b>13692,8</b>	<b>#####</b>	<b>20312,8</b>	<b>22668,7</b>
<b>Abşeron iqtisadi rayonu</b>	<b>59,6</b>	<b>78,8</b>	<b>54,2</b>	<b>51,6</b>	<b>78,8</b>	<b>97,1</b>	<b>79,1</b>	<b>104,9</b>
o cümlədən:								
Sumqayıt şəhəri	59,6	78,8	54,2	51,6	78,8	97,1	79,1	104,9
<b>Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu</b>	<b>44,7</b>	<b>75,2</b>	<b>60,8</b>	-	-	-	-	<b>13,3</b>
o cümlədən:								
Gəncə şəhəri	44,7	75,2	60,8	-	-	-	-	13,3
<b>Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu</b>	<b>37,7</b>	<b>96,5</b>	<b>300,0</b>	-	-	-	-	-
o cümlədən:								
Şəki rayonu	37,7	96,5	300,0	-	-	-	-	-
<b>Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu</b>	<b>392,8</b>	<b>101,0</b>	<b>1273,2</b>	<b>255,1</b>	-	-	-	-
o cümlədən:								
Xaçmaz rayonu	383,5	93,0	1271,3	255,1	-	-	-	-
Quba rayonu	6,7	-	-	-	-	-	-	-
Qusar rayonu	2,6	8,0	1,9	-	-	-	-	-
<b>Aran iqtisadi rayonu</b>	<b>6,3</b>	<b>7,6</b>	<b>8,3</b>	<b>14,1</b>	<b>15,5</b>	<b>1,3</b>	<b>5,0</b>	<b>58,8</b>
o cümlədən:								
Yevlax rayonu	-	-	-	-	-	-	-	52,6
Mingəçevir şəhəri	6,3	7,6	8,3	14,1	15,5	1,3	5,0	6,2
<b>Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu</b>	<b>6,1</b>	-	-	-	-	-	-	-
o cümlədən:								
Şamaxı rayonu	6,1	-	-	-	-	-	-	-
<b>Naxçıvan iqtisadi rayonu</b>	<b>14</b>	<b>30,4</b>	<b>32,1</b>	<b>28,3</b>	<b>5278,1</b>	<b>6514,0</b>	<b>6724,8</b>	<b>6755,2</b>
o cümlədən:								
Naxçıvan şəhəri	14	30,4	32,1	28,3	5278,1	6514,0	6724,8	6755,2

Dövlət Statistika Komitəsi 2014.

Cədvəldən də göründüyü kimi, bu regionlar arasında ən yüksək nəticə Abşeron iqtisadi rayonundadır. Həmçinin Bakı şəhəri yüksək fərqləndiyi üçün rayonlara bölünməklə rəsmi statistikada ayrıca qeyd edilir.

Turizmin inkişafı üçün əlverişli təbii şəraitin daha çox bölgələrdə cəmlənməsi, əmək ehtiyatlarının çoxluğu regionların sosial-iqtisadi inkişafı

çərçivəsində bu sahənin üstünlüyü turizmdə kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Ölkədə islahatların xarakteri ,özəl sektorun inkişaf meylləri,həmçinin torpaq üzərində xüsusi mülkiyyətin olması,kənd təsərrüfatının strateji inkişaf sahəsi olması və əhalinin məşğullıq problemi bölgələrdə kənd turizminin ,həmçinin bu sahədə sahibkarlığın inkişafına təkan vermiş olur.

Regionlarda turizm xidmətinin inkişaf etdirilməsi əsas məsələlərdən biridir. Azərbaycan ərazisində ehtiyatlarının müxtəlifliyi, inkişaf səviyyəsi və perspektivliyinə görə seçilən 8 turizm bölgəsi vardır.İlk əvvəl turizm regionlarını qeyd edək.

- Bakı-Abşeron turizm regionu
- Quba-Xaçmaz turizm regionu
- Dağlıq Şirvan turizm regionu
- Şəki-Zaqatala turizm regionu
- Gəncə-Qazax turizm regionu (iqtisadi rayonlardan fərqli olaraq Mingəçevir Goranboy və Naftalan şəhərləri də bu turizm regionuna daxildir)
- Naxçıvan turizm regionu
- Lənkəran-Astara turizm regionu
- Qarabağ turizm regionu

Bu turizm regionlarından xidmətə görə ən inkişaf etmiş region Bakı-Abşeron turizm regionudur. Azərbaycan Respublikasının şərqində, Xəzər dənizi sahilində yerləşir və əlverişli coğrafi mövqeyə malikdir. Bölgə dərketmə, müalicə-sağlamlıq, idman, işgüzar turizm növləri üzrə ixtisaslaşmışdır. Xəzərin Bilgəh, Nardaran, Pirşağı,

Buzovna, Zuğulba, Novxanı sahillərindəki qumlu çimərliklər turizmin inkişafı baxımından əlverişlidir. Balneoloji iqlimə malik bölgədə "Gənclik", Beynəlxalq Turizm Mərkəzi, "Neptun" turist bazası və sanatoriya-kurort mərkəzləri (Bilgəh, Mərdəkan, Buzovna) fəaliyyət göstərir. Bakıda dünyanın ən böyük mehmanxana şəbəkələrinə daxil olan beşulduzlu "Hyatt Regency" (1995), "Grand Hotel Europe" (1997), "Radisson SAS Plaza Hotel" (1998), "Park Hyatt Hotel" (1999), "Excelsior Hotel Baku" (2005) və b. fəaliyyət göstərir. Burada həmçinin İçərişəhərin tarixi-memarlıq abidələrindən olan Buxara və Multani karvansaralarından müasir dövrdə turist obyektləri kimi istifadə olunur. Bakı Əyləncə Mərkəzi, "Akva-park", "Lunapark", "Lido" istirahət və əyləncə mərkəzlərində turistlərə yüksək xidmət göstərilir. Dərketmə turizminin mərkəzi olan Bakıda gəlmə və getmə turizmi inkişaf etdirilir. Bakıda İçərişəhər kompleksi (Şirvanşahlar sarayı, Qız qalası, qədim məscidlər, karvansara və b.), Bibi-Heybət məscidi, "Atəşgah" məbədi, Xəzəryanı müdafiə qurğuları, qalalar, karvansaralar və ovdanlar kompleksi (Mərdəkan qalası və qüllələri, Nardaran və Ramana qalaları) və b. maraqlı tarixi abidələrdir. Şəhərdən 70 km cənubda Qobustan Dövlət Tarix-Bədii Qoruğu, Altıağac Milli Parkı, Abşeron Milli Parkı, "Cənnət bağı" istirahət zonası (Xızı) yerləşir. Bakının cənub-qərbində "Şıx" kurort kompleksi fəaliyyət göstərir. Turistlər Bakıdan 4 istiqamətdə: respublikanın qərb, şimal-qərb, şimal və cənub bölgələrinə səyahətə çıxırlar. Müasir Olimpiya (Bakı, Maştağa) və digər idman kompleksləri idman turizminin inkişafına imkan yaradır. Bu regionda xidmət göstərən muəssisələr digər regionlara nisbətən fərqləndirilir.

**Quba-Xaçmaz turizm bölgəsi** Azərbaycanın şimal-şərqində, Bakı-Xaçmaz turist marşrutunun üstündədir. Turizmin ixtisaslaşması istirahət-əyləncə, dərketmə və idman istiqamətindədir. Landşaftın rəngarəngliyi, iqlimin saflığı, mineral suları və qumlu dəniz sahilləri bölgənin səciyyəvi xüsusiyyətidir. Böyük Qafqazın yüksək dağlarından Bazardüzü, Şahdağ, Tufandağ və b. bu bölgədədir. Bölgənin Bakıya

yaxın olması, aqroiqlim şəraiti turizmin inkişafına geniş imkanlar açır. Şahdağ Milli Parkı, Təngəaltı dərəsi, Afurca şlaləsi, "Quba" istirahət mərkəzi, "Balbulaq", "Cənnət bağı" istirahət zonaları (Quba), Yalama və Nabranın qumlu çimərlikləri təbiətsevərləri istirahətə cəlb edir. Beşbarmaq qayası və müdafiə səddinin qalıqları, türbələr (Siyəzən), Şabran, Gilgilçay istehkamlar kompleksi, Çıraqqala (Dəvəçi), Cümə məscidi (Quba) və b. maraqlı tarixi-memarlıq abidələridir. Bölgədə turizm istirahət müəssisələrinin şəbəkəsi genişləndirilir. "Xəzər", "Dostluq", "Palermo", "Şəms" turist bazaları, "Malibu", "Atlant", "Qreen-vill", "Palma" istirahət mərkəzləri (Yalama-Nabran sahil zonası), Suvar dağ turizm istirahət zonası (Qusar), Qalaaltı sanatoriyası və müalicə pansionatı (Dəvəçi) fəaliyyət göstərir. Nabranda beynəlxalq əhəmiyyətli turizm mərkəzi yaradılmışdır. Bu bölgəyə istirahət və əyləncə məqsədilə gələn turistlərin sayı ildən-ilə artır. Bölgənin turizm ehtiyatları zəngin və perspektivlidir. Xəzər sahili boyu dağlıq ərazilərdə turizm inkişaf etdirilir. Burada xidmət müəssisələri geniş yayılmışdır.

Lənkəran-Masallı turizm bölgəsi Azərbaycanın cənub-şərqində, Bakı-Astara turist marşrutunun üstündədir. Şərqdən Xəzər dənizi ilə əhatə olunur. İran İslam Respublikası ilə həmsərhəd olması iki dövlət arasında turizm əlaqələrinin genişlənməsinə imkan yaradır. Subtropik iqlimə malik bölgədə turizm ixtisaslaşması istirahət-müalicə və dərkətmə istiqamətindədir. İqlimi, zəngin mineral suları balneoloji turist təsərrüfatının inkişafına əlverişli şərait yaratmışdır. "Meşəçi" qonaq evi, "Xanbulan" istirahət mərkəzi, "Hirkan" moteli, "Qafqaz", "Qala", "Xəzər" hotelləri (Lənkəran), "Min bir gecə" istirahət ocağı (Astara), "İstisu" sanatoriyası, "Masallı" və "Dəştənd" hotelləri (Masallı) turistlərin ixtiyarındadır. Zəngin flora və faunaya malik Qızılağac DTQ və Hirkan MP bu bölgədədir. Qədim məscidlər, tarix-diyarşünaslıq muzeyləri, Babək qalası, türbələr, karvansaralar, respublikanın mühüm tarixi-memarlıq abidələridir. Bölgə turizmin inkişafı baxımından perspektivlidir. Turizm ehtiyatları yeni istirahət və əyləncə mərkəzlərinin yaradılmasına, Lerikdə dağ



turizminin inkişaf etdirilməsinə, Lənkəran və Astarada sanatoriya-kurort şəbəkəsinin genişləndirilməsinə imkan verir

**Şəki-Zaqatala turizm bölgəsi** Azərbaycanın şimal-qərbində, Böyük Qafqaz dağlarının cənub yamacında, Bakı-Balakən turist marşrutunun üstündə yerləşir. Dağlıq və dağətəyi landşaft, mineral bulaqlar, dağ gölləri, şəlalələrlə zəngin bölgədə qədim dövrlərdə iri ticarət və sənətkarlıq mərkəzi kimi tanınmış Şəki şəhəri yerləşir. "Yuxarı Baş" Tarix-Memarlıq Qoruğu, Kiş məbədi, İsfahan, Təbriz, Ləzgi karvansaraları, Gələsən-görəsən qalası və b. (Şəki), qədim qalalar (Qax, Zaqatala), Zaqatala DTQ, İlisu DTQ və b. bu bölgənin maraqlı turizm obyektlərindəndir. Şəki karvansara hotelləri, "Səadət", "Marxal" istirahət zonaları (Şəki), "Sahil", "Çənlibel" istirahət mərkəzləri, Qafqaz dağ-turist bazaları (Qəbələ), "İlisu", "Şəfa" pansionatları (Qax) və "Gülüstan" turist bazasında (Zaqatala) turistlərə xidmət göstərilir.

**Şamaxı-İsmayılı turizm bölgəsi** Bakı-Abşeron, Şəki-Zaqatala turizm bölgələri arasında yerləşir. Bakı-Balakən turist marşrutu bu bölgədən keçir. Böyük Qafqaz dağlarının cənub-şərq yamaclarında yerləşən, füsunkar təbiətə malik bölgənin turizm ixtisaslaşması istirahət, idman, dərkətmə istiqamətindədir. Şirvan DTQ və MP, Pirqulu DTQ bu bölgədədir. Şamaxıda Cümə məscidi, Gülüstan və Buğurt qalaları, səkkizbucaqlı Şahixəndan (Şaxəndan), Yeddi günbüz, Pirmərdəkan, Diribaba türbələri, Astrofizika Rəsədxanası, İsmayılıda qədim qalalar, Lahıç Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu kimi maraqlı turist obyektləri vardır. "Fortuna" dağ-turist bazası və b. istirahət mərkəzləri açılmışdır.

**Gəncə-Qazax turizm bölgəsi** Azərbaycanın qərbində, Bakı-Qazax turist marşrutunun üstündə yerləşir. Turizm ixtisaslaşması istirahət-müalicə, dərkətmə istiqamətindədir. Əlverişli iqlim şəraitinə malik dağ-meşə landşaftı, mineral su ehtiyatları ilə zəngin bölgə turizmin inkişafı baxımından perspektivlidir. Nizami Gəncəvinin məqbərəsi, Cümə məscidi, İmamzadə tikililər kompleksi, Şeyx İbrahim

məqbərəsi, karvansara və s. Gəncənin maraqlı turizm obyektləridir. Böyüklüyünə və iqtisadi əhəmiyyətinə görə respublikanın ikinci şəhəri olan Gəncənin cənubunda dəniz səviyyəsindən 1556 m yüksəklikdə yerləşən Göygölün ətrafında Göygöl və Hacıkənd istirahət zonaları, Göygöl DTQ yaradılmışdır. Beynəlxalq əhəmiyyətli Naftalan kurortu bu bölgədə yerləşir. Qazax rayonu tarixi-memarlıq abidələri ilə zəngindir. İbtidai insanların yaşayış məskənləri olan Aveyadağ mağaraları maraqlı təbiət abidələridir. Mingəçevir şəhərinin yaxınlığında qədim arxeoloji kompleks yerləşir. Şəhərdə respublika əhəmiyyətli avarçəkmə bazası var. Gəncə şəhərindəki "Gəncə", "Kəpəz" mehmanxanaları və "Lüks" hotelində turistlərin istirahəti üçün hər cür şərait yaradılmışdır. Gəncədə Olimpiya idman kompleksi tikilmişdir. Bölgədə idman turizmi inkişaf etdirilir.

Regionların turizm xidmətinin inkişafında **Qarabağ regionu** işğalla əlaqədar iflic vəziyyətdədir.

**Naxçıvan turizm regionu** xidmət sahəsində fərqləndirilir. Bu regionun nəqliyyat, rabitə, yerləşdirmə, yeyinti və digər xidmət sahələri yüksək inkişafı ilə fərqləndirilir. Region öz sosial-iqtisadi həyatını blokada vəziyyətində davam etdirir, lakin buna baxmayaraq, regionda turizm xidməti uğurla inkişaf etdirilir. Belə ki, bu region da öz turizm potensialı ilə zəngindir: Regionun əsas nəqliyyat vasitəsi hava nəqliyyatıdır. Muxtar Respublikada beynəlxalq səviyyəli hava limanı fəaliyyət göstərir. Qeyd edək ki, bu region əsasən müalicə turizminə görə fərqləndirilir. Regionda yerləşən "Duz dağ" "Darı dağ" müalicə kompleksləri xarici turistlərin axını ilə fərqləndirilir. Həmçinin burada yerləşən "Əshabi-kəhf" ziyarətgahı dünya müsəlmanların ziyarət etdiyi məkanlardandır. Digər tərəfdən "Batabat" adlanan ərəzi turizm xidməti üçün idealdır. Gəmiqaya təsvirləri və türbələr bu regionun tarixi turizm xidməti üçün əsas potensial ərəziləridir.

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.

Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün geniş imkanlar yaradılır və turistlərə xidmət yüksək səviyyədə təşkil olunur.

Turizmin inkişafı üçün yeni Dövlət Proqramı hazırlanır. Bu proqramda turizm üçün lazımi infrastrukturun yaradılması, mövcud infrastrukturun inkişafı, turizmin müxtəlif sahələrinin genişləndirilməsi nəzərdə tutulur.

## **2.2 Turizm potensialı və onun qiymətləndirilməsi**

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün potensial həddindən artıq çoxdur. Regionlarda həm təbiət, həm də mənzərə cəhətdən əlverişli şərait mövcuddur. Azərbaycanda turizm xidmətlərinin səviyyəsi yüksək olmadığı üçün turistlər istirahətə yox, əsasən Azərbaycanla tanış olmaq üçün səyahət turlarına gəlirlər. Turistlərin 99 faizini Azərbaycanın tarixi, musiqisi, incəsənəti, təbiəti, folkloru, adət-ənənəsi daha çox maraqlandırır. Turistlərin əsasən yalnız səyahət turları üçün Respublikamızı seçmələrinə əsas səbəb ölkəmizdə xidmət səviyyəsinin dünya standartlarına uyğunşunsuzluğu, eyni zamanda Xəzər dənizinin ekoloji cəhətdən təmiz olmaması ilə bağlıdır. Xidmət sahəsində çalışan insanlar hələ beynəlxalq standartlara tam cavab vermirlər. Bu da ondan irəli gəlir ki, sovet dövründən sonra ölkəmizdə sözügedən sahə üzrə mütəxəssis hazırlayan institut və ya kurs yaradılmayıb. Azərbaycanda bu işlərə indi-indi başlanılır. Ölkəmizə istirahətə gələnlərin sayının azlığını çox vaxt xidmətlərin səviyyəsinin aşağı olması ilə izah etsələr də, bu daha çox rəqabətin zəif olması ilə əlaqədardır. Ümumiyyətlə, sivil ölkələrin hamısında turist şirkətləri, otellər, sahibkarlar bir-birləri ilə xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsi sahəsində rəqabət

aparırlar. Belə ki Azərbaycanda bu və bu tip məsələlərin həlli ilə turizm müəssisələri məşğul olur. Beləliklə aşağıda turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin mülkiyyət növünə görə siyahısı verilib. Cədvəl-2-yə diqqət yetirək.

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin mülkiyyət növünə görə sayı.

Cədvəl-3

vahid

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Müəssisələrin sayı</b>	<b>96</b>	<b>117</b>	<b>123</b>	<b>124</b>	<b>126</b>	<b>141</b>	<b>170</b>	<b>197</b>
ondan:								
dövlət mülkiyyəti	3	4	3	2	2	2	2	3
qeyri-dövlət mülkiyyəti	93	113	120	122	124	139	168	194
o cümlədən:								
xüsusi	88	108	115	116	119	135	161	187
xarici	3	3	3	3	3	3	3	4
birgə	2	2	2	3	2	1	4	3

Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi 2014.

Cədvəldən də göründüyü kimi, turizm müəssisələrinin sayı hər il artımla müşahidə olunur. Belə ki turizm müəssisələrinin ümumi sayı 2006-2013-cü illər ərəfəsində 96-dan 197 yə yüksəlməklə 105% artım nümayiş etdirmişdir, ölkə iqtisadiyyatında inkişaf sığrayışı fonunda hətta 2002-2008-ci illəri əhatə edən bundan əvvəlki dövr üzrə isə bu say 39-dan 123 vahidə qədər dəyişməklə, 215% dinamik artım müşahidə edilmişdir və bu müəssisələrin əksəriyyəti qeyri-dövlət mülkiyyətindədir: 2013-cü ildə bu sahədə mövcüd 197 müəssisədən 3-ü dövlət mülkiyyətində, 187-si xüsusi, 4-ü xarici, 3-2 birgə mülkiyyətdə qeyri dövlət mülkiyyətində qeydə alınmışdır. Bu göstərici - real rəqabət mühitinin mühüm göstəricisidir.

Digər tərəfdən Azərbaycanın turizm sektoru təbii mənzərələr, mədəniyyət ocaqları və müasir turizm kompleksləri baxımından zəngin

imkanlara sahibdir. Yayda istirahət etmək üçün ən yaxın yerlər dəniz qıraqları örtən meşələrlə və gözəl plajlarıyla Xudat-Yalama zonası, Abşeron və Lənkərandadır. Bu zonaların çimərliklərində suyun istiliyi 5 aydan artıq ortalama 22-26 dərəcə olduğuna görə, tətill mövsümü burada daha uzun müddət yaşanır. Qış idmanları və dağ idmanları üçün ən gözəl və cəzbedici yerlər Şamaxı və Qusardır. Lisenziyaya sahib isəniz, bir çox meşə heyvanı və quşları ovlaya bilərsiniz. Müntəzəm bir qoruq olan Qızılağac qoruğunu qış aylarında sayca 1 milyondan artıq 2 min cür quş ziyarət edir. Bu qoruqda yabani heyvan və quşların şəkillərini çəkə bilərsiniz. Azərbaycanda bir çox xəstəliyə təbii şifa gətirən şəfalı yerlər, istirahət zonaları və şəfalı sular da mövcuddur. Bir çox mineral suların çıxdığı yer hal hazırda turizm mərkəzi halına çevrilmişdir. Mineral resurslar baxımından çox zəngin yer Naxçıvandır. Bundan başqa Azərbaycanda dünyanın başqa heç bir yerində olmayan şəfalı ağ Naftalan nefti də vardır.

Bakı və Abşeron yarımadası, Naxçıvan, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Lənkəran-Astara zonaları, Şirvan və Gəncəbasarın tarixi yerləri Azərbaycana gələn turistlər üçün diqqət çəkən yerlərdir. Bu zonaların gözəl təbiəti, bir çox tarixi abidələri, etnoqrafik fərqlilik, heyranedicili yerli sənətkarlar Azərbaycanı ziyarət edən qonaqlara böyük təsir bağışlayacaqlar.

Bundan başqa regionda isə turizm mərkəzlərinin açılması da turizm xidmət sahəsinin inkişafına xidmət edən işlərdəndir. Belə ki bu zərurət regionlarda olan turizm potensialı ilə əlaqədardır. Buna təbii landşaftın müxtəlifliyi maddi mədəniyyət və tarixi-memarlıq abidələrinin böyük imkanlar yaradır. Respublika turizm sisteminin məkan həllinin əsas məsələlərindən biri turizm ehtiyatlarının mərhələlərlə mənimsənilməsi turizm rayonlarının və bu rayonlarda iri turizm komplekslərinin təşkil edilməsidir. Turizm kompleksləri

iqdisadi cəhətdən əlverişli olmaqla bərabər saxlanması və lokal turizm rayonlarının yaradılması vacibdir. Turizm rayonları sosial-iqdisadi yüksəliş nəticəsində istər plan istərsə də funksional struktur baxımından dəyişə bilər. Dəyişilməz qalan yalnız ərazilərdir və bu təbii mühitin sabit amilləri – yüksək zonalıq, mürəkkəb relyef və regionlarda iqlimin xüsusiyyəti ilə bağlıdır. Zonal fərqlər turizm də olan sənayesinin inkişafına qurğuların memarlığına, yaşayış mərkəzlərinin planlaşdırılmasına, turizm obyektlərinin yerləşdirilməsinə birbaşa təsir edir.

Ümumilikdə bu zaman diqqət zonal marşrutlara yönəldilməlidir. Əsas marşrutlara – Bakının turizm kompleksi, Abşeronun turist istirahət kompleksi Lənkəran subtropik zonası və dağ səyahətləri ilə yanaşı, Xəzər dənizindən istifadə də yaddan çıxarılmamalıdır. Proqramda 7 rayon -ərazi turist marşrutu müəyyən edilib: Abşeron-Qobustan, Şamaxı-Zaqatala, Qusar-Siyəzən, Gəncə-Mingəçevir, Lənkəran-Astara, Kəlbəcər-Qarabağ turizm rayonları və Naxçıvan turizm zonası.

Hər bir bölgənin öz xüsusiyyəti var. Abşeron-Qobustan turizm rayonu çox profillidir. Aktiv mənimsənilməsinə baxmayaraq buranın turizm ehtiyat mənbələri tükənməyib. Abşeron arxipelaqı adalarından sualtı turizm kruiz turizminin inkişafı üçün istifadə etmək olar. Abşeron milli parkının Qobustan qaya təsvirlərini böyükdaş Kiçikdaş dağlarındakı Yazılıtpə yüksəkliyindəki və Cigirdağdakı tarixi abidələri palçıq vulkanlarını xarici turistlərə elə üz turistlərimizə də hələ lazımınca tanış deyil. Şamaxı-Zaqatala turizm rayonunda Çuxuryurd Pirqulu Lahic Basqal kimi kurort-rekreasiya yerləri var. İndi Pirquludakı Fortuna turist bazasında rahat kotteclərdə istirahət edənlər atla gəzintiyə də çıxırlar. Bu zonada yaz-yay turizmi öz yerində qar örtüyü dayanıqlı və uzunmüddətli olduğundan turizmin dağ növlərinin təşkili də

mümkündür. Şəki, Qax, Zaqatala rayonları alpinizm dağ xizək idmanı baza və müəsisələrin yaradılmasından ötrü bütün təbii-rekreasiya amillərinə malikdir. Onların landşaft-iqlim şəraiti turist istirahət şəbəkəsini daha da genişləndirməyə imkan verir. Qusar-Siyəzən turizm rayonu özünün təmiz havası dənizə yaxınlığı və meşə örtüyü ilə seçilir. Qalaaltı sanatoriyası Çıraqqala tarixi-memarlıq abidəsi və Altıağac Milli parkı ilə məşhurdur. Laza kəndinin ətrafında salınmış Suvar dağ turist bazası burada turizmin daha da inkişaf etdirilməsinə kömək göstərəcək. Əgər sərmayə qoyulsa yerli və xarici turistlər Qəçrəş istirahət zonasından il boyu yararlana bilərlər. Nümunə üçün uzağa getmək lazım deyil Quba və Qusar arasındakı meşədə Lond Forest inglis dağ turist bazasında olmaq kifayətdir. Gəncə-Mingəçevir turizm rayonunda Naftalan kurortunun şöhrəti özünə qaytarmaq onu beynəlxalq turizm və müalicə mərkəzinə çevirmək günün zəruri tələbidir. Göygöl turizm zonasının müalicə və turist istirahət imkanlarından geniş istifadə olunmasının təmin etmək lazımdır. Lənkəran-Astara turizm rayonunun meşə masivləri qumlu çimərlikləri mineral su bulaqları turistlər üçün çox cəlbedicidir. Şirvan Milli parkına tarixi-park statusu verilməsi ilə burada Qızılağac qoruğundan və Hirkan Milli parkından – Xəzər dənizinin sahillərindən zəngin fauna və floralı Talış dağlarına qədər geniş bir ərazidə ekoturizm inkişaf etdirilə bilər. Unikal turist-rekreasiya ehtiyatları olan Naxçıvan turizm zonasından əsrlər boyu böyük karvan yolu keçib hər sivilizasiya buranın memarlığında və mədəniyyətində öz izini qoyub. Belə təkraredilməz mədəni irsə müxtəlif landşafta malik Naxçıvanda turizmin hərtərəfli inkişafına yalnız Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra başlanıb. Ordubad Milli parkı sıx meşələr mənzərəli dağlar subalp çəmənliklər soyuq mineral su bulaqları sonalı göllər Naxçıvançayın yuxarı axarlarını turist sağlamlıq mərkəzinə çevirməyə turizmin su idmanı növləri inkişaf etdirməyə əsas verir. Şahbuz rayonunda qış idman

turizmini ekoturizmi inkişaf etdirmək məqsədə uyğundur. Burada çoxlu istifadəsiz kənd evləri var turistləri orada yerləşdirməklə dağ çaylarına və göllərinə Badamlı termal bulaqlarına Biçənək meşə zonalarına piyada və atla gəzintiyə çıxarmaq olar. Ölkəmizdə ən səfalı guşələri gözəl istirahət yerləri bu zonadadır. Şuşa Kiçik Qafqazın dağ-iqlim kurortları arasında xüsusi yer tutur. Həmişə turist istirahət mərkəzi kimi tanınıb. Kəlbəcərin İstisuyunun tayı-bərabəri yoxdur. Burada və Qoturlu su mənbəyində sanatoriya müalicəsindən əlavə turistlər il boyu istirahət edə, qış idman oyunları alpinizmi ilə məşğul ola bilərlər. Lakin Kəlbəcər və bütövlükdə Qarabağ subregionu bu gün erməni qəsbkarlarının əlində olduğundan problemin həlli imkan xaricindədir.

Ümumiyyətlə Azərbaycanın bütün bölgələri turizm üçün əlverişli və tarixi cəhətdən zəngindir, amma xarici turistlərin diqqətini ən çox cəlb edən bölgələr şimal və son zamanlar inkişaf etməkdə olan cənub bölgəsidir. Burada yeni ən yüksək səviyyəli mehmanxanalar tikilmişdir və həm yerli həm də xarici turistlərin sevimli tətilliyi AB Standart şirkətlər qrupuna daxil olan Lənkəran şəhərində yerləşən 4 ulduzlu AB Qala otelini qeyd etmək olar.

Turizm sektoru çox geniş bir sahədir. Yəni tikilən hər bir mehmanxana və mehmanxana kompleksində yüzlərlə insan çalışır. Bu da işsizliyin aradan qaldırılmasında öz təsirini göstərir. Son üç ildə mehmanxana və mehmanxana tipli komplekslərin sayı iki dəfə artmışdır.

Ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün bu sahədə ən mühüm addım kimi yenə də prezident Heydər Əliyevin 16 iyun 2003-cü il tarixli sərəncamı ilə Şahbuz Dövlət Təbiət Qoruğu və akademik Həsən Əliyev adına Ordubad Milli Parkının yaradılmasını göstərmək lazımdır. Bu ərazilərin ekoloji təmiz ab-havası, şəffaf suları, bol meyvə bağları, iti axan dağ çayları, zəngin vəhşi fauna və florasının indiki və gələcək nəsillərin rifahı naminə qorunub



saxlanması və onlardan turizm məqsədilə istifadə olunması üçün qəbul edilmiş olan bu qərar ümumilli liderimiz Heydər Əliyevin ölkəmiz üçün etdiyi xidmətlərin yalnız bir hissəsidir. Bundan sonra isə irəlidə duran vəzifə dövlətimizin dəstəyi ilə əhatə olunmuş sahibkarların və işgüzar kənd əhalisinin həmin resurslardan turizm məqsədilə səmərəli istifadə etməsidir.

Bir faktı qeyd etmək lazımdır ki, xidmət sahəsində çalışan insanlar hələ beynəlxalq standartlara tam cavab vermirlər. Bu da ondan irəli gəlir ki, bu vaxta qədər bu sahədə çalışacaq mütəxəssislər hazırlamaq üçün bizdə tədris müəssisəsi olmayıb. Bu çətinliyi aradan qaldırmaq üçün Türkiyənin turizm nazirliyi və TİKA adlı beynəlxalq təşkilatın köməyi ilə turizm şirkətlərinin idarə olunması və xidmət sahəsində çalışanlar üçün təlim kursları təşkil olunmuşdur.

Turizm sahəsində xidmət etmək çox məsuliyyətli bir işdir. Əcnəbi turistlər çox həssas olurlar. Onlar xidmətin səviyyəsinə ciddi fikir verirlər. Ona görə də hava limanından başlayaraq, mehmanxana yerləşənədək xidmətin səviyyəsi çox yüksək olmalıdır. Bu həm də növbəti il daha çox turistin ölkəmizə gəlməsinə səbəb olur. Eyni zamanda xalqımız, millətimiz haqqında əcnəbilərdə yaxşı təsəvvür formalaşır. Belə ki bu sahədə dövlət səviyyəsində işlər həyata keçirilir. Turizm xidmət sahəsində həyata keçirilən tədbirlər dövlət proqramı çərçivəsindədir. Dövlət Proqramının həyata keçirilməsi turizmin inkişafına böyük təsir edəcəkdir.

### **2.3 Turizm perspektivində dövlət siyasəti**

Turizm iqtisadiyyatı dövlət tərəfindən idarə olunur, onun fəaliyyəti tənzimlənir, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına və əhalinin rifah halına müsbət təsir

göstərir. Respublikamızda turizm iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- Hüquqi- normativ sənədlərin tərtibi ,fasiləsiz təhsil sisteminin həyata keçirilməsi və ixtisaslı turizm kadrlarının hazırlanması;
- Turizm sahəsində dövlət siyasətinin həyata keçirilməsi və onun inkişafında hüquqi bazanın yaradılması,dövlətlərarası əməkdaşlığın vahid formasının hazırlanması;
- Turizmlə məşğul olan istehlakçıların hüquqlarının qorunması, dünya standartlarına uyğun statistik sistemlərə keçilməsi ,informasiya şəbəkəsi, reklam işini sürətləndirmək,dünya turizm bazasında milli turizm məhsullarının satışının təşkili və s.;
- Turizm təşkilatlarının fəaliyyətini əlaqələndirən koordinasiya mərkəzi yaratmaq və s.;

Azərbaycanda turizm sahəsi üzrə dövlət siyasətini həyata keçirən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turizm sahəsində beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirir. Azərbaycan Respublikası hökuməti ilə 16 ölkə – Türkiyə, Pakistan, Özbəkistan, Qırğızıstan, Çin, Polşa, İtaliya, Gürcüstan, Ukrayna, Rumıniya, Bolqarıstan, Belarus, Yunanıstan, Moldova, Qazaxıstan və Qətər hökumətləri arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında sazişlər imzalanıb. Azərbaycan bir sıra beynəlxalq və regional təşkilatlarda, o cümlədən Ümumdünya Turizm Təşkilatı, İslam Konfransı Təşkilatı, İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, Beynəlxalq İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, Qara dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı, GUAM, MDB üzv dövlətlərinin Turizm Şurası və digər regional təşkilatlar ilə turizm sahəsində əməkdaşlıq edir. 2006-sı il İslam Konfransı Təşkilatının turizm nazirlərinin V Konfransının Azərbaycanı keçirilməsi və Turizm üzrə Bakı Deklorasiyasının

qəbul olunması Azərbaycanca turizm sektorunun inkişafı, infrastrukturun dünya standartları səviyyəsində qurulması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Son illər beynəlxalq turizmin inkişafı, respublikamızda turizm şirkətlərinin və mehmanxanaların sayının artması, ölkəmizdə turizm sektorunun dünya standartlarına uyğun səviyyədə inkişaf etdirilməsi Azərbaycanın dünya turizm bazarına inteqrasiyası istiqamətində aparılan ardıcıl işlərdəndir.

Respublikamızda 28 dövlətin səfirlik və diplomatik nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Bakı şəhərində 20 aviakompaniyanın, 35 bank və 21 sığorta şirkətlərinin xidmətlərindən istifadə olunur. Son illər ərzində turizm sahəsində sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məqsədilə bir sıra normativ-hüquqi sənədlər qəbul edilmişdir. 2001-ci ildə ölkədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin sayı 18 olduğu halda, bu gün onların sayı 250-dən artıqdır. Azərbaycanda mehmanxanaların sayı 2001-ci ildə 149, 2002-ci ildə 173, 2003-cü ildə 203, 2004-cü ildə 233, 2005-ci ildə 266, olduğu halda, bu gün Azərbaycanda 300 mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşdirmə obyektləri mövjudur. Mehmanxanaların xidmət səviyyəsinin öyrənilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun qiymətləndirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı ilə «Turist-ekskursiya xidmətinin sertifikatlaşdırılması»nın keçirilməsi qaydaları təsdiq edilmişdir. Bu qaydalara əsasən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən ölkəmizdə fəaliyyət göstərən mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşdirmə obyektlərinin təsnifatı aparılır. Bu günə qədər 39 mehmanxana – Bakı şəhərində 25, digər şəhər və regionlarda 14 mehmanxana təsnifatdan keçmişdir və göstərdikləri xidmətə uyğun dərəcələrə layiq görülmüşlər.

Azərbaycanda mütəmadi olaraq beynəlxalq tədbir və toplantıların keçirilməsini, respublikaya turist səfərlərinin ildən-ilə artımını nəzərə alaraq mehmanxanaların ilboyu istismarı beynəlxalq standartlara uyğun təmin olunur.

Ölkənin regionlarında turist zonalarının və marşrutlarının təşkil edilməsilə bağlı 7 marşrut istiqamətində proqramlar hazırlanmışdır. Bu marşrutlara aşağıdakılar daxildir:

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-Julfa-Babək

Turizm fəaliyyətinin ərazi təşkili ərazinin təbii-rekreasiya sərvətlərinin mövjudluğu şəraitində mümkün olur. Bu sərvətlərin dəyəri və ehtiyatlarından asılı olaraq, müxtəlif səviyyəli kurortların təşkilindən danışmaq olar. Bunların hər birinə hazırlıq səviyyəsi, sənədlərin təsdiqi və qərarların qəbulu xasdır. Burada təbii müalicəvi sərvətlərin axtarılması və ekspert qiymətləndirilməsi, iqlimin müalicəvi xüsusiyyətləri haqqında məlumatın olması ilk addım ola bilər. Qeyd edək ki, ərazinin turist rekreasion sənədlərinin hazırlanması işinin təşkilinin sifarişçisi qeyri-dövlət və kommersiya strukturları ola bilər. Lakin müvafiq dövlət orqanların ijasəsi ilə ilk növbədə aşağıdakı sənədlər hazırlanmalı və müzakirə edilməlidir:

- ərazinin təbii-rekreasiya amillərinin keyfiyyəti haqqında elmi nəticələr;
- təbii-rekreasiya sərvətlərin ehtiyatı haqqında ekspert nəticə;

- müaliyə-sağlamlıq zonası, ərazisinin və onun hüdudları daxilindəki təbii sağlamlıq sərvətlərinin vəziyyəti haqqında dövlət ekologiya və sanitariya-epidemioloji ekspertizanın nəticələri;

- profil dəyişmə, yerdəyişmə və bağlanması lazım olan təbii-rekreasiya ərazisi hüdudlarında yerləşən sənaye, kənd təsərrüfatı və başqa müəssisələrin siyahısı;

- ərazinin topoqrafik planı, onların istehsalçıları haqqında məlumatlar.

Sənədlərə müəyyən müddət ərzində Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin rayonlararası ekspert şöbəsi tərəfindən baxılır. Hökumət qərarının qəbulundan sonra texniki-təşkilati tədbirlər həyata keçirilir:

- ərazinin abadlaşdırılması;

- təbii-rekreasiya sərvətlərinin yenidən öyrənilməsi;

- sərhədlərin qoyulması və istehlak rejimi layihəsinin işlənilməsi;

- ərazidə sərvətlərin müəyyən olunması və vəziyyəti üzərində müşahidənin təşkili;

- ərazini əlverişli ekoloji və sanitariya-epidemioloji vəziyyətdə saxlamaq, təbiəti qorumaq işlərinin həyata keçirilməsi.

Turizmin ərazi təşkili zamanı bu əraziyə aşağıdakılar aid olmalıdır:

- bir və ya bir neçə unikal təbii-müaliyəvi sərvətlərə malik olmalıdır;

- bu sərvətlərin lazımi ehtiyatına malik olmalıdır;

- kurort tikintisi üçün geniş və münasib sahəyə malik olmalıdır;

- ekoloji və sanitariya-epidemioloji normalara uyğun gəlməlidir;

- digər texniki təchizat mənbələrinə malik olmalıdır.

Daha sonra təbii-rekreasiya zonasının fəaliyyətdə olan zonaya çevrilməsi prosesi gedir. Məhz bu mərhələdə investorların maraqları reallaşır. Bura aşağıdakı mərhələlər daxildir:

1. Ərazinin planlaşdırılması və sanatoriya-kurort sahəsinin inkişafı nəzərə alınmaqla, turist-rekreasiya və kurort kompleksinin baş planı hazırlanır.

2. Cəlb olunan investisiyalar, büdcə, qeyri-büdcə vəsaitləri hesabına istirahət müəssisəsi və obyektlərinin iş layihəsi və tikintisi başlanır.

3. Ərazinin əhəmiyyətli turist-kurort zonası kimi tanınması haqqında sənədlər hazırlanır:

- fəaliyyətdə olan turist-kurort obyektlərinin siyahısı;
- təbii-müalicə sərvətlərinin vəziyyəti haqqında balneoloji və onların ehtiyatları haqqında ekspert nəticələri;
- təbii müalicəvi və başqa təbii sərvətlərin, ərazinin vəziyyəti haqqında dövlət ekoloji və sanitariya-epidemioloji tədqiqatların nəticələri.

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.

Bu nəticələrə əsasən dövlət əsas prioritet inkişaf istiqaməti kimi turizm xidmət sahəsini seçmişdir. Bu sahədə çoxlu dövlət tədbirləri görülmüşdür və davamı gözlənilir. Belə ki görülməyəcək tədbirlərin əsasında Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı durur Dövlət Proqramı ölkədə turizmin rastlaşdığı problemlərin həll edilməsi və turizm sahəsinin daha da inkişaf etdirilməsinin təmin edilməsi üçün hazırlanmışdır. Dövlət Proqramının başlıca məqsədi Azərbaycanda yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə

cavab verən müasir turizm sahəsinin formalaşdırılması və onun ölkə iqtisadiyyatının əsas inkişaf dayaqlarından birinə çevrilməsinin təmin edilməsidir. Bu məqsədə nail olunması aşağıdakı əsas vəzifələrin həllini nəzərdə tutur:

- ölkədə turizm infrastrukturunun yüksək beynəlxalq tələblər səviyyəsində qurulmasına istiqamətlənmiş məqsədyönlü fəaliyyətin həyata keçirilməsi;
- daxili və xarici investisiyaların turizm sahəsinə cəlb edilməsi məqsədilə bu sahədə təşviqləndirici investisiya və biznes mühitinin formalaşdırılması;
- turizm sahəsində qabaqcıl beynəlxalq təcrübədən istifadə edilməklə səmərəli dövlət tənzimlənməsi və idarə edilməsi mexanizmlərinin yaradılması;
- ölkənin turizm sahəsinin təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyət səviyyəsinin beynəlxalq standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi, dünya turizm xidmətləri bazarında ölkə turizminin rəqabət qabiliyyətinin artırılması.

Dövlət Proqramı aşağıdakı istiqamətlərdə məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- turizm sahəsində normativ hüquqi bazanın və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi;
- turizm və rekreasiya zonalarında müvafiq infrastrukturun yaradılması;
- ölkənin turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi;
- ölkənin bütün regionlarında turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması;
- turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi, yeni turizm marşrutlarının yaradılması;

- turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması məqsədilə mütərəqqi üsulların və standartların hazırlanması və tətbiq edilməsi;
- mehmanxanaların və digər turizm xidməti müəssisələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi;
- turizm sahəsi üçün kadr hazırlığı və ixtisasartırma sisteminin təkmilləşdirilməsi, xarici dövlətlərdə məqsədli təhsil üzrə layihələrin həyata keçirilməsi;
- Azərbaycanın milli-tarixi, mədəni və mənəvi irsinin, milli adət-ənənələrin dünyada təbliği, ayrı-ayrı regionların və şəhərlərin tarixini əks etdirən materialların nəşr etdirilməsi və yayılması, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiq edilməsi;
- milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının istehsalının və satışının təşviqi;
- turizmin inkişafı sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi.

Konkret layihələr çərçivəsində isə əsasən turizm xidmət siyasətində xarici investisiya siyasəti dayanır. Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 26 may tarixli göstərişi ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bu layihələr üzərində işləyir və yaxın gələcəkdə müsbət nəticələri gözlənilir. Layihələr aşağıdakılardan ibarətdir.

1. Qusar rayonu ərazisində “Şahdağ” Qış-Yay Turizm Kompleksinin daxili və xarici investisiyalar hesabına təşkili nəzərdə tutulmuşdur. Belə ki bu layihə üçün minimal kapital qoyuluşu 1 milyard ABŞ dolları daxili və xarici tələbatın həcmi (2005-2013) 20 milyon nəfər nəzərdə tutulmuşdur. İcra olunacaq coğrafi məkan Qusar rayonu Ləzə kəndi və Şahdağ ətəkləridir. Mütəxəssislərin rəyinə əsasən bu



ərazilər daxili və xarici turizm dağ-xizək növünün təşkili üçün münasibdir.

2. Siyəzən rayonu ərazisində Xəzər dənizi sahili boyu daxili və xarici investisiya hesabına turizm kompleksinin yaradılması nəzərdə tutulub. Bu layihə üçün minimal kəpiyal qoyuluşu 100 milyon ABŞ dolları daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon nəfər gözlənilir.
3. Lənkəran rayon ərazisində Xəzər dənizi sahili boyu və dağlıq ərazilərdə yeni turizm istirahət mərkəzinin yaradılması dağ idman növlərinin inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulub. Layihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 100 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək.
4. Gəncə şəhərində “Göy-göl” və Hacıkənd ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Layihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək.
5. İsmayılı rayonu ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Layihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək. Bu layihə sanatoriya-kurort və turizm bazarının yaradılması üçün münasibdir.

6. Zaqatala rayonu ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək. Bu laihə də həmçinin sanatoriya-kurort və turizm bazarının yardılması üçün münasibdir.
7. Şəki rayonu ərazisində analoji olaraq yuxarıda göstərilən 3 laihədəki kimi kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin daxili və xarici investisiya hesabına yaradılması nəzərdə tutulub. Laihə üçün kapital qoyuluşu daxili və xarici investorlar hesabına 50 milyon ABŞ dolları və həmçinin daxili və xarici tələbatın həcmi(2005-2013) 10 milyon manat təşkil edəcək.

Yuxarıda göstərilən 7 laihə ilə bağlı xarici investorların məlumatlandırılması üçün digər zəruri məlumatlar Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericilik aktlarını riayət etməkdən ibarətdir.

Ümumiyyətlə turizm xidmətinin bu xətlə inkişafı gələcək uğurlu turizm siyasətinin göstəricisidir və son olaraq "İqtisadiyyatı güclü olan ölkə hər şeyə qadirdir" sözlərini yada salmaq. Ümummilli liderimiz Heydər Əliyev məhz bu sözlərlə iqtisadi inkişafımızın əsas xəttinin göstərmiş, gələcək rifahımızın və düşmən üzərində qələbənin yolunu bizə göstərmişdir. Zamanın tələbi olaraq haqqında danışılan bu və bunun kimi məsələləri həll etməklə Azərbaycanı təkcə neft ölkəsi kimi deyil, həm də hər cür potensiala malik və dünyəvi inkişafa layiq olan bir sivil turizm ölkəsi olduğunu nümayiş etdirə bilərik.

### **III Fəsil: Azərbaycanda turizmin inkişafının əsas istiqamətləri**

#### **3.1 Azərbaycanda turizm xidmətinin keyfiyyəti**

Turizmdə keyfiyyət - bu sahənin inkişafının ən aktual problemlərindən biridir. Beynəlxalq turizm bazarında xidmət keyfiyyəti rəqabət üçün güclü silahdır. Müəyyən ölkələrin mehmanxanalarında, restoranlarında, xidmət bürolarında, turist

komplekslərində xidmətdən razı qalan turistlər onların fəal təbliğatçıları olurlar. Onların təkrarən bu yerlərə baş çəkməsi turist axınının artmasına və eyni zamanda turizm bölgəsinin şöhrətinin daha da yüksəlməsinə səbəb olur. Nəticədə xidmət keyfiyyəti turizmin iqtisadi səmərəliliyini artırır.

Bundan əlavə, yüksək xidmət keyfiyyəti, yüksək maddi imkanları olan müştərilərin cəlb olunması üçün mühüm zəmin yaradır, bu da öz növbəsində ölkəyə valyuta daxilolmalarının artmasında böyük rol oynayır, bir sıra malları ixrac etməsinin zəruriliyini azaldır və əhalinin istehlak etdiyi əşyalarla təchiz olunmasının yaxşılaşdırılması üçün şərait yaradır. Turizm - əhalinin istirahətinin təşkilinə böyük töhfə verir, onların sağlamlığının möhkəmlənməsində vasitəci rolunu oynayır.

Yüksək xidmətdən razı qalan turistlər sonralar olduğu yerlərin təbliğatçılarına çevrilirlər. Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, turistlərin böyük hissəsinin hər hansı bir ölkəyə və ya regiona gəlmələri, orada olan xidmət keyfiyyəti səviyyəsinin özləri tərəfindən qiymətləndirilməsinə əsasən və ya tanışlarının məsləhətlərinə görə baş verir.

Xarici turistlər qəbul olunan yerlərdə ixtisaslaşdırılmış turizm təşkilatları və digər sahələrə aid olan müəssisələrdə istehsal olunan xidmət və malların turistlər tərəfindən təbliği daha effektiv olur.

Turistlər üçün yüksək səviyyədə aparılan ekskursiyalar, onların gəldiyi yerlərin elm, təhsil, səhiyyə, sosial-təminat və digər sahələrdə əldə etdiyi nailiyyətlərlə daha da yaxşı tanış olmasına imkan yaradır.

Xarici turistlərinin ölkəyə cəlb edilməsi üçün Azərbaycanda bir sıra kompleks tədbirlər həyata keçirilməlidir. Belə ki, ilk növbədə mövcud qiymət və tariflər turistlər üçün optimal həddə endirilməlidir, yeni çarter aviareysləri açılmalıdır, əlavə investisiyalar yatırılmalıdır və s. Ölkənin mövcud turizm potensialından və bu

sektorda sahibkarların imkanlarından hələ yetərincə istifadə edilməyib. Problemlər Azərbaycanda istirahətin xarici ölkələrlə müqayisədə baha başa gəlməsi, xidmətin səviyyəsinin yüksək olmaması və ən əsası turist cəlb etmək üçün lazımi işlərin görülməməsi ilə xarakterizə edilir. Məsələn, Azərbaycanda otellərdə lüks şəraitli "VIP" nömrələrdə sutkalıq qiymət 1000 manatdan 2 min manata qədər dəyişir. Halbuki Amerikada 1 həftəlik səyahət bizim vətəndaşa gediş-gəliş xərcləri də daxil olmaqla 5-6 min dollardan artıq etmir. Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində istirahətin qiyməti 1500 dollardır. Şimali Kiprdə isə belə istirahət təxminən 1000 dollara başa gəlir. Türkiyədə Antalya kimi tanınmış turizm bölgəsində istirahət xərci 600-700 dollardır. Əcnəbilər Azərbaycana istirahətdən çox, səyahət etməyə gəlirlər. Azərbaycanda turistlərin ümumi sayında hər il artım müşahidə edilir. Hesablamalara görə, 2008-ci ilin altı ayı ərzində ölkəmizə 783 min nəfər xarici vətəndaş gəlib ki, onların da 70-90 faizi turist olub. Bu da 2007-ci ilin analoji dövrü ilə müqayisədə 200 min nəfər çoxdur. Əgər həmin il Azərbaycana 900 min turist istirahətə gəlibsə, 2008-ci ildə həmin göstərici bir milyonu ötüb. Ümumiyyətlə, 2002-ci illə müqayisədə iki dəfə artım müşahidə edilib. Turistlər daha çox cənub bölgəsinə üz tuturlar. Qeyd edək ki, Azərbaycanda ən çox sovet dövründən qalan turizm zonalarına - Nabran və Qubaya maraq daha çoxdur. Cənub bölgəsi turistlərin bugünkü zövqünə uyğun qurulub. Məsələn, Lerik rayonundakı istirahət bazası 2008-ci ilin yay mövsümündə bütün günləri dolu olub, turistlər burada böyük həvəslə istirahət ediblər. Eyni zamanda Masallı bölgəsində, Şamaxı, Şəki, Qaxda da bir çox irəliləyişlər var.

Əvvəlki illərlə müqayisədə Azərbaycanda son 5 il ərzində həm turist xidməti, infrastruktur sahəsində, həm də regionlardakı turizm xidmətinə uyğun olan əlavə sahələrin inkişafı ilə bağlı sahibkarların turizm fəaliyyətinə marağının artmasında çox böyük irəliləyişlər var. Eyni zamanda artıq Azərbaycanın turizm sənayesinə də xaricilərin investisiya qoymaq arzusu var. Həm dövlət, həm də Məniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən aparılan siyasət nəticəsində istər yerli sahibkarlar arasında, istərsə

də xaricdən investorların turizm biznesinə marağı artıb. Regionların sosial-iqtisadi inkişafı proqramı çərçivəsində Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində turizmin inkişafı ilə bağlı layihələr həyata keçirilib. Regionlarda turizmin inkişafı üçün potensial həddindən artıq çoxdur. Regionlarda həm təbiət, həm də mənzərə cəhətdən əlverişli şərait mövcuddur. Azərbaycanda turizm xidmətlərinin səviyyəsi yüksək olmadığı üçün turistlər istirahətə yox, əsasən Azərbaycanla tanış olmaq üçün səyahət turlarına gəlirlər. Turistlərin 99 faizini Azərbaycanın tarixi, musiqisi, incəsənəti, təbiəti, folkloru, adət-ənənəsi daha çox maraqlandırır. Turistlərin əsasən yalnız səyahət turları üçün respublikamızı seçmələrinə əsas səbəb ölkəmizdə xidmət səviyyəsinin dünya standartlarına uyğunşuzluğu, eyni zamanda Xəzər dənizinin ekoloji cəhətdən təmiz olmaması ilə bağlıdır. Xidmət sahəsində çalışan insanlar hələ beynəlxalq standartlara tam cavab vermirlər. Bu da ondan irəli gəlir ki, sovet dövründən sonra ölkəmizdə sözügedən sahə üzrə mütəxəssis hazırlayan institut və ya kurs yaradılmayıb. Azərbaycanda bu işlərə indi-indi başlanılır. Ölkəmizə istirahətə gələnlərin sayının azlığını çox vaxt xidmətlərin səviyyəsinin aşağı olması ilə izah etsələr də, bu daha çox rəqabətin zəif olması ilə əlaqədardır. Ümumiyyətlə, sivil ölkələrin hamısında turist şirkətləri, otellər, sahibkarlar bir-birləri ilə xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsi sahəsində rəqabət aparırlar. Azərbaycanda turizmin keyfiyyətinin yüksəldilməsi istiqamətində işlər həyata keçirilir.

Bildiririk ki, turistlərə göstərilən xidmətin səviyyəsinin yaxşılaşdırılması məqsədilə Bakı şəhərində və regionlarda fəaliyyət göstərən turizm xidməti obyektlərində çalışan nümayəndələr üçün mütəmadi olaraq Türkiyə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyindən dəvət olunan mütəxəssislər tərəfindən yemək-içmək servisi, mehmanxana idarəçiliyi və s. mövzularda tədris kursları təşkil edilir. Beləliklə turizmin keyfiyyəti müəyyən olunur və keyfiyyətinin yüksəlməsi istiqamətində işlər həyata keçirilir. Ümumiyyətlə turizmin keyfiyyətinin müəyyən edilməsi keyfiyyətinin artırılması qədər çətin prosesdir.

Belə ki turizm fəaliyyəti kompleks xarakterli olduğundan, xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi üzrə vahid göstəricinin müəyyən edilməsi çətinləşir. Bir sıra iqtisadi, təşkilati, texniki və digər xarakterli amillərin təsiri turizm fəaliyyətinin müxtəlif növlərində xidmət keyfiyyətinin eyni göstəricilərini qiymətləndirməyə imkan vermir.

Beynəlxalq turizmin çoxplanlı xarakteri xidmət prosesinin ümumiliyini, spesifikliyini və vahidliyini özündə birləşdirə bilən hər şeyi əks etdirən qiymətləndirmə dərəcəsinin tətbiq edilməsini nəzərdə tutur. Xidmət keyfiyyətinin hərtərəfli ifadəsi, onun ölçülməsinin çətinliyi nəzərə alınaraq bal (dərəcə) vahidi ilə qiymətləndirilir. Amma bunun da öz zəif cəhəti var. İlk öncə eyni kateqoriyalı turizm müəssisələri arasında böyük fərqlənmə olur; ikincisi, qiymətləndirmə zamanı özünü büruzə verən bəzi neqativ subyektiv amillər ortaya çıxmağa bilər. Üçüncüsü, xidmət personalının şəxsi keyfiyyəti və hazırlığı eyni səviyyədə deyil və s.

Belə ki mən bu diplom işində turizmdə xidmətin keyfiyyətinin göstərmək üçün Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm nazirliyinin sifarişi ilə "ERA" Marketing Center tərəfindən sentyabr 2008-ci ildə həyata keçirilmiş sorğunun nəticələrindən istifadə edəcəyəm.

Sorğu 18-55 yaşlı insanlar arasında keçirilmişdir. Cəmi 1000 respondentlə sorğu keçirilib. Respondentlərin bölgüsü aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

ZONA	İNTERVÜ SAYI	ŞƏHƏRLƏR
Bakı və Abşeron	280	Bakı şəhəri və Abşeron rayonu
Quba- Xaçmaz zonası	192	Quba Qusar Xızı Xaçmaz Siyəzən

Lənkəran zonası	180	Lənkəran Masallı Lerik
Şəki Zaqatala və Dağlıq Şirvan zonası	180	Şəki Şamaxı İsmayilli Qax Zaqatala Qəbələ
Gəncə-Qazax zonası	202	Gəncə Göy-göl Şəmkir Naftalan Gədəbəy Qazax Tovuz
Cəmi	1034	

Bəzi hesablamalarda faizlərin cəmi 100%-dən artıq ola bilər. Bunun səbəbi respondentin həmin suala 1 neçə vavab verməsidir.

Sorğunun nəticələrindən aşağıdakı nəticə əldə olənmişdir.

Azərbaycanın bütün zonalarında istirahət mərkəzləri haqda məlumat mənbəyi kimi dost tanış və ya qohumlardır. Şəki-Zaqatala və dağlıq Şirvan zonasında respondentlərin əksəriyyəti həmin istirahət mərkəzlərinə təsadüfən düşüb (17.2%).

Təklif olunan xidmətlərə gəldikdə zonaların hamısında ən çox istifadə olunan xidmət restoran xidmətidir. Bakı-Abşeron zonasında idman xidmətlərindən də geniş istifadə olunur (39.2%). Restoran xidmətləri ümumilikdə “yaxşı” qiymətləndirilir. Bakı-Abşeron zonası respondentlərinin əksəriyyəti çimərlik xidmətlərini “kafi” (40%) Quba-Xaçmaz zonasının respondentləri isə “yaxşı” (56.6%) qiymətləndirir. Bakı-Abşeron və Lənkəran zonalarında respondentlər daha çox təmizliyə riayət olunmasını təklif edirlər (muvafiq olaraq 14.3% və 20%). Şəki-Zaqatala və Dağlıq Şirvan respondentləri bağlı evlər (kotejlər) tikilməsini təklif edirlər (12.2%). Əyləncələrin təşkil olunmasını Gəncə-Qazax zonasının respondentlərinin əksəriyyəti təklif edirlər (23.3%). Başqa zonalardan fərqli olaraq Gəncə-Qazax zonasının respondentləri onların təhlükəsizliyinin lazımi səviyyədə olmadığını qeyd edirlər (51%).



Əlavə xidmətlərin təklifinə gəldikdə Bakı-Abşeron və Quba-Xaçmazda “çimərliklər” ən geniş yayılmış cavabdır(müvafiq olaraq 42.2% və46.9%).Lənkəran zonasında çətirlər və şezlonqlar əlavə olaraq təklif olunur(27.8%).Gəncə-Qazax vəŞəki-Zaqatala zonalarında isə respondentlərin əksəriyyəti heç bir əlavə xidmətin təklif olunmadığını qeyd edirlər(müvafiq olaraq 86.6% və71.7%).

Təklif olunan yeməklər və yəməyin verilmə tezliyi Gəncə-Qazax zonasından başqa qalan bütün zonaların respondentlərinin əksəriyyəti tərəfindən”yaxşı” kimi qiymətləndirilir. Lənkəran və Gəncə-Qazax zonalarında respondentlərin əksəriyyəti müştərilərin təhlükəsizliyinin “pis”təşkil olunmasını qeyd edirlər(müvafiq olaraq 32.8% və 50%).

Gəncə-Qazax zonasında respondentlərin çoxu istirahət mərkəzlərindən”çox məmnun” olduqlarını söyləyir(51.5%).Qalan zonaların respondentlərinin çoxu da bu fikirdə olduqlarını deyirlər.

İstirahət mərkəzlərinin zəif tərəflərinə tərəflərinə gəldikdə Bakı-Abşeron Şəki-Zaqatala və Gəncə-Qazax zonalarında respondentlərin çoxu zəif zəif tərəfin olmamasını qeyd edirlər(müvafiq olaraq22.9% 35% və 26.2%).Quba-Xaçmaz və Lənkəran zonalarında isə respondentlər əsasən təmizliyə riayət olunmadığını söyləyir(müvafiq olaraq 18.2% və25%).

Şəki-Zaqatala və Gəncə-Qazax zonalarının respondentləri istirahət mərkəzlərinin müsbət cəhətlərini dedikdə ən çox havanın yaxşı olmasını qeyd edirlər(25.6% və 49.5%).Mənzərəli və gözəl yer olduğunu ən çox söyləyənlər Quba-Xaçmaz və Lənkəran zonalarının respondentləridir(32.3% və25.6%).Bakı-Abşeron zonasının respondentləri daha çox komfortun yaxşı olmasını qeyd edirlər(16.1%).

Bütün zonalarda respondentlərin çoxu keyfiyyət baxımından xidmətləri “yaxşı” qiymətləndiriblər.Qiymət baxımından Quba-Xaçmaz zonasının respondentlərinin

əksəriyyəti “kafi” qiymətləndirdi(46.9%).Qalan zonaların əksər respondentlər bu xidmətləri “yaxşı” qiymətləndirdi.

Respondentlər arasında istirahət mərkəzlərində işçilərin davranışına olan münasibətinə gəldikdə ən geniş yayılmış cavab”yaxşı”-dır.Davranışdan razı olmayanlar xidmət səviyyəsinin zəif olmasından və işçilərin olmamasından gileylənir və bütün zonalarda əksəriyyət təşkil edir.Lənkəran zonasında xidmətdən razı qalanlar əsasən yaxşı xidmətin göstərildiyini qeyd edirlər(69.8%).Qalan zonalarda xidmət personalının mehriban güləruz mədəni olduqları qeyd edilir.

Zonaların hamısında istirahət mərkəzinin ətraf mühitə necə təsir göstərdiyini soruşulduqda respondentlərin çoxu heç bir zərər və xeyir vermədiyini söyləyir.İkinci ən geniş yayılmış cavab”xeyir verir” cavabıdır.Xeyir verdiyini düşünənlər Bakı-Abşeron və Quba-Xaçmaz zonasında ən çox yaşıl ağacların oksigen balansını tənzimlədiyini deyir(müvafiq olaraq 69.1% və 50%).Şəki-Zaqatala və Gəncə-Qazax zonalarında əksər respondentlərin verdiyi cavab budur: yaşıllıq var su təmizlənilir ağaclar qorunub saxlanılır(71.9% və 54.8%).Bütün zonaların əksər respondentləri zərər verən amilləri sadaladıqda zibilliklərin yaranmasını və ətraf mühitin çirklənməsini qeyd ediblər.

Lənkəran zonasının respondentləri istirahət mərkəzinin ətraf mühitə olan təsirini yaxşılaşdırmaq üçün daha çox təmizliyə riayət olunması təklifini irili sürmüşlər(36.7%).Qalan 4 zonada ənçox yaşıllıqların artırılması təklifi qeyd edilmişdir.Zibil qutuların çoxalmasını təklif edənlər də az olmayıb.Dənizi və qumu təmizləmək də respondentlərin təklifləri arasında olub.

Qeyd etməyə dəyər ki 3 zonada (Bakı-Abşeron-75% Lənkəran-78.95 və Şəki-Zaqatala-73.3%) respondentlərin əksəriyyəti istirahət mərkəzlərində avtonəqliyyatın insanları narahat etmədiklərini onların xüsusi dayanacaqlarda durduğunu qeyd

edir;Gəncə-Qazax və Quba-Xaçmazda isə narahat etmədiyini lakin kənar yerdə durmasını deyir(müvafiq olaraq 67.8% və 63%).

Lənkəran zonasının respondentləri xidmətlərin bütün standartlara uyğun gəlməsiylə əsasən nə razı nə də narazıdırlar(38.9%).Çəkilən xərclər göstərilən xidmətə nisbətən baha olması ilə Bakı-Abşeron və Quba-Xaçmaz respondentlərinin əksəriyyəti razı deyil (33.9% və 36.5%).Gəncə-Qazax zonasının respondentləri əsasən mərkəzin infrastrukturunun inkişaf etməməsi ilə tamamilə razıdır (36.1%).Lənkəran zonasından (27.2%) başqa bütün zonalarda əksər respondentlər mərkəzin sanitariya-gigiyena qaydalarına uyğun gəlmədiyini ilə razı deyil.Şəki-Zaqatala Dağlıq Şirvan Gəncə-Qazax və Quba-Xaçmaz zonalarında mərkəzin fərqli xidmət göstərməsi ilə razı deyil(müvafiq olaraq 34.4% 30.2% və 50%).

Ümumiyyətlə sorğunun nəticəsindən də məlum olduğu kimi Azərbaycanda turizm xidmətinin keyfiyyəti qənaət bəxşdir.Xidmətin səviyyəsini yüksəltmək üçün dövlət səviyyəli işlər həyata keçirilir.

Azərbaycanda da turizm xidmətini inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə müxtəlif dövlət proqramları hazırlanmışdır (2002-2005, 2008-2016). Əlbəttə ki, ixtisaslı kadrlar olmadan ölkəmizdə turizmin inkişafına nail olmaq mümkün deyil. Bu məqsədlə də 2006 cı ildə Azərbaycan Turizm İnstitutu yaradıldı. Bu gün ATİ öz fəaliyyətini uğurla davam etdirməkdədir və biz inanırıq ki, bu institutda hazırlanan kadrlar gələcəkdə turizm sənayesinin inkişafına öz töhvəsini verəcəkdir.

### **3.2 Azərbaycanda turizm xidməti sahəsində innovasiya siyasəti**

Innovasiya dedikdə yeniləşmə yeniliyin tətbiq olunması başa düşülür. Trizm xidmət sahəsində innovasiya dedikdə daha çox kompüterləşmə nəzərdə tutulur. Bu gün turizm sənayesi kompüterləşməyə keçib və ilk növbədə bu o deməkdir ki, kompüterləşmə turizm sənayesində bütövlüklə iş prosesini dəyişdirir və tədricən kompüterlərin vasitəsilə bütün mühüm məsələlər həll olunur. İkincisi, kompüterləşmə prosesi əlavə vəsait tələb edir və çox bahadır. Üçüncüsü, kompüterləşmə əməyi yüngülləşdirməyə xidmət edir. Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə, müxtəlif müəssisələrdə müxtəlif cür baş verir. Bu, ölkənin iqtisadi və turizm sənayesindəki vəziyyətindən, müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi, müəssisənin maliyyə durumunun və ixtisaslaşmış kadrların mövcudluğundan asılıdır.

Beynəlxalq turizmin təşkil olunmasında müasir səviyyəli informasiya texnologiyasının rolunun aydınlaşdırılması və tətbiqinin öyrənilməsi maraq doğuran məsələlərdəndir. Beynəlxalq turizmin inkişafında informasiya texnologiyasının rolu isə turizmin bir sıra səciyyəvi xüsusiyyətləri ilə daha da əhəmiyyətlidir. Bu, turizm xidmətinin daşılmaz olması, onun təşkil olunması üçün geniş informasiya-reklam tədbirlərinin aparılmasının vacibliyi və s. ilə izah olunur. Bundan başqa turizm biznesinin müəyyən dərəcədə mövsümi xarakter daşması, mövsümlərin qızgın çağında kütləvi turist tələbatının həddən artıq yüksəlməsi, turistlərin tələbatlarının ödənilməsi üçün turizm müəssisələrindən əlavə digər çoxlu sayda müəssisələrin də bu işə cəlb olunması da burada etibarlı və sürətli informasiya mübadiləsi zərurətini ortaya qoyur. Kompüter texnologiyasının və sürətli informasiya mübadiləsinin tətbiqi turizmin təşkilində aparıcı rola malik olan turopertorların fəaliyyətinə təsir edir.

Təşkilati cəhətdən istənilən turizm müəssisəsinin informasiya texnologiyaları ilə təchiz olunması ənənəvi olaraq qəbul edilən müəssisə ofisinin avtomatlaşdırılmasından əlavə yerli elektron şəbəkə və elektron sənəd dövriyyəsi, habelə yol biletləri və otel nömrələrinin əvvəlcədən sifariş olunmasına qədər istənilən

miqyyasda həyata keçirilə bilər. Əgər müasir səviyyəli informasiya texnologiyasının istifadə olunmasının struktur sxeminə nəzər salsaq, burada üç səviyyənin- müəssisədaxili, müəssisələrarası və interaktiv informasiya əlaqəsinin yaradılmasını misal göstərmək mümkündür.

Müəssisədaxili səviyyədə informasiya texnologiyasının tətbiqi turizmlə məşğul olan müəssisənin profilindən və işinin həcmindən asılı olaraq dəyişilə bilər. Burada əsas məsələ turizm xidmətinin göstərilməsi zamanı alınan informasiyanın qəbul edilməsi, işlənilib hazırlanması, və mühafizə olunmasıdır. Müəssisədaxili belə informasiyanın (mühasibat, marketinq və s.) işlənilib hazırlanması üçün müasir səviyyəli komputerlər, informasiyanın verilməsi və qəbul edilməsi üçün avadanlıqlar tələb olunur. Bundan əlavə turizm müəssisəsində tətbiq olunan digər elektron tipli informasiya texnologiyası və onların müəssisədaxili yerli şəbəkədə (intrenet) fəaliyyət göstərmək imkanının olması həmin müəssisənin struktur bölmələri arasında operativ əlaqə yaradılması, habelə mühafizə olunan informasiyaları əldə etmək üçün maneələrin ortadan qaldırılması baxımından çox əhəmiyyətlidir. İnformasiya texnologiyasının turizm biznesində tətbiq olunması müəssisələrarası şəbəkədə birgə istifadə formasında da geniş yayılmışdır. Bu cür informasiya şəbəkəsinin istifadə olunması ilə müəssisədə idarəetmə işlərini xeyli sadələşdirmək, turların təşkili prosesini təkmilləşdirmək, maliyyə əməliyyatlarının sürətli şəkildə həyata keçirmək mümkündür. Bu cür səviyyəli informasiya şəbəkəsinin yaradılması turizm agentlikləri, turopeatorlar və potensial müştərilər arasındakı əlaqələri sürətləndirib, turistlərin tələbatları ilə turizm müəssisəsinin iqtisadi mənafeələrinin ödənilməsi üçün şərait yaradır.

İnternetin turizm müəssisəsi üçün yaratdığı imkanları qısa olaraq aşağıdakı kimi göstərə bilərik:

- ✓ 365 gün, 24 saat operativ iş rejimi. Potensial əməkdaşların axtarılması.

- ✓ Müəssisənin ictimaiyyətlə aparılan əlaqələrinin yüksək keyfiyyətlə və sürətlə aparılması.
- ✓ Müəssisənin korporativ saytının yaradılması və onun İnternetdə yerləşdirilməsi.
- ✓ Şəbəkə marketinqinin tam sistrlmlə uğurlu şəkildə həyata keçirilməsi.
- ✓ Təklif etdiyi xidmətin «On-line» rejimi üzərindən satılması. Ərazicə uzaq olan müştərilərlə əlaqə yarada bilinməsi.
- ✓ Ucuz kommunikasiya vasitələri ilə əlaqəyə çıxış (elektron poçt, rəqəmli telefon, videotelefon, və s.)
- ✓ İnternetin köməyi ilə biletlərin satılması, otel nömrələrinin bronlaşdırılması.
- ✓ Səmərəli reklamın həyata keçirilməsi
- ✓ Elektron sərgilərdə, yarmarkalarda, sərgilərdə və s. iştirak. Uzaqdan qeyri-nəqd hesablaşmaların həyata keçirilməsi.

İnformasiya, onun etibarlı mübadilə vasitələri (İnternet, intranet və s.) turizm üçün niyə bu qədər vacibdir. Bu suala cavab vermək üçün turizm xidmətinin özünəməxsus xüsusiyyətlərini, turizm məhsulunun yaradılması, istifadə olunması zamanı qarşıya çıxan məsələləri araşdırmaq, turistlərin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Həmçinin internetdən turist müəyyən informasiyaların əldə edilməsi üçün də istifadə edir.

Potensial turistin İnternet vasitəsilə əldə edə biləcəyi informasiyaların üstünlüklərini qısa şəkildə qeyd edək:

- Məsafədən asılı olmayaraq istənilən turizm müəssisəsinin xidmətlərindən istifadə etmək.
- Öz marşrutunu müəyyənləşdirmək, nəqliyyat vasitələri və bilet qiymətləri haqqında məlumatlar almaq.
- Nəqliyyat vasitələrinə və otel nömrələrinə yerləri bronlaşdırmaq.
- İstifadə etdiyi xidmət və əmtəələrin haqqını ödəmək.
- İnternetin axtarma sistemlərindən istifadə etmək.
- Elektron poçtdan istifadə etmək.

İnternetin və informasiya vasitələrinin turizmdəki rolu müştəri cəlb etmə və turizm firmasının rəsmi üzüsü kimi qəbul olunur. Hər bir turfirmaların artıq rəsmi veb-saytı, poçt qutusu və s. var. Bir çox uzaqgörən rəhbərlər artıq başa düşürlər ki, internet tək-cə məlumat vasitəsi deyil, eyni zamanda müştəri cəlb etmə vasitəsidir. 1997-1998-ci illərdə internetə çıxış cəmi 1 idisə, 1999-cu ildən bu rəqəm 30-40, 2000-ci ildə bu rəqəm artıq 200-dən çoxdur.

Ümumiyyətlə yurfirmanın fəaliyyəti internetsiz mümkün deyil. İnternet faktiki olaraq bütün biznes proseslərində istifadə olunur. Hal-hazırda dünyada turist-internet layihələri mövcuddur. Bu layihəyə aşağıdakılar aiddir.

- Ümumi turizm saytı
- Qlobal bronlaşdırmanın xüsusi turizm saytları və portalları
- Turfirmaların saytları
- Turagentliklərin saytı
- Mehmanxana, otellərin saytı
- Səyahətçilərin xüsusi saytı

Ən əlverişli otel sifahişi və bronlaşdırılması məhz internet vasitəsilə mümkündür. Bu sistem “online bronlaşdırma” adlanır. Dünyanın əksər firmalarında istifadə olunur. 10 il bundan əvvəl tur firmalarının faksla işləmək verdiyi və internet texnologiyalarına olan inamsızlığı bu sistemdən istifadənin dərəcəsini aşağı salırdı. Lakin bugün bütün dünya online bronlaşdırma sistemindən istifadə edir. Bu sistemin fəaliyyətinin mühüm cəhətləri:

- Sistemin 24 saat fəaliyyət göstərməsi
- Hər zaman dəqiq və yeniləşən informasiya
- Turistlə operativ iş

Online bronlaşdırma zamanı təsdiqləməni gözləməyə ehtiyac yoxdur, məhz buna görə daha əlverişlidir.

Azərbaycan turizm saytının yaradılması ilk öncə ölkənin tarixi zənginliyini, əlverişli mövqeyini və ən əsas turizm üçün əlverişli mövqeyini əks etdirməlidir. Bundan başqa turizm firmasının fəaliyyətini, təşkil olunan turları, təşkil olunacaq turların ərazisi, iqlimi, təbiəti haqda məlumatların verilməsi mühümdür.

Respublikamızın turizm imkanlarını təbliğ etmək məqsədi ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi bir sıra tədbirlər həyata keçirir. Nazirliyin sifahişi ilə son beş il ərzində ölkəmizin turizm imkanlarını əks etdirən qırxdan çox reklam-çap məhsulları hazırlanmışdır. Bunlar: «Turistlər üçün məlumat» kitabçası, «Azərbaycan» açıqça dəsti, «Azərbaycanın otelləri», «Azərbaycanın tarixi və arxitektura abidələri», «Bakının teatr və muzeyləri» bukletləri, «Azərbaycan» və «Bakı» fotoalbomları, «İpək Yolu», «Xalçaçılıq» kitabçaları, Azərbaycanın, Şuşanın və Qarabağın turist xəritələri, «Azərbaycana Xoş Gəlmisiniz» CD diskisi və DVD formatda 10-20 dəqiqəlik filmlər. Qeyd olunan nəşrlər, CD və DVD-lər Azərbaycan, ingilis, alman, ərəb, yapon, və rus dillərində hazırlanmışdır.



Müasir dünyada İnternetin Yer kürəsinin istənilən nöqtəsinə qədər yayıldığını nəzərə alırıqsa potensial müştərilərin məhz bu şəbəkədən istifadə edərək öz istəkləri çərçivəsində seçimlərinin etdiklərini tamamilə təbii bir hal kimi qəbul etmək olar. Məsələnin populyarlığını başa düşən turizm firmaları ümumdünya şəbəkəsində təmsil olunam bilmək üçün özlərinin səhifələrini təqdim edirlər. İnternet hər bir müştəriyə (potensial turistə) yönəlmiş fərdi yanaşmanı təmin edir. Müasir dövrdə bütün dünya üzrə belə səhifələrin sayının 80 minə çatdığını göstərməklə məsələnin nə qədər populyar olduğunu bir daha göstərmək mümkündür.

Bu gün turizm sənayesi kompüterləşməyə keçib və ilk növbədə bu o deməkdir ki, kompüterləşmə turizm sənayəsində bütövlüklə iş prosesini dəyişdirir və tədricən kompüterlərin vasitəsilə bütün mühüm məsələlər həll olunur. İkincisi, kompüterləşmə prosesi əlavə vəsait tələb edir və çox bahadır. Üçüncüsü, kompüterləşmə əməyi yüngülləşdirməyə xidmət edir. Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə, müxtəlif müəssisələrdə müxtəlif cür baş verir. Bu, ölkənin iqtisadi və turizm sənayəsindəki vəziyyətindən, müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi, müəssisənin maliyyə durumunun və ixtisaslaşmış kadrların mövcudluğundan asılıdır.

Turizm sənayəsində kompüterləşmə prosesi başqa sahələrə nisbətən gec başlayıb. Bir çox sahələrdə kompüterləşmə 1960-cı ildə başlamışdır. Turizm sənayesi avtomatlaşdırma imkanlarından 1970-ci ilin əvvəlinədək geniş miqyasda istifadə etməirdi. Kompüterləşmənin gec tətbiq olunması turizm sənayesi müəssisələrinin daha az vəsaitlə daha mükəmməl kompüter texnologiyalarını almağa imkan verdi. Azərbaycan turizm sənayəsində isə kompüterləşməyə keçid 2000-ci illərdən başlamışdır. Bu sahədə uğurlu addımlar atılmasına baxmayaraq kompüterləşmə tam şəkildə həyata keçirilməmişdir.

Ümumdünya şəbəkəsindəki belə səhifələrin bəziləri çox böyük olub, istifadəçiyə-bizim misalda potensial turistə kommersiya xarakterli informasiyadan

əlavə, səyahətçi məsləhətləri, turizm mərkəzlərinə bələdçiliyi, görkəmli yerlərin foto və video təsvirləri, hava məlumatları, valyuta kursları, xəritə planlar haqqında məlumatlar verirlər. Dünya üzrə onlardan- [www.world-touris.org](http://www.world-touris.org), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) <<http://www.yahoo.com>>, [www.expedia.com](http://www.expedia.com) <<http://www.expedia.com>>, [www.asiatravel.com](http://www.asiatravel.com), [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com), [www.thomascook.co.uk](http://www.thomascook.co.uk), [www.wttc.org](http://www.wttc.org), [www.excite.com](http://www.excite.com), [www.travel.net](http://www.travel.net), [www.lycos.com](http://www.lycos.com) və s. göstərmək olar.

Azərbaycan haqqında ümumdünya şəbəkəsində informasiya yayan ən görkəmli saytlardan [www.myst.gov.az](http://www.myst.gov.az), (Azərbaycan Respublikası Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin saytı) [www.azeribaijan-info.com](http://www.azeribaijan-info.com) <<http://www.azeribaijan-info.com>>, (Azərbaycan haqqında hər şey) [www.culture.az](http://www.culture.az), (Azərbaycan mədəniyyətinə və incəsənətinə həsr olunmuş sayt), [www.azerifolk.com](http://www.azerifolk.com), (Azərbaycan mədəniyyəti haqqında sayt) [www.tourizm.az](http://www.tourizm.az) (Virtual Turizm Agentliyinin xidməti), [www.gateway.az](http://www.gateway.az) və s. göstərmək olar.

Son vaxtlarda respublikamızda Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyi tərəfindən CD-disklər, nazirliyin internet saytında “Welcome to Azerbaijan” bölməsinin hazırlanması, yurist bələdçi kitabça və xəritələrinin nəşri, “Azərbaycan olduğu kimi” ensiklopediyasının hazırlanması, aylıq “Azərbaycan” revyu jurnalı və “Turizm yenilikləri” qəzetinin buraxılışı, nazirliyin bu sahə ilə bağlı ilk layihələrindəndir.

Ümumdünya şəbəkəsindən istifadə etməklə tək-cə informasiyanın verilib-alınması kimi məsələləri deyil həm də birbaşa olaraq turizm xidmətinin satışını da təşkil etmək mümkündür. Baxmayaraq ki, müasir dövrdə bunun miqdarı dünya üzrə ümumi turizm xidmətinin təqribən 1%-ni təşkil edir, ancaq mütləq rəqəmlə ifadə etdikdə bu məbləğin çox böyük olduğunu göstərmək mümkündür. Bu isə turizm xidmətinin böyük bir həcmə malik olmasından irəli gəlir.

Son illərdə Azərbaycanda turizmin inkişafına xüsusi önəm və qayğı göstərilir. Turizmin mədəniyyət ilə bir dövlət qurumunda birləşməsi onun inkişafı üçün yeni

imkanların yaranmasına təkan vermişdir. Bu, turizmin inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı, həmçinin Azərbaycan mədəniyyətinin və milli irsinin də təbliğ olunmasına yardım edir. Ənənəvi təbliğat vasitələri (çap məhsulları, beynəlxalq sərgilərdə iştirak, video və kino çarxlarının istehsalı) ilə yanaşı elektron resursların bu səpgidə artırılması və yayılması çox zəruridir. Respublikada bu sahədə mövcud olan elektron resurslarının təhlili onları 3 kateqoriyaya bölməyə imkan verir.

- Birincisi, ümumrespublika, dövlət əhəmiyyətli məlumat portallarıdır. Onlar ilk öncə ölkə haqqında ümumi və ətraflı məlumatın yerləşdirilməsi məqsədilə xidmət edirlər. Belə resurslardan ilk növbədə [www.azerbaijan.az](http://www.azerbaijan.az) portalı qeyd olunmalıdır. Bundan başqa UNDP ilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin birgə layihəsi çərçivəsində yaradılan ixtisaslaşmış turizm portalı da eyni məqsəddir.
- İkincisi, ölkədaxili turizm sahəsində çalışan aidiyyətli qurum və şirkətlərin elektron resursları. Bunlardan İmprotex travel, Sevgun Travel, Absheron Tour və Caspian Invest Commerce şirkətlərinin veb-resursları xüsusilə maraqlı və diqqətəlayiqdir. Adı çəkilən şirkətlərin saytlarında ölkənin müxtəlif bölgələrinin turizm imkanlarının təqdimi ilə yanaşı şirkətlərin göstərdiyi geniş çeşidli xidmət və turlar barəsində məlumat da öz yerini tutmuşdur.
- Üçüncüsü otel və istirahət mərkəzlərinin elektron məhsullarıdır. Bunlar başlıca olaraq Bakıda yerləşən otellərə aiddir. Onlarla qısa tanışlıq belə bir fikir söyləməyə imkan verir ki, əksər rekreasiya obyektləri olan otel və istirahət mərkəzlərinin veb –məhsulları təqdimat və tanışlıq daha doğrusu bir növ reklam xarakteridir.

Ümumiyyətlə respublikada sözü gedən sahədə mövcud olan internet məhsullarının təhlili belə bir nəticə çıxarmağa imkan verir ki, onların böyük bir hissəsi təqdimat və promouşn xarakteridir.

Internetin interaktiv imkanlarından yalnız forumlar kimi xidmət təklif olunur. Bu da sözsüz ki, ölkədə e-biznesin və e-commerce – nin zəif inkişafından irəli gəlir. Ümid

etmək olar ki, həmin problemin həlli elektron turizmin daha sürətli inkişafına təkan verəcəkdir.

Azərbaycanın turizm potensialını dünyada tanıtmaq məqsədi ilə 2002-ci ildə [www.azerbaijan.tourism.az](http://www.azerbaijan.tourism.az) saytı işlənib hazırlanmışdır. Qeyd olunan saytın adı beynəlxalq telekanallarda nümayiş olunan, Azərbaycanın turizm potensialını əks etdirən reklam çarxlarında, beynəlxalq turizm sərgilərinin rəsmi kataloqlarında, eləcə də digər rəsmi xarici mənbələrdə göstərilir. Sayt mütəmadi olaraq yeniləşdirilir. Turizm xidmət sahəsinin digər innovasiya fəaliyyət sahəsi reklam fəaliyyətinin təşkilidir. Ümumiyyətlə turizmdə, həmçinin Azərbaycan turizmində reklam fəaliyyəti ciddi reqlamentləşir, yəni müəyyən qaydalara tabe olur. Dövlət, turizm firmalarının reklamına xüsusi tələblər irəli sürür.

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin təsdiq etdiyi AZS 079-2003 (QOST R50690-94) sayılı Dövlət standartı, təşkilati, hüquqi formasından və idarəçilik formasından asılı olmayaraq, turizm müəssisələri tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti üzrə məcburi və könüllü tələbləri müəyyən edir. Və "İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, turist-ekskursiya xidməti sahəsində standartlaşdırma (QOST 28681.0-90) sənədləri bu fəaliyyət növündə əsas normativ aktlardır.

Turfirmalar reklam məlumatlarında izah olunmuş informasiyaların doğruluğuna məsuliyyət daşıyır. Turizm məhsulu haqqında informasiya konkret və obyektiv olmalıdır. Sonuncu tələb daha önəmlidir, çünki əksər ölkələrdə, həmçinin Azərbaycanda da istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında qanun qəbul edilib. Ona görə də reklamda qeyd olunan məlumatla, faktiki göstərilən xidmətlər arasında ziddiyyət olduqda turist, firmadan müəyyən kompensasiya tələb etmək hüququna malikdir.

Kütləvi informasiya vasitələrini, çap reklam nəşrlərini (broşür, buklet, kataloq, plakat və s.) kino və videoreklam; sərgi, birja, yarmarkaları və s. turizmin əsas reklam sahələri adlandırmaq olar. Bu sahələrin inkişafı bilavasitə turizm xidmət sahələrinin inkişafına gətirəcəkdir. Bu da ki dövlətin gələcək siyasətinin əsas məqsədidir.

### **3.3 Azərbaycanda turizm xidmətinin investisiya siyasəti**

Dövlətin bilavasitə dəstəyi olmadan hər hansı bir sahənin inkişaf etdirilməsi mümkün deyildir. Bu baxımdan turizmin inkişafı da dövlət tərəfindən dəstəklənir. Qeyd etmək lazımdır ki, beynəlxalq təcrübəni öyrənmədən turizmin inkişaf etdirilməsi yollarını düzgün müəyyənləşdirmək, onun səmərəli inkişafına nail olmaq mümkün deyildir.

Ayrı-ayrı ölkələrin təcrübəsinə nəzər yetirdikdə görürük ki, bir sıra ölkələrdə turizmin inkişafının dövlət proqramı hazırlanır, vergi güzəştləri edilir, sərhəd-gömrük rejimi sadələşdirilir. Dövlətin büdcəsindən turizmin inkişafına vəsait ayrılır, şəxsi turist şirkətlərinə az faizli ödənişlə kreditlər verilir. Görülən bu islahatların hesabına turizmin maddi-texniki bazası ildən-ilə genişləndirilir. Ümumiyyətlə özəl sektorun maliyyələşdirməkdə çətinlik çəkdiyi prioritet sahələr, zəruri infrastruktura investisiya qoyuluşunun mexanizminin işlənilib hazırlanmasıdır. Həmin tədbirlərin əhatə etdiyi sahəni isə aşağıdakı şəkildə göstərmək mümkündür:

- Turizm sferası üçün kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması.
- Turizm sahəsində kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi.
- Ölkə daxilində turizm sferasının vəziyyəti barədə informasiya yaymaq.
- Milli turizm məhsulunun beynəlxalq turizm bazarında tanıtılması.

· Yeni milli turizm məhsulu işlənib hazırlanmasını təşkil etmək və s.

Dövlətin həyata keçirdiyi turizm siyasəti ölkə, region, rayon, icma səviyyəsində yerinə yetirilə bilər. Bu zaman dövlət daha çox investisiya siyasətindən istifadə edir.

Turizm xidmətlərinin investisyaların qoyulması səviyyəsi kimi regionun keyfiyyəti onun öz istehlakçılarının sifarişlərini nə dərəcədə yerinə yetirə bilməsi ilə ölçülür. Əgər hər hansı bir turizm regionu öz məhsulu üzərində kifayət qədər yüksək qiymət formalaşdırarsa, onda istehsal prosesinin iştirakçılara yüksək əmək haqqı ödənilməklə bərabər, sahənin fəaliyyətini də xarici təsirlərdən qoruya bilmək imkanı əldə olunur. Bu sahədə müəyyən nəticənin əldə olunması ilə regionun rəqabət qabiliyyəti haqqında fikir söyləmək mümkündür.

Azərbaycan dövləti də beynəlxalq təcrübədən istifadə edərək turizmin infrastrukturunun inkişafı üçün əsasən investisiya siyasətindən istifadə edir. Lakin danılmaz faktdır ki Azərbaycan turizm xidmət sahəsində dərin investisiya problemi var. Bu problemlər aşağıda ardıcıl surətdə qeyd olunmuşdur.

1. Azərbaycan hökuməti respublikanın icra və qanunverici hakimiyyət orqanlarının, xüsusilə Mədəniyyət və Turizm nazirliyinin diqqətini kommertiya strukturlarının birgə səyindən istifadə etməklə turizmin infrastrukturunun inkişafını müasir tələblər səviyyəsində qurmağa yönəldir. Lakin hələ beynəlxalq miqyasda istifadə olunan metodların ölkəmizdə turizmin inkişafına tətbiq olunması istiqamətində çox az işlər görülmüşdür. Təəssüflər olsun ki, investorların hüquqlarının müdafiəsini təmin edən investisiya siyasətinin aktual problemləri ilə bağlı olan bir sıra hüquqi sənədlər hazırlanmamışdır. Bu hal isə turizm xidmət sahəsinin inkişafını ildən-ildə ləngidir.

2. Digər tərəfdən turizm xidmətlərinin səviyyəsini beynəlxalq standartlara çatdırmaq üçün küllü miqdarda vəsait tələb olunur. Özəl turizm müəssisələri isə bu vəsaitin əldə olunması işində böyük çətinliklərlə üzləşirlər. Bəzi ölkələr Azərbaycanın münaqişəli ölkələr sırasında olduğunu nəzərə alaraq burada turizmin inkişafı üçün sərmayə qoymaqdan çəkinirlər.
3. Azərbaycanın ayrı-ayrı bankları isə turizmin təşkili üçün güzəştli kreditlərin ayrılmasına o qədər də səy göstərmirlər. Əsas səbəb isə bankların uzunmüddətli və böyük gəlirdən çox qısamüddətli və orta gəlirə üstünlük verməsindən ibarətdir. Danılmaz faktır ki bu da Azərbaycan bank sisteminin kifayət qədər yeksək inkişaf etməməsi ilə əlaqədardır.

Nəticədə isə Azərbaycan dövləti və xalqı potensial kreditlərdən məhrum olur, turizm işinin inkişaf tempini lazımı səviyyəyə yüksəltmək çətinləşir, beynəlxalq turizm təşkilatlarına inteqrasiya prosesi isə ləngiyir.

4. Digər tərəfdən Dağlıq Qarabağ probleminin həll olunmamağına baxmayaraq 1994-cü ildə atəşkəs elan olunduqdan sonra Azərbaycanda sabitlik bərqərar olmuş və turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli şərait yaranmışdır. Azərbaycanın beynəlxalq turizm üçün əlverişli olan şimal bölgəsində isə tam əmin-amanlıq hökm sürür. Sadəcə olaraq turizm marketinqi sahəsi hələ ölkəmizdə kifayət qədər inkişaf etmədiyindən müxtəlif ərazilərimiz haqqında məlumatlandırma işi beynəlxalq tələblərə cavab vermir. Həmçinin, ölkəmizdə turizmin inkişafına müxtəlif formalarda təsir göstərə biləcək beynəlxalq təşkilatlarla əlaqələndirmə işi zəif inkişaf edilməsi üçün peşəkar marketinqlərə böyük ehtiyac vardır.

Marketinqlər reklam-informasiya işini qurarkən dünyanın müxtəlif təşkilatları və turizm sektorları ilə səmərəli, məzmunlu, bazar iqtisadiyyatına uyğun gələn əlaqələr yaratmalıdır. Bunun üçün reklam-informasiya işinin müxtəlif metodlardan istifadə olunmalıdır. Marketinq üzrə mütəxəssislər ölkəmizdə turizmin coğrafiyasını genişləndirmək üçün ayrı-ayrı ərazilərin imkanlarını araşdırmalı, yeni inkişaf

proqramları hazırlamaladırlar. Onlar hökumətin və özəl investorların diqqətini bu proqramlara cəlb etməli, biznesin əhəmiyyətini onlara anlatmalıdırlar. Elə inkişaf proqramları hazırlamaq lazımdır ki, onlardan həm investorlar, həm də dövlət iqtisadi bəhrə götürə bilsin. Bu məqsədlə elmi proqnozlaşdırmalar və sosioloji tədqiqatlar aparılmalıdır. Belə ki, bölgələrdə turizmin təşkili üçün sərf olunan kapitalın tez bir zamanda qazanılması və əlavə gəlir əldə edilməsi ümidləri özünü doğrultmalıdır. Qeyd olunan nailiyyətin əldə olunması üçün uğurlu idarəetmə planı işlənməli və görülən işlərin vahid bir mərkəzdən koordinasiya olunmasına, ardıcıl nəzarətin həyata keçirilməsinə nail olunmalıdır. İnkişaf proqramı mərhələli sistem üzrə icra olunmalıdır. Pirləli sistem əsasında tərtib olunmuş proqram görülən işlərin ardıcıl şəkildə icrasına və səmərəli nəticələrin əldə edilməsinə kömək edir.

5. Zəif investisiya siyasətinin ən əsas problemlərindən biri də turizm rekresiya zonalarının tam şəkildə müəyyən edilməməsidir. Bu fakt potensial investorların da ölkədən imtina etməsinə gətirib çıxarır. Sevindirici haldır ki bu sahədə dövlət səviyyəli tədbirlər həyata keçirilir. Buna bariz nümunə kimi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2008-ci il 20 iyun tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir Turizm və rekreasiya zonaları haqqında nümünəvi Əsasnaməni göstərmək olar. Əsasnaməyə görə Turizm və rekreasiya zonaları insanların əyləncəsini, istirahətini, müalicəsini və sağlamlığını təmin edən, müvafiq turizm infrastrukturuna malik olan, xüsusi ekoloji, rekreasiya, tarixi, mədəni əhəmiyyət daşıyan təbiət və mədəniyyət komplekslərinin yerləşdiyi və təbiəti mühafizə, milli və mədəni irsi qoruma, gəncləri vətənpərvərlik ruhunda tərbiyə etmə, maarifçilik, elmi və digər məqsədlər üçün istifadə olunan, regionların sosial-iqtisadi inkişafına kömək edən və müvafiq idarəetmə qurumlarına malik ərazilərdir. Və həmçinin bu zonalar turizm zonası, rekreasiya zonası və turizm və rekreasiya zonası formalarında yaradıla bilər. Turizm və rekreasiya zonalarına Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin daimi istifadəsinə verilmiş torpaqlarla yanaşı, zonanın hüdudları daxilində yerləşən məqsədli



təyinatından və hüquqi rejimindən asılı olmayaraq digər dövlət torpaqları, habelə torpaq sahələri üzərində mövcud olan müvafiq hüquqlara xitam verilmədən bələdiyyə mülkiyyətində və xüsusi mülkiyyətdə olan torpaq sahələri də daxil edilə bilər. Turizm və rekreasiya zonalarından Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericiliyi ilə müəyyən olunmuş tələblərə əməl etmək şərti ilə istirahət, əyləncə, rekreasiya, turizm fəaliyyəti, təbiətin qorunması, milli-mədəni irsin saxlanması, elmi tədqiqat, təlim-tərbiyə, turizm statistikasını və turist xidmətinin keyfiyyətinə nəzarət məqsədləri üçün istifadə edilə bilər. Bu ərazilərdə turizm obyektlərinin, təbiət və mədəniyyət komplekslərinin qorunması və bərpası, inkişaf planlarına uyğun infrastrukturun yaradılması zamanı bu Əsasnamədə müəyyən edilmiş tələblərə zidd olmayan digər fəaliyyət növləri də həyata keçirilə bilər. Turizm və rekreasiya zonalarının ərazisində turizm və (və ya) rekreasiya xidməti obyektləri, habelə turistlərə göstərilən xidmətlər kompleksinə daxil olan digər xidmət obyektləri Azərbaycan Respublikasının mövcud qanunvericiliyinə uyğun olaraq fəaliyyət göstərirlər. Və bu ərazisində yerləşən və üzərindən tədris-məşq, turist cığırınının və yolların keçdiyi torpaq sahələrinin mülkiyyətçilərinə, istifadəçilərinə və icarəçilərinə Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinə uyğun olaraq müvafiq kompensasiya ödənilir. Bu əsasnamənin əsas məqsədi potensial investorların Azərbaycana cəlb edilməsidir.

Qeyd edək ki Azərbaycanın xarici investisiya siyasəti bu ildən başlayaraq həyata keçiriləcək. Belə ki son 5 ildə turizm sahəsinə investisiya yatırılmamışdır. Bu ildən etibarən xarici investorları cəlb etmək məqsədilə mövcud güzəştlər (müəyyən müddətə vergilərdən və dövlət rüsumlarından azadolmalar) tətbiq olunacaq. Bu sahədə fəaliyyət üçün xarici investorların qarşısında qoyulan tələblər aşağıdakılardır:

- Müvafiq lisenziyanın alınması
- Yerli işçi qüvvəsindən istifadə olunması
- Müasir standartlara uyğun yerli ixtisaslı kadrların hazırlanması

Əvvəl də qeyd etdiyimiz kimi bu il turizm xidməti investisiya sahəsində uğurlu irələyişlər gözlənilir. Beləliklə turizm xidməti sahəsində xarici investisiyaların cəlb olunacağı iqtisadi rayonlar üzrə istiqamətlər( alt sahələr) layihələrin həyata keçirilməsi əsas məqsəddir. Belə ki bu 5 əsas layihə aşağıdakılardır:

1. Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda “Şahdağ” Qış- Yay Turizm Kompleksinin yaradılması
2. Lənkəran rayonunda Xəzər dənizi sahili boyu və dağlıq ərazilərdə yeni turizm istirahət mərkəzinin yaradılması dağ idman növlərinin inkişaf etdirilməsi
3. Gəncə şəhərində Göy-göl və Hacıkənd ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin yaradılması
4. İsmayilli rayonu ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin yaradılması.
5. Zaqatala və Şəki rayonları ərazisində kurort-sanatoriya turist-baza kompleksinin yaradılması.

Qeyd edilən bu tədbirlərin həyata keçirilməsi nəticəsində Azərbaycanda uğurlu xarici investisiya siyasətinə start vermiş olacağıq. Və beləliklə Azərbaycan turizm xidmət sahəsində investisiya problemi uğurlu investisiya siyasətinə dönəcək.

### **Nəticə və təkliflər**

Turizm sahəsində çoxlu çatışmazlıqlar da göz önündədir. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Son 5 ildə Azərbaycan turizm xidmətinə xarici investitsiyanın çox az miqdarda qoyulması.(Müsbət göstərici kimi qeyd edim ki bu ildən müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi gözlənilir).
2. Hazırda respublikamızda Ümumdünya Turizm Təşkilatının tövsiyələrinə, BMT-nin Statistika Komissiyasının standartlarına uyğun olan, dünya təcrübəsinə cavabverən statistik məlumatlar mövcud deyil. Azərbaycana gələn turistlərin dəqiq sayı, onlara göstərilən xidmətə görə büdcəyə daxil olan vəsait, turist vizası ilə xarici ölkələrə səyahətə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı haqqında müxtəlif göstəricilər verilir. Dəqiq statistik məlumatların olmaması isə öz növbəsində turizm sahəsində mövcud olan vəziyyəti təhlil etməyi çətinləşdirir.

3. Bu sahədə sahibkarlıq fəaliyyətinin tam şəkildə formalaşmaması müəyyən çatışmazlıqların hələdə mövcud olması. Bu problemin də həlli prioritet xarakter təşkil edir.

4. Azərbaycanın turizm potensialından tam istifadə etməməsi. v.ə. s

Bu və bu tip problemlərin həlli yaxın gələcəkdə gözlənilir və həmçinin yeni qəbul olunmuş turizm qanununda da öz əksini tapıb.

Beləliklə bu sahənin inkişafında aşağıdakı təklifləri qeyd etmək istərdim:

1. Çay turizminin Azərbaycanda inkişaf etdirilməsi: Bunun üçün daha məqsəd yonlu Kür çayıdır. Bu istiqamətdə dövlət stimulu kimi ilk 5 ildə gəlir vergisi almamaqla sahibkarları cəlb edə bilər. Və beləliklə Kürsahili ətraf da abadlaşdırılaraq diqqət mərkəzində olar. Nəticədə bu ilki sel fəlakəti kimi gələcək fəlakətlərin qarşısı da alınmış olar.

2. Xəzərsahili ölkələr arasında birgə sazişlər vasitəsilə kurizlərin təşkil olunması və istiqamətlə regional turizmin təşkil edə bilər.

3. Dünya turizm bazarında yerimizi müəyyənləşdirmək üçün markalaşmanı təmin etməliyik. Müxtəlif turizm regionları, ölkələri müəyyən brendə sahib olurlar. Məsələn, bu gün Paris moda dünyası, Misir piramidaları, Argentina tanqo rəqsi, İspaniya öküz yarışı, Hollandiya gül-çiçəyi ilə dünyada məşhurdur. Qeyd etdiyim ölkələrə məxsus olan bu əsas amillər insanların beynində iz buraxaraq, müəyyən bir imic formalaşdırır. Ölkəmizdə də bu yöndə işlərin görülməsi vacibdir. Belə ki Azərbaycan 1 tərəfdən qədim tarixi digər tərəfdən isə tolerant ölkə kimi dünya dövlətlərinin diqqət mərkəzindədir. Bu və bu kimi faktorları nəzərə almaqla Azərbaycan kulyuroloqlarının diqqətini bu sahəyə yönəltmək lazımdır.

Ümumiyyətlə qeyri neft siyasətinin əsasını təşkil edən turizm xidmət sahəsi dövlətin diqqət mərkəzindədir. Bu sahənin inkişafı göz önündədir və gələcək güclü inkişafı gözlənilir.

### ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əlirzayev Ə.Q. Aslanova S. İ. "Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri" Bakı 2006.
2. Bilalov B.Ə. "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi" Bakı-2002
3. «Turizmin əsasları»--İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva Bakı 2007
5. «Turizmin əsasları»--Soltanova H.B. , Hüseynova Ş.H. "Mütərqim" Bakı 2007
6. «Turizmin menecmenti»—Bilalov B.Ə. "Mütərqim" Bakı 2005
7. «Turizm və ekskursiya işinin təşkili və idarə edilməsi». Sabir Rəhimov "Mütərqim" Bakı 2004
8. Rəhmanov F.P."Sosial sfera keçid iqtisadiyyatı şəraitində" Bakı 1998
9. Siyavuş Yeganlı E.Hacıyev "Turizm" Bakı 2001
10. Əlirzayev Ə.Q. "İqtisadiyyat: düşüncələr, baxışlar" Bakı, 2002

11. Əlizadə Ə.Q. “İsəhatlar və sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər”

Bakı 2005

12. Abdullayev Ə.H. Azərbaycanca turizmin inkişafının iqtisadi-coğrafi problemləri, Bakı, 2006

13. Səfərov rəhman “Turizm sahəsində qiymətlərin formalaşması və inflyasiyanın ona təsiri” Məqalə Bakı 2010

### **İNTERNET MƏNBƏLƏRİ**

14. [www.firststeps.az](http://www.firststeps.az)

15. [www.aseu.az](http://www.aseu.az)

16. [www.turizm.az](http://www.turizm.az)

17. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az).